

陈酿三国

CHEN NIANG SAN GUO

胡小伟 / 著

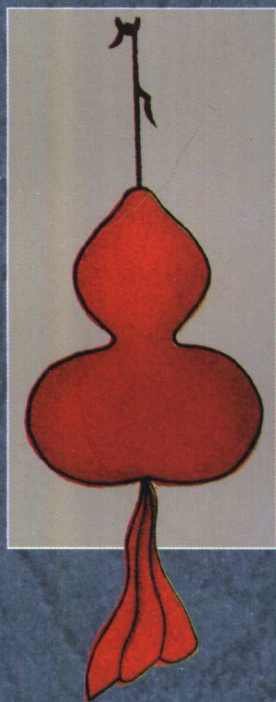


中国友谊出版公司

主编 / 胡小伟

策划 / 好风

闲聊丛书



❁ 闲聊丛书 ❁

陈 酿 三 国

胡小伟 著

❁ 中国友谊出版公司 ❁

图书在版编目 (CIP) 数据

陈酿三国/胡小伟著.-北京:中国友谊出版公司,
1998.2

(闲聊丛书/胡小伟主编)

ISBN 7-5057-1451-1

I. 陈… II. 胡… III. 杂文-作品集-中国-当代
IV. 1267

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 29629 号

书名	闲聊丛书——陈酿三国
作者	胡小伟
出版	中国友谊出版公司
发行	河北省新华书店
经销	全国新华书店
印刷	河北省香河第二印刷厂
规格	787×960 毫米 32 开本 7.5 印张 10 万字
版次	1998 年 2 月第 1 版
印次	1998 年 2 月第 1 次印刷
印数	1—12000 册
定价	115 元 (全十册)
地址	北京市朝阳区西坝河南里 17 号楼
邮编	100028 电话 (010) 64668676

总 序

胡小伟

大约在友芥中薄具“聊”名，有了这个选题，朋友就非拉我“主编”，说也“抽抽你的懒筋。”著作者和出品人都是我的朋友，曾在不同场合中酒酣耳热，言笑宴宴。想来假此形式，各出机杼，济济一堂，也是一乐。只当做东，过一把“聊斋斋主”的瘾。但承诺是债，倒着实让我食不甘味，寝不安席了一阵子。

“聊”(或“聊天儿”，“聊大天儿”)是京畿一带的词儿。东北人之谓“唠嗑儿”，上海人之谓“讲山海经”，四川人之谓“摆龙门阵”、“冲天壳子”，等等，都庶几近之。可见分布之广。其内容丰富而模糊，似乎包含着切磋、诘难、博闻、多识、捷辩、盘道、讲古、批评、议论、品鉴、幻想等多重混合意味，有时也是一种思想文化上的交流撞击，照说是社会生活中一种“虚实结合”必要的方式。带有极大的思辨特征和自娱性，以至很多人乐此不疲。这是中国特有的一种精神文化现象，对思想文化的发展曾经起到过非常重要的影响和作用。无论“述而不作”，稷下学宫，兰亭雅集，还是论衡三教，鹅湖胜会，以至传承燔火之类，更不必说魏晋玄谈和唐宋以后的谈

禅，都是中国文化史上的盛事。

聊亦有道。首先得博闻广见，始底蕴深厚；其次是立论新颖，则中气充沛；再次意兴遄飞，尽迭宕之妙；再次语言幽默，得流转之欢；然后心态平和，有从容之致。古人云：“不有学也不足谈，不有识也不能谈，不有胆也不敢谈，不有牢骚郁积于中，无路发摅，也亦不欲谈。”（《古今谭概》序）可见自有一套学问。友朋相聚，谈天说地，道古论今，侃神聊鬼，达意抒情，化雅为俗，变俗臻雅，大雅力透象牙之塔，大俗直抵市井之区。聊者纵横捭阖，固然自得其乐，听者如座春风，不啻特殊享受，都是一种“化境”。回忆记事以来所得常识掌故，倒有一小半儿来自听人闲聊。

难得的倒是闲。生活压力，都市节拍，信息社会，消费诱惑，都催促着你一溜小跑，难以止步。善钓者会告诉说，激流边回水，瀑布下深潭，才是下竿之处。舒缓紧张，品味人生，静心养学，就需善自调剂，一闲对百忙。聊就是其中一法。

此番约来的各路聊主儿，所专非一，聊风各异。或睿智见长，或新异取胜；或禅机忽现，或单刀直入；或侃侃而论，或娓娓道来。对拈花示以微笑，当棒喝奋然醒悟，聆警句不觉深思，闻隽言报之捧腹，读者若有逸致闲情，把来一读，自能各取所需，得其所哉。

陈酿三国（代序）

曾有人言：“新者，天下事物之美称也。”“照例”也有例外，这就是酒。陈酿比之新制，味醇而厚。所谓 XO 之 O，强调 old，标榜的就是个“陈”，而不拿“新”作招牌。连带说来，标明“老字号”也是商家的习尚，瑞士银行，日本商社，德国汽车，法国香水，无不如是。连可口可乐一度改变传统配方，想推荐一种新的口味，结果弄到顾客们都跟它急，只得麻溜往回改。可见万事万物，“新”不过其中之一端。前面所引李渔的话，也是极而言之。“历史悠久”是中国人的骄傲。

但这也遭遇到严重质疑。比如说百岁寿星佬“历史悠久”，同时也就是他饮食起居将每况愈下的意思。“历史悠久”的国有企业，意味着包袱沉重，缺乏活力。其实任何地区的人类，都拥有大体相同的时间轴线，所谓“历史”，不过是民族记忆的长短。国人引以自豪的，除了一大堆文物古董等精美器物，最重要的还是连续

不断的典籍记载。这构成了民族的共同记忆，其中的经验教训不但嘉惠后人，而且启示世界。

历史当然不如某位学者曾轻率说的那样，是“任人打扮的小姑娘”。中华五千年历史，是全民族共同财富。它记载的每一桩尝试，每一项成功，每一个挫折，每一次失败，都铭刻着我们祖先的光荣与喜悦，痛苦和屈辱，都昭示着後世子孙去开拓与进取，发展和提高。尤其是当我们跨出了百余年来的低谷，超越近代历史的迷雾，具备重新认识周围世界和自身能力的今天，历史对于我们，更有着特殊的价值和意义。

科学也许能预测未来，但历史却明示着过去。从实证的角度讲，它对人类发展的意义或许更为重要。我们都有这样的经验：紧贴地面，视点只见鼻尖，如果有一定高度，方能开阔视野。历史就是给现实中的人们提供观照所必须的高度。这就是为什么我们需要了解历史，至少具备一些历史意识和历史感的缘故。而历史剧就是给一般观众提供这些意识的形式之一。尽管见仁见智，对历史人物和事件的解释会有不同，这正是历史魅力之所在，同时也给历史题材创作提供了充分的空间。

一部二十五史，人们谈论得最多的就是《三国志》。它还是首先搬上戏曲舞台，同时又被说部编演为小说的，明人谈论“四大奇书”，《三国志演义》就名列榜首。它是历史，是小说，但是又不仅仅是历史，是小说。经过千百年来流传，演变，沉积，延伸，扩展，再流传，再演变，再沉积，再延伸，再扩展，已经上升为一种内涵丰富，意味深邃，意蕴无穷的文化了。至今人们犹津津乐道于此，无论茶余饭后的闲聊，还是正襟危坐的讲坛，仍然在品尝回味这壶陈酿。只是时与势移，味道反而愈加醇厚，而各人所得，也愈加不同了。

曹操《短歌行》有“何以解忧，唯有杜康”之句，为古今酒徒所宗，遂引发了河南伊川酒厂和汝阳酒厂的商标纷争，两家争相拿电视剧《三国演义》中饰演曹操的艺员作形象招牌，正应了那句“鹬蚌相争”的老话。

但领略历史文化的陈酿，并非喝酒知味，借以忘今。苏子美以《汉书》下酒者，读至张良博浪椎击秦，惜乎击之不中，满引一大白。又至与刘邦会，慨叹君臣际遇，再举一大白。（见龚明之《中吴纪闻》）读书知味，就别是一番景象。而裴松之注《三国志》引《江表传》：“与

周公谨交，若饮醇醪，不觉自醉。”，交友而知味，则是一个更高的境界。

近年来我的兴趣逗留于此，多少与中央电视台的邀约有点关系。1988年和1995年为策划制作三国方面的节目，曾有机会“行万里路”，两度走访三国时代的遗址和后续文物。1989年和1997年访问澳洲和台湾，也都以此题作过学术讲演，目前还正在写一部专著。本书所辑，兼及其他方面的问题，都是陆续应报刊之约，拉杂写成的。其中有几篇口语化的文章，就是电视节目的讲稿，其中还融进了一些专家的意见，恕不一一注明了。

性本疏懒，不复“倚马”之才思；薄发浅见，犹以“厚积”为自嘲。读者诸公知我罪我，端赖见仁见智了。

胡小伟

1997.12

闲聊丛书

责任编辑 / 诸生

陈酿三国



胡小伟 中国古典文学及文化史研究者。1945年生于成都。文革中大学毕业，先后作煤矿掘进工人及乡村中学教员。1978年入中国社会科学院研究生院文学系，获文学硕士并留文学研究所从事研究工作。治学旨趣集中在古典文学考据，以及勾稽阐发传统文化与中国现代化的关系，发表专业论文数十万字。多年来应邀为中央电视台多种专题或专栏节目担任策划和评奖等工作，并一度客串凤凰卫视中文台《开卷有益》主持人。

目 录

陈酿三国（代序）

疯子和傻子

疯子和傻子	3
“戏说”与“演义”	9
说英雄谁是英雄？	15
“智绝”与“奸绝”	24
“老不看‘三国’”	31
既生瑜而何生亮？	36
“三分”与三角	42
三国的经济战	50
木牛流马话三国	58
立向斜阳说孔明	67
文采风流话三国	75

文化：中国诗歌史的失视野

小引	85
----------	----

一、诗源于巫	87
二、诗教与文化设计	92
三、诗歌与人生	100
四、盛唐之“盛”	109
五、不尽诗流	119
六、模仿和创新	126
结语	136

文化的杂说

文化的杂说	141
从开埠到开步	146
资本主义，这个鬼东西！	151
中国电视：在 21 世纪门槛上	157
名著与名片	162
经典改编，慎之又慎	168
说不完的“杨家将”	174
“名片”古今	184
“这鸭头不是那丫头”	190
儒商四题	195

瘋
子
和
傻
子

疯子和傻子

题目套的是“演戏的像疯子，看戏的是傻子”。这句现成话其实也是中国民间艺人总结戏剧的“诛心”之论，我以为已经触及到斯坦尼戏剧艺术体系的神髓。类似的话还有一些，如“戏台小天地，天地大戏台”等，过去常常用作小台子的俗联，洞穿时空两轴，品起来也满有哲理。

自从电视这个鬼东西风行以后，“天地大戏台”的话又应验出另一层涵义。尤其在中国这样重视家庭生活和天伦乐趣的国度，看电视成

为绝大多数人日常的信息来源，娱乐中心和休闲方式，“黄金时段”的电视剧也因此身价不斐，成为制作者和广告商通力争夺的焦点。单只“数以亿计的观众”几个字，就不仅使演艺人员奋力争取，“混个脸儿熟”，而且也在制造商和销售商面前，展示了一个几乎无穷大的市场。

据说，中央电视台 93 年的广告收入，相当于每位国人掏出 3/4 元（报载 98 年黄金时段的广告竞拍，收入已然达到 40 亿元）。为了回馈社会，为了弘扬文化，或者也为了在愈演愈烈的各台“节目大战”中继续保住中心地位，中央电视台近些年来一直在斥巨资推出大制作，最近的例子，便是八十四集连续剧《三国演义》的播出。这部片子在好几个方面稳居“中国第一”：投入的人力、设备、宣传攻势、投资、效益、播出时间，一直到绵延不绝的演职员名单。

照说《三国演义》在明代已有“四大奇书”之目，但由于它从历史、传说到戏剧、小说的反复互动和漫长过程，其在老百姓中影响之广大深远，可谓无出其右。更借助“汉字文化圈”的流播和海外华人社会的扩大，在世界经济“风景这边独好”的东亚和东南亚拥有现成的观众群。又因为日本企业界对《三国志》偏

好的传闻，使国内喜欢动心机，或者不得不动心机的各界人士，也对《三国》谋略翘首以待。拍摄《三国演义》，因此成了“万事具备”之事。其实十年前就有人发表过想以电视、电影与《三国》联姻的“公告”，但终因“心有余而力不足”放弃了，于是这副担子也就理所当然的，甚至可以说是“历史的”落在了中央台的肩上。

现在电视剧已播映过半，主要创作者的自信心还挺足，甚至有说“一百年也不会超过”的。舆论方面则评价不一，赞赏的不少，但批评方面尖刻的说“味同嚼蜡”，激烈的已经提到了“以谢天下”什么的。有反响、有争论，至少部分实现了制作者的初衷。作为古典小说的爱好者，我的看法倒是认为该有的情节人物差不多都敷衍到了，只是“戏”太差，不过是一部“电视连环画”，远不如当年的京剧电影片《群英会》好看。京剧《群英会》是在前辈艺术家千锤百炼的基础上，又集中了萧长华、马连良、谭富英、裘盛戎、袁世海、叶盛兰等一代名伶，在组织戏剧冲突，刻画人物性格方面都极富创造性，不但演“疯”了，而且形成了“一棵菜”，也就是各位艺术家自觉主动的配合。

中国戏曲中本有“唐三千，宋八百，数不清的三列国”之说，这是一个戏剧和表演的宝