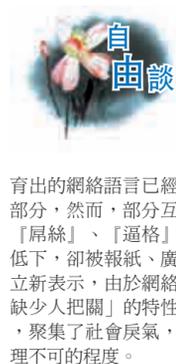


自由談



據十月十五日《中國日報》報道，教育部語言文字信息管理司田立新副司長表示：「二〇一四年是中國正式接入國際互聯網的第二十年頭。網絡語境中孕育出的網絡語言已經成為漢語中比較活躍的一部分，然而，部分互聯網新詞如「草泥馬」、「屌絲」、「逼格」等，造詞格調不高、品位低下，卻被報紙、廣播電視等媒體使用。」田立新表示，由於網絡「虛擬社區」和自媒體「缺少人把關」的特性，網絡低俗語言大量湧現，聚集了社會戾氣，網絡低俗語言已到了非治理不可的程度。

議論粗鄙語

我曾在一篇短文中提到過，這裏一位從香港移民到美國來的朋友，請我們幾個朋友聚餐，席間他向我問一個近年見於內地媒體的「屌絲」一詞。香港人在家裏講廣東話，沒有聽北方人講這個詞，以為是個新詞。今天看到田副司長的話，遂想重拾這個話題，再議論幾句。粗鄙語自古就有，各國都有，並非網絡語境才會孕育。但被報紙、廣播電視等媒體使用，卻是古今中外都沒有的。老伴在參與手機「微訊」活動上，比我「前沿」得多。她說語言是隨着歷史進程不斷發展的，我們現在認為「不雅」、不能接受的語言，可能在若干年後成為公眾語言。我完全不同意她的說法。我認為不雅、粗鄙語之所以會到處流行，都是這種錯誤的「語言進步論」所帶來。田副司長實際上也認為粗鄙語是網絡活動所帶來的。

楊繼良

七十年前我當小學生時，男同學講話帶不雅口頭語者並不少見；我在一家重點中學唸書時，只有幾個較差的同學嘴巴不乾淨；到了大學，可以說同學間不再聽到了。上世紀六十年代我在上海一家工廠任職，科裏有個中專畢業的技術員，滿嘴帶着這一類的「口頭禪」，在他的任何一句話中，沒有不「順出」這樣的詞的。忽然有一天，他不再「順便」添油加醬，反倒使聽的人覺得異樣、像「缺」了點什麼。原來雖然他父母覺得這不算是什麼事，所以他從學校帶到家裏，又順利地帶到工作單位，但他新談的一個女朋友卻對此採取「零容忍」態度。於是凡開口說話，就自動地加了一道禁止髒話的篩檢程式。

粗鄙語在舊小說中，屢見不鮮；例如《水滸傳》，更不用說《金瓶梅》。經過幾個世紀，這些粗鄙語仍然不能「上台面」，還是不能像老伴所說，隨着社會的進程，脫了「帽子」，步入殿堂的。有趣的是，「百度」居然把「草泥馬」這樣明顯的諧音語解釋成一種動物，可見粗鄙語之不能「上台面」，也是「百度」寫這條註釋者的共識。

粗鄙語在美國，即使在受優良教育者之間，也未必絕跡；只是自己會注意「遮罩」，因為終究「丟臉」，這個情況和中國相同。我在香港任教初期，一位美國教授把房間給我用，我也幫助他翻譯大陸的法律條文。後來我可能是太累了，咳嗽不斷，這會傳染給他；他叫我服用抗生素，我沒有採納，使他很不滿意。有一天跟我交談時，居然一反常態，在一句話裏帶了兩個粗鄙語。但這究竟是失禮，次日他特地給我發電郵，說當時許多事不順利，多有冒犯、深表歉意云云。

美國孩子互發的短訊中，用粗鄙語的現象相當普遍，成為家長為女兒操心的一件頭等事；俚俗歌曲用詞，也相當不堪。我的一位白人退休飛行員朋友說，他的女兒以前在中學裏學了這些歌曲在家裏哼唱，充斥着和「性」有關的辭彙。他就找女兒解釋說，一個受教育的人，唱這樣的歌，太丟人了。及後女兒上了大學，後來更成了研究生，交友的層次不同了，遂不再哼這樣的歌曲。

可見，粗鄙語也有可能被「信手拈來」，但它決不應該形成「潮流」，絕不可以用作正規媒體的語言。美國正規報紙的用語有規則可循，要保證小學五年級的學生都能看懂，當然更不能用粗俗語。中國教育部語言司治理低俗語言之舉是正確的，但如果不到「非治理不可」的程度就及早行動，就更好了。

燈下集



微信力量改變商戰格局

以支付寶為首的一衆「寶寶們」在國內第三方支付領域獨領風騷，搖晃傳統銀行的的大好河山，微信支付本處於邊緣地帶，但始於二〇一四年春節的一場微信紅包大戰，悄然反轉了戰局，微信支付用戶一夜之間呈幾何級數爆發性增長，應用的場景也不斷拓展，殺了「寶寶們」一個措手不及。然而這也僅僅是發端於微信平台的一個小工具，由微信引發的更深遠變革才剛剛開始。

由微信團隊、螢火科技聯合策劃的《微信力量》一書，呈現了截至目前為止由微信團隊成功策劃、運營的四十二個經典成功案例，其中涉及的領域包括餐飲業、傳統零售業、旅遊商團、醫療、交通、商場停車，以及個人創業者創業等。值得一提的是，在這些案例中，微信所產生的力量並不僅僅在於顛覆，也不在於破壞性創新，它並不熱衷於向傳統行業開戰，而是一方面開拓線上新天地，給予小微企業以及個人以新的機會，一方面深度挖掘傳統企業的資源寶藏，喚醒那些沉默的「地下」資源，化成強勢競爭力。微信與其說是一個平台、一種工具，不如說是互聯網+時代實現「從0到1」、「從1到100」的一種機會。

譬如，傳統零售商店一直視電商為洪水猛獸，空有餘恨卻無反擊之力，但書中提供的天虹商場和家樂福的案例，將微信線上經營服務化為商場延伸的空間和服務，就給傳統零售企業提供了一條化劣勢為優勢、化被動為主動的路徑。首先，棄原來只能單方資訊輸入，卻無法互動交流的「死的」會員系統，轉為「活的」微信服務系統，令海量數據不僅有了入口，還可轉成精準行銷利器；其二，化商品賣場為顧客體驗場景經濟的秀場，從顧客進入商場的一刻起，就有了精準而貼心的優惠及各種商品服務提示，讓顧客享受如上帝般「未卜先知」的感覺；其三是充分利用微信的社交功能，讓顧客指導商場定貨銷售，實現銷售環節前置，不僅優化了商場的物流，也優化了資金流。

大型傳統商場多年積攢的管道、顧客等資源優勢，在互聯網+時代並非沒有意義，其實只要學會借力打力，充分利用自身優勢，不論是象還是螞蟻，都可以「舞動奇跡」。譬如大型連鎖商場依託遍布全國的零售網點，完全可以在產品配送、售後服務方面做得更深入，這兩點恰就是電商的痛點。從這一層面說，傳統零售企業缺少的並非是與電商競爭的能力，而是缺少一種轉身擁抱新事物，尋求轉型發展的思維方式及有利工具。充分借用微信平台提供的廣闊空間，傳統商家完全可以化危為機，扭轉敗局。

微信平台最大的力量就在於，它能夠讓用戶

胡艷麗

舊朋友宮本雄二

近日，在參加中國公共外交協會主辦的中日韓研討會上，我意外地遇到從東京趕來與會的日本駐華大使宮本雄二先生，兩人都感到驚喜，擁抱寒暄，我說：「二十年不見，你還是老樣子。」宮本趕忙說：「何止二十年，不過你也沒變。」宮本中文流利，說：「我老了，已經六十九歲。」我說：「那麼我比你更老，比你大十歲。」他搖頭不信：「我原以為你比我老幾歲呢。」我和宮本雄二的交往，確實像他所說，要追溯到上世紀八十年代。那時，我擔任外交部亞洲司處長，宮本任日本駐華使館一等秘書，我們經常見面，就朝鮮半島局勢和共同關心的問題坦誠地交換看法，有時還一起吃午餐或晚餐，一來二去成為好朋友。但後來宮本回國，我也又轉往海外使館任職，失去了再見面的機會。

宮本回國後，擔任過多項職務，但他一直沒有忘記中國，沒有忘記為中日友好關係發展貢獻自己的力量。在他結束日本駐緬甸大使職務後，機會終於來臨，二〇〇六年，他奉命出任日本駐中國大使。當時，中日關係正遇到嚴重的困難，小泉純一郎首相連任多年參拜供奉有二戰甲級戰犯牌位的靖國神社，中日關係降一九七二年邦交正常化以來的冰點。宮本大使作為日本「知華派」，上任後積極開展工作，疏通兩國各方面關係，取得十分可喜的成果。繼二〇〇六年十月安倍晉三首相訪華，二〇〇七年溫家寶總理訪日實現「融冰之旅」，二〇〇八年胡錦濤主席訪日又實現「暖春之旅」。宮本大使促成並見證了這些重要的訪問。現在，年近七旬的宮本仍然沒有忘記中國，他擔任宮本亞洲研究所代表，日中友好會館副會長。

這次宮本先生應邀到北京，又逢中日關係發展遇到困難之時。中日韓研討會開幕式，王毅外長出席並致辭，強調歷史問題是中日韓關係發展「不可迴避的」一道坎，但他希望在溝通中越過去的歷史，共同的文化，共同的理念，都信奉佛教，沒有理由不搞好關係。他還強調，要加強互相信任，特別要正面直視歷史問題，只有這樣才能汲取教訓，面向未來。他表示，相信通過即將召開的日中韓領導人會議，一定能夠增進三國國民之間的相互理解和相互信賴，開闢美好的明天。

宮本雄二，我的這位老朋友，他仍然像當年一樣，對中日關係的發展，充滿信心。

外交圈

老北京愛聽戲

白頭翁

老北京人都講究一嗜好——聽戲。插龍旗的時候，從道光皇上開始一直到老佛爺慈禧太后都喜歡這一口，頤和園裏專門修了大戲台，其名曰：德和園大戲樓，拿着「水牌」轉着圈地點天下的「名角」進園子唱戲。遇上喜事、過壽慶生，必須唱戲，選得一連唱好幾天。王爺、貝勒爺和戴頂戴花翎背着補子的官員們，無論你是幾品，在哪座衙門中行走，幾乎沒有不好這一口的，有的還是票友，家裏的房頭都藏有十幾套，「板一敲，琴一響，渾身癢」。

那戲裏也有政治。當年李鴻章請各國駐華公使聽京戲《借東風》、《空城計》，都是唱功很重的老生戲。那真叫洋鬼子看戲傻眼，不少大使看得眼皮上下打架。看完後李大人吩咐：「以後對付俄國、英國、日本公使一定要小心，他們聽戲聽得都比我入神，板打得都比我準。」



京戲是老北京人都講究的嗜好 (作者供圖)

從馬克思墓收費說起

安立志

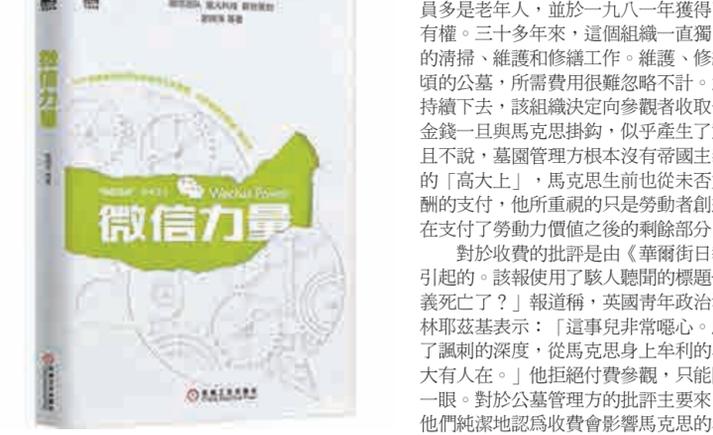
近年來的歐洲旅遊，由於意識形態的關係，一些特定的景點，譬如德國小城特爾（馬克思故鄉）、布魯塞爾廣場的白天安鵝飯店（《共產黨宣言》誕生地）、倫敦大英圖書館（馬克思讀書處）、巴黎拉雪茲神父公墓（巴黎公社社員牆所在地）等地，這些過去一直以蘇聯東歐遊客為主的景點，已為大批中國遊客所取代。

位於倫敦北部海格特墓園的馬克思墓，也是中國遊客經常到訪的景點之一。海格特墓園其實是一座公墓，在這裏眠着除馬克思外還有斯賓塞、法拉第、狄更斯等世界級名人。馬克思墓是一塊兩米多高的墓碑，上端是馬克思的青銅頭像，碑座上端刻着《共產黨宣言》的結束語：「全世界無產者，聯合起來！」下面是馬克思另一名言：「哲學家們只是用不同的方式解釋世界，而問題在於改變世界。」馬克思墓其實是包括其夫人、女兒、外孫等的多人合葬之墓。

正如大家所知道的，在發達國家，許多公益或文化類的景點是免費的。然而，據澎湃新聞社本月五日報道，海格特墓園管理方宣布，馬克思墓不再免費參觀，參觀者須付費四英鎊（約四十七元港幣、四十四元人民幣，相當內地門票）。此事報道後，網上竟然出現了這樣的標題——「想參觀，請繳給資本主義四十元（人民幣）」還有更刺激的——「見共產主義導師，付帝國主義英鎊。」

一九七五年，當地一些居民為保護這個墓園，成立了一個民間組織——「海格特墓園之友」，成員多是老年人，並於一九八一年獲得了墓園永久擁有權。三十多年來，這個組織一直獨自擔負着墓園的清掃、維護和修繕工作。維護、修繕佔地二十公頃的公墓，所需費用很難估計。為使護理工作持續下去，該組織決定向參觀者收取一小筆費用。金錢一旦與馬克思掛鉤，似乎產生了意外的效應。且不論，墓園管理方根本沒有帝國主義、資本主義的「高大上」，馬克思生前也從未否定必要勞動報酬的支付，他所重視的只是勞動者創造的全部價值在支付了勞動價值之後的剩餘部分。

對於收費的批評是由《華爾街日報》一篇報道引起的。該報使用了駭人聽聞的標題——「資本主義者死亡了？」報道稱，英國青年政治活動家本·格林耶茲基表示：「這事兒非常噁心。馬克思墓沒有了諷刺的深度，從馬克思身上牟利的卑鄙資本家卻大有人在。」他拒絕付費參觀，只能隔着圍欄看上一眼。對於公墓管理方的批評主要來自「馬粉」，他們純潔地認為收費會影響馬克思的名聲，而不在



機械工業出版社本月出版的《微信力量》 (作者供圖)