

# 王立群

# 智解成语

①

王立群——著



中原出版传媒集团  
大地传媒

大象出版社


王立群

智解成语

王立群——著

中原出版传媒集团  
大地传媒

---

 大象出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

王立群智解成语. 1/王立群著. —郑州:大象出版社, 2014. 4  
ISBN 978 - 7 - 5347 - 7353 - 2

I. ①王… II. ①王… III. ①汉语—成语—通俗读物  
IV. ①H136.3 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 050294 号

## 王立群智解成语 ①

王立群 著

---

出版人 王刘纯  
书名题字 王刘纯  
责任编辑 邵培松  
实习编辑 刘丽娜  
责任校对 张迎娟 裴红燕  
封面设计 王莉娟  
版式设计 张帆

---

出版发行 大象出版社(郑州市开元路 16 号 邮政编码 450044)  
发行科 0371 - 63863551 总编室 0371 - 63863572  
网 址 www.daxiang.cn  
印 刷 河南新华印刷集团有限公司  
经 销 各地新华书店经销  
开 本 787 × 1092 1/16  
印 张 14.75  
字 数 164 千字  
版 次 2014 年 6 月第 1 版 2014 年 6 月第 1 次印刷  
定 价 25.00 元  
若发现印、装质量问题,影响阅读,请与承印厂联系调换。  
印厂地址 郑州市经五路 12 号  
邮政编码 450002 电话 (0371)65957860 - 351



言有尽而  
意无穷

2009年11月,美国总统奥巴马访华,在上海科技馆发表演讲。在谈到中美关系时,奥巴马引用了中国成语:“温故而知新”。其实,这不是美国领导人访华时第一次引用中国的成语了。前总统里根曾经引用“天涯若比邻”“二人同心,其利断金”“宾至如归”,布什曾用过“前人栽树,后人乘凉”,克林顿曾用过“大道之行也,天下为公”,小布什曾用过“民为邦本”,诸如此类,不一而足。国外领导人访华,引用中国成语最多的可能要数韩国总统朴槿惠了。2013年6月,她在清华大学的一次演讲中,多次引用了中国的成语:“一年之计,莫如树谷;十年之计,莫如树木;终身之计,莫如树

人”“君子之道，譬如行远必自迩，譬如登高必自卑”“非淡泊无以明志，非宁静无以致远”“自强不息”“厚德载物”。这些名言警句，生成于中国古代，凝练为汉语成语，成为现代汉语不可或缺的组成部分。国外的政要为什么对汉语成语如此热衷呢？

第一，汉语成语是汉语中最具民族特色的部分。

汉语成语与中华民族的历史背景、自然环境、经济生活、文化传统、风俗习惯、心理状态都是密切关联的，具有强烈的民族色彩。有些成语，烙上了中华民族的历史印迹，如“纸上谈兵”“围魏救赵”“三顾茅庐”等等，几乎每一个成语的背后，都是一段中华民族的历史缩影；有些成语，展示了中华民族所处的地理环境，如“逐鹿中原”“逼上梁山”“邯郸学步”“洛阳纸贵”“一叶障目，不见泰山”等等，这些成语中的地点，是中华民族生于斯、长于斯的地方；有些成语，体现了中华民族的生产状况、生活条件，如“雨后春笋”“日上三竿”“滥竽充数”“箪食瓢饮”等等，这些成语中蕴含的某些信息，反映了中华民族生产、生活的点点滴滴；有些成语，渗透着中华民族的文化传统，如“文房四宝”“高山流水”“举棋不定”“入木三分”“画龙点睛”等等，这是中华民族传统文化的结晶。诸如此类，举不胜举。因为成语最能体现汉语语言的民族特色，国外的政要访华演讲时才会尽其所能地引用成语。试想一下，演讲者面对的是中国的听众，运用最具中华民族特色的成语，自然而然地能够营造一种亲和力，无形之中缩小了彼此的隔阂，拉近了彼此之间的距离，取得意想不到的效果。

第二，汉语成语具有强大的表现力。

从形式上看,汉语成语有三个字的,有五至十二个字的,最多的甚至有十六个字的,但这类成语总体数量极少,四字成语是最多的。虽然只是如此简短的几个汉字,但是,其意义绝非几个字的字面意思那么简单,每一个成语的背后,都蕴含着无比丰富的内容。成语中有故事,“开天辟地”是中华民族对世界生成过程的认识。“一鼓作气”是两国战争中的战略智慧。“鸿门宴”是酒宴上的剑拔弩张、逶迤周旋,决定了未来的时局与发展。成语中有哲理,“己所不欲,勿施于人”“和而不同”,包含着人与人之间、国与国之间和谐共处、发展双赢的金规玉律,仍然适用于今天。“揠苗助长”告诫我们要尊重事物自身的规律,不能急于求成。“刻舟求剑”则启示我们看问题必须用发展的眼光。成语中有人生经验,“亡羊补牢”,人不可能不犯错,有了过失,必须及时补救。“百闻不如一见”,唯有实践才出真知。“一日三省”,这是成功者的箴言。成语中有形象,“掩耳盗铃”的滑稽,“叶公好龙”的虚伪,“郑人买履”的愚蠢,“指鹿为马”的专横狡诈,“图穷匕见”的惊心动魄,无不历历在目。成语中有知识,成语中有文化,成语无所不包。所以说,如果能够巧妙地运用成语,必能画龙点睛,充分发挥语言的表现力,不仅能够增加演讲的说服力,而且使内容更为丰富多彩、生动活泼,发人深省。

第三,准确地使用成语是一个人具有良好文化修养的标志。

汉语成语是最具民族特色的、最富表现力的,也是汉语中较难学习掌握的部分。面对成语,最难的地方不在于你不认识,而是认识每一个字,却不知它在说什么。不了解成语,不熟悉成语,不会

准确地运用成语,就永远体验不到汉语语言的独特魅力,就只能徘徊在汉语的大门之外,不能登堂入室,也就不可能真正渗透到汉语文化的内核,不可能深入了解中华文化。反之,无论是在日常生活的言谈中,还是在文学、学术的作品里,如果能准确巧妙地运用成语,不但能够彰显自己的文化修养,凸显自己的幽默风趣,而且还能够展示自己“高大上”的文化品位。这也是为什么国外的政要在华演讲时想法设法使用成语的重要原因之一。

成语是一扇窗口。通过这扇窗口,我们能够重温中华民族几千年来的兴衰存亡、艰苦卓绝的历史足迹。成语是一条道路,通过这条道路,我们能够感受中华传统文化的绵延不绝,丰富多彩。成语是一部巨著,阅读这部巨著,我们能够体验、学习、继承、发展祖先的人生经验、聪明智慧。成语是一面大海,徜徉在成语的海洋中,我们能够感受到中华文化的博大精深、源远流长!

王立群

2014年3月于北京

目  
录

## 一、成语是如何炼成的 ..... 1

汉语是世界上最丰富的语言之一。成语是汉语中最能表现民族语言特色的部分。成语中蕴含着无比丰富的中华传统文化：成语是历史的缩影，成语是民族文化浓缩的结晶，成语是祖先丰富智慧的光芒，成语是前人生活经验的累积。可以这么说，不了解成语，不熟悉成语，不会准确地运用成语，就不可能真正感受到汉语强大的表现力，就永远体验不到汉语语言的独特魅力，就只能一直徘徊在汉语的大门之外。既然成语有如此重要的功能，那么我们不禁要问，成语到底是怎样的语言片段呢？成语是怎么“成”的呢？



“成语”一词的形成 .....	2
“成语”的“成” .....	4
成语的生成来源 .....	8

## 二、舌尖上的成语 .....

民以食为天,吃喝是人最基本的生理需要,是人得以生存、延续的基础。爱吃是人的天性。那些特别爱吃的人,现在被称为“吃货”。现在的生活条件好了,人们对吃也特别讲究,食不厌精,脍不厌细,从各方面满足着自己的味蕾。打开电视看一看,几乎每一家电视台都有一档关于吃的栏目。中国历史悠久,在吃文化方面,保存了不少文献。我们从成语的角度,来讲几个古代的“吃故事”。

食指大动、染指于鼎——因为吃 .....	17
各自为政——还是因为吃 .....	21
不食周粟——人活着不光只为吃 .....	25
墙间乞余——舌尖上的悲哀 .....	27

## 三、梦里乾坤 .....

俗话说:“日有所思,夜有所梦。”每个人都有思想,所以人人都会做梦。艺术家因为梦激发出创作灵感,方术之士通过梦来预测未来的吉凶,普通人因为梦人生平添了几许色彩。梦无论怎么奇特,总是与现实世界有联系的,是现实世界的一种特殊的曲折反映。在历史的沉积中,梦亦无处不在。现代汉语中,有一些成语,就源自古人的梦,与梦有密切的关系。

病入膏肓:梦即现实 .....	31
-----------------	----

庄周梦蝶:纠缠不清的梦与现实 .....	34
南柯一梦、黄粱一梦:现实没有梦中寻 .....	35
痴人说梦:多闻阙疑 .....	39

#### 四、时间都去哪儿了..... 41

2014年的央视春晚,有一首朴实的歌曲,以平凡的语句、舒缓的旋律,诉说了岁月流转中的普通故事。“门前老树长新芽,院里枯木又开花,半生存了好多话,藏进了满头白发。”“时间都去哪儿了?还没好好感受年轻就老了,生儿养女一辈子,满脑子都是孩子哭了笑了。”歌曲在不经意的旋律流淌中,一下子触动了所有观众的心弦,成为这年春晚最火的歌曲。这首朴实感人的歌曲名字叫《时间都去哪儿了》。这首词不惊人、曲不激烈的歌曲,为什么竟然如此震撼人心呢?

时间究竟是什么 .....	42
确定的时间与不确定的心理 .....	47
一个起点 两种态度 .....	52

#### 五、如何做一个好父亲..... 55

春节期间,中央电视台以“家风是什么”为题,在全国许多地方连续进行了采访报道。这个活动传播了正能量,也引起人们对家风内涵的进一步思考。与此同时,媒体报道了好几起校园投毒案,以及层出不穷的各类“坑爹”事件,促使我们对教育这个问题追问、反思。不少人将关注的目光投向了古代,试图从祖先的智慧中汲取经验教训。汉语成语中有哪些育子成语呢?我们从中有何借鉴呢?

“孺子牛”的尴尬 .....	56
什么是爱 .....	59
爱你并不是很容易的事 .....	62
言传身教 .....	66

## 六、寻找包青天 .....

71

在“十官九贪”的封建社会，清官是凤毛麟角、寥若晨星的，正所谓“物以稀为贵”，于是，百姓们虚构出了众多的青天大老爷，他们“铁面无私辨忠奸”，他们是“定盘的星”，寄托着百姓心中的信仰与期待。任何虚构都是有现实基础的，中国古代的清官以其高风亮节彰显着官场正气。“反腐”与“倡廉”是相互关联的两个方面，在对贪官进行揭露的同时，学习清官的高风亮节亦是必要之举。那么，中国有哪些清正廉洁的成语？从中我们可以感悟出哪些反腐文化呢？

不贪为宝 .....	72
“两袖清风”与“两袖铜臭” .....	75
“一意孤行”的坚守 .....	78
借我一双慧眼 .....	81

## 七、“老虎”与“苍蝇” .....

85

2013年1月22日，习近平总书记在十八届中央纪委第二次全体会议上讲话时提出：“要坚持‘老虎’‘苍蝇’一起打，既坚决查处领导干部违纪违法案件，又切实解决发生在群众身边的不正之风和腐败问题。”这一行动开启了新时期的反腐工程。一年多来，一批省部级高官纷纷落马，显示

了政府猛打老虎的决心与信心,使得贪官望而生畏,百姓拍手叫好。那么,中国成语中有哪些与“老虎”“苍蝇”有关的成语?“老虎”“苍蝇”为何该打?

乌纱的诱惑 .....	86
有利可图 .....	89
贪官之“贪” .....	95

## 八、诚信的力量 .....

102

诚实守信是人类最古老的道德准则,是中华民族的一个优良传统。但在今天,这一向来被奉为圭臬的传统道德像一座遍体鳞伤、备受侵蚀的大堤,正面临前所未有的冲击和考验。不讲真话、不守信用、没有信誉、弄虚作假司空见惯,我们正面临着—场信任危机。

“三季”的承诺 .....	102
立木为信 .....	106
食言而肥 .....	112

## 九、感恩的心 .....

116

知恩图报是中国自古以来的优良传统,也是一个人基本的人格修养。父母的养育之恩、师友的提携之情,这自不必言,智障儿童身边的圆梦人,老人摔倒后素不相识的人伸出的一双手,下雨天陌路人的一把雨伞,挫折时一句鼓励的话语,无一不是心中最感动的瞬间,传递出的是铭记一生的温暖。中国成语是中国文化的载体,“知恩图报”自然是成语家庭的重要一员,那么,中国成语中有哪些经典的感恩成语呢?它们背后又有着怎样

的精彩故事呢？

结草衔环 .....	117
一饭千金 .....	120
知恩图报 .....	124

## 十、让读书成为一种生活方式 ..... 128

先是有人统计，中国人年均读书 0.7 本，与韩国的人均 7 本、日本的人均 40 本、俄罗斯的人均 55 本相比，中国人的阅读量少得可怜（雅虎读书，2012 年 10 月 9 日）。接着，有新数据指出，北欧国家人均年阅读量达到 24 本，而我国年人均阅读量仅为 6 本。后来，又有人研究说，按照严谨的国际阅读率比较研究显示，韩国国民人均阅读量约为每年 11 本，法国约为 8.4 本，日本为 8.4—8.5 本，美国约为 8.7 本。2012 年，我国 18—70 周岁国民人均纸质图书的阅读量为 4.39 本，与 2011 年的 4.35 本相比基本持平（《中国人的阅读现状》，《东方今报》2013 年 10 月 17 日）。尽管这些数据不很确切，但根据这些数据，可以肯定的一点是：中国人的人均阅读量是非常低的。中国人真的不读书吗？

中国人是有阅读的习惯的 .....	129
读书究竟为了什么 .....	136
没空，忙着呢 .....	140

## 十一、安得广厦千万间 ..... 144

无论是古代还是现代，房子都是一个大问题。“家”这个汉字，上面的部首“宀(mián)”，本身就是房子的意思。我们的祖先，从树上下

来以后,房子自然而然地成了一个首先要解决的问题,在古人眼中,有房子住才算有家。在现代人的生活中,房子更是被视为人生大事,是重中之重,更有甚者,将是否有房作为择偶的重要标准,甚至是唯一标准。在最近的几十年中,住房问题更是民生持续关注的热点与焦点,“蚁族”“蜗居”这些新词语,都是对现实居住问题的真实反映。房子这个大问题,成语中也有不同程度的体现。

居大不易 .....	145
瓮牖绳枢 .....	150
美轮美奂 钩心斗角 .....	154
根深蒂固的住房观念 .....	158

## 十二、老有所依 .....

160

按照通行的国际标准,一个国家 60 岁以上的人口占总人口比例达到 10%,或者 65 岁以上人口占总人口比例达到 7%,就意味着这个国家进入老龄化。按照这个标准,中国自 2000 年就已经进入老龄化社会,而且老龄化程度日趋严重,截至 2013 年年底,我国 60 周岁及以上人口占总人口的 14.9%,65 周岁及以上人口占总人口的 9.7%,这个比例还在逐年增长。老龄化严重,生育率低,谁来养活中国,谁来赡养老人,越来越成为当下中国的重大社会问题。前段时间,电视剧《老有所依》上映之后引起了强烈的社会反响,根本原因在于它真实反映了当下社会养老的困境。那么,中国古代是如何对待养老这个社会问题的?

风树之悲:子欲养而亲不待 .....	161
尊老养老 天经地义 .....	163
怎样尽孝 .....	168

国家在养老中的角色 ..... 173

### 十三、都是追星惹的祸 ..... 175

“我也看《来自星星的你》”，“我也追美剧”，这些话语最近似乎特别流行。其实，每个人都有自己的喜好，每个人心目中都有效仿、崇拜的对象，并自觉不自觉地受其影响，关注他，模仿他，追逐他。这种行为我们称之为“追星”，这本是很正常的心理，无可厚非，也无需大惊小怪。然而，任何事情都有一个度，现代某些追星族往往跨越了这个度，尤其是近些年盛行的“哈韩”“哈日”，对明星的崇拜与夸张的“追”，已经接近疯狂的程度，这让“追星”成为饱受争议的话题。事实上，“追星”本不是什么新鲜的事，这种活动古已有之，虽然古代的传媒没今天这般发达，但追星的心理与狂热古今是一致的，这在汉语成语中就有反映。

余音绕梁 三日不绝 ..... 176

东施效颦 掷果盈车 ..... 179

画虎不成反类狗 ..... 183

看杀卫玠 ..... 187

邹缨齐紫 邯郸学步 矮子看戏 ..... 188

### 十四、包装界的怪象 ..... 191

市场经济时代，竞争激烈，市场上出现了一种怪现象：包装越来越精美奢华，一个赛一个地“高大上”；包装越来越圆润丰满，一个赛一个地“白富美”；包装层层叠叠，越来越像俄罗斯套娃。买个商品如寻宝

般神秘,在满身贵气的包装面前,商品只有自惭形秽的份儿了。这种怪象已经成为司空见惯之事,月饼、保健品、茶叶、酒、化妆品等等莫不如此。殊不知,在它们欣赏自己华丽妆容的同时,白色污染、商业欺诈、奢侈浮靡悄悄来临,慢慢地侵蚀着社会的肌体。那么,包装界的怪象在成语世界中有着怎样的描述?我们又该如何面对呢?

买椟还珠:喧宾夺主的买卖 .....	192
名不副实:挂羊头卖狗肉的买卖 .....	197
反裘负薪:皮之不存毛将焉附的教训 .....	200
文质彬彬:相得益彰的启示 .....	203

## 十五、雾里看花 .....

2013年评选的网络年度十大热词之中,“雾霾”名列其中,许多人早上打开手机必看的便是当日的PM2.5指数是否“爆表”。与雾霾相应,沙尘肆虐、江水污染、饮用水达不到指标、青山变荒山,无一不是大自然发出的严重警告,无一不在提醒着环境污染的危害。在与人类生活息息相关的环境污染背后,不是大自然的肆意妄为,而是人类无视自然的必然后果。那么,在中国成语当中,有哪些与环境有关的成语?从中我们是否可以得到治理环境污染的启示呢?

天朗气清、山清水秀:遗失的美好 .....	206
不毛之地、不食之地:永远的痛 .....	209
竭泽而渔、焚蕪而田:作死的节奏 .....	212
治丝益棼、抱薪救火:不要做迷途的羔羊 .....	216



## 一、成语是如何炼成的

汉语是世界上最丰富的语言之一。成语是汉语中最能表现民族语言特色的部分。成语中蕴含着无比丰富的中华传统文化：成语是历史的缩影，成语是民族文化浓缩的结晶，成语是祖先丰富智慧的光芒，成语是前人生活经验的累积。可以这么说，不了解成语，不熟悉成语，不会准确地运用成语，就不可能真正感受到汉语强大的表现力，就永远体验不到汉语语言的独特魅力，就只能一直徘徊在汉语的大门之外。既然成语有如此重要的功能，那么我们不禁要问，成语到底是怎样的语言片段呢？成语是怎么“成”的呢？