

健事 釣沉

二〇一四年諾貝爾和平獎已在挪威首都奧斯陸市政廳揭幕。看到奧斯陸這個北歐城市的名字，我便想到了當年在西安讀大學時睡在我下鋪的兄弟鼎。鼎的一家如今就在奧斯陸。

睡在我下鋪的兄弟

雖然我和鼎都在一個大學QQ群裡，但因為他忙碌的工作和撫養兩個子女的原因，難得在群裡說話，但這並不妨礙我和他之間深厚的同窗之情。每當我的文章發表，他都會在第一時間閱讀並祝賀。

鼎的學習成績是非常好的，在大一時曾拿到過陝西省高等數學競賽一等獎，後來又留校考上了碩士研究生，而我大學畢業去了雲南紅河的機場。

記得在快畢業前夕，晚上學校熄燈後可以輕輕地在宿舍裡講幾句話，沒有像以往那樣要求嚴了，熄燈後一句話也不能講。

於是有一個晚上大家熄燈上床後，我別出心裁地在黑燈瞎火的宿舍裡叫七個同屋的兄弟猜謎語。第一個謎語是：「金銀銅鐵——打一個城市的名字」，沉默，還是沉默，我那幫兄弟是知道了不說，還是真的想不出來？反正我揭開了謎底——無錫。

繆宇光

我現在在奧斯陸的一家公司上班，他的太太是他中學的同學，在挪威石油公司工作。我從鼎發來的照片中知道奧斯陸是一個三面環山一面臨海的美麗海濱城市，一九五二年在奧斯陸曾經舉辦過冬季奧運會。

鼎現在在奧斯陸的一家公司上班，他的太太是他中學的同學，在挪威石油公司工作。我從鼎發來的照片中知道奧斯陸是一個三面環山一面臨海的美麗海濱城市，一九五二年在奧斯陸曾經舉辦過冬季奧運會。

生活就這樣富足美麗的地方，鼎偶爾也在群上流露出對家鄉小吃，譬如豆腐乳啊、榨菜啊，等等的懷念，有時也曬一下他在挪威超市買的海魚啊，羊肉啊，等等，甚至他時曬一下他自己做的又白又靚的饅頭照片，對我來說，這一切都充滿了濃郁的生活味道。

今天我在群上，為他寫了一段話：「這世界上最幸運的事是：能漂洋過海，能接受不同的文化而保留自己的純真，家鄉的那臭豆腐、家鄉的那豆腐乳……都讓我久久地回味、回味。」

我想當他看了這段話，會知道我的用心，他會動一點情的，因為我能理解他——一個海外游子的心緒。其實，我們無論在哪裡，我們的心都是相通的，因為四海是一家，因為青葱歲月的四年朝夕相處，是一生中最難以忘懷的！

鼎，曾睡在我下鋪的兄弟……

拄柺杖的金正恩

延 靜



人與事

朝鮮是「一人體制」國家，最高領導人的安危，關係這個國家的命運。而一旦朝鮮發生不測，對東北亞局勢發展會有至關的影響。記得上世紀八十年代後期，金日成主席曾有一段時間一兩個月沒有公開露面，也曾引起外界的猜疑。

朝鮮是「一人體制」國家，最高領導人的安危，關係這個國家的命運。而一旦朝鮮發生不測，對東北亞局勢發展會有至關的影響。記得上世紀八十年代後期，金日成主席曾有一段時間一兩個月沒有公開露面，也曾引起外界的猜疑。

神秘的凱洛爾斯

李 夢



西札記

周一方法論課上，教授提到凱洛爾斯(Kairos)和柯羅諾斯(Chronos)。聽起來像一對戀人的名字，但其實，它們是希臘神話中代表時間的兩個名詞。前者無處不在，後者獨特而富靈性，與現代英語中「timing」(時機)一詞意義相近。

通常，柯羅諾斯被描繪為一位手執鐮刀的老人；凱洛爾斯則相對年輕活潑些，腳踝上生了一對翅膀。在十六世紀意大利畫家Francesco de' Rossi筆下，凱洛爾斯是一位肌肉健美的俊男，手執天平，額前一縷長髮。

談到定義時間，柏拉圖在《蒂邁歐篇》中嘗試過，牛頓和老對頭萊布尼茨嘗試過，愛因斯坦和霍金也不會示弱。起初，人們對於時間概念的探討，常集中在神學和哲學領域。

最初載體。後來，牛頓和萊布尼茨分別提出「絕對時間」和「相對時間」概念，將時間引入物理學和數學語境中解釋。再後來，愛因斯坦和霍金這些聰明大腦不斷用天體學和動力學知識解釋時間的前世今生。

南朝志南和尚有句詩：沾衣欲濕杏花雨，吹面不寒楊柳風。風和雨都是可感的，加上「楊柳」和「杏花」這樣的形容詞，又多了一重關於時節的暗示。此時，楊柳風和杏花雨已不單是簡單意象，而在某種程度上成為時間的載體。

詩文以外，在畫中，也有美少年凱洛爾斯那對翅膀的影子。以我最近常看的宋元山水畫為例，不論北



Francesco de' Rossi畫中的凱洛爾斯

(圖片來源於網絡)

宋的范寬，抑或南宋馬遠、夏圭以及元四家，都在精心的空間布局和鋪排之外，強調「時機」在筆墨韻味表達上的重要性。

馬遠是南宋山水畫家的代表，著意於「邊角之景」，人稱「馬一角」。他的代表作《山徑春行圖》用簡筆寫樹木，淡墨寫溪，且人物景致均集中在畫幅左下，右上大片留白，只飛鳥兩隻，一立一啼。

西人重寫生，園中樹或雨後山都是實景，單一意象挑出來看，並不十分講究。中國畫家重機緣，意在筆先，飛鳥也好，孤舟或枯樹也罷，字字句句都有所指，少一點便不全不滿。

依我看，十八世紀西歐風景畫像是虔誠的柯羅諾斯信徒，他們用一張畫便能概括一個季節。往往，時間在他們的作品中，是平面的是灑散開的，不突兀不求新求奇。而在中國宋元時期的畫家筆下，時間是點狀的，是萬千意蘊集聚在一刻的興奮。

馬遠的《山徑春行圖》

(圖片來源於網絡)

罵出來的生辰

陸琴華



文化 經緯

著名作家蕭乾曾在《大公報·文藝》副刊做編輯。一九三六年他在為自己《栗子》小說集寫的序裡有這樣一段話：「我先得承認我的爸爸是個稀有的怪人。我不曾有運氣見過他。在我剛見天日的時候，他便嚙了氣。」

還在他小的時候，蕭乾把姑姑氣急了，姑姑開口說：「你這暮生的孩子！」那時蕭乾已經在北京新大倉的一座廟宇裡讀私塾，可是不明白這「暮生」是什麼意思，問了好幾個年長的人他才明白自個是在他父親去世後出生的。

蕭乾父親去世以後，蕭乾母親為了養家餬口，就到富人家打工，一個月才能回家一次。正在上小學的蕭乾就格外想念母親。有一回放學，蕭乾跑到母親打工的人家大門口，他母親發現了，就找個機會偷偷地跑出來攔攔蕭乾一下，塞幾個錢給蕭乾就給人家打工。所以更多的時候，蕭乾一個人在家，或在校，完全是個沒人管的孩子。

蕭乾還不知道這個「午日雞」是什麼意思，後來才知道自個屬雞，是在己酉年即宣統元年臘月十七日午時時出生的。姑姑罵蕭乾，罵出的生辰都是陰曆日期。可是陽曆如何呢？蕭乾不得而知。當時軍閥混戰，國家四分五裂，宣統在滿洲里做了日本的偽皇帝，民不聊生，蕭乾更找不到陰曆對照表。

蕭乾還沒出生，他的父親就去世了，在他十四歲的時候，與他相依為命的母親也撒手人寰。蕭乾成了地地道道的孤獨兒。在過去，遭人白眼，受人歧視，甚至罵罵也就不足為奇了。好在他從姑姑罵他的口中知道了自個陰曆生辰。這真是不幸中的萬幸。

妞妞畫展

冰 谷



人生 在 線

小孫女覺恩今年五歲，年初才上附近的幼兒園。念書成績不算很突出，卻對繪畫情有獨鍾，平日有空喜歡拿圖畫紙塗鴉。她作畫時總要人陪伴，無論水彩、臘筆、鉛筆，都要有人在側，一起揮筆，她才愈畫愈有勁。

她最常找陪畫的人首推媽媽。媽媽不在身邊的時候，找的人就是我。「公公，可以陪我畫畫嗎？」她常常是找便了兩份畫紙，擺在桌面上，才嬌聲問我。這時無論我在看報、看書或上着網，我都得停下來，順着她拿起畫筆。

一般孩子學畫從臨摹開始，或向大人學習，小孫女卻跟人不一樣，抓起畫筆就天馬行空，想到什麼就畫什麼，非常隨意；平日書本上看到的花草樹木、蝴蝶毛蟲、星月太陽，成為她筆下最常出現的畫題。

這項使命在全球各地實踐以及完成的情況後來者大抵清楚。就在十九世紀末、二十世紀初基督教使徒幾乎眼睜睜看着難以繼之的時候，西方的工業品緊跟着「上帝」的腳步聲進入到一個又一個的非西方國家。

極有可能連廣告費都掙不回來。或許與此有關，在這句「減價」廣告語之後，又添加了一句「減價」外國風格與包裝！這是關鍵！它說明，一直到十九世紀晚期，尚未確立其品質上的無法撼動的地位，故只能夠以異域風情作為背景或招牌，換言之，這種東西跟來自於阿拉伯或非洲或南美或風情招牌顧客。

但誰都知道數十年之後所發生的翻天覆地的變化：西方就在全球範圍內確立了其工業產品、藝術品無以替代的「全球品質」。如今，藝術品無以替代不需要用「異域風格」來作為其招徠顧客的口號或招牌了，只放在那裡就可以。在東方消費者心目中，西方就代表着品質，就意味着可以信賴，就意味着檔次以及擁有之後的滿足感與虛榮感。

這門使命在全球各地實踐以及完成的情況後來者大抵清楚。就在十九世紀末、二十世紀初基督教使徒幾乎眼睜睜看着難以繼之的時候，西方的工業品緊跟着「上帝」的腳步聲進入到一個又一個的非西方國家。就在非西方國家對於洋貨有所警惕或反感之時，西方的自由民主又打着全球貿易與時尚的招牌進來了！當民主與自由，成為了一全球品質與時尚的替代或招牌的時候，它跟一個非西方國家或民族之間的關係已經極為簡單：要還是不要，或者買還是不買。

品牌·質量·時尚

段懷清

在政治領域亦有類似例子。十九世紀的西方，大多數國家奉行對外擴張主義，工業化進程對剛展開的西方國家，急需海外市場來營銷自己的似乎很快就會過剩的產品或生產力。而早在西方的工業或商業擴張主義已經興起之前，宗教擴張對外擴張主義就先登。此時西方在全世界的口號或招牌不是的工業品質量，也不是自由民主的政治制度。於是基督教就成為西方向外國國家打的一張招牌。以西方上帝來作為為全世界牌的上帝，這是西方傳教士們到全世界要傳播並完成的一項宗教使命。

的。煥彰擅長畫魚畫貓，還有蟲蛇鳥蝶，可小孫女則不「尊重重道」，畫她自己心中想像的那一套。真無可奈何！

有一次，我們全家去看畫展，小孫女回來後一連幾天不停畫畫，畫好了就貼在牆，她說她也要開畫展。過了多日，除了獲得我們幾句讚語，不見有人來欣賞她的「心血」，似乎有點失落感，問她的媽媽道：「為什麼沒有人來看我的畫？」

想不到小小年紀的孫女，對畫展卻留下如此深刻的反應。

「招數」——商家用之，政客亦用之。商家用之，迷惑也。政客用之，惑民也。但在不同時代、不同地域或語境中，即便是同一種口號或招牌，使用方式是有不同的。譬如西方。十九世紀的西方尚未在全球範圍內確立其無與倫比的優越性或望塵莫及的地位，故在東方用戶面前所打的招牌，並不是其不言自明的產品質量，而是外國風格。一八九三年二月，英文刊物《教育雜誌》廣告欄中，曾刊載一則廣告，廣告產品是「萬國藥方」，無非是一種或幾種外國藥品在中國用戶面前做廣告。廣告語其實很簡單，跟我們今天在國內常見「大甩賣」或「血本清倉大甩賣」之類的吆喝差不多，即「減價」(Reduced Price)。老實實實的一句話。但在一個高度商業化的時代，各種信息鋪天蓋地，這種不愔不火的一句話很可能根本引不起讀者或過路客的注意。

這種工業產品的故事，似乎在政治領域亦有類似例子。十九世紀的西方，大多數國家奉行對外擴張主義，工業化進程對剛展開的西方國家，急需海外市場來營銷自己的似乎很快就會過剩的產品或生產力。而早在西方的工業或商業擴張對外擴張主義已經興起之前，宗教擴張對外擴張主義就先登。此時西方在全世界的口號或招牌不是的工業品質量，也不是自由民主的政治制度。於是基督教就成為西方向外國國家打的一張招牌。以西方上帝來作為為全世界牌的上帝，這是西方傳教士們到全世界要傳播並完成的一項宗教使命。

這門使命在全球各地實踐以及完成的情況後來者大抵清楚。就在十九世紀末、二十世紀初基督教使徒幾乎眼睜睜看着難以繼之的時候，西方的工業品緊跟着「上帝」的腳步聲進入到一個又一個的非西方國家。



域外 漫筆

都是商業文化和政治文化發達的產物或標誌。以口號來作為產品或政治理念的標示，便於識別於其他，亦便於識別於其他，這亦是當下常用亦常見的「招數」——商家用之，政客亦用之。商家用之，迷惑也。政客用之，惑民也。但在不同時代、不同地域或語境中，即便是同一種口號或招牌，使用方式是有不同的。譬如西方。十九世紀的西方尚未在全球範圍內確立其無與倫比的優越性或望塵莫及的地位，故在東方用戶面前所打的招牌，並不是其不言自明的產品質量，而是外國風格。一八九三年二月，英文刊物《教育雜誌》廣告欄中，曾刊載一則廣告，廣告產品是「萬國藥方」，無非是一種或幾種外國藥品在中國用戶面前做廣告。廣告語其實很簡單，跟我們今天在國內常見「大甩賣」或「血本清倉大甩賣」之類的吆喝差不多，即「減價」(Reduced Price)。老實實實的一句話。但在一個高度商業化的時代，各種信息鋪天蓋地，這種不愔不火的一句話很可能根本引不起讀者或過路客的注意。