



葛红兵

轻快的柔板

上海新批评文丛



上海新批评文丛

策划：叶觉林

轻快的柔板

葛红兵 著

花山文艺出版社



图书在版编目(CIP)数据

轻快的柔板/葛红兵著. —石家庄:花山文艺出版社,
2001

(上海新批评文丛)

ISBN 7-80673-067-2

I. 轻... II. 葛... III. 当代文学-文学评论-中
国-文集 IV. I206.7-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2001)第060595号

丛 书 名: 上海新批评文丛

书 名: 轻快的柔板

著 者: 葛红兵

策 划: 叶觉林

责任编辑: 侯福河

美术编辑: 宋丕胜

封面设计: 上海·点石设计工作室

责任校对: 齐 欣

出版发行: 花山文艺出版社(邮政编码: 050071)

(河北省石家庄市和平西路新文里8号)

网 址: <http://www.hspul.com>

E-mail: hswychs@heinfo.net

印 刷: 石家庄北方印刷厂(石家庄市柏林路7号)

经 销: 新华书店

开 本: 32

字 数: 341千字

印 张: 13.375

版 次: 2002年1月第1版

2002年1月第1次印刷

印 数: 1-5000册

书 号: ISBN 7-80673-067-2/I·041

定 价: 20.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

目 录

轻快的柔板

幽默的权利	(3)
浪漫产业	(5)
谁主宰着大众	(8)
身体盾牌	(10)
鲁迅还能替我们活多久	(14)
老男人散文与小女人散文	(19)
大众文化时代	(22)
精英主义的废墟	(27)
我看金庸和王朔之争	(30)
再谈王朔	(37)
三个问题	(41)
当代中国文学的情感状态	(46)
什么是“开放社会”	(60)
网络文学是文学发展的第三历史 阶段	(71)
新生的可能	(76)
网络文学的特征	(80)



被忽视的与被强调的	(85)
莫言的民间精神	(92)
批评的屈辱	(96)
孔子、庄子以及“知识分子”	(99)

一 些 事

希伐若的自我介绍	(105)
乡村教师的理想	(108)
琼瑶，请你放过我们	(110)
这个“手势”不太冷	(113)
乌壳虫的电话号码	(115)
《羊的门》中的施虐与受虐	(117)
《日光流年》中的耳光、下跪	(119)
凡人的文化旅游	(121)
姚先生的操劳	(123)
疯子，又一个疯子	(125)
葛朗台的意志力	(127)
癫狂的女性	(129)

一 些 人

吴晨骏	(137)
王海玲	(140)
楚尘	(144)
棉棉	(147)
小海	(153)
魏微	(155)
张执浩	(158)
朱文颖	(161)

海力洪·····	(164)
阎连科·····	(174)
西飏·····	(188)
陈家桥·····	(195)
刘继明·····	(204)

谁是我们这个世纪的大师?

鲁迅:被误读的大师·····	(219)
钱钟书:被神化的“大师”·····	(228)
金庸:被拔高的大师·····	(234)
王小波:被漠视的大师·····	(240)
沈从文:被尘封的大师·····	(246)

横眼竖看王家卫

横眼竖看王家卫·····	(253)
迷宫与泡沫·····	(255)
十个问题·····	(258)
四种意象·····	(273)
倾诉与独白·····	(287)

人言与人为

论“道”·····	(291)
论誓言·····	(293)
论告诉·····	(296)
论流言·····	(298)
论祈祷·····	(300)
论诅咒·····	(302)
论应和·····	(304)
论闲谈·····	(306)

论避讳·····	(309)
论指使·····	(313)
论对话·····	(315)
论在场·····	(317)
论言说·····	(319)
非我·····	(324)
论退场·····	(326)
论沉默·····	(328)
论孤独·····	(330)
论生成·····	(337)
论自我·····	(343)

身体笔记

身体是个人存在的本体论·····	(349)
人的社会性就是人的身体在场中的位置关系·····	(350)
为什么连上帝都必须有身体·····	(351)
上帝为什么需要人有灵魂? ·····	(353)
所谓思想就是“看”: 身体的行为 ·····	(355)
身体的交往·····	(357)
身体是义务中的义务·····	(358)
论身体是一项义务·····	(359)
这个时代人们对身体的无理由的痛恨·····	(361)
回到“我”就是回到“身体” ·····	(363)
身体的美不是灵魂所能给予的·····	(365)
论“脱” ·····	(366)
论“颤栗” ·····	(367)
自体·····	(368)

康德	(370)
伊壁鸠鲁	(373)
海涅	(374)
尼采	(376)
神对于肉身的依靠	(378)
晚明的自然人性论	(380)
激情本体论	(381)
论“浴”	(383)
柏拉图对人的身体和灵魂的分割	(384)
身体和艺术	(388)
论快感的进化	(391)
“不义”是伪道学的发明	(395)
灵魂	(397)
“道德”就是自然地是其所是	(400)
美德对于人之为本有	(402)
上帝是心灵的诞生体	(405)
幸福论	(408)
文明的进化	(411)
意识到的“心灵”	(413)
美学的问题	(414)
价值、伦理、语言	(415)
基督教	(417)
后 记	(419)

轻快的柔板

qīng kuài de róu bǎn



幽默的权利



近日读到某先生的《笑里藏污》一文，有些感想。该文举了几个例子，讲到美国国旗是非常神圣的，巴顿将军、《列宁在一九一八》是非常神圣的，烈士们是非常神圣的，南京因为曾经是中国的首都也是非常神圣的，所以电影《甲方乙方》就不应该拿这些神圣的事物来幽默，而现在的《甲方乙方》则完全是“笑里藏污”，毒害那些不明事理的青年人。

美国的国旗自然是神圣的，《笑》文中所列举的事物也可以说都是神圣的，可是，我要问，难道“神圣的事物”就不能拿来做幽默的材料吗？美国人不能幽默的东西中国人就不能幽默一下吗？事实上，这位先生可能不知道，美国人对国旗的态度是庄重的，但是当要通过法令，宣布焚烧国旗是非法的时候，美国知识分子就站起来反对了，美国人可以自愿地尊崇一个事物，但是不愿意被迫尊崇一个事物。进一步说吧，这位先生对《甲方乙方》看不惯，我想是因为这位先生把人分成神圣和卑俗两种的缘故，在这位先生看来，俗人把圣人当菩萨

供着才是正理，俗人是没有权利拿圣人来幽默的。所以，那个胖子书商只该在他的书店里卖书，是绝不应该有他的幻想的，至于幻想做什么巴顿将军就更是大逆不道了。

其实一般情况下圣人都是很随和的，圣人也是不忌讳拿自己来幽默一下的，例如，毛泽东，他就在接见外宾的时候用“去见马克思”来对自己的年老幽默一回。据说在场的人都会心地笑了，没有听说有人因此而嘲笑主席，相反大家从这个幽默中感到了主席的人格分量。这样的例子不胜枚举，“圣人”是不忌讳拿自己来幽默一回的，怕就怕在我们中的某些人自认为“卑人”，对着圣人鞠躬哈腰，在圣人面前连头也不敢抬一下，他把脑袋都给了圣人，然后自己做了没有脑袋的尾巴。他把自己的权利交给了圣人，其中甚至也包括笑的权利。

我想这位先生可能弄混了两个概念：幽默和嘲笑。幽默是一种高层次的精神活动，幽默是让别人发笑，是一种奉献、一种艺术、一种同情；而嘲笑则是取笑因而也是取消别人、漠视别人的缺陷和痛苦。所以幽默和嘲笑是不一样的，《甲方乙方》是幽默。葛优的表演是幽默，葛优长得不好看，甚至是难看的，但是他拿自己的“不好看”来表演是拿自己“幽默”给大家，这是一项崇高的艺术，这和当初他父亲的艺术还不是一回事，他父亲在那个时代是没有幽默的，那个时候“卑人”也是不允许笑的，于是那个时代葛存壮这样长相的人就只能演日寇、汉奸……他只能用自己的长相接受嘲笑。

现在，我们终于赶上了好时候，“卑人”也可以笑一笑了，可是有的人就是对“卑人”的笑看不过眼，好像“卑人”一笑，天下就大乱了，在他们的眼里，人们一提到圣人（其中包括美国的圣人，如巴顿）的名字“卑人”就应该沉静肃穆默哀，一提到攻占南京“卑人”就应该咬牙切齿两眼含泪如丧考妣才行。但是这终究是自由的年代了，某先生自己愿意这样做，没有人会反对，但是他千万别要求别人也这样做。

浪漫产业

霓虹灯、飞车族、追星族、夜幕下的红唇、卡拉 OK 乐构成了我们这个时代最意味的生活背景。所有的纪念品都是刻意修饰和用金钱制造出来的，五六十岁的老者揣着三四千元去王开照相馆拍婚纱照；十五、二十岁的恋人们千里迢迢奔向黄山、泰山、华山为的是在山巅的铁链上系一把同心锁；还有不知疲倦日日来临的“九百九十九朵玫瑰”……人们大把大把地花钱去购买浪漫，是因为浪漫实际上已经不存在，人们处心积虑地制造纪念品，试图挽住记忆，他们宁可相信一张照片、一把锁、一朵玫瑰，也不愿相信爱的永恒、情的持久、恋的娇艳会在记忆中留下不灭的痕迹。现代人的记忆就这样必须依赖相册、钥匙、花瓶来引导，否则他们一转身，也许就认不得自己的同年、青春，认不得自己的恋人、妻子，认不得曾有过的浪漫、幻想了。

害怕忘却是现代人的心理病，于是制造纪念品，让记忆、热情在相框、花瓶、铁链上定型，成为看得见的东西。不仅要让自己看得见，还要让别人也看



得见，现代人制造纪念品、制造浪漫是为了不断地提醒自己，同时也是为了表演给别人看。婚纱照、玫瑰、同心锁似乎只有有了另外一些人作为观众，发出啧啧称叹时才会成为他们自己的，也就是说他们首先得下决心使浪漫成为别人的浪漫，才能相信自己拥有了浪漫。

于是现代人之间出现了一种奇特的浪漫消费关系。欣赏别人的浪漫成了一种责任，到朋友家做客，要是不对客厅里的结婚照赞叹一番就不算合格的客人。购买浪漫让别人欣赏也成了一种义务，谈恋爱不送玫瑰会让女朋友觉得丢人，对不起女伴们的关心。

最会利用现代人的这种心理的是那些影视导演，弗朗西斯卡与罗波特在《廊桥遗梦》中尽情施展他们的浪漫爱情，他们的一言一语，一招一式都是冲着观众的眼泪而来的，当他们在银幕上大把大把地赚着观众们的眼泪时，导演、制作人们正在幕后大把大把地数着钞票。

在电影里、电视前、小说中寻寻觅觅，借别人的故事来感动自己，浪漫在这个过程中成了一种用金钱就可以买到的商品，成了一种休闲方式，少年维特们再也不用为真实存在的绿蒂痛苦自戕，“骑士侠客们”也不必为了得到“杜尔西内娅”的青睐，冒险历奇。骑士和诗人悄然隐退，剩下的是导演和制作人将浪漫用复印机复印以后批发给现代人，现代人享受着这些批发的浪漫就像在肯德基、麦当劳店里吃快餐一样津津有味。

导演们的功绩在于使人们可以不遭遇浪漫而又能细细地品味浪漫，所以浪漫成了人们可以细细品味的休闲食品，人们也不再需要亲蹈爱与恨的深渊，忍受爱火的锻炼、情海的冲刷，导演们已经将它们制作成了一碟碟精美的小菜，你只要准备一方手帕就行了。

写到这里，我得深化一下本文开头的那个观点了。因为制造浪漫出售浪漫已经成了现代社会的一大产业，人们把制造浪漫的

任务交给了那些专家，所以人们对自己制造的土里土气的浪漫也就越来越不感兴趣了，人们只会按照专家们的模式购买浪漫，如“送玫瑰”、“拍婚照”……随着现代浪漫制造业的发达，专业工作者们制作的浪漫越来越神奇、精制、美妙；随着浪漫制造业的机械化、流水线生产大大提高了浪漫工业的生产效率，浪漫在市场上的售价越来越低了，它成了一种真正的大众消费品，人们就更加懒得动手自己制作浪漫了。

现代人是爱浪漫的，但是爱的是时尚的市场出售的流行的浪漫。

谁主宰着大众

经常遇到这样的编辑：在约稿信中一再强调稿子要浅一点再浅一点，要适合大众的趣味。这“大众”到底是谁？这大众的“趣味”到底是什么样子的？它是由谁决定的呢？

它是由我们的编辑先生在他们的脑海中虚构的那个“大众”决定的，我们的编辑先生觉得这个叫“大众”的人看不懂，觉得这个叫“大众”的人听不懂，觉得这个叫“大众”的人因而也不愿意看、不愿意听，最终是不愿意买严肃的、认真的东西，所以他们针对他们心中虚构的这个“大众”而编辑他们版面，他们的编辑策略被他们自己虚构的大众左右了，而不是真实中的大众。

但是事实是他们的影响力。他们通过上面的程序将自己粗俗的、可鄙的趣味强加给了读者，——其实是他们将大众培养成了今天这种趣味的读者，可是在这过程中大众渐渐地被天然地看成了这样的人，我们以为大众本来就是这样的。

谁来对大众的趣味负责？写者到底应当适应“大众”的趣味还是应当提升“大众”的趣味？如果



真的有一个趣味已经定型了的“大众”，我们应当如何对待他们？

我在想，读者（喜欢读书、读报、读杂志甚至连街边的海报也要一一看过去的人）总是那些不读什么就感到空虚的人，“读”对于他们不仅仅是一种娱乐、一种行为，更重要的是一种生活的方式和习惯，——他们的趣味来自于他们的读物。读报的人，读书的人——首先他们是一个读者，而不是什么“大众”，“大众”当中有些人一辈子都不会完整地读完一本书（除了教科书，可是今天我们的教科书能叫书吗）。我常常想，如果不是我进入了大学，如果不是我遇到了一位好的老师，他引导我接触黑格尔、海德格尔、尼采……那么也许我今天的阅读趣味只能是“晚报”的水平，因为那样的话我只能将晚报当成我的阅读导师，在生活中，我最容易购买的，最可能读的就是晚报了，这样我的阅读趣味就只能由“晚报”决定了。这种情况下我希望“晚报”不要将就我这个“大众”的趣味，因为我实在没有什么阅读趣味可言。我希望晚报的编辑们以提升我的趣味为己任，将我培养成一个真正的读者。