

周迅·著

五味

随笔

WUWUISUIBI



學林出版社

五味随笔

周 迅 著

学 林 出 版 社

(沪)新登字 113 号

责任编辑：余维薇

封面设计：桑吉芳

五味随笔

周 迅 著

学林出版社出版 上海文庙路 120 号

其书亭在上海发行所发行 丹阳新华印刷厂印刷

开本 787×1092 1/32 印张 8.125 插页 4 字数 160,000

1993 年 8 月第 1 版 1993 年 8 月第 1 次印刷

ISBN7-80510-861-7/I·300

定价 5.50 元

做一回自己的评论员

(自序)

1. 出一本作品集,自然少不了序跋之类。照惯例,是要想方设法(或者钻山打洞)叩开名人的大门,来为此做做“广告”的。早先也有此动议,名人做了序,发书讯、发征订单,乃至面带微笑以书赠人,通可以吹牛皮。后来一想,倘将名人的光彩抹在这些不那么时髦的文字前面,恐怕东施效颦,反而让人觉得别扭。本来么,豆腐硬要当白玉吹,明眼人面前必定是挂不住脸的。倒不如自己说几句,也甭管啥“规矩”了,做一回自己的评论员,权作“自序”吧。

2. 打从1984年第一次发表文字至今已七八年。其间各种文字式样多有尝试,也算走运,见报见刊的约有数十万字,这本书收入的十几万字,就是从中好歹选出的一部分。也许是从文之初便没想过要做××家××大手笔,所以数十万言的作品绝无方家气势,也够不上时下耀眼的档次,充其量属于“家常小菜”。倘若能引起一般读者偶而翻看几篇的兴趣,我也就心满意足了。

3. 去年下半年《杂文报》发过一篇《湖南青年杂文家周迅小记》。文友们“高帽子”相送,心下自然窃喜有余。无奈这顶“高帽子”太大,与真实的我相距甚远,夜里偷偷地摸摸自己的脑袋,脸还是要红的。即以本书为例,哪些是“正宗杂文”我还

弄不清呢，所以这百多篇文章还是叫“随笔”的好。无非是对人生、对社会、对情感的体验与述评，或长或短地结集一处，于人于己也算是一种纪念。

4. 于是便有人问，你为什么写作呢？我默然。上帝造人本是分了类的：绝顶聪明的去做天才；呆呆傻傻的只负责吃喝拉撒睡；剩下大批量“批发”的就八仙过海各显其能了。好营生不少，做官、经商、办企业……但都得要条件。比如一个“好爸爸”，一个好位置，一条“通天”道”，一张“关系网”等等等等。而这一切于我都不大沾边，也无意去沾边。然而，既然到这世上走了一遭，总得做点什么。于是便拿起了笔，短短一支五寸长的笔，喜怒哀乐风云变幻都可以任它挥洒。不是说“文章千古事”么？斗室之中也可一展“大丈夫”“雄姿”的。于是在苦闷与欣慰，彷徨与坚定，艰辛与畅快之中循环，将日月星辰挽留在这实实在在的足迹中。

做了，还在做，活着就踏实了。为人为己，大抵如此。

1991年10月於岳阳

目 录

做一回自己的评论员(自序)	1
---------------------	---

第一辑 有此一 说

老子与父道	2
并非语言学方面的问题	4
唆螺大赛·陪酒员·泔脚丰收	6
反弹琵琶一曲	8
九香虫·语言艺术与甄贾二先生	10
应当为阿Q立块碑	12
你好!老前辈	14
消费的“误区”	16
豪华的“陋室”	18
愚公智叟今犹在	20
且说财产“曝光”	22
丑媳妇偶感	24
成才少不得磨难么?	27
阿Q再度中兴	29
“扣子”招数说	32
年轻不是过错	34

闲话新闻的虚假味·····	36
A 女士·赵姨娘·报应·····	38
“凸碧”·“凹晶”·自然美·····	40
金漆马桶“富贵气”·····	42
颠倒的是非·····	44
“磨刀老头”的感慨与“草坪公路”的启示·····	46
“忌讳”之变迁·····	48
“第一计”之隐患·····	50
乌鸦孔雀效应·····	52
“赛先生”当“推销员”以后·····	54
洋老头为啥不叫“OK”?·····	56
呜呼,“听话”!·····	58
非“礼”勿言·····	60
“邪销术”曝光·····	62
“看客现象”·····	66
管官的兵·····	68
不敢恭维的“潇洒”·····	69
“面子病”孔见·····	71
漂亮脸蛋是“通行证”吗?·····	73
舌上生花底气虚·····	75
啼笑皆非说过年·····	77
官员的清、勤与贪、庸·····	80
“舍豆结缘”之术·····	83
三十六计“新注”·····	85
怪事怪论并不怪·····	89
管窥“捏合术”·····	92

第二辑 阴 阳 杂 话

空谷	96
银河两岸	97
柔美与霸气	
——女性古典美与现代趋势的冲突	98
说说“妻道尊严”	101
相视一笑泯旧嫌	104
“阴盛”之招数	106
阴阳长短录	109

第三辑 人 生 之 旅

总想	130
遥寄一份真诚的祝福	131
叮咛于心弦上的念珠	133
琵琶反弹三章	134
临窗絮语	136
北方的云	137
门镜	138
赢累·空灵·得失	140
人与人及人的虚荣	142
胡须与尊卑长幼	144
雨夜偶记	146
此处糊涂亦相宜	148
“湘云咬舌”的联想	150
后悔是祸	152

躁动的心理曲线	154
“虚荣”碎语	155
三分真情亦可贵	157
留一方空旷和清新	159
雨季不再来	161
回首	162
不要吝啬这“五分钟”	163
假如重活一辈子	165
做老子的尴尬	167
幽默的循环	169
自我高明术	171
得失寸心知与否	173
今夜无客	175
卵石的自白	177
等待蓝天	178
“不求甚解”自清心	180
一张好大的“牛皮”	182
肥瘦之间	184
日近也可见人心	186
心的距离	188
“说不清楚”	190
“笑刀脸”·“八吊脸”·人际效应	193

第四辑 艺林散叶

潇湘语丝 24 章	196
两首偈语的趣话及其话外音	219

有效而有限的骗术	221
窒息杂文之呼吸	223
不仅仅是“调料”	
——也说杂文的幽默	224
杂文“繁荣”的背后	227
出版界的悲哀	229
贬不易,褒亦难	231

第五辑 门 外 谈 商

广告第一吗?	234
名牌不是护身符	236
巧借东风莫失良机	238
“最后半小时”的生意	239
广告的出奇制胜	240
莫使渔翁得利	242
冈田茂之策可鉴	243
辟一些“特型用具店”如何?	244
诚卖胜“巧销”	245
入情入理的怪招	246
灭灭“天之骄子”的骄气	247
明智的“第十一诫”	249

第一辑 有此一说

老子与父道

倘若把五千年中华历史当作一幅长轴卷铺开来看，浓墨重彩之中，“父道”二字，笔锋贯通时空不说，那深厚的内蕴尤其体现了本民族特有的妙处。

无论何朝何代，一曰君，二曰父，一天一地何等威风。那“君”毕竟只是极少数“真龙天子”的享受；这“父”却足见“权威”的普遍性，人人皆可统辖一方宝地，虽衣不裹体仍不失“老子”派头。

你想衣来伸手，饭来张口而绝不用捂住大鼻孔倒马桶吗？你必先得做老子。

你既无乌纱，又无银两，出门腰椎难直吗？且慢！转身进家门，活脱脱又是一条好汉。

啊哈，善哉，妙哉！做老子的好处何其多矣，难怪当年阿Q急慌慌地要跟吴妈睡觉；并非他Q先生吃了什么春药，空发妙想，实因“老子信念”坚定起来。做自己儿子的老子很可以疗救一下做别人“孙子”时所造成的中气不足，气血两亏之症。

其实，国人的“老子心态”完全是自卑与自傲极端矛盾的派生物。当人对社会功利的追求无法完成，并由此产生虚荣的刺激，形成内心的渴求与失落感交织摩擦时，就必然要寻找一个矛盾排泄的窗口；“做老子”就可以打开这个窗口。

在京城东郊民巷的使馆区，曾有东西方两个小儿在一起玩耍。洋仔问：“你长大了干什么？”华仔摸头一想：“我要当爸爸！”乍一听，觉得那华仔憨态可掬，细一想，却是大大地不妙。洋仔从小便锻炼独立性和自由性，华仔讲究的却是“大树下面好乘凉”，在家靠父母，出外靠领导。既然老子就是权威，领导就是真理，那么也就用不着动自己的脑筋，更不必为什么民主、自由、正义、真理而与旧传统、旧习惯以及一切不合理现象奋战了。

戴乌纱的老子可以提供源源不断的权利之泉，即使犯了王法，也至多敲几下屁股。命运不济，摊上个车夫老子，也能够油门一踩，后门大开，乐得到处都是便宜。老子既然有如此方便之处，“18周岁”的义务，自然会无穷无尽地延续下去。小子利用老子，老子自可摆摆威风，呵斥小子，各取所需，各得其乐，由家庭到单位，风范无异，于是有了专制与奴性的共生共存。

纵观“老子心态”，小而言之，它滋润了家庭的专制，板结了空气；大而言之，它孕育了虚狂和自卑交织的民族心态。“专横症”、“依赖症”与“夜郎自大症”相应孳生。

虚幻之中的伟岸老子，回到现实中，顿成了蹩脚的小子，阿Q们于是说：想从前，老子……

（原载1988年12月28日《中国妇女报》。此文获1988年行业报好作品奖）

并非语言学方面的问题

学过几年汉语言文学专业，深入现实生活之后，才发现民间、官界的“语系”远非教科书那么规范，其复杂奥妙实在不是几年寒窗能够领教到的。

一位颇有能力的友人被上司看中，初拟提拔使用。风声刚露出一点，便有人生出不平之念，更有人如此这般“点评”一番。不几天，上上下下都听说友人有些“那个”。“那个”是什么呢？谁也没说清过，但不同的人有不同的理解。张三以为“那个”无非是“巴结领导”、“投机钻营”；李四认为“那个”指的是“作风问题”；王五还高明一些，说“那个”就是“那个”，已经说明问题了。末了，友人不仅未被提拔，还被调离了工作。

听起来真有些玄乎，“那个”两个字居然能决定一个人的际遇；语言——尤其是经过“加工”的语言，其魔力可见一斑。

“那个”是什么？抽象地去请教语言学教授只怕也得不出准确的答案。这也许是“春秋笔法”的一种演绎吧。恰如一位小说家所说：“‘那个’到底在说‘哪个’？语焉不详，说的人神态端庄，并无戏谑之态，听的人便也不予深究。满足于这种‘艺术空白’。总之，‘那个’是‘哪个’似乎不便出口，不便出口，必定不是好事情。”于是，这种“艺术空白”创造出的“戏剧效果”，便导致了一些人声誉受损、恋爱遭挫、婚姻离间、升迁梗阻、工作不便、调动多艰等等令人啼笑皆非的结局。

从制造“这个”、“那个”的方面来说，可见一些居心叵测者的“技巧”提高了许多。因为迫于法制与舆论的压力，他们不便信口雌黄，所以用“模糊语言”来制造这种“效果”似乎“事半功倍”。不少国人还有这么种心态，即越是不明就里的事情越爱打探，还尤其喜欢广为传播，好像不如此就大小便不畅通似的。结果，本来一点也不“那个”的事情，终于弄得非常“那个”了。

这不能不说是一种社会病毒。这种病毒的发源，可能出自居心不良，也可能来自嫉妒或无聊。对于前者最好能让他走出暗室曝光一下，甚至使之尝尝法律的滋味；对于后两种人，则需敲敲警钟，让他明白：你在说“这个”、“那个”的时候，保不准别人也在说你“那个”呢。做人，还是正直、厚道些为好。

（原载1990年7月27日《杂文报》）

唆螺大赛·陪酒员·泔脚丰收

公然以吃为主题，大摆擂台之举，时下尚不多见。古城永州最近隆重推出的“唆螺大赛”自然引起人们的关注。七十多位唆螺高手争献舌技，唆唆之声引出了许多论争（消息见《科学晚报》89年2月25日一版）。

主办者持议最为气派，以为“唆螺大赛”冲破了“吃”赛禁区，发掘了本民族的饮食文化。非议者也论之有据：如今吃喝风正难以遏制，倘再在“吃”字上面做文章，只恐火上浇油，腐而将化。另外还有一些人对此表示深恶痛绝，认为“唆螺”之类的东西本该在屏风之内悄然享用，怎能堂堂然、皇皇然当众大吃大喝？

笔者素来嗜馋，无缘直观大赛并将那螺也唆它一唆，为民族饮食文化“唆”出点贡献来，实在遗憾。

不过，咱没去搞“吃赛”，倒也算没沾“吃喝风”的边，也未尝不是好事。想来，还是那些主张悄然享用而义正辞严地怒斥此赛者高明。既显出反对“不正之风”之坚决，又使那些“小餐厅”仍然可以时刻备有鲜货恭迎贵人和关系户。

据最新隐秘心理测验，某些人对外竭力反对“吃喝赛”，对内又积极倡导“赛吃喝”。一些单位还正式或非正式地选聘“陪酒员”（职务名称当然是秘书、联络员什么的）。有关单位相互学习取经，谁的陪酒员酒量最大，将“敌手”逐一灌醉，谁便八

面威风、左右逢源。《瞭望》周刊曾发表一位“陪酒员”的纪实文章，较详尽地描述了某些单位的吃喝盛况及一些官员在酒场上的高超技艺、顽强作风。某地流传一句妙言：“要想找个好工作，先去练习喝白酒。”一位供销大员更是见解精辟：“酒未上樽，一事无成。”难怪某中等城市几家主要饭店、酒家全天对公家营业仍不能满足要求。这些店家的泔脚需专车运送给养猪专业户，某户数十头猪一日吃了这泔脚，竟然大醉三日（见《文摘周报》89.2.23）。想当年猪八戒总是叨念此等生活而不可及，足见今日经济超过盛唐太多。

由“唆螺大赛”触发笔者神思，既然时下陪酒员供不应求，何不开办一所“陪酒学校”，专门训练合格的“陪酒员”？又曰：各地泔脚大丰收，也应专门组织科技人员开发利用泔脚，此项专利，说不定可获“尤里卡”大奖哩。倘如此，敝国饮食文化岂不要更加光大哉？！

（原载 1989 年 6 月《记者文学》）