

我导“元旦汇演”

◎张志立



很荣幸,我也做过总导演。那年元旦汇演选节目,选来选去竟有央视春晚的味道,仿佛我也成了哈文与冯小刚。

都说,年年有春晚,最难是导演。这话一点不假。因为,晚会成功的风光,永远掩盖不了被踢节目的失落。那是十几年前我在某中学做团委书记时的一次艰巨任务。之所以说“艰巨”,是因为有一些“突然”。11月份宣布我担任团委书记,12月底就要组织一场大型的元旦汇演。由于规模大,全校师生都把这叫“春晚”。而我对各班的情况还不熟悉,好在我主编的半月刊学报使我认识不少校园写手,而他们都是班里的活跃分子。沟通与宣传,就从这里出发。

为了加大力度,学报也由半月刊改为周刊,并广下英雄帖:凡没被班级选中出演,又自认为有一定水准的“草根”们,可找小记者报名,也可直接到团委报名。这简讯刚下发,就有一名小

记者报来一条“爆炸性”新闻——深藏不露的“大侠”。原来预备班有一男生会功夫,能腾空连翻两个跟头,可尽管班长说破嘴皮,那男生就是个性——不演!后经班主任做工作才勉强答应参加,却又因为场地限制,最终没有把绝活展现在舞台上。

最后确定出演的节目,还是要到各班去海选的。我去前,校长有交代:大喊大叫入选,叽叽歪歪淘汰。但实际情况有出入,有两个引起轰动的节目却没能举“入选”的牌子。在众目睽睽之下,我不得已写个“待定”的纸条交给班里的团支部书记。究其原因,一首卡拉OK属爱情歌曲,应该不会被老领导们接纳;另一个节目则是来自魔术之乡的硬功夫——喉结顶竹筷,一连五根全断了,班上掌声四起。我一看立即叫停,节目虽然精彩,但太危险。

当“待定”的条子传过之后,那名表演魔术的同学就知道了。他呆呆地坐在一个角落里,就像一枚红枣,被人有滋有味地吃了枣肉,然后把枣核丢弃在地上一样悲哀。

我的心颤了一下。寒冷的冬天,魔术竹筷、腾空连翻两个节目搅得我再也睡不踏实。其实,有时候并不是要多解释些什么,因为他们都是大孩子了。有一种牺牲叫奉献,有一种理想叫追求,他们应该受到尊重。我把他们请到了办公室,简单说明了不能参加汇演的原因,然后郑重地给他俩每人赠送一套半月刊学报。我想,青春的书简里夹着这样一页记忆,多年以后翻翻,依然会温暖我们的目光、滋润我们的心田。

至于那首爱情歌曲,我顶住压力最终使她走上了“春晚”的舞台,也算是她校园生活一笔羞涩的财富。

当元旦汇演终于结束的时候,快乐与美丽留给了大家,不少“草根”也成了“明星”,而作为总导演的我,就一个字——累!这事虽然已经过去了十几年,就像是退了潮的海已不再汹涌澎湃,但它还是把贝壳留给了沙滩。

冬至

◎张承新

冬至,顾名思义,冬天真的来了。在这之前一段日子,虽也是冬的范围,但那只能算是浅冬,飘一点小雪、降一点小温,小打小闹,让人不足为惧。只有过了冬至,人们才真正进入数九寒天的日子。这时的冬最强势,寒飕飕的北风劲吹,鹅毛大雪纷飞、滴水成冰、冰封千里,动不动就是零下的温度,冷得人缩手缩脚,浑身上下不得不用厚厚的羊毛裤、羽绒服保护自己,不然,稍不留神,人就会着凉生病。

虽然,冬至过后,人们要走一段艰难的路,才能抵达明媚的春天,但冬至这一天人们还是蛮开心的。怎么说呢?冬至是一个吉日,它是全年之中白天最短、黑夜最长的一天。过了冬至后,黑夜变短,白天会一天天变长。在我国古代对冬至就很重视,把它当作一个重要的节日,民间有“冬至大如年”的说法,有庆祝活动,一直延传至今。如今在我们家乡就有冬至吃汤圆的风俗习惯,为家人祈福,渴望未来的日子能够圆满幸福。

还有,在我们家乡冬至除了吃汤圆,另外还有一项重要的活动——祭祖。每年冬至这一天,家家户户都要供祭品、烧纸钱,遥祭逝去的亲人和祖宗。我不知道为什么冬至要祭祖,我曾问过妈妈,她的回答很简单。妈妈说:“过了冬至,天就更冷了,烧一点纸钱给他们,让他们买一件棉衣过冬。”对这样的答案,我是不相信的。不过,妈妈话中那种溶于水的浓浓亲情的牵挂,让人动容。

冬至来了,意味着离红红火火的春节就不远了,回家团聚的日子翘首以待,在外的游子,那颗思乡的心,又开始蠢蠢欲动。

随着冬至的降临,我不可避免地跌进寒冷冰冰的怀抱,每前进一步都很艰难。悲观的人,或许会感到害怕,但这吓唬不住乐观的我,我该吃就吃、该玩就玩、该干就干,根本不把征途上一层层的冰霜当回事。因为,我知道,冬天来了,春天就不远了,每前进一步,就向春天靠近一步。

三缺一

◎张振宇

晚饭后,一哥们儿发微信过来说三缺一。我问在哪儿。他回答说在他家。

一看这情况,我就跟老婆请假出去了。走到路上,我心想:我就不信今天的运气还像上次那么差,我要是不把上次输的钱赢回来,我今晚就睡大街上!正得意地想着好事,微信又响了,还是那哥们儿,说:路上顺便带瓶白酒过来。

这本来三缺一的,咋还要带白酒

@——投稿论坛

平顶山新闻网——鹰城网事

啊?难道是想把我灌晕再继续赢我?没门!今天打死我都不会喝了!虽然是这样想,但最终还是按他的意思拐到街边的烟酒店买了一瓶二锅头。

到了哥们儿家,进屋瞅了一圈,除了他一个人,再没见到其他人,然后就问:你不是说三缺一吗?咋就你一个人呢?他指了指厨房里刚做好的三个菜,说:炒了三个菜,就缺一瓶酒!

·小说连载

别对我撒谎

(3)

■文/莉安·莫里亚提

本人死后才能开启的信

1990年的塞西莉亚不过二十岁,她与好友莎拉·萨克斯一同来了场为期六周的欧洲游。就是在那次旅行之后,她带回来一块柏林墙的石头。然后把它装进档案袋,注明“我的柏林墙”,留在了阁楼里。

所谓“阁楼”不过是位于屋顶的一间小储物室,拉开屋顶的活门,顺着梯子爬上去就是。这地方鲍·约翰是绝不会来的。他有严重的幽闭恐惧症,为了不搭电梯,他每天上班都爬楼梯到六楼。这可怜人经常会梦见自己被困在一间墙壁不断收缩的房间里。“墙!”他总会高喊一声然后汗淋淋地睁大双眼惊醒。“当你还是个孩子的时候,是不是被锁进过衣橱里?”塞西莉亚问过他一次。不过鲍·约翰肯定自己从未被锁进过衣橱里。

“事实上,鲍·约翰小时候从未做过这样的噩梦。”鲍·约翰的母亲说,“他那时候睡得可香了。你们晚餐是不是吃得太丰盛了?”渐渐地,塞西莉亚也就习惯了她的噩梦。

阁楼非常狭小,里面塞满了东西,不过整理得井井有条。这些年来“整理”已成了塞西莉亚的一大特征、习惯,甚至技能。她总是在整理,将自己的生活安排得井然有序,大伙儿都知道。

如果做妈妈是一项运动的话,她一定是这项目最好的运动员了。她似乎永远都在思考:“我还能怎样再努力一把?怎样把生活安排得更更有条理而不失控呢?”这正是为什么妹妹布里奇特奇特的房间内老是尘土飞扬,而塞西莉亚连阁楼都整齐地堆满贴上标签的白色储物柜的原因。

阁楼里唯一不那么像塞西莉亚作风的是角落里堆放的鞋盒。它们都是鲍·约翰的,他喜欢把每年的账目清单放在鞋盒里。这习惯已经很多年了,在他认识塞西莉亚之前就有。鲍·约翰为此觉得骄傲,塞西莉亚却只得忍住不提档案柜其实比鞋盒方便得多。

多亏了储物柜上贴着标签,塞西莉亚一下子就找到了她的柏林墙砖块。这是她的一小块历史。她拿出那块也许是石头也许是水泥的东西,把它放在手掌上。它比记忆中还要小,看上去也没什么特别的,不过希望它能换回以斯帖难得的笑容。

接下来塞西莉亚让自己分了会儿心。没错,她的确干得不错,但她终究不是机器,有时候还是得分会儿心的。塞西莉亚笑着从盒子里拿起她和德国帅哥的合影。这个男孩和柏林墙块一样,远没有记忆中那么帅。耳边响起电话铃声把塞西莉亚从过去的回忆中拉了出来,她猛地起身,脑袋重重地磕到天花板上。墙!墙!她踉跄着退了几步,结果手肘撞到了鲍·约翰的那堆鞋盒。

至少三个鞋盒掉了下来,里面的纸片像山崩一样散了出来。好吧,用鞋盒装文件真不是什么好主意。

塞西莉亚骂了一句,用手揉揉脑袋,刚才那下撞得可不轻。她看到鞋盒里装满了账目清单,有些甚至可以追溯到上世纪八十年代。塞西莉亚把散落的收据塞进一只鞋盒,她的目光落到了一只写着自己名字的白色商务信封上。

她拿起信封,上面留着鲍·约翰的字。

上面写道:

给我的妻子,塞西莉亚·费兹帕特里克
本人死后方能开启

塞西莉亚见了哈哈大笑,又赶紧停了下来。那样子好像她在一个派对上,突然发现自己为之大笑的内容其实不是笑话,而是相当严肃的话题。

她又读了一遍:“给我的妻子,塞西莉亚·费兹帕特里克。”真奇怪,塞西莉亚觉得自己的脸颊一阵发热,好像碰到了什么尴尬的事。里面都写了些什么?塞西莉亚想立刻把信撕开。这时候电话铃又响了。塞西莉亚这才意识到自己全然忘了时间,她没戴手表。

明日关注:说谎的爱人

·传记连载

穿布鞋的马云

(13)

■文/王利芬 李翔

奠定“创业教父”地位

2006年至2008年,中央电视台财经频道三届《赢在中国》,将马云在创业人群中的地位推向了最高峰,他开始成为公众眼中的“创业名嘴”。

对马云在《赢在中国》上的表现最贴切的赞美,是在“3Q大战”之后,腾讯的一次内部会议上。2010年腾讯与360的大战,以及之前造成了腾讯公众形象低谷的报道《“狗日的”腾讯》出现之后,腾讯召开了名为“诊断腾讯”的讨论会,参加者都是互联网领域的一些意见领袖。在“诊断腾讯”的讨论会上,阿里巴巴被当作一个正面的例子:“一方面通过《赢在中国》等一系列策略,马云展现出一个青年创业导师的形象;另一方面,关于‘网货、网商、网规’的‘新商业文明’理念的提出,也切合并推动了国家和社会的发展大势。”

马云选择参加《赢在中国》,事后总结,其中的确有很多值得学习的地方。马云在参加《赢在中国》节目的同期及之后,同样有很多商业精英参加各种电视节目,但能够像马云那样,通过节目彻底塑造出公众眼中的一个明确形象的,几乎没有。

首先是媒介和平台的选择。尽管互联网在向包括报纸、杂志、广播电台和电视台在内的所有“传统”媒介形式发起冲击,所有这些“传统”媒介形式也天天在被人议论着,有被颠覆的危险。但就单个节目内容能抵达的人群而言,电视仍然是强势媒介。

而在所有电视台中,播出《赢在中国》的CCTV2,显然是一个比其他电视频道更加强势的播出平台。电视在我们这个时代发起流行的作用仍然不可小觑,

尽管人们都在争着说这是一个互联网传播的时代。

其次是节目定位和企业家个人定位的重合度。评委们面对的是真正的“创业者”。对于马云而言,B2B的阿里巴巴和C2C的淘宝平台上,都有大量的创业者。如果我们看马云在网商大会上的演讲,也会发现他总是在赞美小而美的公司,总是强调要帮助中小创业公司和它的创业者。《赢在中国》因而和马云一贯的价值观,和整个阿里巴巴平台上的人群都是高度重合的。

之后包括张朝阳、周鸿祎、王小川在内的互联网企业家,参加过湖南卫视收视率很高的《天天向上》,但单期的娱乐节目显然没有对个人公众形象的定义上起到作用。

再次,是企业家人所处阶段的考虑。2006年初参加《赢在中国》时,马云已经因为“雅巴联姻”声名大振。接下来发生在《赢在中国》播出期间的重要事情还有:eBay退出中国和阿里巴巴B2B上市。这些事情都让马云更加引人注目。也就是说,他在参加《赢在中国》时,他和阿里巴巴的状态正处在一个高速变化和增长的阶段。不断发生的新闻事件和他在节目上的定期露面,交替推动着马云“创业名嘴”的声誉不断高涨。

最后,名气不断高涨的是马云本人的妙语连珠。直到今天,我们仍然可以在机场的书店里看到,马云在《赢在中国》上的演讲在循环播放,电视机前围着一群穿衬衣的人在认真观看。

当创业成为“时代精神”时,一档制作精良、有着巨大影响的创业类选拔节目,将本身就是个创业者的马云推上了“创业名嘴”的位置,至今无人可以逾越。

明日关注:造节“双11”