

左岸文丛

都市墓志铭

陈少明 著



海天出版社

左岸文丛

都市墓志铭

陈少明 著

海天出版社
中国·深圳

粤登字 10 号

责任编辑 方映灵

封面设计 李公明 施 雪

版式设计 施 雪

左 岸 文 丛
都市墓志铭

陈少明 著

海天出版社出版

(中国·深圳)

海天出版社发行 广东乐昌县印刷

开本 787mm×1092mm 1/32 印张 5 字数 100 千

1993 年 10 月第 1 版 1993 年 10 月第 1 次印刷

印数 1— 8000 册

ISBN 7-80542-856-5/I·204

定价:5.20 元。

文 丛 弁 言

呈献在读者面前的这套文丛，至少表明着我们在精神生活中的一种努力：在各自的学术专业之外，我们渴望着对人类处境的理解、对人生理想与文化价值的普遍关怀。

世界上所有河流都会有它的左岸。但在这里，“左岸”指的是塞纳河南岸（巴黎人习称为左岸），那汇集着大学、文人的咖啡馆、卢森堡公园的拉丁区。在法兰西文化以至人类近现代历史的语汇中，“塞纳河左岸”象征着知识分子的良知、神圣的冲动以及革命的诗意。

我们以“左岸”命名这套文丛，只是表明一种充满敬意和神往的思绪。

写作是一门古老、痛苦的手艺，我们愿意固守它是因为它与思考和情感相联系。有真情便希望倾诉，有所思便希望有所表达，就如同树叶金黄，总要飘落。

精神的探究无穷无尽。

写作的探究无穷无尽。

“宙斯送来生命之火，余焰还在不断地燃烧”。

李公明 执笔

1993. 8. 10 广州

目 次

第一辑 都市狐疑

都市墓志铭.....	3
时髦面面观.....	7
感觉·消费文化·知识分子	12
都市边缘人	18
明星化现象	22
现代城市与消费文化	27

第二辑 人在江湖

人生这台戏	35
我是谁	41
孤独是一种境界	45
信不信由你	49
游戏与人生	52
人生价值不是什么	58
天下“朋友”何其多	63
选择敌人	66
社会如何是江湖	69

第三辑 圈点世象

“要有个说法”	75
选美:人的物化	77
排队	79
机会意识	81
“感觉”的用法	84
何妨守旧	86
少戴面具	88
假如让孔融分蛋糕	91
说“信”	94
要文学,还是要社会学	97
在“第二职业”的背后	101
也是一种力量	105
“富”与“教”	107

第四辑 说理谈玄

西西弗与愚公	113
大侠与神探	115
乡土、亲缘与价值	119
透视隐匿的世界	122
神话:理想与幻想	125
回归自然:道家智慧的述说	128
——评《回归自然——道家的主调与变奏》	

最后一个儒者.....	133
——读《最后一个儒家——梁漱溟与现代中国的困境》	
从时空意识看哲学.....	138
染缸,还是长河	142
——说传统	
后记.....	146

第一辑

都市狐疑

都市墓志铭

有生命的东西都有生死，人也然。人死后如有掩埋入土的机会，还会立起墓碑，碑上刻着死者的姓名及生卒年月，有的还刻着其生平简介、后人的评价，也有刻着死者的名言，这叫墓志铭。它是用来追怀死者、激动生者的。物则很少享有此殊荣，这不公平。例如城市，也与人一样有生死的，只不过其正常的盛衰周期太长，为人们所漠视罢了。

现代人类多相信都市有无限的生命力，故以建设、居住于大都市为自豪、荣耀。其实不尽然。南美的玛雅文化、两河流域的古文明，都包括有城市这一庞然大物，今日都掩埋在文化堆积层中，历史学家只能站在古迹、废墟上才能推测、想象早期文明的辉煌。一句话，有许多城市死去过。

有些城市是“横死”的，当代人也亲历过。1945年被原子弹摧毁的广岛、长崎，日本人忘不了；1976年被大地震颠覆的唐山，中国人也记忆犹新。这种惨绝人寰的都市之死，是以数十万生灵相陪葬的，生者会为其勒石记事，成为都市墓志铭。

但大多古代城市之死是缓慢的，在不知不觉中无疾而终，它不会有纪念碑、墓志铭，只是后来的历史学家在发黄的文献中才感受到它曾存在过的信息，就像西北边陲上的楼兰城一样。更多的城市表面上自古以来，都在延续发展，

甚至沿用同一名称，可实际上可能是，同一地域上，曾先后建立过不同的城市，同一躯壳更换过不同的灵魂。西安是中国西北地区的重镇，人们都知它历史悠久，其前身曾是作为最强盛的汉、唐两大王朝首都的长安。可西安难道就是长安生命的延续么？如果你得知长安的版图大于今日的西安，就会否定这种想当然的问题，大小雁塔以及其它大大小小的古迹，不是西安古老的见证，而是长安曾存在的纪念碑。

西安不叫长安，可北京仍叫北京。但没有天桥的北京，虽然仍保有外观上古色古香的琉璃厂，而书店老板已不识字，文物售价要标外汇券，是老北京的读书人想象得到的么？南京斥巨资重修秦淮河，但昔日秦淮人家的风情早已荡然无存。就算杭州西子湖畔依旧有西泠印社，开封的“宋街”上还挂“东京镖局”的招牌，又能说明什么呢？昔日的庙会与今天的超级商场、游乐园，标志出两个世界的生活方式。古迹的维修、重修，正好表明它所象征的事物已经“死”去。现代旅游资源的开辟地，也非真正凭吊先贤往事的好去处。相比之下，到污染不重的古战场唱“大江东去”，可能更有“前不见古人，后不见来者”的神韵。

许多城市都有新老两个城区，且都是旧城区在萎缩、消亡，新城区在扩张、膨胀，这是新陈代谢的过程。它不是一代人的成长，而是许多代人心灵的交替、更换的进行。现代都市是在现代化中发展的。斯宾格勒说的城市的两个特征，平地上堆起一堆石头和一堆人，今日得到发展强化。但石头被混凝土代替，人则密集到叠起来，分层生存。除人口、高楼外，还有交通、资金、通讯、生产、消费等因素，互为条件的缠绕着，滚雪球般增长。现代化迟起步的国家，这种扩展速度

更疯狂。大家都以为，现代都市有无限的生命力。都市的确集结着强大的集团化力量，但它承受事变的能力其实很脆弱。一场大地震，一次核打击，固然令城市毁灭，但一场大罢工，一次意外的停电，甚至大众传媒上一则失实的报道，如《编辑部的故事》中，那个外星将冲撞地球的谣言，都会引起恐慌以至运作瘫痪。从根本上讲，都市最缺乏安全保障。

问题落在人身上。广州的报刊曾在人口日登过一幅新闻照片，从空中俯视一条新落成的高架路，在呈人字型的分叉路口上，正涌上成千上万蚂蚁一样前来参加落成庆典的人群。标题就叫《人》。发达国家百分之八、九十的人口都居住在城市，发展中国家的人对城市也趋之若鹜。为什么都喜欢往人多的地方挤？这真是一个谜。稀少的人口，苍茫的荒野，的确令人感到孤立、不安。可是拥挤的人群中，尽是陌生冷淡的面孔，有时不是更孤独、更恐慌么。不说行凶、打劫、诈骗、交通事故，时刻都在威胁着常人的安全。就拿每天一二个小时的上下班奔波，以及整天悬空（不是上车就是上楼）的生存状态讲，与乡村生活相比，城市的人群是无根的。即使寿寝正终以后，也无落叶归根的指望。一把骨灰，随便怎么安置都可以。因而也难得有个人墓志铭。而墓志铭，其实正是人以有限的生命追求无限的意义的一个象征。没有它，每个独立的生命在其死后就没有意义的残留。生活就只有过程，没有永恒。

但话说回来，都市尽管有痼疾，面对不同的人却有不同的诱惑面：贫穷者要寻求就业的机会，有为者可登上显更大身手的舞台，而富有者又有享乐的场所……至少，在乡村仍非常困顿的条件下，人们有理由神往城市。这也许就是文明

的宿命。不过，既然技术力量发展对现代都市的兴起起决定性的作用，那么，技术的进一步发展，促进生活的变化，如交通的繁荣、电讯的普及、以及产地与市场的均匀分布，都市是否还是以大为优点，这是值得寻问的。

据说现代之后还有“后现代”，我极期待理论家们能带来一个福音，宣布“后现代”是个不需要大都市的时代。果若如是，今天的未来学家就得提前着手，为未来的历史学家起草一份诉说我们置身其中的文明变迁的材料，让他们有充分的依据去撰写现代都市的墓志铭。

时髦面面观

社会有形形色色的现象，现代社会也不例外。但是，现代社会中的现象，有些是以往的社会也有过的，有些则是现代特有的，时髦属于后者。

在时装商场，当你以某件衣服的价格咋舌时，档主会告诉你：这款式正抢手哩。在学生宿舍，我抄起一本汪国真诗集问学生：你喜欢？回答是：大家都在读。

无论是物质的，还是精神的，是否有价值，关键在于是否流行。有一部电影，就叫“街上流行红裙子”。这就是时髦。

不同民族、不同社会于不同时代，都有某些被普遍认同的精神信念、行为习惯及情趣，即都有某种时尚。以衣着而言，有长袍马褂的时代，有西装旗袍的时代，也有军装军帽的时代。但时尚还不是时髦。时尚是慢慢形成，也慢慢消退的。时髦则要“赶”，宛若赛龙舟，没有第一，也得抢个第二、第三，再迟到就无人喝彩，风光全无。既是需要“赶”，就表明时髦不会像“饮蓝带啤酒，天长地久”，而是一波逐着一波来：邓丽君、张明敏、费翔、童安格……金庸、琼瑶、三毛、席慕容、汪国真……喇叭裤、直筒裤、萝卜裤……尼采、弗洛伊德、萨特、铃木大拙……UFO、耳朵识字、气功、科学看相、电脑看风水、周易预测学……三论（系统论、控制论、信息论）、新三论（突变论、协同论、耗散结构论）、新新三论……它们

分属(部分交叉)于不同领域、群体,不入流者,有时是洞中方一日,世上已千年。不是歌迷,谁能说出本月本地歌坛上划过多少流星呢。

以往的时代不可能有时髦,因为它受历史条件的限制,没有机械操作,没有流水线,没有批量生产,不可能有大规模的款式更新。没有广告、没有报道,没有大众传媒的渲染、煽动、鼓吹,便没有标本,没有偶像。物质如此、思想学术也然。在没有报刊、杂志发行的年代,靠书信、或慢腾腾地搞一两个刻本,即使请金庸、古龙分派笔下轻功了不得的大侠去传送,传播之速度、范围也非常有限。大众传媒的出现与发展为各式时髦创造基本的条件。

各种时髦大小不一、速度不同。如果我们把一次性流行的时髦称作一“波”,那么不管大波小波,每一波中总可分出两种不同类型的参与者。一种创时髦,另一种赶时髦,两者缺一不可,但表现不同。创时髦者,属“领袖”级的人物,抢居此位置通常是需具备某种条件、素质的。条件指各种资本,包括社会地位、财富、荣誉等,素质则系创新能力,包括预见性或洞察力。在此基础上,以适当的策略为之努力,便有某种成功的可能。这种自觉人物,不但大众娱乐界有,学术界也一样。他们靠瞄准潮流行事,其心理说穿了就是投机心理。所以我们这种时代也出产思想商贩。

但有两种人物例外。一种是刻意求新,然由于其迈步太快,很少人能理解或跟得上,于是便被视为怪僻而自感到孤独。这种人假如真有远见,也得死后才能走运。另一种人只是不随俗,但无意于领导新潮,可后者却被别人“发现”,又把他抬出来。这两者在思想界较常见,现代存在主义的鼻祖

中就有这两种人，前者如尼采，后者则是丹麦人基尔凯廓尔。

相比之下，赶时髦者的数量要比创时髦者多。他们身属大众，却不甘平庸，至少在其所热衷的领域不是保守主义分子。但赶时髦也需要条件，物质领域必须有经济基础，精神领域则要求一定的教养。歌星的发式容易让人模仿，但华贵的演出服则只有少数人能追求。思想领域就更苛刻些，“上帝死了”、“自我设计”之类口号挂上口可以，但说多了就会露馅。这种“半文化”人其实最俗气。各种赶时髦者都有一个共同点，就是不着重所追求者的真实价值，而在于是否新潮。所以便有大量一波逐过一波的新潮青年。这也需要聪明，要眼观六路耳听八方，假如赶不上潮头而是跟上潮尾，就有被淘汰的威胁。但是，由于任何时髦的形成都得以大量追随者为条件，而追随者的客观条件也对特定的时髦起塑造作用，故他们也非纯消极的因素。

各种时髦的价值不同，对社会的影响也不一样。潮水一过，有些无踪无影，有些则留下深刻的印痕。思想方面的影响容易长久些，且也有更多积极者可以说。一个世纪之前的戊戌维新，就可看成中国现代化道路上的第一次大时髦。甲午战争失败后，康有为等人领导了“公车上书”，呼吁光绪皇帝通过变法来救亡图存。他们通过开学堂、办报刊来传播新思想，进行社会动员。结果便掀起以学西学、讲维新相标榜的热潮，到处有声光电化平等博爱的新概念。特别是严复的《天演论》译出后，知识界人人知“物竞天择，适者生存”，以自强、自立、竞存、竞雄、华强、华盛等概念作名字，竟成为一种时髦，连今日也能见其痕迹。中国近现代史上起伏不断的