

· 岁月悠悠 ·

母亲的嘱咐

■狄火 勤 文

49年上海刚解放,父亲就把母亲和我们接到了上海,住在定海路的简屋群里。母亲常对我们说,这儿虽然很艰苦,夏天要逃到定海桥上去乘凉,但这儿的人心地很善良。有一次她不小心把钥匙丢进了家门前的小河里,一个年轻人马上下河帮她捞了上来,连口水也没喝。扫盲班的老师们耐心地教母亲识字,从夏天一直教到秋天,帮母亲脱了文盲帽,母亲总会对我讲起老师们的美丽和善良。

50年代初,我们搬进了长白新村,这让母亲不住地感激政府。那时生活很简约,但很安定。当我们生命开始拔节生长的时候,最先爱上的是田野和泥土。春天的时候,母亲带我们去田野挖荠菜、挑马兰头。秋天的时候,母亲带着我们去采野草籽,回来替我们每人塞了一个小枕头。母亲告诉我们,泥土里什么都有,什么都愿意给你,它的心最厚实、最善良。母亲从农村来,她知道泥土的好处。

58年解放妇女劳动力,母亲被招

进了十七棉,安排在托儿所。她看到那么多娃娃躺在一只只浅绿的小床里,母爱使她爱上了这份辛苦的工作,她把一个个孩子当作了自己的孩子。其中有一个小娃娃,大约由于体质太弱,整天哭闹,要抱着哄才行。她的妈妈也是一脸憔悴,说晚上也是哭到天亮,贴什么“天皇皇,地皇皇”的红纸也没用。母亲安慰她放心去工作,再想想办法。母亲想到了正在放小学暑假的我,琢磨把我拉差去哄那个娃娃。正是玩耍的季节,知道我肯定不乐意,就柔声对我说:“你权当多一个小妹妹,帮我带带她。”从此我每天跟母亲一起上班,专门照看那个哭叫不停的小娃娃。为了不影响其他孩子,母亲让我抱着她坐在外面走廊的条凳上,嘱咐了几句,就去忙她的事情去了。

我看了看小娃娃,她也正看着我,不哭了。我不由得笑了,她手脚舞动了几下,再一会儿就在我的摇晃中睡着了。醒着的时候,我对她做怪脸,她就笑得很可爱。中午,她妈妈看到孩子正安静地睡在我的手臂弯

· 旅游日记 ·

日韩购物记

■周彭 虔 文

报名参加韩国济州岛和日本福冈游轮游之后,我们夫妻就商定,家里吃住用的东西一应俱全,决不买任何东西,只是去看看玩玩。

但最后,我们食言了,竟也抱回几样或真或假、用得着或许用不着的东西。

这完全“归功”于福冈当地的导游。

那天,离船上岸,登上当地的接送车。接待我们的当地导游是一个眉清目秀的女子,她站在车门前,很谦恭地迎接每一个游客,“爷叔”“大妈”“大姐”“帅哥”“美女”,叫得每一位游客喜笑颜开。

她的开场白更让我们对她加深了好感:“我是东北人,来日本留学10多年了,后来嫁给了一个‘鬼子’,生了一个‘小鬼子’,我已符合加入日本国籍的条件,但我没有,我还想有一天带着‘小鬼子’回到家乡去呢。”在介绍了福冈的一些风土人情后,她话锋一转:“在日本,矿泉水千万不用买,因为所有地方的自来水,包括厕所的水都是可以直接喝的。但牛奶倒是值得买的,比国内便宜不少。”这话让人感到太贴心了。

接着,她从随身带着的大包里拿出一个瓶子,上面印着花花绿绿的文字,很神秘地说:“有人知道这是什么吗?这就是让‘老鬼子’长寿、青年人健壮、女孩子漂亮、孩子们聪明的‘酵素’。”当有人表示“知道”时,她立即郑重其事地给以忠告:“自制酵素可千万吃不得,那无异于吃毒药。只有日本的酵素最正宗。我原来也是个胖子,现在怎么样?”我想,这一番现身说法,又让不少人把“酵素”列入了“搜货”的名单吧。

“美女导游”喝了一口水,又很贴心地说:“很多人都买马桶盖带回去,我真诚地劝大家,绝对不要买。为什么?因为中国的水质不行,会堵塞喷水嘴,修都无处修。但电饭锅却是值得买的。”接着她就如数家珍地介绍了各种牌子电饭锅的特点和价位。看她讲得唇干舌燥的样子,绝对是一个称职的推销专家。

看着许多人被她说过,跃跃欲试

里,说:“小弟弟,谢谢你了,我这是第一回放下心来。”我觉得像得一枚军功章。她又去谢母亲、谢所长。那天与母亲一起下班时,母亲揉着我的背问我:“明天还来吗?”见我点了点头,就说:“能帮着点别人,就记着去帮。”就凭母亲这句话,我干了整整一个月义工。

开学的时候,她妈妈特地上门送给我一本很漂亮的笔记本,记得第一页上印的名人名言:“善良是一盏灯,点亮别人的时候,也照亮了自己。”

那个年代,每家都有三四个孩子,有些比较困难的家庭常常会在关饷前几天就接不上趟了。她们知道母亲善良,就悄悄地求母亲借。我们家其实也不宽裕,四个孩子加一个爷爷要吃饭,但母亲总是会尽量帮她们想办法。有时实在借不出钱,就从米缸里挖点米救救急。母亲说,那些困难人家都是善良人,守信用,写在纸上的不如放在心里的结实。她们有时会用其他方式帮助我们,当后来母亲去世时,她们流着泪帮助我们料理了所有的后事。

有一首诗写得好:把母亲水灵灵的嘱咐/掐一段放在阳光下/晒干装进小小的旅行袋/饥时嚼一点/渴时嚼一点/一小段晒干的话儿/嚼它需要我一生的时间。

护肤灵”,一会儿又说一款小包适合我们的气质,直至我们花几万日元买了盒“超美水”和其它几样东西,她才再去“照顾”其他游客了。说实话,我们是工薪阶层,从无奢侈举动,花几千元买东西,总要反复掂量,但这次却极“豪爽”地“一掷千金”,莫非是中了邪?而且,怎么就忘了,刚上车时,车内呛人的气味实在令人难以忍受,难道司机就没想到放个有神效的“超美水”吗?

第二天,到了韩国济州岛。导游是一个韩国中年男子。中文说得蛮顺畅,只是不太了解中国的国情和中国人的心理。如“一人抬头,众人望天”的从众心理,“追高抑低,捧场藐差”的追风心理。他一张口介绍济州风情,就说济州岛本是囚徒流放之地,经济不发达,生活水平较低,这两年发展旅游,经济才稍有起色。一席话说得“济州岛”在我们心中的形象矮了三分。他也介绍了几种商品,但没说得唾沫横飞,让你心动不已,不买就好像吃了亏。在泰迪熊博物馆,虽然展品琳琅满目,但无一个讲解员,任由游客自行观看;卖品部只有一个收银员,也不招揽生意。而济州岛的“免税店”,跟我们的商店无异,有四层楼面,面朝大街,人来车往。

从福冈回来后,看到11月9日《新华每日电讯》的一篇文章,主人公于10月2日在日本福冈购物的遭遇与我们如出一辙,所不同的是,他们的导游生了两个“小鬼子”,我们的导游生了一个“小鬼子”;她买了较多的东西,其中的“植物酵素”和“深海鱼油”除字不一样,外包装几乎一样,打开一看,两种东西的内包装和瓶子都一样。“植物酵素”和“深海鱼油”竟然成了双胞胎!原来,这些导游讲得情真意切、既富煽动性又很体贴关心,再加逼、压、吓的讲演都有同一个“剧本”,他们声嘶力竭宣称的“鬼子无假货”,或许在只有当地人购物的商店是真的,但在专为中国人开设的“免税店”呢?专为中国人“私人定制”的商品呢?

列宁说过,那个在市场上叫得最响的人,正是想把最次的货物推销出去的人。善良的人总是以己大度之心,度他人之腹。在信誓旦旦的宣言面前,失去应有的警惕;对并不高明的雕虫小技,失去辨别能力,看来,“害人之心不可有,防人之心不可无”的训条,任何时候都不能忘啊!



如歌 ■刘东林

· 意犹未尽 ·

“优雅而聪明”的意大利制造

■李涵 文

美没有极限,人对美的追求也不止步。行在意大利,时刻可以感受美的气息:通透的蓝天,可以极目远眺的地平线;红瓦橙墙的历史建筑与现代建筑并排而立;美术馆的油画与雕像诉说着几个世纪来艺术家的人文追求……

这些还远远不够,对艺术与美的追求深深流淌在意大利人的血液之中,参观 Carpanelli classic 高端家具工厂令我近距离观察“意大利制造”,也为这种在工业时代坚持纯手工制作的生产方式感慨不已。

进入车间,偌大的工厂车间正在制作薄木拼花工艺的只有两位老艺人,一位老伯踩着巨大的“缝纫机”,一双大手摁住厚厚的画满花纹的薄木板,轻盈地移动木板,沿着花纹走线,缝纫机发出“哒哒哒”的响声。原来高级家具花纹是“缝出来”的。为了给整个图案增添光影透视的效果,一位老妇人手里拿着一沓“缝好的”薄木树叶,用长镊子将一片一片的树叶斜插入热砂盆中,将树叶底部晕染,火候、晕染层次也就她本人能够掌握了。

手工制作的特点在于创造性和个性化,个人风格差异明显,跟机器制作出的千篇一律不一样,每一件作品都是制作者潺潺心灵的回响。那份执着而持久的精益求精的专注凝聚着非同一般的匠人精神。Carpanelli 成立于1919年至今已有百年历史,使用珍贵木材,打造奢侈顶级家具,是家具品牌中的 LV。

整个过程让人想起中国的漆器。古时制作一个漆器胚胎,大约需要2年,然后再雕刻、打磨,一件普通漆器出炉需历时5年之久。雕刻、打磨的时间也要掌握好,要在漆层软硬度刚好的时候,急不得也慢不来。数百层的刷漆,一刀刻错,前功尽弃。用这样精细的工艺与漫长的等待制成一件器物,是手工艺者对于制作器物朝圣般的热爱,出炉的那一刻,灵魂便刻入器物之中变成艺术化

的存在。我在浙江省博物馆漆器馆中看到她的馆藏“大明隆庆年制”款剔红双龙戏珠纹碗,被其精湛的雕工漆工所倾倒,馆内设有多媒体细细讲述其制作工艺的繁复,可见意大利匠人也深谙“慢工出细活”之道。

意大利人出了名的“慢”。米兰大教堂从1386年开始建造,1965年完工,历经5个世纪,堪称“慢工出细活”的极致代表,建成后的米兰大教堂是世界上最大的哥特式建筑,壮丽惊艳,置身其脚下如同身在童话世界。这种人类建筑史和艺术史上的杰作可以横跨5个世纪来共同完成,让人想起我们的长城的修建。

智能机器时代技术创新层出不穷,每个人都可以在别人设计的APP里消耗人生,但手工产品包裹着生活的热度,匠人精神就是对手工艺和材料追求的极致。意大利诞生了太多艺术化品牌:Gucci,菲拉格慕,Prada,法拉利,兰博基尼,阿玛尼,费列罗,杜卡迪……品牌王国不是一天建成的,依赖于其深入民族血液中的匠人精神和艺术化审美。

佛罗伦萨盛产手工皮具,随便进路边貌不惊人的皮具小店便有100年以上的历史。当现代工业文明轰隆隆驶过世界每一个角落时,还有这样坚持手工制作与家庭作坊式方式诞生于欧洲工业文明发源地,看着老板那怡然自得的脸庞,那传承的自豪感溢于言表。对于拥有最多的奢侈品牌的意大利来说,他试图想对世人传达的,不是包包和鞋子本身,而是那种生活方式,而他们自己也在这种“优雅而聪明”的生活方式中怡然自得,而所谓名品,就是匠人精神下磨练多年把其变成艺术品。

看到一则新闻,说是2014年来自中国的对欧投资之中,英国第一,意大利第二,国人越来越关注中小企业居多的意大利制造,因为意大利制造的真正价值在于其创造力和好创意。这不意外,在工业社会会带来工业产品成本降低的同时,以手工艺为上追求产品创意和个性化价值必然会重新得到认可和青睐。