

安于低调是自信

□冯骥才

在媒体和网络的时代，一个人只有高调才会叫人看见、叫人知道、叫人关注。

高调必须强势，不怕攻击，反过来愈被攻击愈受关注，愈成为一时舆论的主角，干出点什么都会热销；高调不仅风光，还带来名利双赢，所以有人选择高调。

但高调也会使人上瘾，高调的人往往离不开高调，像吸烟饮酒愈好愈降不下来，降下来就难受。可是媒体和网络都是一过性的，滚动式的，喜新厌旧的。任何人都很难总站在高音区里边，所以必须不断折腾、炒作、造势、生事，才能持续高调。

有人以为高调是一种成功，其实不然。高调只是这个时代的一种活法。当然，每个人都有权选择自己的活法，选择什么都无可厚非。

于是，另一些人就去选择另一种活法——低调。这种人不喜欢一举一动都被人关注，一言一语也被人议论，不喜欢人前显贵，更不喜欢被“狗仔队”追逐，被粉丝死死纠缠与围困，被曝光曝得一丝不挂；他们明白在商品和消费的社会里，高调存在的代价是被商品化和被消费。这样，心甘情愿低调的人就没人认识，不为人所知，但他们反而能踏踏实实做自己喜欢的事，充分地享受和咀嚼日子，活得平心静气，安稳又踏实。你问他怎么这么低调，他会一笑而已；就像自己爱一个人，需要对别人说明吗？所以说：

低调为了生活在自己的世界里，高调为了生活在别人的世界里。

文化也是一样。也有高调的文化和低调的文化。首先，商业文化就必需是高调的，只有高调才会



热卖热销，低调谁知道谁去买？然而热销的东西不可能总热销，它迟早会被更新鲜更时髦的东西取代。所以说，时尚是商业文化的宠儿。

在市场上最成功的是时尚商品。人说时尚是造势造出来的，里边大量五光十色的泡沫，但商品文化不怕泡沫，因为它只求当时的商业效应，一时的震撼与强势，不求持久的魅力。

故而，另一种追求持久生命魅力的纯文化很难在当今时代大红大紫，可是它也不会为大红大紫而放弃一己的追求。它甘于寂寞，因为它确信这种文化的价值与意义。

我很尊敬我的一些同行的作家。在市场称霸的社会中，恐怕作家是最沉得住气的一群人。他们平日不知躲在什么地方，很少伸头探脑，有时一两年不见，看似在人间蒸发了，却忽然把一本几十万或几十万字厚重的书拿了出来；他们笔尖触动的生活与人性之深，文字创造力之强，令人吃惊。待到人们去品读去议论，他们又不声不响扎到什么地方去了。惟其这样才能写出真正洞悉社会人生的作品来。

作家天生是低调的。他们生活在社会深深的褶皱里，也生活在自己的心灵与性情里，所以看得见黑暗中的光线和阳光中的阴影，以及大地深处的痛点。他们天生不是做明星的材料，不会经营自己只会营造笔下的人物；任何思想者都是这样：把自己放在低调里，是为了让思想真正成为一种时代的高调。

享受一下低调吧——低调的宁静、踏实、深邃与隽永。低调不是被边缘被遗忘，更不是无能。相反只有自信才能做到低调和安于低调。

冰窗花

□袁星



随着雨雪的到来，寒意更浓了。走在路上，迎面撞来的是极冷、极硬、极锐的风。早晨起来，推开房门的一刹那，我面前突然出现一片别样的景观——厨房门窗的玻璃上，被寒冷涂满了各式各样的冰窗花。它们晶莹剔透，在每一块玻璃上的形状都各不相同，这一片如冰峰矗立，那一抹如冰雪飞扬。写意的线条之中，细细分辨又有着繁复的纹理，精美中透着几分难以捉摸，就像一幅幅淡淡的白描镌刻在水晶上。

仔细看，冰窗花是开在玻璃内侧的，其形态和厚薄好像并无规律可言。我在家里四处转转，客厅和卧室的门窗上没有冰窗花，它们似乎只偏爱厨房的门窗，簇拥在那里成片成片地开着。可见，冰窗花的出现，也是有条件的。室内外的温差要大，室外的温度须足够低，室内的温度要高但又不能太高。当室内的水蒸气碰到冰冷的玻璃，便会发生奇妙的变化，凝结成各式各样的冰窗花。

我家的厨房里，温度和湿度似乎更适宜冰窗花的形成。水蒸气遇到冰冷的玻璃后，瞬息之间化为一幅幅美丽的图画，如昙花一现般令人惊喜。冰窗花的美又是独特的，仿佛是寒冬诗兴大发时偶得的佳句，难以复制，每一处都独一无二。虽然它不是真正的花，但它的盛开给这个寒冷的日子，渲染出了一丝丝春意。

上班的路上，阳光已在楼群的夹缝中突出重围，一束束投射而来。光线洁净，照到路旁的建筑上、树枝上，为它们涂上温暖的色调，却无法驱散周围的寒意。我一路疾行，抬头看看周边，屋檐下、楼层边，几厘米至几十厘米的冰凌，长短不一地悬挂在那里，冷峻的光让人心头一惊。踩踏后的雪水，连着脚印和车辙的轧痕一起冻实了。一切仿佛都在寒风中被定格。

到了上午十点多钟，阳光开始发威。办公室窗外上方的冰凌正在融化，楼顶瓦面上的积雪也一大片一大片滑落，冰雪坠落的声音此起彼伏。我想，家里的冰窗花恐怕也在阳光里凋零了吧，化为晶莹的水珠，也算是一种浪漫的告别。中午回家时却发现，没被阳光照到的厨房门玻璃上，冰窗花居然还在。街巷里的风一阵阵冲着厨房的门窗，冰窗花在冬天的风里似乎更加美丽。

的确，冰窗花不是花，不像鲜花那样品种繁多、色彩缤纷、应时盛放，更不像鲜花那样，大多散发着自己的芬芳，彰显着饱满的生命力。冰窗花没有生命，它的盛开也没有固定的时段，甚至它的出现都伴随着刺骨的寒冷，但我依然被它的美所吸引。冰窗花透明、纯粹、不惹杂质，大大方方向世人展示着固有的通透。如果花草可比喻人的品性，那这冰窗花所拥有的，又何尝不是一种令人向往的品格呢？

大家V微语

量人之尺

□程新兵

●尺子种类繁多，除了测物之尺，还有量人之尺。

●以尺量人比较难。难在握尺者坚持标准，别出情感，难在量人之尺，需始终如一。若尺子的刻度前后不一，标准因人而异，那么量出来的结果自然会失真跑偏，有失公允，也难以服众。

●虽然理论上是千人有千尺，但自古以来便有一些量人标尺，可供借鉴。

●战国时期的谋圣鬼谷子留有四句名言：君臣之间观其忠惠，父子之间观其慈孝，兄弟之间观其和友，朋友之间观其信义。

●吕氏春秋论人，将量人用八观六验来对标。八观是：通、贵、富、听、止、习、穷、贱。六验是：喜乐怒，惧哀苦。

城市笔记

情绪一把火

□佚名

前几天我去市里办事，路过小商品批发市场，买了个暖风扇。卖暖风扇的胖老板态度和蔼，告诉我一月包换、半年保修。我拿回家用了一天，发现暖风扇摆头时响声很大，隔天有朋友正好开车去市里，我就搭她的车准备去换一台。

见我带着暖风扇回到店内，坐在柜台内的胖老板沉着脸。我把暖风扇递给店员，和他说明原因后要求换一台，结果店员让我去问老板，我只好硬着头皮又把情况跟胖老板说了一下，谁知他却说：“放那里吧，一会儿给你修一下。”我一听就火了：“买的时候你承诺一月包换，现在才买了两天，就不给换了？”

胖老板一摆手，说：“啥时候这么说过？给你修一下就不错了，又不是不能用。”

我忙拿出单据让他看，上面明明写着一月包换。胖老板说坏了才包换，不是说无条件包换，“爱修不修，随你的便。”“以为你是诚信经营，可你如此解决问题，那我只好找消协了。”我也强硬起来。“打吧，哪个协会来我也不怕。”胖老板一副死猪不怕开水烫的样子。

眼看无解，吃亏的将是自己，我便话风急转，说起软话：“老板，我刚才的语气太急，你多包涵！放这里修的话我还得再跑一趟来取。路这么远，倒4次车才能到。你看看能否考虑换一台？如果实在为难，我也不修了，将就用吧。”没想到胖老板神情马上缓和下来，长舒口气解释道：“刚才这是我的问题。昨晚和老婆吵架了，她赌气一夜未归，今早也没来店里，手机还关机，我越想越烦……对不起，给你换一台。”

谈天说地

芋头的味道

□于杰

我的家乡是山东的胶东半岛。在老家，每年冬天，炖芋头必不可少。芋头是哪来的，什么时间来的，我没有考证，但从记事起，每年冬天都有芋头吃。可以说，芋头在我的家乡的冬天是不可缺少的——烧着吃，煮着吃，炖着吃，各种各样的吃法，每每想起来都要口水直流——但二十多年异乡生活的稀释，那种味道似乎越来越淡了；能想起来的只有画面了，妈妈打开灶上大铁锅的锅盖，白色的蒸汽马上罩住整个灶间，透出浓浓的香气，老远就能闻到猪肉炖芋头的香气。如今这种感觉只能在记忆里回味了。

前几天，小弟回老家，老娘给带回了些家乡的时令特产。小弟给我送来。打开袋子，必不可少的芋头映入眼帘——刚从地里刨回来的，还带着湿湿的泥。看着袋子里的芋头不由想起儿时的味道，眼睛有些湿润。在胶东半岛，传统做法就是饅（方言，跟炖一个意思）芋头。农村的下午，地里农活不忙，住在周围的婶婶阿姨聚在一起，每人手里拎一个篮子，篮子里装着芋头还有一个盆。大家凑在一起，一边张家李家短地聊天，一边刮芋头。她们一般都用一块碎玻璃片噌噌刮着芋头皮。于是，傍晚的乡村，走到哪里都飘着一股炖芋头的香气。

看着袋子里的芋头，想起了远在老家的妈妈，想起老家的味道，突然有想炖芋头的冲动——没有玻璃片就用勺子把，我开始刮起芋头皮，准备做一次五花肉炖芋头。妻儿像所有的天津人一样，对于芋头的理解就是蒸熟了蘸白糖吃。对于我的做法不屑一顾——当然，他们体会不到其中的幸福与快乐，还有那种浓浓的家的味道。

芋头刮完，白白的，滑滑的，切块儿，洗干净；大葱炆锅，五花肉煸炒，将芋头倒进锅里，翻炒锅里的芋头，加入一些茼蒿，加水，炖。慢慢地，真的透出了浓浓的跟小时候一样的炖芋头的味道——仿佛我又回到了小时候，回到了年轻的妈妈的跟前。

出锅，端到桌上，没想到吃得最欢的是妻儿。我喜欢这样的感觉，我告诉儿子老家的味道。看着妻儿狼吞虎咽的样子，我仿佛看到妈妈坐在旁边，看我们吃芋头——脸上洋溢着幸福而满足的笑容。我再一次感觉到了家乡的味道，感觉到了家的味道，感觉到妈妈就在身边的味道。

打了个电话给二老，再听他们唠唠叨叨，微信视频让他们看一看他们一直疼爱的孙子，也让他们看了看我炖的芋头。妈妈笑了，开心地笑了。