



我跟吴亮认识四十多年了,我叫他“老吴亮”。在他看来,我不懂他赖以吃饭的理论,不懂他深一脚浅一脚踏入的美术,不懂他业余喜欢的唱歌,甚至不会打麻将,实在有极少共同点。我是很喜欢跟他说话的,他也不逃避我。当然,他更喜欢跟程德培说话,他们曾面对面坐在一个阳台搭建的小屋子上班。他好像只有对程德培比较谦虚,被数落时一笑再笑。程德培很宠他,说起“这只大头鬼”也是眉开眼笑。德公有时会为吴亮抱屈:“阿拉吴亮啥时候这样求过人?”是的,我也想不起来他啥时候求过人。

生日快乐啊老吴亮

陈村

吴亮的本业是写文学批评,当过理论刊物的副主编和主编。他让人印象深刻的是为先锋派呐喊,真正的先锋一如既往。他写一个面向自我的艺术家和友人的对话。他擅长自问自答



扫一扫,关注“夜光杯”

春色三月,阎华老师邀我去行知读书会参加城市美育日活动,讲讲春天的诗。近些年都在教初中语文,于是就把课本里关于春天的诗梳理了一遍。读诗到底有什么用?我在《老师的一半是妈妈》一书中,写过许多关于读诗的文章。彼时我带着女儿参加了东方卫视“诗书中华”节目,五岁的女儿是最小的选手,那个和着莫扎特的“小星星变奏曲”,唱诵韩愈《春雪》的小女孩,梳着两个发髻,在春三月,在曲水流觞中,去赴一场诗书的盛宴。当时她很多字还不认识,很多诗词都是唱着学会的。走下“诗书中华”的舞台后,她读书学习,慢慢长大。我不知道那个春天,在她的小心灵里播下的诗的种子,将来会有什么用,直到四五年级的时候,在她的作文中出现这样一段:

我说过很佩服吴亮。我们都是日日在论坛泡着,他最终用写在论坛的看似鸡零狗碎的文字出版了几本书,我则一事无成。吴亮曾要我贴在小众菜园的《性笔记》整理一下给他

时候,千年前的诗人便会唱着诗歌,来到我们面前,告诉我们:“你并不孤单”。而小时候背过的那些诗词,像是看不懂的画面,存在心里,像个收藏室。等到了某一天,遇到了某片风景,有了某种心情,就会忽然打开收藏室的门,突然读懂了那阙词,看懂了那幅画。那就是穿越了千年的心意相通,是我们这个民族的文化密码。

在春天读诗

王荣

去年女儿小学毕业,考入理想的梦校。因为路途迢迢,她申请了住宿,11岁的孩子,就开始独立了。她怕黑,怕走那段从教室回宿舍的路,但某天抬头看到月亮,一路伴随,她就不再害怕了。晚上她也会在宿舍的阳台上看月亮,她说,因为我和妈妈看的是同一轮明月。

除了妈妈,我还是老师。2018年,我在思南读书会做新书分享的时候,一个毕业多年的女生来到现场,现场演唱了一首柳永的《蝶恋花》,那是初二时她用《甄嬛传》主题曲演绎的,当时我的激动之情真是无法言表。现在这个女孩子做了一名语文老师,也在为她的学生们播下诗的种子。

还有一位学生,初中时担任大队主席,被评为市优秀少先队员,中考考入四校,但很遗憾高考失利了,当时她给我打电话哭了很久,最后我跟她说,记得我教给你们的东坡诗词吗?去读读看……后来这个女生事业很成功,结婚时我还去担任证婚人……

无论是赞美自然之美,表达对生命的热爱,还是抒发个人的情感和哲思,诗歌让我们在纷扰的生活里,依旧能够触摸到大自然的温柔和生命的闪光。在这个姹紫嫣红的季节,就让我们一起播下诗的种子,让心中生发出美的感悟,也在生活中寻找简单的美好。

从小爱看喜剧,沪上剧场以本地“土特产”滑稽戏演出为主。时逢改革开放春潮初涌,姚慕双、周柏春、杨华生、笑嘻嘻等老演员枯树生花,纷纷复出,老剧新戏绽放舞台,“说噱做唱”笑逐颜开,给我的童年生活平添了几多快乐。

那时跟着父母看戏,开演之前,剧院门口常有戏单售卖,几分钱一份,袖珍的仅巴掌大小,大开本的如同新民晚报,剧情梗概、演职员表、唱词对白等包罗万象。我总是缠着大人买上一份,看过戏后回家还能细细咀嚼,戏梦重温。就这样集腋成裘,手头的喜剧类戏单渐成规模,后来又从网上拾遗补阙,搜罗了不少老戏单。闲来翻翻,落纸烟云,仿佛能够拼接出一段异彩纷呈的申城滑稽戏发展简史。

记得第一次入剧院看滑稽戏,就在解放剧场,姚慕双、周柏春及“双字辈”复演的《满园春色》,笑得我前俯后仰,由此拥有了第一份戏单。这部反映服务行业新风尚的剧目,幽默隽永,堪称经典。话说剧组进京演出时,时任国务院副总理陈毅观摩后上台接见演员,饶有风趣地模仿剧中4号服务员的口头禅赞曰:“伟大,伟大,你们搞了一出社会主义

的杂志,那帖子成了烂尾楼,我怕麻烦没做。他受在弄堂网写《繁花》的金字澄启发,化名隆巴耶也去那里写下长篇《朝霞》。我隔两天去帮他贴帖子的字号放大大,便于浏览。那是一部好小说。

吴亮写文章的风格是一挥而就”。程德培写一个人,要将这个人的所有作品都读一遍,巴不得有更多的材料。吴亮不耐烦,这个天才用鼻子

闻一下就知道是香的还是馊的。他的文字,华丽、浑厚、雄辩,杀得兴起时,所到之处片甲不留。他不屑与众雷同,他开风气之先,他认定形式即内容。看他的回忆录,写上世纪八十年代就那么一段段小事,前言不搭后语,但堆积起来,比他人正经的叙事更能看出那个时代。他走得太快,太不在主干道上,太不肯违心去捧场,所以提到他的人不少,但专门来评论他的人不多。有他存在,文学批评更像一个学术工作。后来他转身去写画评,画家们以被他评论为荣。

日子很快。还记得吴亮五十大寿的聚会,那时他女儿还在妈妈的肚子里。后来吴亮带女儿来我家下棋,小朋友的身高和棋都长得很快。记得吴亮和程德培过来,我们三个人谈文学的事情,《上海文学》的小林做记录,文本发在杂志上。很早时候他笑说:你写我,要写得看起来讲我坏话,其实是好话。几年前在思南读书会,他对我说:我今天就不讲话了,我现在不讲话。他经常记不起一些词了,造句有麻烦。我跟他说了,我老了之后也会忘词,尤其是名词。什么都能记起,但某人的名字无论如何想不起,有时要去网上搜索一下。他现在独自住在画家们的工作室近旁,他们陪伴他照顾他。诗人王小龙有时去看他,接他出来跟大家吃个饭。前些天以春天为由头吃饭,我们喝白酒吴亮喝黄酒,席间他讲了较长的一段话,清晰地说了自己的设想。我应该录

建设习近平文化思想最佳实践必须要强化理论武装,特别要做好习近平新时代中国特色社会主义思想的学习、研究和宣传,推动上海更好打造习近平新时代中国特色社会主义思想的学习高地、研究高地、宣传高地。从打造理论宣传高地来说,打响理论宣讲品牌就成为了重要任务。

2014年上海市宣讲师团成立时,我就有幸成为首批成员,那时还是副教授,真正是上海宣传战线的一个新兵,此后几乎参加了上海市宣讲师团组织的所有重大宣讲活动,如对党的十九大的宣讲、党的二十大的宣讲、党史宣讲,等等。每一次重大宣讲,宣讲团不仅准备统一的讲稿,而且还请有经验的专家做示范。上海市宣讲师团为做好理论宣讲做了大量组织、指导工作,是打响上海宣讲品牌的重要组织,本身也是上海一张宣讲品牌。

我所在的单位上海市党校(行政学院)也打响了一些宣讲品牌。例如,在组织党的十九大的宣讲时,我们选择了十九个讲题,精挑细选了十九位有研究且会宣

的滑稽戏。”无意中发觉,我收藏的戏单封面为淡紫色首印版,伴随剧作连连公演,又陆续添印了粉绿色、橘红色、湖蓝色戏单,加之我苦心觅得的早期玫瑰色漫画版戏单,聚集一堂,姹紫嫣红,真的是“满园春色”啊。

戏单虽小,乾坤无限。老底子的戏单,非同凡响,很多为名家设计。蜜蜂滑稽剧团改编自老舍原著的《西望长安》,戏单插图就请叶浅予挥毫,大公滑稽剧团久演不衰的《七十二家房客》,人物造型即由张乐平绘制,严顺开主演的《阿Q正传》,海报及戏单均出自丁聪的手笔,戴敦邦亦曾为《海上第一家》《明珠争宝》等滑稽戏人物造像……走出拨乱反正年代,戏单逐步摆脱白底红字的“简单直接粗暴”样貌,显得创意满满,别具匠心:《白相城隍庙》的封面仿若一扇可以开启的城门,《两厢情愿》恰似一份红火吉庆的喜帖,《OK股票》完全跟股票认购证“拷贝不走样”,令人爱不释手。

少了纸质符号,许多记忆似乎无从附着。泛黄的戏单蕴含着丰富的时代信息,透露出特殊年月的际遇风云。新中国建立初期的滑

稽戏《老账房》配合“三反”“五反”运动,打击偷税漏税现象,戏单上赫然印有“继续抗美援朝,厉行增产节约,彻底改造思想”字样;《出色的答案》讲述科研人员排除万难迎来科学春天的故事,刊头引用了叶剑英元帅的诗词:“攻城不怕坚,攻书莫畏难,科学有险阻,苦战能过关”;宣传计划生育题材的《好事体》戏单,当然要把“只生一个好”喊得震天响……凡此种种,不一而足。

商品经济方兴未艾,戏单一隅着答答出现的广告也蛮有看头:“肥儿灵”“人参蜂皇浆”“洞天长春膏”“第2春高级护肤霜”“真优美冷烫精”“航天冰晶”“飞跃电视机”等等,这些早已消失的国民品牌,在掀起一波“回忆杀”的同时,也见证了百姓生活的沧桑变迁。

说起来,彼时滑稽戏能够风光一时,除了本土原创能力不俗,还善于“拿来主义”,从古中外姐妹艺术的借鉴移植里汲取养分。诸如《阿Q正传》系根据田汉、许幸之两个版本的话剧剧本改编而成,《小山到上海》取材话剧《夜店》《上海屋檐下》,《荒唐之家》的灵感源于莫扎特《费加罗

的婚礼》,《活菩萨》为莫里哀《伪君子》的本土化演绎,《孝顺儿子》《真情假意》《出租的新娘》均有评弹开篇的影子。追本溯源,戏单里一目了然。

虽说眼下滑稽戏式微,但当年在长三角乃至全国的影响力却是无与伦比的,一些外地文艺团体纷纷在戏单上注明“向上海曲艺剧团学习剧目”。颇有意思的是,滑稽戏《阿混新传》面世后,盛况空前,不仅珠江电影制片厂将之搬上了大银幕,而且北京、江苏、广东、河南、甘肃、新疆、青海等地艺术团体相继“择善而从”,广东话剧团分别演出了普通话与广州话两个版本,河南豫剧团、青海剧团亦粉墨登台,未知“西皮流水二黄”里的阿混究竟是何种腔调?一番搜寻,我的收藏册里呈现了八个“阿混”喜相逢的谐趣景观。

时过境迁,之后的新戏单越印越精美,惜乎剧目质量每况愈下,我已基本不进剧场看滑稽戏了。收藏戏如人生,不过聚散之间。听说上海图书馆正向社会征集上海滩戏单文献,“独乐乐莫如众乐乐”,我就把这份久藏的喜剧情怀统统捐出去吧。

“戏”上加喜

黄沂海

震天响……凡此种种,不一而足。商品经济方兴未艾,戏单一隅着答答出现的广告也蛮有看头:“肥儿灵”“人参蜂皇浆”“洞天长春膏”“第2春高级护肤霜”“真优美冷烫精”“航天冰晶”“飞跃电视机”等等,这些早已消失的国民品牌,在掀起一波“回忆杀”的同时,也见证了百姓生活的沧桑变迁。

说起来,彼时滑稽戏能够风光一时,除了本土原创能力不俗,还善于“拿来主义”,从古中外姐妹艺术的借鉴移植里汲取养分。诸如《阿Q正传》系根据田汉、许幸之两个版本的话剧剧本改编而成,《小山到上海》取材话剧《夜店》《上海屋檐下》,《荒唐之家》的灵感源于莫扎特《费加罗

的婚礼》,《活菩萨》为莫里哀《伪君子》的本土化演绎,《孝顺儿子》《真情假意》《出租的新娘》均有评弹开篇的影子。追本溯源,戏单里一目了然。

虽说眼下滑稽戏式微,但当年在长三角乃至全国的影响力却是无与伦比的,一些外地文艺团体纷纷在戏单上注明“向上海曲艺剧团学习剧目”。颇有意思的是,滑稽戏《阿混新传》面世后,盛况空前,不仅珠江电影制片厂将之搬上了大银幕,而且北京、江苏、广东、河南、甘肃、新疆、青海等地艺术团体相继“择善而从”,广东话剧团分别演出了普通话与广州话两个版本,河南豫剧团、青海剧团亦粉墨登台,未知“西皮流水二黄”里的阿混究竟是何种腔调?一番搜寻,我的收藏册里呈现了八个“阿混”喜相逢的谐趣景观。

时过境迁,之后的新戏单越印越精美,惜乎剧目质量每况愈下,我已基本不进剧场看滑稽戏了。收藏戏如人生,不过聚散之间。听说上海图书馆正向社会征集上海滩戏单文献,“独乐乐莫如众乐乐”,我就把这份久藏的喜剧情怀统统捐出去吧。

建设习近平文化思想最佳实践必须要强化理论武装,特别要做好习近平新时代中国特色社会主义思想的学习、研究和宣传,推动上海更好打造习近平新时代中国特色社会主义思想的学习高地、研究高地、宣传高地。从打造理论宣传高地来说,打响理论宣讲品牌就成为了重要任务。

2014年上海市宣讲师团成立时,我就有幸成为首批成员,那时还是副教授,真正是上海宣传战线的一个新兵,此后几乎参加了上海市宣讲师团组织的所有重大宣讲活动,如对党的十九大的宣讲、党的二十大的宣讲、党史宣讲,等等。每一次重大宣讲,宣讲团不仅准备统一的讲稿,而且还请有经验的专家做示范。上海市宣讲师团为做好理论宣讲做了大量组织、指导工作,是打响上海宣讲品牌的重要组织,本身也是上海一张宣讲品牌。

我所在的单位上海市党校(行政学院)也打响了一些宣讲品牌。例如,在组织党的十九大的宣讲时,我们选择了十九个讲题,精挑细选了十九位有研究且会宣

讲的专家,推出“十九大精神十九人”全媒体党课这一品牌,引发上海乃至全国党员干部的关注。党的二十大之后,延续这一品牌,推出了“二十大精神二十人讲”全媒体党课。据不完全统计,各重点网站和新媒体平台总点击量已超过千万。团队还以全媒体党课为蓝本,公开出版《新思想领航新征程》一书,形成“主题出版+党课”纸网联动的叠加效应,该书已入选“世纪好书”2023年7月榜。“二十大精神二十人讲”宣讲团荣获2023年基层理论宣讲先进集体。

打响理论宣讲品牌要坚持用学术讲政治,尤其对广大党员干部的宣讲,引用的资料、案例、数据都要有权威出处且准确无误。理论宣讲是“讲政治”,首要的前提是“讲得准”,绝对不能为了所谓的“效果”而“信口开河”,但也不能用政治讲政治。宣讲内容绝不是照本宣科,唱高调、说空话,而是要结合具体实践,运用自己的研究专长,讲深讲透马克思主义中国化时

代化的最新成果,讲清楚讲明白习近平新时代中国特色社会主义思想所蕴含的道理、学理和哲理。马克思说:“理论只要彻底,就能说服人。”真正的理论宣讲家一定会用理论的逻辑说服人,而不会用空头的政治口号吓唬人。

打响理论宣讲品牌,必须要针对不同的对象,采取不同的形式分众化宣讲。例如,当前关于习近平新时代中国特色社会主义思想的宣讲中,我们必须紧紧围绕上海建设习近平文化思想最佳实践地这一新时代新征程上海文化建设的使命,对领导干部要强调落实好意识形态责任制,而对一般的党员和群众要强调从“垃圾分类就是新时尚”“光盘行动”等小事入手加强精神文明建设。如果对一般的党员和群众强调落实好意识形态责任制,那就脱离了实际,起不到好的宣讲效果。(上海市委党校科学社会主义教研部主任、教授)



1986年11月20日,吴亮在孔子墓前

音才对。我这里有个录音是程德培谈自己来历的一段话,很珍贵。这种时候不常有,记一下就是历史。

一些词记不起来不要紧,只要我们还在,尚能喝酒尚能笑笑。四月二十七日,展览《漫长的瞬间——吴亮和他的朋

友们在上海斑驳艺术中心开幕了,他有画家送他的许多画,朋友写给他的许多信,他还问起1999年画我的那张漫画,要我找出来发给他。按我们中国人的算法,那天是吴亮的七十大寿。生日快乐啊老吴亮!

(2024.4.19)

打响品牌,打造高地

陈方刘

体党课。据不完全统计,各重点网站和新媒体平台总点击量已超过千万。团队还以全媒体党课为蓝本,公开出版《新思想领航新征程》一书,形成“主题出版+党课”纸网联动的叠加效应,该书已入选“世纪好书”2023年7月榜。“二十大精神二十人讲”宣讲团荣获2023年基层理论宣讲先进集体。

打响理论宣讲品牌要坚持用学术讲政治,尤其对广大党员干部的宣讲,引用的资料、案例、数据都要有权威出处且准确无误。理论宣讲是“讲政治”,首要的前提是“讲得准”,绝对不能为了所谓的“效果”而“信口开河”,但也不能用政治讲政治。宣讲内容绝不是照本宣科,唱高调、说空话,而是要结合具体实践,运用自己的研究专长,讲深讲透马克思主义中国化时

十日谈
我看上海文化品牌
责编:朱光 吴南瑶
红色文化是这座国际化大都市最重要的品牌,最鲜亮的名片。