

YOU MUO YIXIAA TING

HAO 吴志实 / 著



幽默 一下 挺好

华文出版社

08722

I267
186

幽默 一下 挺好



200404311

华文出版社

(京)新登字064号

责任编辑: 陆士华

封面设计: 童行侃

版式设计: 文 汇

幽默一下挺好

吴志实 著

华文出版社出版

(北京西城区府右街135号)

全国新华书店经销

北京孙中印刷厂印刷

1994年6月第1版 1994年6月第1次印刷

开本850×1168 1/32 印张7.875字数178千字

印数: 1—3000册

ISBN 7-5075-0387-9/1.78

定价: 5.60元

目 录

海边乱弹.....	(1)
读报话深浅.....	(4)
“炒人”与“炒书”.....	(7)
从旧文人的“一二三四”谈起.....	(9)
苍蝇问题.....	(12)
幽默一下挺好.....	(15)
假设.....	(17)
说“星”.....	(19)
公布一条“发财”消息.....	(22)
风味没味.....	(24)
“辞典热”也应退烧.....	(26)
“白衣天使”的誓言.....	(28)
多办几份旅游报.....	(31)
老吃点心蛋糕大鱼大肉也腻.....	(33)
务实与务虚.....	(36)
名人的苦恼与凡人的不快.....	(39)
乌鸦、喜鹊与吉祥.....	(41)
施光南的遗憾之外.....	(43)
从玩具照相机想到的.....	(46)
虽非“衙门”却尽是“老爷”.....	(48)
面对豪华.....	(51)
童心的悲哀.....	(53)
名角未必出名片.....	(55)
国货与洋货.....	(57)

202 119

“信”之于人心世道.....	(60)
钥匙与锁之关系.....	(63)
联想所及.....	(65)
权当是笑话.....	(68)
被逼无奈.....	(70)
流行和多元.....	(73)
为买东西犯难.....	(75)
从“卖两个兵马俑”说起.....	(78)
说什么好.....	(80)
稍一认真之后.....	(83)
从志怪小说谈开去.....	(86)
“望书兴叹”何时休?.....	(89)
文坛闲话.....	(91)
无美感的“美”.....	(93)
别糊弄孩子.....	(95)
话说串门拎吃的.....	(97)
与人谋“皮”.....	(99)
“报刊大战”引出的不是滋味.....	(102)
望起王昭君.....	(104)
“按图索骥”的衰落.....	(106)
不以“某某”代之又如何.....	(108)
小吃余想.....	(111)
狗患.....	(113)
我担心.....	(115)
想怎么干就怎么干.....	(117)
烦恼与算命现代化.....	(119)
名什么的多起来也真够人一呛.....	(122)

盖房之谜	(124)
由皇历说开去	(127)
闲话“评奖”	(129)
似是而非	(134)
动物是人的朋友	(133)
儿童与幽默	(135)
窝窝头效应	(137)
“忍”与“欲”	(139)
想发财，找我来	(141)
微瑕与大德	(143)
“金玉其外”种种	(145)
从“留名”“留声”想到的	(147)
浑说远与近	(149)
应该学会思想	(151)
不妙的现实与可怕的心态	(154)
名著的补写及续写	(151)
机遇与松绑	(159)
说“炒鱿鱼”	(161)
非数学的“数学问题”	(163)
四个小故事以外的文章	(165)
公平和众评	(167)
境界的滥用	(169)
“物美价廉”议	(172)
抓什么的质量	(174)
文人讨债	(176)
为街头“神医”作个广告	(179)
牢骚	(181)

“有偿”的误区	(184)
吃软与吃硬	(187)
马俊仁是经营谋略家	(189)
拭目以待	(192)
感慨“第一”	(195)
想起“冯谖弹铗”	(197)
图书节后	(200)
何以不讲“规则”	(202)
说眼光	(204)
钱与书	(206)
信息的另一面	(208)
雅玩不雅	(210)
营养补剂·减肥霜	(212)
是不是扯淡?	(214)
说“危机”	(216)
浅议官与商	(218)
从一则消息想到“三令五申”	(220)
生财诀窍	(222)
害怕另一种“热情”	(224)
“脸蛋儿”与永葆青春之道	(226)
洋威风	(228)
站着说话不腰疼	(230)
新时尚：一主二仆	(232)
莫把“领袖”庸俗化	(235)
“扫黄”与“扫封”	(237)
杂文杂说	(239)
后 记	(243)

海边乱弹

众朋友众同事多有下“海”者，站在岸边的我，心急手痒却一直没有勇气“扑通”一声。有人说“海水”是暖的，有人说冰冷刺骨，更有人说先冷后暖，总而言之，大家的感受矛盾百出，很不一样。

但有一样，无论下“海”者怎么把品尝过后的感觉告诉我，说服我也好，警告我也罢，反正我还是不敢轻易往下跳。这不往下跳，我有我的道理，绝非像下“海”者所说的或冷或暖那么简单。根据我耳闻目睹的经验来判定，那其中的苦辣酸咸……别说我受不了，就是受得了，怕是父母妻儿也不愿跟我担惊受怕，与其如此，还不如继续吃那碗粗茶淡饭。

既然我对粗茶淡饭甘之如饴，故而别人发财我也不眼红。于是自甘无能，于是又以无能之辈的眼光去看有能之辈，恰如“云端中看别人厮杀”，以局外者观局内人，其实也看出了自己的一点高明之处。有不少下“海”的成功者在谈经验之时，常不免以轻松的口吻说：“而今满地都是钱，就看你会挣不会挣。”这话乍听颇有哲理味道，成功者当然有资格夸此海口，听的人往往被煽动起情欲也正在此。只顾一点，不及其余，总是我们有些人爱犯的一个毛病。其实，当人言及得意之事时，常常忘记告诉人他不得意的事。这便是被辉煌障住了

眼。

老实讲，我何尝不想发财？只是怕这发财付出的代价太大，如果获取的不足以抵偿付出的，那么现在这个样子岂不挺好。就说近来报纸上屡见的花边报道吧。且不说“教授卖馅饼”是不是一种“观念更新”，也不论什么县市的一二把手带头摆摊设点“推动地方群众的商品意识”，更不说机关办实体，会不会带来“官商的变相回潮”，总而言之，既然要往“海”里跳，既然是“海”，就保不准会有被“淹死”的，退一步说，即使不会淹死，那么众人在“海”里瞎扑腾，不遵守水中的“游戏规则”，会不会把本来清澈的海水变成污染了的“死海”呢？

眼前有则消息，说的是开放城市烟台，竟让“地霸打跑了四川的客商”。而且这位四川辞职干部带着30人的厨师小姐队伍到烟台办饭店，还是烟台市驻京办事处介绍去的。川菜在烟台大受欢迎，却使当地的一些地头蛇不高兴，白吃白喝不说还打人，甚而其中还有戴“大盖帽”的。您说这下“海”是好玩的？一个改革开放搞得十分火红的城市尚有此怪事发生，可想而知“商品经济观念的转变”，绝不像一句下不下“海”，或是承不承认“海”那么简单。

实事求是地说，下“海”捕鱼的人毕竟还不多，更多的是在“海”边留连，捡点海菜贝壳。这些人一则观望时机，准备一跳；二则不愿两手空空，故以捡贝壳海菜为“第二职业”，为一时小补，然而这其中的利与弊也便生了出来。有人说这是好事，也有人说这事不好，再有人讲“堵”不如“导”。究竟是“禁”还是“放”，我不是预言家，不敢妄加判断，只好用一句时髦话——等着瞧。

说是“等着瞧”，其实不等也瞧个差不多。正如世间从来就

没有什么最完美的事和最完美的人一样，那就是利弊从来都是共生的。

这或许就算是我的“海”边乱弹罢。

《中国青年报》1993. 1. 12

读报话深浅

我不敢自诩为文化人，只能说由于工作需要常不免要与有文化的人打打交道。如果说“近朱者赤”，使自己耳濡目染沾上了点“文化色彩”，那么最能说明问题的，是自己习惯了每日里读书看报。

读书，这里边学问很大，自己尚在学步，没什么心得可讲，其实也没有资格讲；至于最大众化的传媒——报纸，那情况就大大地不一样了。身边手头公家给你免费订阅，不花自己的钱而为你了解国家大事、世界风云……放过此等消闲长知识的良机，实在太说不过去，于是，每日里但凡无事，手不离报。

天天看报与天天翻书的感觉是不一样的。书常常要“细嚼慢咽”，看报则不然，有时要字斟句酌地读，但更多的时候则只需横扫竖扫一过，由于熟能生巧，只这一过，便也就可以看出深浅。何为深？需细细读来的文章为深。何为浅？只一瞄便解大意的为浅。不过这只是一个方面。

从若干年自己读报的经验来看，报纸上文章的深浅，往往不在什么专版上，倒是一些新闻报道或是通讯之类的文章，只要你细细品咂，虽故作高深，其实不过寡淡如水。反之，有些不起眼的文章，倒能品出滋味。这么说，是想把所谓深浅再进

一步扩大，扩大到写这类新闻通讯报道的记者们身上。

谈深道浅的矛头对准记者们写通讯报道，其实我不是始作俑者。论及新闻报道贴近生活，深入到改革开放大潮中去的有关文章，真不知有多少。可是依我一个读者的眼光看，虽然我们报纸上的文章越来越有看头，可仍有些所谓重头的新闻报道以至通讯，让人读着萎靡不振甚而越发糊涂。糊涂的原因不在报道对象本身，是让人糊涂记者们抓新闻的出发点。不知道他们是从什么角度认为自己写的东西够得上新闻，譬如前几日的一则消息说，某市副市长挤了一趟公共汽车，知道了老百姓乘车难，晓得了公路状况差劲。这条新闻的出发点是说市长体察民情，为老百姓解决困难，其初衷不可谓不好。可让人读后却总有种令人挥之不去的困惑和疑问，那便是，正如消息告诉人们的，这条路不好走已很长时间，群众向有关部门反映情况也有许多时日，怎么这么长的时间里没有回音，怎么副市长走了一趟之后就成新闻了？照我读报之后的思路来看这件事，我以为，身为一市的主要负责人，在这条新闻中的形象是没有什么光彩可言的，虽然他走向群众中了，可是工作并不得力。如果他真的把这件事从一开始就抓起来，也不至于发展到今天这种地步，起码来说，他所管辖的有关部门是疏于职守的，不然也就不会出现他市长亲自跑下去解决问题了。

新闻的深浅往往在于人们怎么看，本来大家都觉得有价值的新闻，一旦变换一下思维方式，你便会觉得它貌似意义深刻，其实却浅得十分荒谬。我读报之余常常想，什么时候我们的记者们不再把某某部长不用公车，找搬家公司自己掏腰包搬家当作新闻满世界宣传就好了；别把某某领导吃饭怎么简朴；某某领导如何乘火车只要了一张硬席票；某某首长自己买了回菜或如何自己洗衣服当作新闻来误导读者。因为这样的新闻只要

稍一琢磨，总让人不由产生出一种说不出的感觉，好像一做了官的人总和老百姓不一样，特别是“公仆”的形象，怎么都和党所一贯倡导的对不上号。新闻的轰动效应和教育作用不但没起到，反倒让人生出许多怪想法。

事实上，有关这方面的浅尚还有许多，譬如什么“彩电村”“冰箱村”之类，再如什么“这小康那小康”等等，人民生活在改革开放中大大富裕起来毋庸置疑。但片面地以有无彩电、冰箱的多少为衡量富裕的标准，或把“小康”了没有挂在嘴边，以某几项指数来评定，那人们不禁要问，物质上的进步之外，精神上真的富裕起来了没有呢？别忘了，早有人提醒我们，富裕起来的人们中更多的则是精神上的贫乏。

对此，我们记者的眼睛和敏感应该投向何方？向什么地方开掘才有深度，而不是扫土扬尘让人们目迷茫然呢？

《中国报纸月刊》1993. 2

“炒人”与“炒书”

炒，乃饮食烹调的一种方法，如炒虾仁、炒鸡蛋；甚或炒买炒卖有价证券、外汇美钞，大约是近年的新事物，不过常听人说便也不新鲜。“炒人”与“炒书”则是在下的杜撰。

说“炒人”，并非是把人放到锅里去炒，也非炒买炒卖，而是炒“名头”。你名声大对人有吸引力，那么你就有可能被炒来炒去。武侠小说有读者，于是出版家都看好了武侠。梁羽生的武侠小说曾一度抢手，于是大家就炒起了梁羽生。炒了一段时间，金庸、和古龙又被引进大陆，大陆的武侠迷非金庸、古龙不读，于是出版家们又炒起了金庸、古龙。几本书炒来炒去不够炒，于是炒假金庸假古龙，连职业道德也不讲了。

要说现在出版界炒得最火的是林语堂和梁实秋。此二人被炒得可谓掰开揉碎，剔骨抽筋。林、梁二位名头很大，前一位是世界级的作家，后一位也是学贯中西的泰斗。说来二人早就是文章煌煌的人物，只因为思想和立场上有问题，西此几十年来大陆上的读者对他们知之不多。一旦思想和立场上的问题不至“因人废文”，而他们的文又确实让人们窥到了另一番天地和境界，并且读者日隆，出版家怎么会放过这二位？先是炒林语堂的小说，再是林语堂的小品、散文和译著，如果细细炒来还有谈生活的部分，谈女人的部分，总之只要挂上“林语堂”三个

字，炒什么都不怕没食客。对梁实秋的炒法也一样，出版家蜂拥而上，视其大名如同名牌商标。这比喻或许不够恰当，可谁又能说出版家们把林、梁二位的著作寻章摘句、乱裁乱剪成“箴言妙语”之类的玩意儿，以取悦读者或是作为赚一笔的办法，会让两位大作家的在天之灵好受呢？

“炒人”现象之外还有一种“炒书”的情况。时下“炒书”要比“炒人”尤烈十倍，炒《孙子兵法》，炒《易经》，炒《二十五史》，炒《资治通鉴》，炒过来是白话文，炒过去是文言文，忽而故事，忽而连环画，又是节选本，又是精华本。尤让人不懂的是炒《易经》，真懂的炒，假懂的也炒，似真似假，似是而非，直炒得读者如堕五里雾中。这种“炒人”与“炒书”的现象，到底还要炒多久，下面还会炒出什么新花样、新名堂，让人疑惑。

临了，想起来林语堂先生讲过的一句话，他说，国中的思想忽而复古，忽而维新，所复的是最迂腐的古，所维的是最皮毛的新。这话大约也适用于“炒人”和“炒书”现象，无论是怎么炒来，恐怕也只能炒些个迂腐和皮毛。

《中国青年报》1992. 2. 19

从旧文人的“一二三四”谈起

旧式文人，一般要具备四项条件，这四项条件为：“一团和气，两句歪诗，三斤黄酒，四季衣裳。”忘记是在哪本书上看到的这段文字，也说不上这话对旧式文人的德行概括的准确与否，总之是记住了，而且暗中玩味还觉得挺有意思。

粗粗想来，此“一二三四”作为旧式文人的“包装”也并不为过。虽然这话我似乎没有资格说，然而借题发挥一下，大约也关系不大。仍拿“一二三四”作论，果真具备上述四项条件，依我看来，那还要说是个很典型或也是个很不错的旧式文人。其实更多的时候，某个旧式文人取其一二就很不容易了。会“两句歪诗”而无“一团和气”算不算文人？无“四季衣裳”而能喝“三斤黄酒”的文人有没有？你说他做文人还不够格？我看未必就那么绝对。

其实，形式上的这种东西，往往是经不住推敲的。剃渡削发就可以为僧为尼？不削发不剃渡就不可以吃斋念佛？说起外表和形式来，实际和信仰完全可以两码事的。乞丐穿上西服坐上汽车，未必一夜之间就能改了向人“伸手”的习惯；一个说话全是“垃圾”的人，即便见他爹娘，也保不准要“他妈的”。形式这东西感人，就像商品的包装，外表花里胡哨挺让人喜欢，可是打开包装你再看，说不定全不是那么回事。因

此，看了电影《少林寺》之后，我对那句“酒肉穿肠过，佛祖心中留”印象特深。不拘形式，不讲花架子，看实际看行动，最好。

当然，必要的形式还是要讲。“包装”能讲究的还要讲究一些，表里一致更好，一旦表里不可两全，那么我个人主张似乎舍外而求内更为重要。或可再举更通俗的例子，譬如你是某领导，你该坐专车去开会而没有坐，你走到会场汗流浹背外加气喘吁吁，这没有关系。因为你还是领导，走路或是坐车并不影响你发表讲话或是作报告，你的属下并不因为你没坐汽车来就不把你看作领导了。这丝毫不会损害你或贬低你的形象，说不定没有形式的车子相随，你的形象还会适当地增高。

深入基层搞调查研究也是一个道理。深入基层搞调查研究是一种工作的形式，整日坐在办公室里，难免下情闭塞，出去走走，眼观耳听，与听汇报看材料是两种不同的感受，其感受不同，乃是往往能得到第一手的材料。可是虽然说亲睹亲听与间接听汇报和看材料有所区别，然而真深入还是假深入或半深入，于深入基层搞调查研究的形式中，是很难断定的。基层下了，调查搞了，那么后边将拿出什么名堂来？没有。那与下不下基层，搞不搞调查研究实没什么两样。或许有人会问，你这到底要说什么？那么好，咱就把话挑明了，我说的是——形式主义。

形式主义的危害至今恐怕无人不知无人不晓，可是人们知晓否，再好的事只要人们稍稍一放松警惕，形式主义的“细菌”便会乘虚而入。深入基层搞调查研究好不好？好则无疑。然而再好也不过是形式，目的是通过这种形式达到为群众办实事的目的。也许我过于纠缠形式这个问题了，可是我却又不能不纠缠，深入基层搞调查研究是领导们了解民情的好办法，于