

李哲良 著

随

缘

漫

笔

随
缘

漫
笔

随
缘

漫
笔



四川人民出版社

李哲良 著

随

缘

笔



四川人民出版社

(川) 新登字 001 号

责任编辑：蒋咏宁

封面设计：邹小工

刘 民

技术设计：杨 潮

责任校对：何秀兰

蓝 海

随缘漫笔

李哲良 著

四川人民出版社出版发行（成都盐道街3号）

新华书店经销

冶金部西南勘查局测绘制印厂印刷

开本 850×1168mm 1/32 印张 10 插页 4 字数 232 千

1998 年 8 月第 1 版 1998 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 7-220-04127-6/B·176 印数：1-6000 册

定价：18.00 元

序

《随缘漫笔》所收录的篇什，既有较长的专论，也有较短的序跋，还有一些随感文字。虽然类似于“因缘说法”，但并非尘埃尽去，不食人间烟火，大抵还是与文坛的是是非非息息相关，无非是把盏相嬉，作曲径通幽的禅话漫谈而已。

这些或长或短的漫笔禅话，大多在《当代文艺思潮》、《社会科学评论》、《艺术研究》、《天津文学》、《红楼梦学刊》和《人民日报》等报刊上公开发表过。有的如《摄影艺术中的美与丑》，则是我在1980年中国摄影家协会在北京召开的首届理论年会上宣读的一篇专论，当时引起摄影家们的关注，即使在今天看来也未过时，所以这次也收了进来。

万事随缘，生生相续。随着时间的推移和情况的变化，不用说今天和过去在看法上都会有很大的不同，在“刚开始干，就过时了”的飞速发展的信息时代，前后的变化则更加显著。但是是非非，因因果果，皆因缘而起，历史是隔不断的。所以在选编时，除了作个别文字改动外，主要观点则保持原貌，即使与我现在的看法相左，也未作修正，更无需乎掩盖。这样，也许方见其

学脉之真迹、认识发展之过程。

再，缘起性空，随机论道。由于我是以禅文化的眼光来观照当今的一些文化现象和作家们的整体心态，所以将此书也列入我的“佛海禅风”系列而一并推出。庆幸的是，这套书得到四川人民出版社和台湾致良出版社的鼎力相助，分别出版中文简体横排本和中文繁体竖排本。

以文会友，以书结缘。这自然是一种缘分。我非常看重，也更加珍惜这种纯真的缘分。

也许由于角度不同，故所见有别，加上认识之差异，失误之处在所难免，还望方家不吝开示。

李 哲 良

一九九七年冬于重庆蜗居“随缘斋”

目 录

序.....	(1)
关于“企业家传记”的热点透视.....	(1)
独立书斋啸晚风.....	(6)
“如是我闻”	(16)
漫谈“感觉小说”	(34)
走出王蒙王朔的怪圈	(44)
特异功能的奥秘和误区	(46)
气功与灵感	(52)
科学与人	(57)
谈情说理	(80)
“拳头作品”哪里来?	(90)
小说家和美学	(106)
摄影艺术中的美与丑	(111)
挑几根像样的“骨头”	(136)
关于《红楼梦》中石头的母神崇拜与神话原型	(139)

《红楼梦》与《悦心集》	(165)
“说不尽的莎士比亚”	(192)
《潜能与人格》后记	(198)
佛文化漫笔	(200)
“禅文学”与“体验论”	(205)
禅的悠闲与现代文明的冲撞	(224)
马斯洛的“高峰体验”	(231)
漫话“潜态小说”	(244)
开发创造潜能的心理机制、时间阶段、表现	
形态和特点	(262)
体验的奥秘	(278)
禅的“整体感悟”	(312)

关于“企业家传记”的热点透视

当今社会，市场经济的大潮已席卷整个世界。商品化、企业化和产业化，已成为时代的共识。无论是物质产品还是精神产品，都已纳入商品生产和流通的渠道。

毫无疑问，随着市场经济体制的确立和企业的繁荣，对图书出版和文学的百花齐放，都将起到巨大的推动作用，也会给社会文化注入新的内容和活力。

因此，在这样的时代氛围和精神气候下，“企业家传记”文学的悄然出现，就是很自然的事了。而且它来势不凡，卡丹、哈默、松下等人物传记，一本接一本；可口可乐等产品如何发家的书籍，也争先推出，很快形成一股出版热潮。看来这股热潮，还正在升温，将会越演越烈，乃至还出现企业家签名售书和进行自我“包装”的盛举。

应当说，企业家传记文学的兴起，正是市场经济的定位和企业发展的必然产物。不难发现，这类传记文学中，的确有不少高

品位的文学佳作。它既使读者从中体验到一位成功企业家的创业艰辛、宏伟志向和非凡的才智，也使人从中领悟到人生况味和成功的喜悦，自然也学到处世之道、经营管理和致富之道。不用说，这对中国读者和企业家很有用处。这或许正是这类文学走俏的主要原因吧？

二

不过，任何事物都有两面性。

就在企业家传记文学积极效应的背后，人们很快发现了它消极的负面。

这种消极的负面，至少有以下几个方面：

一、平庸之作造就了平庸之人，平庸之人又加速了平庸之作的流行。

在当前出现的企业家传记文学中，不乏上乘之作。但从整体水平看，优秀之作并不太多，大多数都是平庸之作。作者注重的不是企业家们的人格素质、名牌意识、经营之道、品种才干、奉献精神，而津津乐道的却是传奇式的发家史和家族纠纷、情场赌场格斗、同行拼搏、黑道走私、混迹官场、商场称霸、弄虚作假、唯利是图……但真正优秀的企业家、商界泰斗，恐怕并非花天酒地、吃喝嫖赌、唯利是图的奸商吧？

作者之所以把一些企业家写成一掷千金、成天泡妞的花花公子，恐怕主要是为了适应当前出现的一种消遣娱乐文化的需要。

消遣娱乐文化本身并无罪过，作者和编者为读者提供消遣娱乐读物，也是一种社会责任。但，如果借助企业家们的这些性格因素而有意夸大渲染他们消遣这一面，那就不仅模糊了企业家的

真实形象，也使这种传记流于平庸，从而助长了读者的平庸之风。反过来，又加速了平庸之作的泛滥，使人们的整体文化素质趋于低俗化，使高品位的文化日益没落。

有些企业家传记的作者，他们对企业家的豪华别墅、飞机游艇、山珍海味、一夜风流、挥金如土、床上功夫，描绘得淋漓尽致，细致入微。这样的结果，最终必然导致道德的沦丧、文化的失落，使高雅文学消失殆尽。

二、虚假之物造就了虚假之人，虚伪之人又加速了伪劣产品的泛滥。

名牌意识和名牌产品，是企业家赖以生存和发展的必要条件。国外的企业家姑且不说，以中国而言，不可否认，也的确有不少企业家创造了誉满天下的名牌产品。为他们立传讴歌，未尝不可。

但毋庸讳言，时下不少企业家创造的所谓名牌产品，天才晓得是真是假。成天广告满天飞，说是这个“优”、那个“优”，但实际上是名牌不名，优质不优，甚至瞒天过海，弄虚作假，以劣充优。

然而，令人困惑的是，居然还有人替他们大打广告宣传，为他们编写传记，还为他们戴上“企业家”的桂冠。这真是滑天下之大稽！！

至此，我不禁想起李贽说过的一段话：

其人既假，则无所不假矣。由是而以假言与假人言，则假人喜；以假事与假人道，则假人喜；以假文与假人谈，则假人喜。无所不假，则无所不喜。满场是

假，矮人何辩也？^①

时下“伪劣产品”横行天下，无孔不入，弄得人们真假难辨，深受其害，苦不堪言。虽然“打假”之声不绝于耳，但“假打”的闹剧却又纷纷粉墨登场。

平庸媚态的“企业家传记”文学，虽不是滋生伪劣产品的温床，但它却起到了助桀为虐、推波助澜的作用。“满场是假，矮人何辩也？”

三、市场经济体制的确认，既可以造就一代风流人物，也可以驯养出一批金钱的奴仆。

“企业家传记”文学的悄然出现并很快形成“热点”，主要原因是市场经济体制的定位和发展的结果。

但隐藏在“企业家传记”文学背后并起着推动作用的，还是“金钱交易”。

一般地说，举凡有远见卓识的企业家，除了千方百计推出名牌产品、深谙经营之道外，那就是有意无意地“包装”自己。即使胸无点墨，他也要附庸风雅，尽量使自己成为“儒商”。而要达到这个目的，除了他本人的努力外，那就是暗示或请人为他写传记，接受记者、电台的采访。而一向经费紧张的报刊和出版社，以及钱囊羞涩的文人，也乐于为企业家们效劳，往往主动登门“索稿”、拜访。

总之，只要你肯出大把大把的钱我就为你写大篇大篇的稿。同样，只要你肯妙笔生花，为我歌功颂德，我就大大地“赞助”你。

^① 《焚书·续焚书》，第98页。岳麓书社1990年8月初版。

就这样，双方心照不宣，形成共识，达成默契。

于是，“企业家传记”文学便应运而生，脱颖而出了。你出“钱”，我就为你出“名”。用钱买名，又以“名”捞到更多的钱。何乐而不为？

当然，并不是所有的“企业家传记”，都是在如此金钱交易下出笼的。即使如此你买我卖，似乎也错不到哪里去。因为作为精神产品的书籍文稿，它本身就带有商品属性。

古代文豪们，虽然自视清高，但为人树碑立传，照样收钱，而且非重金酬谢不为。

明清时代的那些文人画家，有谁不收酬金的？很多文人就是靠卖文度日。

因此，在“企业家传记”文学中有铜臭味，也就不足为奇了。

可见，问题的实质并不在这里。

上帝也不喜欢穷孩子，何况文人也要穿衣吃饭。

然而，当金钱把丑妇装扮成美女的时候，就值得人们忧虑和深思了。

三

在一大批“企业家传记”文学中，尽管不乏真正的值得讴歌的企业家，但其中的平庸之辈，也的确为数不少，很难说是“企业家”。

有的根本没有企业家的人格心理素质，也缺乏经营管理之法，又无名牌意识和宏观的文化视域，更没有起码的商业道德，只知道弄虚作假，贿赂贪官污吏，精于搞伪劣产品……但因为他

舍得花大价钱，所以也就有人替他瞎编乱造。什么三度坐牢，九死一生，浪迹天涯，白手起家；什么才思敏捷，看准行情，独闯天下，横贯东西，涉足欧美，扭亏大王等等。

就这样，丑妇也就成了美女，一个江湖浪子，也就成了企业家。

有一个企业家，为了使自己成为高品位的文化商人，花钱雇用了一批文人，编了一套丛书。他自己则俨然成了主编，居然堂而皇之地署上大名，还写了一篇不知所云的“序言”。有人便大加赞美，说企业与文化的结合，必将促进文化的繁荣。

文化艺术固然离不开钱，但金钱并非万能，文化艺术有其自身的规律。单靠金钱的力量，是不能造就辉煌的文化艺术的。

乾隆皇帝够有权、有钱的了，他的“御制”诗文也相当丰富、多产。但至今能留传下来的又有多少呢？那种“一片两片三四片，四片五片六七片”之类的顺口溜，只不过供人一笑而已。

由此可见，作为市场经济体制运作下出现的“企业家传记”文学，虽自有其生存和发展的土壤条件，有可观的销路，但是，如果不挣脱时下所出现的金钱买卖关系的锁链，不消除现在所充满的胡编乱造、媚世欺民和颠倒黑白的市侩风气，那么，我敢说，这种传记文学肯定会短命的。

（原载《天津文学》1996年第7期）

独立书斋啸晚风

——漫谈文学艺术家的“定力”与“定位”

在人生的舞台上，一个人最要紧的是首先找到自己的坐标，

然后选择最能发挥自己创造潜能的突破口。

尤其是作为一个文学艺术家，一旦选择投身于神圣的艺术殿堂，就应义无反顾，终身不悔。

八方吹不动 端坐紫金莲

北宋苏东坡，算得上是一个典型的封建文人。他好参禅，常与僧为友，佛印禅师便是他最好的伙伴。

有一天，苏东坡写了一首他自认为最满意的诗偈。曰：

稽首天中天，毫光照大千。

八风吹不动，端坐紫金莲。

“天中天”指的是佛。“毫光”即佛光。“大千”即佛家说的三千世界。“八风”者，利、衰、毁、誉、称、讥、苦、乐也。“紫金莲”指佛坐的莲台。

这首偈如实赞叹佛的定力，哪怕八风劲吹，佛也照样不摇不动，端然稳坐在紫金莲上。

这既是对佛的定力的称赞，也是苏学士的夫子自谓。偈写好后，他掀着长长的胡子，越看越高兴。最后决定送给佛印观赏，以显示自己的禅定妙偈出人一头。

苏东坡派人划船送给佛印看，并一再叮嘱他听候佛印的回信。

送偈的人走了之后，苏东坡心想：“此偈一定能让老和尚另眼相看。”

不久，送偈的人回来了，只说“偈已妥呈和尚了”，就再也

没有下文。

东坡急了，问他：“和尚的回信呢？”

送偈人说：“没有，若有回信，小的怎敢不呈上老爷哩！”

东坡又问：“那么，和尚看了我的偈后说些什么话，你总该记得吧？”

送偈人说：“也没有说什么呀！”

东坡火了：“放屁，这样好的偈，和尚看了焉能无话？”

送偈人这才如实禀报说：“其他的话没有，‘放屁’这话儿倒是有的。老和尚看了之后，就说‘放屁’，然后便把偈文丢在地上了。”

“胡说！”东坡听了后，气得七孔生烟，连骂送偈的人不中用，又说佛印和尚老昏了头，最后索性划船，亲自去找老和尚算账。

东坡气冲冲地去见佛印，老远就嚷着说：“印老，刚才我呈偈请教，甚处不妥，望明白开示！”

佛印笑着问他：“真的是‘八风吹不动’？”

东坡说：“当然，当然！”

佛印问他：“那怎么我放个屁你就过江来了呢？”

东坡一想，不禁哑然失笑，说：“八风吹不动，一屁过江来。哈，又栽在你的禅窟里了。”

苏东坡自称“八风吹不动”，但经佛印这么轻轻地一吹，他就坐不住、稳不起了。这样的“定力”也就可想而知了。

海风一吹 文场大乱

由东坡的“八风吹不动，一屁过江来”的故事，我联想到近

年来“海风一吹，文场大乱”的情境。

中国文人，既敏感，又脆弱。一旦有什么风吹草动，他们比一般人早就预感到了。但是，其心理承受能力极差。平时几乎每个人都夸说自己有如来佛一般的禅定之力，道行又很高，底蕴也很足，但往往事到临头之时，却被吹得昏头转向，东西莫辨，“转向”尚且来不及，哪有什么“定力”可言！

改革开放，国门洞开。商海兴波，大潮迭起。市场经济，不期而来。

当东西南北中八面来风迎面扑来时，首先敏感到的是文人墨客，但跃跃欲试、浮躁不安、心神不定的也正是他们。而真正“下海”捕鱼捉蟹的那些人，尤其是商界老手、股市行家们，反倒不像文人那样心血来潮，急于戏水兴波，为风所动。

尺有所短，寸有所长。

是水獭就去水中捕鱼。

是猴子就到树上采果。

文人毕竟是文人。他的事业和专长，不在商海股市，而在艺术殿堂。他的本事是“爬格子”，营造艺术之宫，而不是闻风而动，跟着商人去下海捕鱼。倘如此，那就是“扬短避长”了。

就此而言，中国文人下海经商、打工出国和搞房地产，是一个不明智的选择。

诚然，经商、打工、出国、炒股票、搞证券、倒房产……这些社会生活景观的相继出现，原本是历史提供给人们的一个难得的机遇与选择。

这机遇与选择，尽管目前还不那么公道和理想，甚至尚处于极不成熟、完善的“无序”状态之中，但它毕竟为人们拓开了视野、增添了生活景观和提供了多方位发掘人生价值取向的机会与

场所。

因此，一般地说，每个人都有机会作出自己的选择、转向和定位。

文学艺术家，自然也不例外，他们同样有权作出自己的选择。因此，对于时下那些经商、打工、出国、炒股票、倒房产的文人，用不着说三道四，横加干涉。

因为，不论从哪方面讲，文学艺术家，并非“终身制”，也不是非吃这碗饭不可。如果有人发现先前本来就是吃错了药、投错了胎，或者根本不适合于“爬格子”，只有“下海”去“潇洒走一回”，方能显示自己的价值，那么，就转向市场，投奔股市好了，不必滥竽充数，勉强地干这一行。

再说，也应该允许“来去自由，出入随意”，不必牢牢定死，一成不变。

何况，尽管艺术是精神产品，但艺术本身也是一种特殊的商品，它同样离不开经济效益。说作家不为“稻粱谋”、不为名、不为利，那是骗人的。文学艺术，同样具有商品的某些属性，照样离不开“孔方”先生。

不信，试试看。

明代文人的功利色彩，就非常浓郁。唐伯虎即是其中的一个典型代表。他曾咏叹道：

不炼仙丹不坐禅，不为商贾不耕田。

闲来写就青山卖，不使人间造孽钱。

又道：