

# 镜头在延伸

社会问题纪  
实文学精选

# 镜头在延伸

罗天鹏 詹继放 主编



四川民族  
出版社

## 透视社会的x光（序）

这或许是人类社会发展的**重要规律**，相反相成。请看，城市兴起繁荣，社会发展变化，带给芸芸众生富裕文明的同时，不也带来令人烦恼促人解决的社会问题，尤其是在那社会急剧变革的时期！倘若我们把观察的镜头伸向广袤的社会生活领域，肯定会惊讶地发现，人生大舞台竟有那么多复杂纷纭的现象和问题，就会毫不迟疑地去研究和探讨广泛的社会问题，剖析和反映普遍的社会现象，揭露和鞭挞丑陋的社会痼疾，说明和揭示社会群体在历史变革时期发生的行为和观念嬗变。因为我们是社会一分子，社会的发展和进步是我们共同的愿望。

新闻工作者历来都对反映社会问题表现出极大兴趣。遗憾的是，较长时期以来读者所看到的问题性社会新闻，主要还局限于对某个具体事件、具体现象进行述评。人们不满足，希望能看到更为科学地、透彻地反映那些带有普遍意义的社会现象和问题的文章。新闻工作者为此如芒在背并努力了。《四川日报》副刊《社会服务》版也开始了自己的探索。它开辟一个名叫“社会透视”的专栏，力图通过对大量同类社会现象、同种现实事物的报道和评述来表现一个主

题，而不是孤立地反映某个事物、某种现象、某个问题，从而给人以材料翔实、力透纸背的感受。有人认为它既从内容上给深度报道的分类增加了品种，又从写作上为传统报道形式拓宽了路子。究其之得宠于读者，大概在于以社会伦理道德为基础，维护正常社会生活，弘扬社会主义道德规范；题材则涉及无所不包的社会生活，群众关注的社会热点，诸如城市问题、农村问题、婚姻问题、消费问题、农民进城务工现象等等。当然还有促使不少读者期期剪报长期保存的另一个原因：这些文章注重文采，很讲究描述的生动性和思辩的哲理性，在全面、准确地反映问题的同时，尽量不让人产生味同嚼蜡的干巴巴感觉。许多读者至今还津津乐道着：反映个体户现象的《个体冲击波》，批评计划生育中不良现象的《来自羞涩王国的报告——关于领取避孕药具的透视》，鞭挞社会陋习的《通向地府的高消费——焚化品》，维护消费者合法权益的《错位的上帝》，以及系列报道《来自进城农民的报告》……

本书系从“社会透视”专栏撷英而集，刊载时间起自1988年初，止于1990年底。对其文体，也许有人称通讯，也许有人称报告文学、新闻大特写。我们认为，它是兼具通讯和报告文学的基本特点及要求——新闻性、文学性、完整性、政论性，但又的确有别于传统意义上的通讯和报告文学。结论如何，尚待读者作评。即便有人说它“四不象”也没关系，只要大多数读者接受并喜欢就可以了。好在本书出版过程中传来消息：“社会透视”专栏被评为1990年度四川省报纸副刊好作品一等奖、1990年度四川省好新闻一等奖。这，或许可为本书读者评价时提供支持性佐证吧？

不知是否有人会提问，反映社会问题不就是专揭社会阴暗面吗？我们说，揭露社会阴暗面只是反映社会问题的一个方面，一种方式；何况问题并不在揭露与否，而在于是否为揭露而揭露，为诋毁社会主义而揭露。倘能做到维护社会主义制度的尊严，通过揭露、批评而最终达到消除痼疾、解决问题，推动社会健康发展，党和人民会不欢迎这种善意的“揭露”和批评吗？读完此书，相信读者定当疑窦冰释，自有公论。

尽管书中反映的社会问题，有些在今天已不成其为问题，甚至也不再为人们所关注、所津津乐道；但作为社会曾经发生过的一段历史，我们还是把它保留下来，供读者回味、反思。

罗天鹏 詹继放

一九九一年元月



## 目 录

透视社会的X光(序) .....	( 1 )
洋货图腾 .....	詹继放 ( 1 )
带菌的征订单 .....	丁 艾 ( 8 )
个体冲击波 .....	段德天 ( 13 )
个体世界(上、中、下) .....	雷健 牛泊 ( 26 )
大杂楼:都市新课题 .....	詹继放 ( 44 )
走火入魔的广告礼品 .....	易旭东 ( 50 )
咖啡厅的负效应 .....	吴 浪 ( 55 )
伴舞女郎的是是非非 .....	詹继放 ( 61 )
迷人的霓虹灯下 .....	姚 易 ( 68 )
迷信:游荡着的幽灵 .....	罗天鹏 ( 73 )
丧葬风——社会生活中的“百慕大三角” .....	陈松云 范肇华 ( 79 )
通向地府的高消费——焚化品 .....	谭 华 ( 84 )
扑朔迷离的第二职业 .....	雷 健 ( 89 )
“地下运输线”冲击波 .....	易旭东 ( 95 )
跟着感觉走 .....	杨智云 ( 100 )
徘徊在摄制组的幽灵 .....	詹继放 ( 106 )

DA162/09

集邮弥漫铜腥	刘传建	(112)
蓉城少儿“学琴热”	姚易	(118)
“盆地”里的火锅	徐宁	(124)
错位的“上帝”	詹继放	(131)
省城近郊的“偷生”现象	龙德瑛 段德天	(137)
闹市区的“黄金屋”大战	李显福	(143)
都市里的“租界”(上、下)	龚建平	(148)
半公半私的“铁老板”	易旭东	(158)
啊，大集体人	杨智云	(164)
养熊大战忧思录	刘长青	(170)
兰花梦	王泽林	(175)
酿酒勿需“热”	云帆	(180)
川牌的诱惑	蒋代明	(186)
书摊上的“性冲击”	马忠	(191)
成渝列车上的小商贩	王周群	(197)
喜忧参半说广告	詹继放	(202)
流动人口“大潮汐”	易旭东	(208)
都市里的工匠	李有智 姚易	(215)
走进都市的农家女	温月 马忠	(221)
误将都市作课堂	段德天	(227)
沉重的镜片	杨文	(232)
化妆品：彩色的旋风	詹继放	(238)
富裕的“贫困代”	易旭东	(244)
来自羞涩王国的报告	刘长青	(250)
零花钱哪去了	傅尹	(255)
驾乘座下的“漏洞”	龚建平	(260)

炒爷和旅游外汇·····	詹继放	( 266 )
粮票，负重呻吟·····	赖新蜀	( 271 )
众说纷纭的川女远嫁·····	刘长青	( 277 )
娃娃虽小竟定亲·····	余冰 文飞	( 281 )
狭窄的通婚圈·····	刘长青	( 286 )
瞧这些媒婆们·····	刘长青	( 290 )
分手在黄昏·····	詹继放	( 295 )
酒患·····	杨 文	( 301 )
中国烟草忧·····	晓 晓	( 306 )
奖券啊，奖券·····	温月 马忠	( 311 )
保姆市场，解不开的怪圈·····	李显福	( 317 )
私营货车何处去？·····	谢 萌	( 322 )
农村讲台闹“女荒”·····	唐禄清	( 327 )
第二犯罪：浪费·····	詹继放	( 332 )
“自费大学生”咏叹调·····	杨 文	( 338 )
走私旧装：市场上的一股黑流·····	谢成才	( 343 )
误入怪圈的都市夜生活·····	易旭东	( 348 )
这些建筑包工头·····	蔚 然	( 354 )
悄然形成的大军·····	米均建 邓国良	( 359 )
“阴阳裂变”后的“小太阳”·····	高九云	( 365 )
五彩斑斓的社会活动·····	方 琦	( 370 )

# 洋货图腾

唐继放

“……最重要的一条是，在经济得到可喜发展、人民生活水平得到改善的情况下，没有告诉人民，包括共产党员在内，应该保持艰苦奋斗的传统。”

——邓小平

## 洋风席卷黄土地

洋货，从未象今天这样受到人们的青睐，它象一股旋风，席卷了我们脚下这块古老的黄土地，并在脆弱的消费市场出足了风头。一时间，洋货呈现“无所不在”的势头。

公允地说，我们所进口的洋货，质量大多不错。然而，许多人之所以欣赏洋货，主要并不在于它的使用价值，而在于一种畸变了的心理需求。在好些人眼里，有没有、有多少洋消费品已成了“富有”、“有本事”的标志。成都发动机公司一位姓吕的青工不久前结婚时就因为新房里全是“国产



货”（尽管不乏进口生产线组装的），而在有的来宾眼中家庭“档次”大大降低，甚至为之扼腕叹息。

国产货并非都不好，但它缺乏洋货那种“特殊功能”，于是生活在黄土地上的众多人们对洋货消费的需求便迅猛膨胀。有关资料表明：我国早已成为世界头号香烟生产国，但每年仍需进口大量洋烟，且一年比一年多，如1988年上半年就比1987年同期增长68%以上；当我国机电行业对机械手表、电子表、电冰箱、吸尘器、空调器等产品的生产能力已经超过市场需求时，1988年全国仍花去14320万美元从国外进口这类产品。到了今年，虽说中央三令五申严格限制高档消费品成品的进口，但据海关统计，在1988年彩电、显像管、录（放）像机、摩托车等消费品比1987年增长近一倍的情况下，1989年仍有大幅度增长，录（放）像机增加1.7倍，照相机增加90%，彩电、摩托车增加2倍。我国的外汇出现了难以承受的状况。

图腾，原始人认为跟本氏族有血缘关系的某种动物或自然物，一般用做本氏族的标志，并成为崇拜的对象。部分消费者的唯洋货独尊，视为消费图腾，无疑对洋货冲击波的形成起到了推波助澜的作用。“爱琪美”、“诗丽姬”、“夏士莲”、“梦丹娜”、“可口可乐”……大到彩电、冰箱、空调，小到香水、香皂、指甲油，数不胜数的洋商品比比皆是。有的人在一阵龇牙咧嘴的“阵痛”后，差不多成了“洋人”，诚如一首打油诗所说：头顶“巴拿马”，腿跨“雅马哈”，腕戴“西铁城”，手拎“美能达”……全身舶来品，着装早洋化。

在这些人眼中，具不具备经济条件，所购洋货对家庭、个

人是否适用、必要，只是一个很次要、甚至可以不考虑的问题。

在对洋货的盲目崇拜中，在洋货旋风的冲击下，曾长期被誉为中华民族优良传统的“艰苦奋斗”黯然失色，甚至被许多人可悲地“遗弃”了。

## 贫困的洋货“信徒”

近几年，当高消费被誉为“时髦”，当洋货冲击市场之时，好些人有意无意地忽略了这样一个事实：我们还相当贫穷，对于刚刚摆脱温饱困扰的大多数中国人来说，他们的经济能力远未达到使用187元一小瓶香水、100元一条香烟、300余元一件T恤衫、500多元一双皮鞋、2000多元一套西装的地步，因此，仅就国家和个人的实际情况而言，“勤俭”、“朴素”的传统美德在相当长一段时间内也还不敢丢，“过几年紧日子”的号召更非“危言耸听”。否则，部分人便难免演出一幕幕让人啼笑皆非的俗剧——

札记一：成都某医院一位女护士的“嗜好”之一，便是手拿一瓶香水在同事面前似抱怨更似不平地“诉苦”：“你们看，就这么一点都要136元，还不因为是法国的！顶国产几十瓶呢。可用国产的吧，怎么也不习惯……”就是这位“用不惯”国产香水的护士，那瓶容量仅为几十毫升的洋香水已用了半年多还没用到1/3。有人奇怪，法国香水那么耐用？

札记二：老张是某音乐茶座的常客，每次都只喝那杯免费提供的“清茶”，据称是对“雀巢”、“可乐”一类高档

饮料“腻了”。人家可不是“穷”呵，你瞧，每次他面前的小桌上总扔有一包刚启封的“健牌”一类的高级洋烟。不过稍留心一些就会发现，他好象对洋烟也“腻了”，抽烟时总会悄悄地从贴身的衣兜里另掏一支。

札记三：某机关干部小王，结婚两年小家庭布置已跑步越过“小康”线，据说小夫妻正为日产G33录像机而作最后冲刺。今年春天，机关去龙泉山植树，他足下那双价值200多元的美国“耐克”高级运动鞋格外引人注目。不料植树中他却突然昏倒在地，不省人事。医生诊断说“主要原因是营养不良，体质虚弱……”

……

“唉！何苦呢……”人们常常会对以上现象发出一番感慨。

是呀，何苦呢。在不良社会风气影响下，部分人滋生了一种炫耀心理，他们想博得人们的羡慕称颂，想出人头地，而他们的实际收入却没有为他们提供厚实的基础。于是在公开场合，他们按照远远超过自身消费水平的标准进行消费，而在私下场合采取低标准的简陋的消费方式，甚至不惜花光积蓄，债台高筑，个别人为此走上了犯罪道路。既然要“打肿脸充胖子”，“洋相”也就注定要出了。

## 洋店洋屋与伪、准洋货

海外一位华裔名人叹息说：“真没料到，中国的生产尚

未现代化，消费却迅速现代化了！”而这种“现代化”说穿了是一种“消费幼稚病”。

对外开放以后，我们有些人不去研究发达国家高度发达的物质文明是怎样得来的，却只睁大眼睛死死盯住人家的生活方式和消费水平。他们对物质文明的追求那么性急，好象外国或港澳有的我们马上也要有，只有这样才叫跟上了现代化文明的步伐。个别人一旦拥有了几件洋货，一种阿Q式的辉煌也就油然而生。

也许是为了迎合人们的这一消费心理，前一段时期，各种模仿港澳、装潢考究的“时装屋”“礼品广场”“精品店”一类“洋店”在各种商业、服务设施大多尚处于“初级阶段”的内地城市，雨后春笋般冒出，它们一个个灯光璀璨、金碧辉煌，清一色洋商品。洋店洋屋的共同特点是：商品的价格都高得惊人。

在这里，一件衬衣可标价280元甚至更高，一双皮鞋400多元，一套“绅士”男西装3000余元，一盏看上去并不太好，材料也极一般的台灯因标有“日本产”便可卖1100元，而细铁丝上缠有丝线的一只小绒鸟只因产于国外，即标价17元……一位内行说，那种台灯如果大陆厂家生产，同样的材料、质量。成本顶多80元，再如那只微型小鸟工艺品，大陆生产厂价超过3元便能盈利……

并非国内生产不出来这些产品。一位工艺厂厂长说：“我曾派人与一些经营者联系过，你猜人家咋说？‘不是我怀疑你们造不出，关键是国产货不好卖。’”

利用部分人盲目崇拜洋货的心理，投机取巧，牟取暴利的商人腰包愈胀愈大了。成都一个时装个体户进了一批西

装,没多久货差不多都出了手,唯有20余套标价24元一套的西装一直积压。他“急中生智”在“24”后面添了一个“0”,又在价牌上写上“进口世界名牌西装”。这招很灵,20余套西装很快以每套240元的价格被一抢而光,还不时有人打听“何时再进货”?

这自然是发了“洋财”。所以在成都闹市区那条颇有名气的“贵族一条街”——科甲巷里,一字排开的数十家时装店几乎看不到“国产货”,每套(件)标价近百元乃至上千元的服装琳琅满目,花花绿绿的商标上,全写着一串串买者不明其意、卖者也稀里糊涂的洋字母。但据不久前工商、物价、税务等部门调查,这里的经营者的几乎全都违反了物价政策,至于假冒商品更是屡见不鲜。

假冒商品主要是两种,即准洋货和假洋货。所谓“准洋货”,即是指沿海那些“合资”企业的产品,大陆制做,海外商标;而“假洋货”情况便复杂得多,沿海内地都在炮制。一位个体户曾一语道破天机:反正绝大多数人根本就没见过“真正的”洋货,要糊他们很容易……一位熟悉成都“贵族一条街”的朋友告诉了这样一个“公式”:这里的“高档”时装,一般来讲成本是标价的五分之一以下,卖价则为四分之一。如果不了解这点,只会被大敲竹杠。

## 树立健康的消费风气

一位心理学家说:“健康的消费心理是文明的标志,一

个消费者的心理发展水平越高，他在消费活动中所显示的心理品质越佳。”很明显，对于洋货“无条件”的崇拜，不择手段的追求，是一种不健康消费心理的典型表现。

经济是一切的基础，“初级阶段”的人们去过“中级”甚至“高级”的生活既难以持久，又必然会伴之以一些捉襟见肘式的洋相。那些曾轰动一时的“精品店”在热闹了一阵后，半数以上悄悄关了门，“幸存”下来的，生意也日趋清淡，不也足以说明这点？

目前消费中的“幼稚病”、洋货图腾等现象，已在一定程度上影响了整个社会的消费风气。这是应当引起全社会重视的。恢复“勤俭建国、艰苦奋斗”的精神，过几年紧日子，增强民族自信心，对于我们团结一致建设四个现代化，无疑具有重大现实意义。

# 带菌的“征订单”

——信息世界的黑三角扫描

丁 艾

## 密匝匝飞来的“征订单”

每当我见到那一封封、一摞摞用专印信封寄来的“征订单”、“订货会邀请书”、“特新信息快讯”之类函件时，就会立刻犯起愁来。尽管在领导者的案头上，在办公室的废纸篓里，这些“征订单”或纸屑碎片横飞，或原封未动地躺着，然而，它还是天天在密匝匝地飞来。

笔者曾向某县邮局作过一次抽样调查：每天邮局投递的邮件和“征订单”的比例，大约为100：70，即“征订单”之类约占投递总件的45%左右。最近，笔者为了探索其久行不衰的奥秘，专事拜读了部份征订函件。诚然，这种融宣传广告和产销计划为一体的征订形式和手段，在沟通商品信息和加强产销计划等商业活动中，能起到它积极的作用。然而，读罢这些“征订单”，更多的是令人忧心忡忡，禁不住要大喝一声。

## 警惕带菌的“征订单”

### 菌毒之一：黑色的恐怖

从江西远道飞来四川的一纸现代保安用品“征订单”，所列的保安产品有：手汽枪、电击枪、麻醉枪、蒙汗药粉等。其中有这样一段骇人听闻的介绍：“麻醉枪击中凶狠的动物后，立即麻醉昏迷，一小时后方能恢复正常，该枪击人同样有效。”“蒙汗药粉放少量于酒、茶中，喝后如同死猪般任人摆布，全然不知”。

读了这些令人心惊胆颤的介绍，顿时毛骨悚然、大汗淋漓，唯恐哪天被这种“击人同样有效”的麻醉枪击中，喝下了放有蒙汗药粉的饮料。理智地想想，这些“保安用品”流入社会，岂不可能成了犯罪分子的作案凶器么？这样，我们的社会治安还有什么“保安”可言呢？

### 菌毒之二：黄色的诱惑

在那些五光十色的“征订单”中，利用“黄色的诱惑”以兜售其货者，更不鲜见。诸如什么“夫妻快乐器”、“龙凤逍遥散”、“青春乐”等，其文字低级、庸俗，不堪入目。东西是否能使人“青春常在”，天晓得！

人们大概见过八字先生和看相算命者利用男女婚姻诈骗



钱财的事吧？而时下那种现代电脑红娘觅知音的骗术，就更为绝妙高明了。有这样一则“电脑红娘”的征婚启事：“你要找位如意郎君吗？你要选名绝代佳人吗，本站把国内报刊和婚姻介绍所的求偶信息储存电脑，以最优方案选配佳偶，为你征婚。”

### 苗毒之三：白色的谎言

我省有张《招财令》小报，刊出这样一条“承包万元户”的启事，声称：“本站即日起开始承包万元户一百家，包你一年内成为万元户，要求被承包者具有初中以上文化，有流动资金2千元，凡有意者汇款300元联系。”更有甚者，还有一“最新速富绝技”启事是这样介绍的：“我站发现一珍世致富绝技，国务院、人大常委会于1987年才开始允许经营此业。只要投资几十元，年利可达几十万元。原料可谓取之不尽，用之不竭，生产工具也是家家户户都有的东西，利用业余时间，生产出十几克重的小商品，价值几十万元，不承担任何风险，不用办执照，保证20天左右能得到国家有关部门的批文（受法律保护）。愿者汇资料费50元。”然而，谎言过头即成了暴露。试问，如果真是这样，他自己不是早已成了百万富翁了么？何须这样鼓唇噪舌、劳神费力地来操此业呢？

如是谎言比比皆是。“写字治病”者说什么“治病不需药物，只需在患部写一个字，病情即消”；“口哨钥匙”者说什么“如果失落，吹口哨即能找到”等等。稍有理智的读者一看便穿，这全然是违反科学规律的一纸谎言。