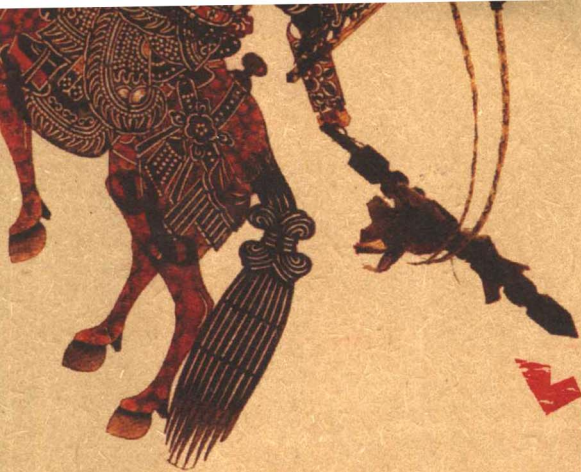




给易中天

GEI YIZHONGTIAN BUYA

重庆出版集团 重庆出版社

方 鸣|主编

易中天讲《品三国》，实际是讲《三国演义》和《三国志》。这样讲课，是好的。但是，他对三国的品，品的是“大义”——合乎儒家理想的“大义”。品三国，讲的是君臣之间的背叛，国与国之间血腥争夺。那就没有人和人之间的斗智、斗勇、斗力的东西，也是中国人表面上的东西。如果只这样讲，看起来，就是没有道德底线，没有人格操守，就是土之徒。这样讲，就把三国讲得没意思了。讲人的事儿，也要讲天、地、神的事儿。其实品三国，应该是品一点中国人的忠义观念，应该品出一点儒家大义来，应该有反思，有对三国的只不过是那个勾心斗角的权力的崇拜……这样的三国，能只是把中国人庸俗化，把政治庸俗化，把哲学庸俗化。

从讲法上看，讲课自然可以有一些，但是，过分地俗化，就会显得粗鄙，反而没有韵味了。其实，很好的资源，评书大师在说书的时候也会不断地加进去自己的见解，可以借鉴、学习。

给易中天补牙

方 鸣|主编

图书在版编目 (CIP) 数据

给易中天补牙 / 方鸣主编. —重庆: 重庆出版社, 2006.9
ISBN 7-5366-7729-4

I. 给... II. 方... III. ①《三国演义》评论②文化—
评论—中国 IV. ① I207.413 ② G12

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 097498 号

给易中天补牙

GEI YIZHONGTIAN BUYA

方鸣 主编

出 版 人: 罗小卫
责任编辑: 何志佳
责任校对: 郑小石
装帧设计: 向 洋 曹 颖

 重庆出版集团 出版
重 庆 出 版 社

重庆长江二路 205 号 邮政编码: 400016 <http://www.cqph.com>

重庆出版集团艺术设计有限公司制作

自贡新华印刷厂印刷

重庆出版集团图书发行有限公司发行

E-MAIL: fxchu@cqph.com 邮购电话: 023-68809452

全国新华书店经销

开本: 787mm × 1092mm 1/16 印张: 9.75 字数: 105 千

2006 年 9 月第 1 版 2006 年 9 月第 1 次印刷

定价: 18.50 元

如有印装质量问题, 请向本集团图书发行有限公司调换: 023-68809955 转 8005

版权所有 侵权必究

序：风起中天

媒体真能创造奇迹。短短的时间里，易中天——一个仅在大学里面对少数学生教授，辛辛苦苦写了多本书销量平平的作者——借助于中央电视台的百家讲坛节目，便一举蹿红，成为万众瞩目的明星，人们谈论的热门话题，出版社、报纸、电视台追捧的对象。

一时间，全国和地方的大型活动、论坛、电视直播间等多个场合，到处都能经常听到易中天的名字，见到他的身影。书店里，易中天的关于历史等的书更是明显摆在畅销书柜台。不仅如此，在他的身边出现了一批铁杆的追星族，称之为“意粉”或“乙醚”，其中多数是16岁到30岁的年轻人，喜欢他的观众还专门在网上为他建立了“易中天吧”，有数千个主题，目前已有数万篇帖子。而他个人在网上建立的博客，点击人数超过100多万，不亚于影视娱乐明星。“嫁人就嫁易中天”这样的标题也赫然见诸报端。大红大紫，如日中天，这成为成千上万的人用在易中天身上的词。以前说起最受追捧的人物，都是娱乐明星：有自己的追星族，有自己的网站，有现在最时髦的博客，走到哪儿被人认出来，或者有人要求签名，而这一切现在都发生在一位教授身上。而这对于一个大学的教授来说，似乎还并不多见。

走红的易中天自然成了争议人物，于是，批评之声四起，更



多的则支持易中天的走红。

也有一些学者冷静地看待易中天热的现象。本书搜录了有关“易中天热”的文章三十篇，各种声音都有，萃成一书，目的在于让广大读者全面了解目前出现的易中天热，通过各种争论，从中得到认识，有所启迪。

作家余华曾是牙医，其小说中又有一人物俞拔牙，为此，一部批评余华的评论集便起名为“给余华拔牙”。而本书之名为“给易中天补牙”，则纯粹是看中了拔牙所透出的一面，像王景愚的小品拔牙一样。

给易中天补牙

CONTENTS 目录

序：风起中天 / 1

第一编 如此易中天，可以休矣

- 如此易中天，可以休矣(葛红兵) / 3
- 南大中文系教授：易中天的历史观有问题 / 6
- 易中天，你的流行会很短命(我说不得) / 9
- 易中天，有三个破绽(谈歌) / 12
- 易中天的历史都缺了什么(冷飞雪) / 15
- 易中天与百家讲坛(王孺童) / 17
- 我为何倒易(王梦) / 20
- 易中天、张纪中、王朔的“死穴”(天涯横笛) / 23

第二编 平生不识易中天，常读三国亦枉然

- 易中天做了一件很好很好的事(曹景行) / 27
- 平生不识易中天，常读三国也枉然(于铁成) / 28
- 认识易中天教授(葛剑雄) / 31
- 易中天现象是不是学者的僭越(肖复兴) / 34
- 易中天，史学界的超女？ / 38
- 易中天娱乐化历史没什么错(王石川) / 40
- 公民社会需要亲民学者(王石川) / 42
- “保易”：品三国尊重历史和观众 / 45
- 易中天，你就该如日中天(小刀断雨) / 46
- 易中天，给你一个非红不可的理由(坠落的烟花) / 50

- 易中天脱了谁的裤子(亦农) / 52
“趣说”历史又何妨?(黄敏兰) / 55
“易中天热”折射大众文化需求(沙水清) / 61
易中天为曹操翻案 我为易中天平反(hansge) / 64

第三编 “康师傅”先生

- 易中天《品三国》赚500万:竞标还是炒作(卜昌伟) / 69
易中天著新书延烧“学术明星现象”(何自力) / 73
“学术超男”易中天(王晓峰) / 75
教授博客抨击易中天 网友争辩历史可否娱乐化(袁炯贤) / 79
为什么偏偏是易中天?(木叶) / 83
司马迁也非“严肃史学家”(十年砍柴) / 86
易中天,也是一个“康师傅”(雨舟人) / 90
“戏说”的时髦 杂谈易中天现象(文贵良) / 95
趣说总比胡说好(梁上伪君子) / 98

第四编 洛阳纸贵的神话

- 从余秋雨再到易中天(江晏) / 103
易中天不是太多,而是太少(萧三郎) / 105
也谈易中天(ren ren zhen zh) / 108
易中天与余秋雨(北普罗旺斯) / 111
易中天,一个杰出的表演艺术家(再见肖申克) / 116
易中天的效应(yang yang andy) / 120
易中天走红折射了什么?(王贵宏) / 124
史学的“下里巴人曲线”(邝海炎) / 127
如何看待“时尚”读史(人民日报) / 136
易中天烧的是哪股火(林涛) / 139
易中天重拾洛阳纸贵神话(谢迪南) / 142
易中天:成名并挨骂着(图书商报) / 148

第一编

如此易中天，可以休矣

PART ONE

1

给
易
中
天
补
牙

如此易中天,可以休矣

——大众化不是娱乐化、通俗不可庸俗、普及不能粗鄙

葛红兵

易中天《品三国》,实际不是品,是嚼,而且是混嚼。把《三国演义》和《三国志》混起来,正着混、反着混,这样讲课,是有些问题的。更主要的问题是,他对三国的品,品了微言,讲了细节,但没有阐发“大义”——合乎我们这个时代的有时代气息的“大义”。品三国,如果只讲人与人之间的钩心斗角,君臣之间的背叛,兄弟之间的杀戮,国与国之间的血腥争夺,那就没有什么意思。说穿了,人和人之间的斗智、斗勇、斗狠,是三国表面上的东西,也是中国人表面上的东西,三国中的人物,如果只这样讲,看起来,就是没有政治信念,没有道德底线,没有人格操守,没有超越性信仰的粪土之徒。这样讲,就把三国讲庸俗了。讲三国,要讲人的事儿,也要讲天、地、神的事儿。真正重要的,其实品三国,应该是品一点中国人的国家观念,中国人的忠义观念,应该品出一点天、地、人、神的大义来,应该有反思,有批判,有褒扬。否则品的只不过是那个钩心斗角的智慧,那个对人的角力的崇拜……这样的三国,能给读者什么呢?只能是把中国人庸俗化,把政治庸俗化,把中国人的人生哲学庸俗化。

从讲法上看,讲课自然可以轻松一些,幽默一些,但是,过分地俗化,就会让本来严肃的事情变得粗鄙,反而没有韵味了。

实际上评书《三国》是很好的资源,评书大师在说书的时候,

第一编

如此易中天，可以休矣



对人物、事件也会不断地加进去自己的见解，他们的那个方法可以借鉴、学习。

大众化不等于娱乐化，把历史、文化娱乐化不是普及文化的好思路。

正讲历史，这是易中天的目标，辨析《三国演义》和《三国志》的区别，是易中天一直坚持的理路，但是，易中天的态度不是学术的，是娱乐化的。

比如他说：“按照《三国志》的说法，刘备和关羽、张飞，是‘寝则同床，恩若兄弟’的。关羽和张飞，对刘备则名为事之如兄，实际事之如君。可见维系三人友谊的，就是英雄之义。只不过我们不知道，这三个人‘寝则同床’时，他们的太太在哪里？”这种说法实际上暗含的意味和趣向我不说，大家也可以猜测得出来。对“床”这个字的爱好，对“寝”这个字的入迷，也许无可厚非，知识分子也可以有，不过，易中天做得还是不够地道，如果拿到学术殿堂、知识殿堂、文化殿堂来，易中天本来可以拿得更学术一些、更知识一些、更文化一些，比如他可以讲“房内考”什么的，但是，讲“三国”用这些，就既不能显示知识，也不能显示文化，只能显示一个人的趣味和态度。

说是在品三国，但是，反复这样做，就混嚼三国，把“三国”变成了肥皂剧。《三国演义》和《三国志》一锅煮，好像是为了辨明史实，理清真相，实际上是为了提升娱情，为了夺人眼球，学术走《三国志》和《三国演义》一锅煮的路子，好像是为了辨明史实，理清真相，实际上是为了提升娱情，思想成了笑谈，历史变成了娱乐。

通俗化不等于庸俗化。易中天把三国讲庸俗了。

“在大家都认为袁绍是绩优股时，郭嘉却看出那是垃圾股；

而在大家都以为刘备是垃圾股时，诸葛亮却把他看作绩优股。”

诸葛亮选择刘备，是有政治信念和人生信念的，易中天对诸葛亮的这个解释完全是庸俗化了诸葛亮。或者他只是想把高深的政治动机和信仰用通俗的字眼表示出来，让大众好接受？我想一方面他是低估了大众的理解力，另一方面，他是把通俗化处理成了庸俗化。诸葛亮选择刘备恐怕不是为了简单地傍一个政治大款，捞一点政治资本，把刘备当股票收藏，将来好兑现。

易中天说，“刘备是诸葛亮再三考虑精心挑选的老板。既然如此，他就决不会轻易跳槽。”这样的说法在易中天的书中比比皆是，很容易误导读者，把庸俗当有趣，把俗解当真知。刘备之与诸葛亮，不是老板和雇工的关系，把他们等同于当今的老板和雇工关系，是对政治的庸俗化理解。本来，学术的东西，思想的东西，语言活泼一点没什么，但是，要贴切，易中天的这种说辞，不仅不贴切，还把历史庸俗化了。

雅的事情，还是要雅来解决，不可粗俗、粗鄙。

易中天的一些用词，也是不妥的，有些甚至流于粗俗。刘表之死， he 说是“见上帝去了！”老师的用词，很容易影响学生，课堂上讲课，用俗语，还是要注意一下的。再比如，“诸葛亮是一个少年英才，而且是一个帅哥。”“帅哥”这个词，表达的对男性的审美是有现时代的特殊时代意义的，比如上海电视台搞的“好男儿”比赛，对于那种男性的“帅”，实际上你如果认真去看一下那些入围的选手，就会感觉比较偏重于“阴柔”、“少嫩”一路，如果一个当代读者读了易中天的“帅哥”一词，把诸葛亮也想象成这样的形象，那不是要贻笑大方了？

（来源：葛红兵个人博客）

南大中文系教授：易中天的历史观有问题

昨日江南时报报道《葛红兵易中天卷进“品三国漩涡”》引来不少读者回馈，特别是南大中文系教授张光芒在接受本报记者采访时，一语惊人——易中天的历史观有问题，更是引起很多读者的强烈关注。有些读者对张教授的观点也提出质疑。那么，张光芒教授为何“蔑视”如日中天的百家讲坛，他对时下的一些焦点文化现象有何更深入的剖析？本报记者昨天下午再次专访了这位语出惊人的中文博士，就“易中天热”、“孔子章子怡PK论”、“超级女声”现象等等文化启蒙和大众娱乐的层面来了一番对话。

百家讲坛：讲坛不应成书场

“易中天等人的火暴，不是启蒙的胜利，不是精英文化和大众文化结合的胜利。”

易中天火暴的背后有一个强大的百家讲坛做后盾，借助这个后盾，培养了阎崇年、刘心武等一个群体。

无疑，不管在媒体上的表现，还是民间的声音，都显示这是一次双赢。张光芒博士解释说：“百家讲坛的出发点是好的。好在它代表了学院文化（精英文化）、大众文化和主流媒体三者的结合，而这三者长期以来是处于一种‘断裂’、‘不搭界’的状态。”

同时，“让学院文化走向大众，让精英思想走向民间，让大

众提高文化水准、趣味修养和心理素质,这也是有历史渊源的,早在五四时期的一些知识分子组织的‘平民讲演团’就是很好的例子。”

2001年7月9日开播的百家讲坛,创建时的目标十分宏大:为大众普及知识。当时还有一句宣传口号:“建构时代常识,享受智慧人生。”为此,栏目组大到天体物理,小到衣食住行;雅到美学,俗到研究不孕症,无不通通涉猎。而主讲人也个个来头不小:杨振宁、周汝昌、叶嘉莹……都是声名不凡的大家。然而,节目组费尽心思,收视率却异常惨淡。

此前,曾有媒体报道,百家讲坛策划人解如光笑着回忆:“当时还有人感叹‘为什么阳春白雪的东西总是曲高和寡’,但大家终于意识到,‘观众不变,那只能我们变。’”解如光认为,“我们节目做得不错,只是做得过专、过雅,和百姓间有距离,最终节目将观众群定位在初中文化程度以上。”

“然而,长期以来,学院文化并没有尽到自己的责任,而这间接地导致了大学精神的沦丧。现在的大学争相开设的是应用型、适应市场需求的专业,评价大学的一个指标就是就业率,大学一味地讨好市场的趣味,本身就说明了学院启蒙精神的缺席。”

张光芒博士提出:“大众文化到了被启蒙的时候!”他认为诸如百家讲坛、市民讲堂之类的启蒙并没有取得成功,“效果不是十分理想”。他强调说:“讲坛应该在充分保持品位的同时,提高关注度。但像易中天这样把三国演义变成娱乐化、庸俗化的解说、表演,肯定起不到应有的作用。”

而张博士所理解的“成功”,主要指“讲说者不能丧失自己独立的历史观和价值观”。并且,“内容不能娱乐化,在讲述的



方式、表达、语言上可以适当迎合大众的口味，但是在价值观念与科学思想上必须有一个精神标高。”

当记者质疑道，“当初百家讲坛大师云集，但是收视率却一直不见好，如果如您所说，那百家讲坛肯定又回到当初了？”

对此，张博士回答说：“百家讲坛这样的栏目肯定不能用收视率来衡量成败的，它的影响是要逐步形成的，‘一炮走红’的肯定都不是正确的启蒙路线。”

孔子PK章子怡：文化精髓不能改

“孔子是文化的象征，章子怡是娱乐的符号，他们根本不可同日而语。”

张光芒博士积十余年精力致力于“启蒙”的研究，先后出版《启蒙论》、《中国近现代启蒙文学思潮论》、《中国当代启蒙文学思潮论》等著作，将研究的笔触放在百年中国的启蒙史，最近对当下文学文化现象中的“启蒙”精神也颇有研究。甚至南京大学文学学院院长董健先生在给张光芒的新著《中国当代启蒙文学思潮论》序言中称之为“张启蒙”。

董健教授对“启蒙”的理解是：“指一切唯客观真理是求的理性活动，是指人类思想史上与当前现实中一切反封闭、反黑暗、反僵化、反蒙蔽、反愚昧，总之一句话就是反精神奴役的思想运动与文化精神。”

（来源：江南时报）

易中天,你的流行会很短命

我说不得

易中天最近可谓是如日中天,异常的火暴。前两天(8月5—6号)上海书展老易亲自前往展览中心为其新书《品三国》签名售书,引来粉丝无数,男女老幼慕名而来,排起百米长队,一时蔚为壮观。上海各大书店也纷纷将其书放在店前案头,极力推荐,大肆叫卖,生意确实兴隆。

一个并非是研究历史出身的学者,却在一个并非自己学科的领域里大放异彩,这实在是一种反常。这种貌似变态的现象后面,却又尴尬了谁?

我说不得认为,第一个被尴尬的是所谓的历史学家。广大群众对老易的热捧说明大家对历史问题其实还是非常的关心和爱好的,可惜诸多搞历史问题的专家学者却一贯板起面孔,故作高深,以至于离人万里,所出的著述也大都面目可憎,让人无法下读。最为可恨的是部分专业书籍仿造前苏联的历史区分法和夹带阶级观点分析,让人感觉回到遗老时代,历史的陈腐臭味,不忍卒闻。

第二个被尴尬的其实是老易自己。老易其实是以一个说书人的身份向各位解读自己理解的历史,其实只不过是把历史故事化、典故系统化、文化娱乐化而已,特别是后者,才是老易成功的源泉所在。身为一个学者,依靠自己的业余爱好,以哗



众取宠、投机取巧的方式吸引无知大众的眼球，或许是娱乐时代、市场经济的成功，却是学术的大大失败。而也正是这种学术的大大失败——包括历史学科和老易自己学科的——才造就了非历史学科的学者在历史学科或者说历史文化领域里大红大紫，这本身就是一个充满讽刺的反常现象。

我说不得认为，老易的走红，第三个被尴尬的，也是尴尬面最广的，就是那些追捧所谓品三国这样文化的广大受众。当然，这里显然是不包括我说不得，因为具有高度人文素养的我说不得已经从这个极为反常的现象里认识到了深刻的悲哀。当下中国人的文化素养特别是人文素养是如此的低下，低下到要靠老易这样的非专业人士凭自己的理解来讲述历史，也就是说，要把历史这个大餐，经过老易先嚼碎了，再用评书的模样加上作料，然后经过电视讲坛这样的省力渠道，大家可以喝着茶，慢慢品味——如此的快餐文化来理解古代的历史和文化，难道这不是作为各位文明古国子民的悲哀？！身为数千年文明的继承者，甚至连《三国演义》这样的通俗文学都没有能力没有精力去读上一遍，这的确是一种耻辱。有时候看着老易打着学者旗号却做着说书人勾当的电视讲坛，读着老易那简单浅显几近于口语的加上点插科打诨式所谓幽默的文字，我说不得感到传统文化沦丧的悲哀，如果老易用这种方式让大众重新关注了中国的传统文化，不如说重新恶心下流了中国的传统文化。这样的文字如果给小朋友讲讲故事或许凑合，但印刷成书籍，将注定是短命的而经不起推敲的，就像是麦当劳一样的快餐文化，是经不起品味的。这里也和易老师说一句，千万不要被现在的流行假象所迷惑，其实你的历史水平不过尔尔，要真研究历史，你得向黄仁宇、沈志华这样的历史学者靠拢，向真学问、真幽默看