

合订本

2007

咬文嚼字



上海咬文嚼字文化传播有限公司

上海锦绣文章出版社

合订本

2007

咬文嚼字



福山梨



上海咬文嚼字文化传播有限公司
上海锦绣文章出版社

图书在版编目(CIP)数据

2007年《咬文嚼字》合订本 / 《咬文嚼字》编辑部

编. — 上海 : 上海锦绣文章出版社, 2015.6

ISBN 978-7-5452-1645-5

I. ①2… II. ①咬… III. ①汉语—语法分析 IV. ①H14

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第094432号

封面设计 何明捷

2007 Nián 《Yǎowén-jǎozì》 Hédingběn

书 名 2007年《咬文嚼字》合订本

编 者 《咬文嚼字》编辑部

出版发行 上海锦绣文章出版社

地 址 上海打浦路443号荣科大厦17楼

邮政编码 200023

印 刷 上海中华商务联合印刷有限公司

开 本 787×1092 1/32

印 张 21

版 次 2015年6月第1版 2015年6月第1次印刷

国际书号 ISBN 978-7-5452-1645-5/G.648

定 价 35.00元(精装)

告 读 者 如发现本书有印刷质量问题请与印刷厂质量科联系

电 话 021-59226000

顾 问	张 斌 濮之珍
主 编	郝铭鉴
副 主 编	王 敏
编 委	李玲璞 何伟渔 陈必祥 金文明 姚以恩
特约编委	汪惠迪(中国香港) 田小琳(中国香港) 周凤五(中国台湾) 林国安(马来西亚) 吴英成(新加坡)
责任编辑	黄安靖 杨林成 韩秀凤
封面设计	宫 超
特约校读	王瑞祥 陈以鸿 李光羽 王中原

刊物是要有一点精神的

(代序)

郝铭鉴

《咬文嚼字》创办于1995年1月。自创刊号起一直是32开,48面,每月出版一期。这是一份典型的资历浅薄、形态简陋的小刊物。在刊物的茫茫森林中,这样的小刊物怎样谋求自身的发展呢?回首十三年的办刊历程,我们的体会是,人是要有一点精神的,同样,刊物也是要有一点精神的。

第一,刊物要有定力,不能东张西望。正如“文章合为时而著,歌诗合为事而作”一样,《咬文嚼字》也是应运而生,应时而编。针对社会语文生活的混乱状况,《咬文嚼字》的办刊宗旨是:宣传语文规范,传播语文知识,引导语文生活,推动语文学习。《咬文嚼字》的读者对象原定五种人:编辑、记者、校对、节目主持人、广告制作人;后来根据有关领导部门的指示,又增加了两种人:中学语文教师和文秘人员。这七种人构成了社会语文生活的主体。根据读者对象的特点,《咬文嚼字》强调的是内容的针对性、知识的实用性和文风的朴实性。这就是《咬文嚼字》的定位。

《咬文嚼字》问世以后,受到了社会的广泛关注。当时的国

家语委主任、现在的全国人大副委员长许嘉璐先生曾在给编辑部的信中,称赞《咬文嚼字》“言之有物”,“形式活泼”,“办法新颖”,并在一次会议上赞扬《咬文嚼字》是“小刊物,大眼光;小文章,大手笔;小角度,大视野”。著名语言学家吕叔湘先生注视着《咬文嚼字》的每一步发展,他曾公开表示:“办一个刊物,专门纠正语言文字使用中的毛病,这是我多年的希望。《咬文嚼字》就正是我想象中的那样一本刊物。”上海的老市长汪道涵先生曾在住院期间接见本刊编辑,对《咬文嚼字》作了充分的肯定:“你们纠正的是一字一词的错误,实际上是在维护中华文化的大厦。”

然而,《咬文嚼字》的定位也一直受到有意无意的质疑和干扰。有人认为刊物的学术含量不足,大量做的是语文教师的评改工作,就字词论字词,而且东一榔头西一棒子,缺乏学科的系统性。他们建议增加语言的基础研究和汉字的文化探索,增强刊物的理论色彩。

也有人认为《咬文嚼字》的市场意识不强,没有抓住学生这一最庞大的读者群体,文字虽然浅显但并没有考虑学生口味。他们建议应和教学同步,大量增加教学辅导的内容,还可以刊登学生作文。有些校长明确表示,如果刊物调整定位的话,他们可以组织学生订阅。

这使我们想到了电影《少林寺》中的一个镜头,面对外界的诱惑,师父问徒弟:“汝心能持否?”持,是人的定力的表现。对于一个刊物来说,定力意味着自信心、意志力和责任感。值得庆幸的是,办刊十三年来,在刊物定位方面,《咬文嚼字》从来没有发生过动摇。刊物编辑部的年轻人都是语言学科班出身,学术对他们有强大的感召力,但他们不愿意走进象牙之塔,脱离社会语文生活搞纯学术研究;他们也不愿意为了增加印数,增加经

济效益,放弃自己的文化追求,让《咬文嚼字》变成教辅刊物。如果说语言是片森林,在我们心中,《咬文嚼字》就该是啄木鸟;如果说语言是条大河,《咬文嚼字》就该是护堤人;如果说语言是座高山,《咬文嚼字》就该是山上的一块生意盎然的植被。我们坚持自己的定位,是因为愿意自觉承担这样的社会责任。

第二,刊物要有勇气,不能瞻前顾后。《咬文嚼字》不同于一般刊物,它具有鲜明的批评性。本刊曾拟过一条广告语:“咬书咬报咬刊,咬天下该咬之错;嚼字嚼词嚼句,嚼世上耐嚼之文。”它强调的便是刊物的批评特质。今天,咬文嚼字已不仅是语文学习的有效途径,也是社会文化批评的重要组成部分;通过咬文嚼字,既能加深对文本的理解,又能维护汉语的文化品质。而真正的文化批评,没有勇气是不行的。《咬文嚼字》的勇气主要表现在以下方面:

首先是挑战名家的勇气。名家,是社会的文化形象,他们为万众所瞩目,具有特殊的影响力,而中国社会历来有为尊者讳的传统。要不要点名批评,能不能批评名家,本刊在创办之初,曾为这些问题困扰不已,特地请教过吕叔湘先生。吕先生说:“我在生病,医生让我打针吃药,我能把医生当敌人吗?”这句话大大鼓舞了我们的士气。本刊创刊号上,便刊出了批评华君武先生漫画中的错字的文章,华老非但不以为忤,还写信给我们说“老漫画作者写错字与庶民同罪,不必客气”。他“不想做死不悔改的错字派”。2000年我们又“咬”了以王蒙为代表的十二位作家,同样取得了良好的社会效果。不少作家都公开表态:“只要有利于语文规范化,甘愿做《咬文嚼字》的靶子。”后来我们曾由此形成了“三抓”的选题方针:抓龙头单位,抓公众人物,抓典型差错。

其次是干预生活的勇气。我们承认《咬文嚼字》是一个小刊

物,但我们从来不因刊小而自惭形秽,相反,总是抓住一切机会,发出自己的声音,推动语文生活的健康发展。所谓干预生活,便是积极地影响生活,引导生活。具体做法有三点:一是组织大型的查错活动,自1995年创刊以来,几乎每年一次。如2004年的“给城市洗把脸”,得到了北京、天津、上海、重庆等十二座城市的支持,有些市长亲自过问这项工作。前不久编辑部有人重游故宫,看到本刊指出的差错已经得到纠正,大家都为自己在净化语文环境方面所取得的成效而感到高兴。二是开展出版物检测工作。据不完全统计,我们检测过的图书不少于3000种,期刊不少于1000种,报纸不少于100种。在大量检测数据的基础上,本刊在庆祝创刊十周年的时候,公布了《当代汉语出版物中最常见的100个别字》,在社会上引起了强烈反响,不少新闻出版单位都把它作为重要的业务学习材料。三是开办咬文嚼字讲习所,培养咬文嚼字骨干,壮大咬文嚼字队伍。现已举办了三期,得到了学员的高度评价。

再次是学术攻关的勇气。在语文运用中,经常有一些难题,让人举棋不定。“唯一”还是“惟一”?“想象”还是“想像”?“1990年代”的说法行吗?丛书名用书名号还是引号?……这些问题工具书上查不到答案,专家们又说法不一,成了文字运用中的拦路虎。本刊为此特开辟《百家会诊》专栏,请各路高手集体攻关,取得了显著的效果。比如“唯一”还是“惟一”,在讨论中梳理了两千多年来“唯”“惟”的使用情况,最后得出结论:“唯一”更符合现代人的使用习惯。这一结论现已为新版《现代汉语词典》所认同。

第三,刊物要有智慧,不能平铺直叙。《咬文嚼字》创刊时,全国已有8000多种刊物,要在其中争得一席之地,其难度是可想而知的。一个刊物要打开局面,可以投入资金作广告宣传,也

可以依靠相关部门协助作行政推广,但事实证明,最可靠的还是充分发挥编辑的创造力。编辑的智慧是最大的财富。一个刊物要能持续性地发展,没有编辑智慧是难以想象的。

《咬文嚼字》的编辑智慧主要体现在以下几个方面:

一曰打破思维惯性,出奇制胜。比如创刊前夕,全国征订,结果十分可怜:上海报数 55 册,全国总共不过 500 册。我们冒险印了 2 万册。怎么推销呢?后来想到了一个“向我开炮”的点子,号召读者向即将出版的《咬文嚼字》“开炮”,查出一处差错奖励 1000 元。这是一条富有新闻价值的材料,一下子吸引了媒体的关注,成了当时轰动一时的文化新闻。创刊号 2 万册全部售罄,还先后重印了两次。刊物单行本重印,这在当时也是十分罕见的。

二曰突破自身局限,借船出海。《咬文嚼字》毕竟是小刊物,其影响力还是有限的。怎样让我们组织的查错活动,取得最大的社会反响呢?我们的做法是借助强势媒体发力。比如 1995 年组织的“三报一刊有奖竞查”,由于解放日报、文汇报、新民晚报配合宣传,在社会上造成了强大的声势,以至到了查错那天,出现了一报难求的局面。2006 年组织读者查“春晚”差错,更是一呼百应,查者云集。央视的巨大影响力,“春晚”的巨大吸引力,为这一活动集聚了空前的人气。当查错结果公布时,全国媒体都争相刊载。

三曰捕捉社会热点,趁热打铁。《咬文嚼字》并非新闻类刊物,但适当沾上一点新闻色彩,往往会使刊物更富有活力和灵气。比如当“PK”“忽悠”这类新词新语流行时,我们会及时组织专家开展研究,告诉读者这些词语的来龙去脉。当“七月流火”“愿景”“超女”这类词语成为新闻话题时,本刊也会发表相关文章参与讨论,让读者从语言角度开展思考。这种趁热打铁的

做法,提高了刊物介入社会生活的程度,也进一步缩短了和读者的距离。

四曰善于点铁成金,别开生面。比如有一篇稿子,是批评赵忠祥的。赵忠祥说小鸽子刚孵化出来,如果吃不到“鸽乳”就会饿死。批评者认为鸽子不是哺乳动物,何来“乳汁”一说?本刊编辑觉得言之有理,决定采用。后来又听人说确有“鸽乳”,编辑为慎重起见,把稿子撤了下来。经过再三查阅资料,最后向信鸽协会求教,才知道小鸽子刚孵出时,大鸽子的嘴里会分泌出白色的浆汁,养鸽人习惯称之为“鸽乳”。由此可见,批评稿只知其一,不知其二,不能采用。如此处理,当然不错,但只是属于常规思路。本刊编辑部觉得批评稿写得不错,不用可惜,而“鸽乳”一般读者并不知情,也有介绍一下的必要,于是别出心裁,另设了一个栏目《撤稿札记》,既刊出了批评稿,又刊出了“批评”不能成立的“调查纪实”。稿件刊出以后,读者称赞有耳目一新之感。

第四,刊物要有激情,不能敷衍塞责。一个刊物在刚创办时,往往会热情如火,虎虎有生气;几年以后,便会渐露颜色,疲于奔命。所以前辈出版家说过,办刊物往往开始时是人办刊物,到后来便是刊物办人,捉襟见肘,得过且过。我们要求编辑部同仁要始终保持激情洋溢的精神状态。

首先是对母语要充满热情。《咬文嚼字》编辑部的成员,不但应该是语法规则的坚定的执行者、热情的宣传者,还应该是一个执着的研究者,要从学术层面对语法规则的完善和科学,尽到一个语文工作者的责任。同时,还要时刻关注社会语文生活的发展和变化,及时捕捉值得在刊物上谈论的语言现象。

其次要对《咬文嚼字》刊物充满热情。为了保证刊物的质量,编辑部作出了一系列的规定。比如,每采用一篇稿子,至少要查阅三部工具书;每一期校样,至少要有十个校次;每一期成

品,至少要有五人重新审读。2002年7月,本刊曾出过一次技术事故,电脑莫名其妙地删去了六篇文章的第一行文字。当我们发现这一情况时,刊物已经全部发出。为了维护刊物的形象,我们没有采取下期更正的常规做法,而是毅然决定这期刊物全部重印。这一处理虽然蒙受了经济损失,却赢得了读者信任。读者在来信中说:“为漏印六行字而重印整本刊物,这种舍财取信、视读者为上帝、视质量为生命的大义之举,在读者心中树立了一座永远的丰碑。”

另外还要对读者充满热情。《咬文嚼字》能有今天的成绩,和读者的支持是分不开的。《咬文嚼字》的读者是极其认真的读者,极其可爱的读者。我们曾经说过,本刊至少有十名义务校对,刊物上一个标点的失误,都会有几百位读者来信。刊物上说迫击炮是“轻武器”,部队的读者立即来信告诉我们,迫击炮有160毫米、120毫米、82毫米、60毫米四种,除了60毫米一个人可以背着走外,其他的都不是轻武器,160炮竖起来有两层楼高呢。刊物上说圣马力诺是“教皇国”,熟悉欧洲史的读者立即告诉我们,圣马力诺早在公元1263年便制定了共和法规,它是欧洲最古老的共和国。为了回报读者,我们提出了“全方位扫描,零距离贴近,无障碍阅读”的编辑方针,并建立了读者俱乐部,开通了热线电话。我们在为读者服务的过程中获得了最大的快乐。

有读者曾通过“热线电话”问:国民党以“焦土抗战”为名点燃的长沙大火,为什么又名“文夕大火”?接听电话的同志遍查资料,没有找到答案,最后向湖南省方志办公室、湖南省图书馆求援,才算揭开谜底。原来这是“韵目代日”的产物。“长沙大火”发生在1938年11月12日,12日这天的韵目是“文”字,大火是在晚上点燃的,故称为“文夕大火”。当我们把查得的结果告

诉读者时，那位先生非常激动地说：“想不到长期没解决的问题，《咬文嚼字》这么快就给了我答案。”“热线电话”沟通了我们和读者的感情。

最后，再讲一个读者故事。2002年5月，电子信箱里收到一封邮件，是广西北海一位读者发来的。他说当年自己是上海的支边青年，现在已经退休。在他的书架上立着1995年到2000年六本《咬文嚼字》合订本。这都是他年过八旬的父亲在上海买了寄给他的。去年刚寄书不久，父亲便过世了。今年只能让七十多岁的老母亲接手买合订本。她老人家不知《咬文嚼字》为何物，为了儿子，从静安寺一直走到原新华电影院，才算买到一本。读了这个故事，编辑部同志都很感动。试想一下，一个七十多岁的老人，为了一本自己不知为何物的《咬文嚼字》，一连走了几站路，问遍一个个书摊，一家家书店，这是多么感人的场面啊！想到这位老太太，我们怎能不兢兢业业地编好自己的刊物呢？

（原文发表于《传媒》杂志2007年第1期）

《咬文嚼字》2007年第1—12期(总第145—156期)

总 目 录

(斜线后的数字,前为期数,后为页数)

刊物是要有一点精神的(代序)

.....郝铭鉴/1

卷首幽默

我肝·我心·我头·我肉

.....纪可之 叶 珺/1.1

一天一妻制···文 静 叶 珺/2.1

“招牛启事”?

.....林 昶 叶 珺/3.1

菜场一景···余 晶 叶 珺/4.1

“大辟天下寒士”?

.....李灵志 叶 珺/5.1

“剪一个头,送一个头”

.....夏照强 叶 珺/6.1

改行当方丈

.....高 映 叶 珺/7.1

“急需烧烤2人”

.....尚文虎 叶 珺/8.1

可怕的爱情誓言

.....郭学慧 叶 珺/9.1

大喜的日子

.....钱湖岛 叶 珺/10.1

“注意女王”···胡君里 叶 珺/11.1

简称···吴 砚 叶 珺/12.1

特 稿

“冬天里的一把火”

——全国部分期刊经验交流会在沪召开·····/2.4

定位、特色和品牌

···新闻出版总署副署长 石 峰/2.5

特色期刊的共同特性

- …中宣部出版局局长 张小影/2.7
 期刊“蓝海”大有作为
 上海市委宣传部副部长 …宋超/2.9

“十大语文差错”特辑

- 2006年十大语文差错 ……/3.4
 “十大差错”是怎样认定的
 ……编者/3.5
 细说“十大差错” ……/3.6
 该用“像”时莫用“象”
 ……之其/3.6
 “神舟”名字的由来…凌云/3.7
 说这话的是告子…金文明/3.8
 圆明园是被谁焚毁的
 ……曾史/3.9
 别了，“丙戌年”！…文心/3.10
 “启示”误用何时了
 ……王一一/3.10
 即/既：吃过了吗…文士其/3.11
 请别再开“美发店”
 ……刘志基/3.12
 “哈密瓜”有两说…封常曦/3.13
 多余的括号…洪诚/3.14

语林漫步

- 电视“白字”事故刍议
 ……孙恒杰/1.4
 楼名扫描 ……袁登来/1.6
 向字典鞠躬 ……薛景文/4.4
 闲话“唠叨” ……吕军/4.6

- 补说“美轮美奂” ……楚山孤/5.4
 哪一滴水没有源头 ……艾文/5.7
 朱军遭遇“家父门” ……林云/6.4
 北京话里的“大”和“小”
 ……王婷/6.6
 尊重我，器重我，我都高兴
 ……曹青林/7.4
 “救火”和“救人” ……邢福义/7.6
 闲话改名 ……施昭/8.4
 你说，撒贝宁姓什么
 ……刘慧英/8.7
 天哪，又是“创意”！…祁静/9.4
 “非遗”是位蒙面客 ……金海燕/9.6
 遭遇“火星词语” ……郑永川/10.4
 典故不宜超前使用 ……黄炳麟/10.6
 到底是谁惹的祸 ……陈必祥/11.4
 人生上网糊涂始 ……叶光亚/11.6
 “奸”的写法与女权主义
 ……伍金辉/12.4
 “我们”和“我” ……王诗客/12.6

众矢之的

- 商品文字体检报告(一) ……/1.8
 天山何处寻“鹿茸”
 ……王连杰/1.8
 TOTO，请“坐”！…盖义文/1.9
 高露洁的“牙菌斑”
 ……纪梅/1.10
 三星手机“无远弗界”？
 ……顾远/1.11
 问世间，何来“禦禮”

.....白劳赐/1.11	
“萬裡”质疑立 青/1.12	
商品文字体检报告(二)/2.11	
且看雪碧“拉郎配”	
.....林 宏/2.11	
如此“坐怀不乱”!...王安安/2.12	
“豆鼓丁香鱼”? ...何明延/2.13	
纠缠不清的“渊源流长”	
.....宜 修/2.14	
何人食“庶糖”楚 生/2.15	
有“圣诞”没有“圣诞”	
.....管樟木/2.15	
商品文字体检报告(三)..... /3.15	
谁人佩戴劳力士 ...张 兵/3.15	
牛排岂能用“碳”烤	
.....艾小孟/3.16	
兰州划归宁夏了吗...单永冬/3.16	
“剑南春”播什么种...吕治平/3.17	
“笙”也能红烧吗 ...王一鸣/3.18	
不知所云的“盗贼者”	
.....傅 宏/3.19	
商品文字体检报告(四)..... /4.8	
“清香濃郁”错! 错! 错!	
.....李大新/4.8	
吃不着的“奈李肉”	
.....曹和澄/4.9	
孙悟空何处吃仙桃	
.....解志维/4.9	
谁会“发誓”和自己过不去	
.....华松波/4.10	
“百合干”岂是“百合幹”	
.....杨衍绪/4.11	

摩卡,你说的我不懂	
.....赵朝文/4.12	
商品文字体检报告(五)..... /5.8	
破相的“碣山梨” ...尹 明/5.8	
生病还要“认准商标”?	
.....盛祖杰/5.9	
“涣然”如何“一新”	
.....曹 政/5.10	
你往哪里“隐”张琳琳/5.10	
“桂圆”非“桂园”	
.....单永冬/5.12	
小学门口的“伸缩门”	
.....张恒升/5.12	
商品文字体检报告(六)/6.7	
莫要瞎掺“和”欧 得/6.7	
“浇切”的来历云 木/6.8	
“天崖海角”在哪里	
.....柴 舟/6.9	
水果有胸脯吗魏国华/6.9	
“天簌”如何“聆听”	
.....蒋 平/6.10	
德州“文明鸡”? ...李景祥/6.11	
商品文字体检报告(七)/7.8	
“鬆韵”压茶香莫 非/7.8	
“坑人”的水饺?汪绍铨/7.9	
“振憾”让我“震撼”	
.....石苏城/7.10	
联通公司“锁”不定	
.....李 涛/7.11	
“七匹狼”何时清仓	
.....姚中巍/7.11	
“老撑柜”,下柜! ...张若牧/7.12	

商品文字体检报告(八) ……/8.9

谁敢与“饕餮”为邻…金明/8.9

萍果:“浮萍”结的果?

……………徐长庚/8.10

“空城记”不是计…朱世宽/8.11

“昂立多邦”让人“吃药”

……………屠林明/8.11

哈药集团的一个哑谜

……………刘先明/8.12

“代鼠”,你从哪里来

……………张红品/8.13

商品文字体检报告(九) ……/9.7

“一搏”是多少

……………李丽李涛/9.7

烧锅炉才能喝着“绿茶”

……………陈振/9.8

无人敢买“祛康”药

……………徐长庚/9.8

为“阿胶”正音…吉田/9.9

“蝉年”是何年…李熹霖/9.10

莲花非“静植”…张锦秋/9.11

商品文字体检报告(十) ……/10.8

莫误写《本草纲目》

……………陈露/10.8

王安石不答应…张兵/10.9

“改善”要看对象…杨薇/10.10

“夫绸”何物…周文林/10.10

财富如何“裂变”…胡亦/10.11

商品文字体检报告(十一) ……/11.8

菜是菜,粮是粮…曹保路/11.8

如此“千古奇方”…张红品/11.9

错位的“地板蜡”…雷冰/11.10

前列腺“断根”不得!

……………杨宗文/11.10

骇人的“肢溶性”…马志强/11.11

肯德基汉堡“垂涎出世”?

……………詹颂/11.12

商品文字体检报告(十二) ……/12.8

如此姜糖谁敢尝

……………黄凤初/12.8

“蒜头”怎能写作“莽头”

……………一得/12.9

何来“嘆爲觀止”…王天银/12.9

又见“盲人”…宋文洪/12.10

劝君莫用“副卷”…马知远/12.11

蒙冤的鸭子…侯天保/12.12

一针见血

不是“士可忍”…柯田/1.23

“别开声面”?…朱良会/1.23

电流是法拉第发现的吗

……………葛金/1.23

砖头没有“胚”…一民/1.24

“沐衣而冠”?…阳拥军/1.24

洋人跟慈禧“过意不去”?

……………何培刚/1.25

何来“授受不清”…吴献中/1.25

“周公”不是周文王…丁一训/1.25

“诞辰的日子”?…周晓耘/1.26

“鱼木脑袋”是啥东西

……………习连民/1.26

纪晓岚与“牙签”…章仲鐸/2.20

相思“红豆”岂可进补

.....刘日建/2.20

灾祸怎能“扣人心弦”

.....徐有修/2.20

“其鸣亦哀”?李荣先/2.21

玄奘何曾“东渡”村友/2.21

斡旋与周旋李培安/2.22

“年迈”“高龄”连用不妥

.....向五爱/2.22

活着就能叫“健在”?

.....毕兆祺/2.22

“圭臬”误为“圭镍”

.....梅荣槐/2.23

“太子洗马”的“洗”不读 xǐ

.....罗金科/2.23

“空前”无需“未有”

.....孙果哲/2.23

“叶公”不姓“叶”白京/2.24

“雪泥鸿爪”的误用

.....柴舟/2.24

为“韩复榘”正名王飞/2.24

既然“天成”,何须再“琢”?

.....陈路/3.26

汉武帝岂是傀儡谷士锴/3.26

美女怎样“深入浅出”

.....徐汶辉/3.26

误用“精卫填海”文光/3.27

马英九父亲“溘世”?

.....胡守贵/3.27

“背部线条巧夺天工”?

.....柴舟/3.28

宋诗变“唐诗”村友/3.28

“郑板桥”就是郑燮

.....宁源声/3.28

母亲怎能为了儿子生子

.....李 宁/4.16

应是“奈何桥”章悦/4.16

吸毒“蔚然成风”?

.....徐惠仁 徐冬梅/4.16

“大小臣公”?李景祥/4.17

何来“郡长”解志维/4.17

别让李白侵权一言/4.17

应是“峨冠”董鸿毅/4.18

夜猫子是黄鼠狼吗

.....韩平利/4.18

好事不说“转嫁”张金声/4.18

北宋时没有“北宋”之称

.....潘传国/4.19

还我酸菜来吕宏/4.19

“得免”“忘筌”不相干

.....李文巧/4.19

鱼龙何以“混珠”孟繁超/4.20

此“乌江”非彼“乌江”

.....章锡良/4.20

稗子? 秕子!李新华/4.20

七颠八倒的节气赵世琤/5.23

父女“相差两个年轮”?

.....柴舟/5.23

应是“麋集”张志达/5.23

秦岭不是“天堑”孙晓/5.24

“断斤缺两”?陈露/5.24

误说“各有千秋”程立海/5.24

莫用“空挡”代“空当”

.....王德彰/5.25

山西不产西风酒沙居皓/5.25