

骆爽 著

文化人批判



图书馆

中国社会出版社

490

The Humorous Essays and Stories of Luo Shuang

文化人批判

骆爽 著

中国社会出版社

图书在版编目(CIP)数据

文化人批判/骆爽著.-北京:中国社会出版社,1996·8

ISBN 7-80088-855-X

I·文… II·骆… III·散文-作品综合集-中国-当代
IV·I267

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 12655 号

文化人批判

骆 爽 著

中国社会出版社出版发行

北京西城区西黄城根南街9号 邮政编码 100032

华新印刷厂印刷

各地新华书店经销

*

开本:850×1168毫米 1/32 印张:11.5 字数:270千字

1996年8月第一版 1996年8月第一次印刷

印数:1-10000册 定价:15.80元

ISBN7-80088-855-X/I·109

编辑前言

笑傲荒原

——骆爽和他的文化幽默

向 飞

骆爽，文思奇绝。

他临摹人生万象，剖析世态百丑，令人拍案惊奇。

骆爽可谓猛士，不怯于直面人生，但他用冷眼看世界。

1994年至今，他一气呵成三部批判文集：《“批判”北京人》、《批判文化人》、《文化人批判》。有读书人称他的作品为“蓝色幽默”，骆爽自称想尝试一种与众不同的表达方式。他说幽默不仅是引人发笑的，它是一种人生态度，是一种观察事物的思维方式。

骆爽的确与众不同，很是早熟，深怀前导者的情愫。

骆爽嘲讽了封闭愚昧的思维方式，洞悉话语权力运作的秘密，烛照人性的阴暗卑劣。胆识过人，文风辛辣，妙语迭出。

他对传统价值腐朽面的揭示，对拍马术、弄权术、驭人术、做官术、厚黑术的深刻剖析和鞭挞，见所未见，道人所未道。

世人鲜有对金庸武侠作品不悦者，骆爽却说“文坛无大将，金庸当先锋”。

骆爽在金庸武侠中研读出一一种救世主哲学，所谓“飞雪难天射白鹿，笑书神侠倚碧鸳”，传达的思想和社会文化心理=江湖乌托邦。金庸塑造的武林侠之大者，在人格上皆为奴才！作为年轻人，骆爽不欣赏金庸宣扬的“老年文化”，说他是“想象力奇葩怒放于骷髅之上”。骆爽提出，“武侠文化充其量只是暴力文化——流氓文化，21世纪，将是‘金庸武侠神话的终结’”。

骆爽赞赏李敖“远非伪君子可比”，但把他归为“自大狂式幽默”，并给他诊断出四大病症：自大症、自恋症、分裂症、时光错乱症，慨叹“李敖文章老始昏”。

市井风靡一时的清官刘罗锅，则被骆爽划为“清官拍马屁”之列，讽曰：

“拍中更有拍中手，还有刘墉在上头”。

对那些深怀红卫兵情结的“愤怒的中年”们，骆爽敢冒天下之大不韪而说三道四：“由一个‘青年冲锋队员’或一位缅怀红卫兵、‘文革’的狂热分子来高唱道德理想，对人类而言是巨大的讽刺”；“最为刺耳的当是有人为红卫兵招魂的声音”。骆爽的一声断喝“招魂幡为谁而飘？”，是否代表了60年代中期出生的一代人的心声呢？

还有那些大嚼“名人这块肉”的影视报刊，以鲜肉（性）和死肉（暴力）为永恒主题的狐媚传媒，也都被骆爽摆放到案桌上。

骆爽是个哲思幽深的青年。他既是一位神话终结者和文化爆破手，也不乏铁血柔情的一面。

月明星稀，乌鹊南飞。当你孤灯夜坐，心绪跟着骆爽的笔默沉淀成无声的世界，然后读他的《月光雨》：

“月光雨读不懂他写的文章，除了贫寒的作家自己，也没有多少人欣赏他；”

“他的文章无处发表，他的嘴角浮现出苦笑；”

“谁能鉴定他是天才还是庸才？”

你的思绪随之飘向远古荒蛮、中古冷酷、当代迷沼，眼前飘过一幕幕诸多史书描绘的人影，与作者共同感受那些孤独者的心跳，让灵魂洗练、静化、升华……

然而，蓦然间，骆爽又折回了他的“蓝色幽默”，透视给你一种沉重的文化反思：谢眺、范仲淹、李贺等等大师在骆爽的严峻审视下，摆脱不了传统文人的宿命，走不出农业文明忠奸贤愚伦理道德。骆爽跨越千年时空，勘破中世纪文化迷雾，向我们展示一种全新的思维方式。

骆爽笑傲荒原，风度翩翩，“为心中的爱和美而歌，为理想风餐露宿”。18世纪伟大的康德有三大批判，盛名远播，20世纪末的小青年骆爽有意无意间也写了三本批判集，虽不能与老康同日而语，却也透露一种炎炎大气，因为毕竟，康德已仙逝，骆爽正年轻。

我们愿骆爽笔耕不辍，承老黑格尔说的“这一个”来设计自己的文学之路。

骆爽的三部批判文集，都由我作责任编辑，算是一种不解之缘吧。我也时怀欠疚感，为了书上那些无奈的点缀、花边、蛇足。唯愿骆爽的笔墨绽出微笑时，世界将没有了荒原。

目 录

幽默短歌行	(1)
名人这块肉	(3)
“流行”新释	(7)
“流行人”炮制法	(9)
追杀创意	(13)
流氓与圣战者	(16)
祖国的异邦人	(18)
自由之翅	(21)
世纪的幽默	(24)
生活的尴尬与趣味	(27)
开放型读书	(30)
必读与必不读	(32)
读史使人糊涂?	(35)
哀邹容	(38)
给李敖号号脉	(41)
李敖文章老始昏	(43)
“青春无悔”与自虐	(46)
“清官”拍马术	(49)

幽默亡国?!	(52)
男人太监化,女人——?	(54)
冷眼看王朝	(56)
电视荒原	(61)

笑傲文坛 (67)

笑傲金庸	(69)
金庸武侠神话的终结	(80)
血腥的背影	(91)
招魂幡为谁而飘	(96)

古典时空 (105)

指驴为马	(107)
“学”而优则仕	(112)
我爱听虚言假语	(119)
我的帝王艺术初探	(131)
楚汉拳王争霸秘史	(141)
献“身”	(152)
人肉的宴席	(167)
来自另一星球	(183)

蓝色幽默 (195)

月光雨	(197)
-----	---------

否定者	(205)
饶舌者	(207)
仁慈	(209)
收获	(210)
喜悦	(212)
疯狂的酿酒师	(214)
皇帝圆舞曲	(216)
鹭鹭	(218)
夜莺	(220)
匠人与牧师	(222)
骄傲	(224)
女人与变态者	(226)
天才与白痴	(228)
黎明与黄昏	(231)
林凯乌斯礼赞	(234)
爱与美礼赞	(237)

异域荒蛮

复活岛	(241)
灵堂	(275)

穿越中世纪

远行	(293)
故国皇城	(304)

夜路 (314)

帝国 (333)

后 记 (358)

幽默短歌行

名人这块肉

“人怕出名猪怕壮”的时代业已结束，“人盼出名猪盼壮”的时代业已来临。在现代社会的人格市场上，人也是有品牌有价格的，正像名牌商品的商标本身就意味着一定价值，人的知名度也可以算是人的价格的一部分。你没看见，好莱坞大牌明星的片酬比初出茅庐的新秀的片酬岂止高出百倍；你没看见，书画界“泰斗大师”作品的价钱又是练字学画“新星”们望尘能及的？……在信息高度发达的社会，社会知名度是人“成就”的一部分，尽管这知名度的来路千千万万，却是渴望成名者眼中的一块“肥肉”！

“名人们”在他们漫长的摸爬滚打生涯后，身躯渐肥、名气渐肥、钱包渐肥；世上就寄生了吃肉的一群人。

比如你拿到一本新出版的《北宋名流》杂志吧，就好像坐到了一桌热气腾腾、香味扑鼻的名人肉宴旁边，刚刚出锅的有东坡肉（这是老牌名菜了）、欧阳肉、柳永肉、王安石肉……等等，你此时切不可谦让，或风扫残云，下箸如电，每块肉都得尝

尝；或凭己所爱，认定一种品牌大吃特吃。你不是想在演艺界出人头地吗？那么老牌词曲作者柳永前辈的肉是不能不吃，唱他的歌，讨他的喜欢，他能不尽力向传媒推荐你吗？欧阳肉和安石肉更是不能不吃了，因为他们虽是文人出身，现时可是权势炙人，你要做生意、开公司，能不把与欧老、王老的合影照悬在办公室入口吗？尽管其时你只不过是个引路的小厮、铺纸蘸墨的下人，但毕竟是和欧老、王老合了影嘛！要是王安石大人那首《飞来峰》的奇诗是题赠你的，那就是你三世造化，赶快送去裱好，悬于客厅。

正吃法是最简单的一种吃肉大法，“搂定名人不放松”，从任何部位狠狠地啃下去就是。比方说名人是社会权势者，那就不妨“吹拉弹唱”，谄笑声声，媚态可人，如此苦熬若干光阴，权势者一开心，赏你一根顶戴花翎，你也就有官有势，不愁“五子登科”无望了。又比方说，名人是文艺界前辈，则经常光顾名人府上，让名人首肯你的一举一动，或者编套什么书，请“×老”一起主编，这也是吃肉妙法的一种；名人若不喜欢寂寞，你还可以去和他搞对话，如此吃上一年半载，名人不会因你吃他的肉消瘦，而你则增肥指日可待。吃着吃着，你吃肥之后，也成名人了，又有后生小子来吃你的肉了，如此循环往复，在吃肉的战场上，“子又有孙，孙又有子，子子孙孙无穷尽也！”

反吃法就比上一种精进一些。因为“吃肉肉”的小宝宝太多，也不是每个小宝宝都能挤上名人肉宴的，于是诞生了“反面吃法”。一时间，名人这里刀光剑影，火药味浓浓。从某种意义上来说，反吃法需要更大的勇气与胆识；当然，也不乏胡吃海吃者。

除了文化界、科学界、官场仕途上的这些“食肉动物”外，

还有一种土狼型的“食腐动物”，即专在死去的名人身上狠吃猛挖的，比方说孔子吧，他的名气太大，肉也颇肥，千百年来常吃不衰，至今犹冒热气；有人要从中吃出“国学”、“新儒学”；有人要从中吃出“君君臣臣父父子子”；有人要从中吃出“东方文明优于西方物质”的高论来。再如鲁迅，有人已从他那里吃出“愚昧排外”、“拒绝宽容”来了（尽管鲁迅主张“拿来主义”、疾呼“思想自由”！）

正如现在有一些只吃洋奶粉的婴儿一样，文化界也有一些“食洋不化”的宝宝。他们开口“格尔”、闭口“克斯”，尽管他们中有的还拿了中国语言文学博士学位，可他们写作起来，连最简洁的中文都不会。从“吃肉学”的角度看，他们一般不吃李太白、梁启超、林语堂诸人的肉，他们喜欢吃“格尔牌”、“克斯牌”的洋名人之肥肉！……他们的“虚肿”基本上是“偏食”的结果。

除了急于成名的各界新人饥不择食外，近来传播媒介对名人的食欲也大增。像电视这种最普及、最大众化的传播工具，总不能只放广告来赚钱吧？播放广告、搞有偿新闻当然是主菜，但也得兼顾一下群众的娱乐需要。电视剧拙劣得让人看不下去的时候，就想起了办晚会；晚会拙劣得让人看不下去时，就想起了吃名人肉的妙法。你看那脸上堆满歌舞升平盛世肥腻笑容的主持人，他（她）吃起名人来多么温柔、多么“咋咋”有味啊：“接下来这位特邀嘉宾，是我国著名的……”

此时，“著名的……”浑身舒服，每个毛孔中都散发着油光可鉴的肉气，拿起话筒来“之乎者也”一通，把观众的大脑神经侃晕，小脑神经刺激得“扑通、扑通”，在这一过程中，名人又把观众的肉——时间、金钱——笑纳进自己的嘴里、胃里；名人

082963

在这一次吃肉交易中增添了重量。

同志们吃得高兴的时候，也尽可以开个吃肉联谊会、俱乐部什么的。比如有朝一日，骆爽也成了“著名的幽默大师”，诸位尽可以打着研究的招牌成立一个骆学研究会大吃“骆驼”肉，骆爽是决不见怪的。在这种啃吃过程中使同志们茁壮成长起来。

名人是块肉呀！要不然，大唐名人玄奘法师怎么走一路，被人追吃一路？要是斗转星移，玄奘肯定不至于害怕被吃，而是对前来“吃”的趋炎附势之徒、打秋风揩油之徒，“无私奉献”出自己的“唐僧肉”来，并且笑呵呵地说：“宝宝，吃肉肉！”

“流行”新释

是一种精致的人皮面具在视听传媒上迎风飘扬，在银幕荧屏、红红绿绿的招贴、印刷品上反复推出；

是一群虔诚的歌迷热情围堵签名售带歌星的滑稽场景。歌星拨开众人登车离去，关门当口还压伤了一位歌迷，歌手在车上望着黑鸦鸦的人群，心中哑然失笑：“傻不傻，哈哈！”

是一群疯狂的影迷围堵当代艳星的“喜剧”。拥挤中，影视名人扬手给了影迷一记耳光，耳光中俨然有麻辣豆腐的滋味；

是一种半荤半素的名人隐私在半推半就中向大众推销，货物脱手后名人与追星记者均暗暗发笑；

是“名人”们一夜暴发后，什么事他（她）都在插一杠，演而优则唱，唱而优则导，导而优则侃，侃而优则著书立说；

是“太忙、太忙”的口头禅挂在他（她）们嘴上，崇拜者来信成堆成捆的大跃进“卫星”式报道屡见报端；

是闪电战、攻心战外加埋伏战，“旁观者迷、当局者清”的

一种游戏，几分制作外加几分阴谋式的趣味推销；

是如何熟练地游走在艺术、学问、权力、金钱、大众、媒介的边缘，而不粉身碎骨的一种竞技体育；

是一种扬名立万后的狂傲，对着小学生般智商的电视主持人的矫揉造作，一种废话艺术的展播；

是工业时代流水线上制作的产品像轰炸机扔炸弹般进入千家万户，无法拒绝也无法逃脱；

是晚会一台接一台推出，游艺节目把特邀嘉宾、主持人和台上台下观众一个个变成“二百五”的操作流程；

是“周瑜打黄盖，愿打愿挨”的当代苦肉计，萝卜白菜，各有所爱，谁也管不着；

是记者招待会上被红包轰炸后，新闻炮制大师们联袂推出的“星星之光”，看着他们那一张张忙碌而肥润的脸，就想起了“流行品”的接生婆；

是一种泡菜和火锅，一边刺激着追逐流行的小市民的小脑神经，一边使之大脑麻木；是一种文化酸辣汤：一分货色，二分佐料，七成水分……喝得市民们遍体通畅；

是一种挂着文艺招牌的流感，见到流行的盛况，仿佛听见满世界抽风般的喷嚏之声互相传染；

是一种心理状态和判断力的高下，“流行”最能检测一个成年人的智商。