

食糖 吐 弹论

中国青年报评论部编



华艺出版社



I253/

105



* T130901 *

论弹吐糖食

中国青年报评论部编



ABY 95/07

华艺出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

食糖吐弹论/中国青年报评论部编. —北京: 华艺出版社,
1999. 9
ISBN 7-80142-176-0

I. 食… II. 中… III. 评论-中国-文集 IV. I253

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 37511 号

食 糖 吐 弹 论

中国青年报评论部编

华艺出版社出版发行

(北京朝内南小街前拐棒胡同一号)

邮码 100010 电话 66736751)

印数 00001 12000

787×1092 1/32 8 印张 172 千字

1999 年 9 月第一版 1999 年 9 月第一次印刷

ISBN 7-80142-176-0/1 · 113

定 价: 10.00 元

目 录

知名度闲篇	陈小川 (1)
论捍卫“甜葡萄”	王乾荣 (4)
渴望“明白”	孙立先 (7)
吹向千家万户的牛	郭振亚 (10)
确有老板	刘洪波 (13)
“凉二”心态	杨子才 (16)
不必寄厚望于星	陈小川 (19)
导演与胡子	朱铁志 (22)
精神克隆	王乾荣 (24)
腐败与幽默	陈鲁民 (27)
即使真的“酷烈”	孙春平 (29)
恍然小品	陆士华 (32)
扫荡“花瓶”	金陵客 (35)
清除“屁纪律”	郭庆晨 (38)
借光扬名热	梅桑榆 (41)

人不如猴?	甲 乙 (44)
煽风癖	赵 维 (47)
歪批圣贤	刘洪波 (50)
新讽喻诗话	黄炳麟 (53)
求华美 害民生	杨子才 (56)
恶有善报?	孙立先 (59)
作态	毛志成 (61)
一种人生境界	叶廷滨 (64)
“吃喝大王”今异古	杨子才 (67)
吃“紧”现象	王艾宇 (70)
错认现象	邱曙东 (72)
假如能活四百岁	冯日乾 (74)
鹿死谁手	高 低 (77)
穷醉	高 云 (80)
自己□□自己	秦蒲荆 (82)
辩诬	孙立先 (85)
推荐“高俅”	蒋家平 (88)
害怕长出三条腿	周 翔 (90)
“一把手学”	郭庆晨 (92)
异种伯乐	赵 维 (95)
谈官与杂文	梅桑榆 (98)
脊梁	文时夏 (101)
忧业者乐业	赵廷鹏 (103)
“食糖吐弹”论的破产	孙同喜 (106)
何事“竟然”	盛 晟 (109)
走过工地	曹 云 (112)

噪音探源	王得后 (115)
谁该让谁	冯日乾 (118)
乐趣	叶延滨 (121)
眼泪的奥妙	杨子才 (124)
贵耳篇	赵廷鹏 (127)
关于淘汰的断想	李 方 (130)
福利式考察	刘洪波 (134)
进口客套话之误	赵 维 (137)
要啥有啥?	郭庆晨 (140)
比邻若天涯?	苏天生 (143)
不仅是女性的悲哀	刘章西 (146)
男人爱洗脚?	孙同喜 (149)
致戴妃	毛 浩 (152)
论急头白眼	陈小川 (155)
“过日子”的新内容	叶延滨 (157)
假如我是戴安娜	金陵客 (160)
婊子牌坊	郭庆晨 (163)
论发泄	赵 维 (166)
秘制膏丹闲话	陈小川 (169)
就是“平常”两个字	郭庆晨 (172)
咖啡加冰棍	孙春平 (175)
杂说“效应”	毛志成 (178)
丑恶的“气节”	梅桑榆 (181)
保龄球还能热多久	陈鲁民 (184)
只是为了一把交椅	宋志坚 (187)
“珍品”辨析	孙立先 (190)

“妈妈就是全世界”？	李庚辰 (193)
感叹什么	刘洪波 (196)
从新闻想到旧闻	吴 非 (199)
从“老板”到“老爷”	梅桑榆 (201)
多起来了的“缘”字	叶延滨 (204)
幽你一默	冯日乾 (207)
说“言教”	陈鲁民 (210)
良心发现	张聿温 (213)
买官心态	金陵客 (216)
买的没有卖的精	刘德水 (219)
警惕巧妙的“结义”	闻 启 (221)
养耻	赵廷鹏 (224)
百年老龟与吸毒歌女	徐永恒 (227)
贺“会议人”辞职	金陵客 (230)
过于发达的联想力	孙建清 (233)
有这样一种人	叶延滨 (236)
收买	梅桑榆 (239)
领导去向臆测	郭庆晨 (242)
想起了马丁·塔波尔	胡建新 (245)
噱头文化	金陵客 (247)

知名度闲篇

● 陈小川

“人怕出名猪怕壮”的观念在中国早已作古。如今是人怕不出名猪怕不壮。全因为许多时候名与利是双生姐妹。人出了名，立说著文上镜开口剪彩题词有优厚报酬，当然比不出名强多了。猪壮了自然也是好事，卖个好价钱利润高，何怕之有？当然猪不自知，实际上是怕猪不壮而不是猪怕不壮。

人想出名，人更想自己的商品出名。如今广告在电视台几成轰炸态势，我想这不是坏事，广告多透着经济景气。我前年去过欧洲，一大城市机场到市里的路边，许多广告牌闲呆着没人做广告，与在欧洲逢人就不景气相映衬——仿佛是后者的注解。广告就是千方百计地策划着制作着投资着让商品出名。唯恐名气小，才大把大把地花钱买知名度。

发明“知名度”这个词的人实在高明，最早这个词好像是从美国传过来的，既然知名论“度”，似乎就该有分寸而并

非多多益善。知名，原来在中国分成留芳百世和遗臭万年两类。在美国人那儿统称为知名度，不分香臭。可咱们国还是愿意出名的多。广告也多是说自己的商品酒香油香抹脸的东
西香洗头的东西香，连著名的臭豆腐也不说自己如何如何臭。

知名度高了，说白了就是知道的人多。可知道一种商品的人多是不是就等于买这种商品的人多？一般情况下成正比，但也不尽然。所谓名气大名声响，不是知名度一个词可以概括的，而是指信任度高。同仁堂乐家老铺的知名度高，是说它的药真药好能治病。张小泉的知名度高是张小泉的刀剪锋利坚固所向披靡。在此，名还是指的好质量。就算是好莱坞某巨星名气大也是因为表演、角色，没有谁光因为生活特乱七八糟戏演得不怎么样，就能名气如日中天的。所以商品光让人知道不行，重要的是让人知道你好在哪儿。

如今走在街头，新商厦老商城多是披红挂绿，老长的条幅从楼顶垂到地面几十米长两三米宽，一条接一条，大楼全没了窗户，透着商品急吼吼地想提高知名度，社会弥漫着这种急吼吼的浮躁。我看电视里五秒钟里大喊三声一类广告都显着浮躁，都没整明白啥叫个知名度。中央电视台每天十点多钟播一条广告，宣传一种洗发水，画面一会儿出个前清拖辫子的男人一会儿出个聊斋里的女人，一会儿踢一脚一会儿又飞剑割了辫子一会儿女人又浮出水面贴在前清男人胸前。完全不知所云，十几秒钟，只报出一个产品名。然后在几分钟里连播三遍，天天如此。我看已到招人讨厌的程度了，一问，不少人都有同感。这种商品知名度倒是高了，也招人腻歪了，买的人能和知名度成正比么？外国商品想占领中国市场的多了去了，可人家为什么不在商厦外边挂一大红被面不

竞争五秒标牌不在电视里连喊三声？人家没钱？人家搞了几百年市场经济了，没经验？不是，值得琢磨。

现在连出版社都上电视里喊一声去了。读者莫说知出版社的名，光知书名都未必买你的书，得靠内容介绍。浮躁至此，不是好事。

(1997年5月7日)

论捍卫“甜葡萄”

●王乾荣

“吃不着葡萄说葡萄是酸的”，这是自以为拥有“甜葡萄”者，讥讽没有葡萄但又想吃葡萄的人的话，这是对狐狸般的嫉妒心态的一种形象比喻，十分辛辣。

嫉妒，自然是一种很坏的品质，应该抨击。

但我以为，“吃不着葡萄说葡萄是酸的”这话，却不能随意地说。这句话，只有在自己的葡萄真甜，而有人却要无理攫取这葡萄，取而不得，于是便露出无赖相，以故意大骂人家的葡萄“酸”而泄愤的情况下，才言之成理。

而现在是，有些人的葡萄本身就酸，却自以为其甜无比，所以对“酸”特别敏感，像癞头阿Q忌讳“光”和“亮”，乃至讳“灯”讳“烛”一样，别人一犯讳，不问有心无心，他“便全疤通红的发起怒来，估量了对手，口讷的他便骂，气力小的他便打”。当然，如果是赵太爷之流大人物，哪怕当着阿

Q 的面肆意谈癡论疤，阿 Q 恐怕连腹诽，连“怒目而视”，也未必敢呢。

有些人的葡萄甜是略甜，但上面或许有若干小疵，总还不那么特别晶莹透剔，人家指出了瑕疵，并不是否定葡萄的甜，所以甜葡萄的拥有者或捍卫者，似乎也没有必要大动肝火，反唇相讥——这总给人以恼羞成怒的感觉。就算那多嘴多舌的人心理阴暗，是想毁甜葡萄的美誉，或欲以此证明自己的“慧眼”，而跻身于“名人”之列，但你在批评他的“小人之心”的同时，总须承认人家“指一为一”并非胡说八道。可现在的公正批评家，往往对葡萄的黑点视而不见，甚至故意把黑说成白，倒拿出百分之百的劲头，去攻击指出葡萄上有瑕疵的人的“动机”，这恐怕也有失大家风范。大学问家郭沫若 40 年代的话剧《屈原》里有一句台词，是婵娟说的：“宋玉，你是个没有骨气的文人！”当时的小演员张瑞芳认为这话语气偏软，说不如改“是”为“这”。郭欣然接受，觉得改后的话十分提气，韵味无穷，并尊张为“一字师”。这要是我们的一些名人眼里，张的好心即使不被认为唐突、冒犯，至少也要被指责为“酸葡萄情结”。李敖当中学生时，为一流学者钱穆不知《梁任公上南皮张尚书书》中的那封“书”，而大为惊讶，遂作文说：“他（钱）的学问广度，令我起疑。”后李又多次批评钱。有公正人士于是讥他：“钱宾四先生专心办新亚，理应加以尊重。各行其是，不应无端招骂。”李觉得可笑，因为他对钱的“攻击”，“纯是真理之争，不是什么有端无端的问题”，而在私人感情上，他对钱是“不失尊重的”。难道要他“尊重”钱的无知吗？李敖一针见血地指出：“只有混蛋才捧混蛋。”因为，捧便是胡诌，甚至把坏说成好，所以，

捧和欣然领受捧的被捧者，至少都不能称为明白人。真大家和所谓的大家的区别，也许不全在学问上。

实际上拥有真正伟大的甜葡萄的人，是不怕，也从不在意别人的嫉妒的。爱因斯坦不怕一切物理学教授或中学生说他的相对论酸，莎士比亚不在乎一切伟大的或渺小的作家批评他的《哈姆雷特》酸。嫉妒是一种罪恶；护短是一种虚弱；因虚弱而反诬人，则是一种邪恶。世上固然有“吃不着葡萄说葡萄酸”的小人，他们为嫉妒别人的成功而牺牲了自己的快乐乃至健康，可怜，但世上也有老觉得自己的葡萄一概甜的准小人，他们为时时刻刻维护自己葡萄的“盛誉”而身心交瘁，也未必不可怜。

(1997年5月8日)

渴望“明白”

● 孙立先

我一向教育学生读书看报会使人变得聪明，可近来一些书报却使我糊涂起来。虽说“难得糊涂”很被一些人奉为主臬，可我却更愿得到易得的明白。

提起鲁迅，至今被尊为“先生”，还不时听到“大哉鲁迅”的赞叹，一代伟人对他的评语也从未见有异议。鲁迅是个战士，战士的业绩在于他所进行的战斗，尤其在于他所痛击的对手是本该痛击的。滥杀无辜的是歹徒，死有余辜；好人误伤了好人，虽不至偿命也得判刑；就是防卫过当，也要被追究法律责任，都和伟人不搭界。既称鲁迅伟大，那他锋芒所向不能说分毫不差，也应大致无误。然而，被他三十年代无情痛斥过的文人如今都殊途同归于“伟大”了，其“闲适”大作与鲁迅不闲适的大作齐散“芳香”了。

有人开导我们说这是时代使然，“闲适”的时代需要“闲

适”的“佳作”。如此则现代人该是闲云野鹤优哉游哉的风流雅士，莫非我们将在“闲适”中实现四化？也有人说如今是“相逢一笑泯恩仇”的时代。可鲁迅在遗嘱中明明白白宣示“让他们怨恨去，我一个也不宽恕”，他是死而无悔的。而他们，也未见有归顺鲁迅或做鲁迅盟友的言行。

也许有人会说，文人之间的嬉笑怒骂，原不过是逢场作戏，只要演技出色，就是文坛大家，并不在于演什么角色，文场并不像血肉横飞的战场那样道义分明。果如是，鲁迅岂不成了与风车“英勇”搏斗的堂吉珂德，还有什么“伟大”可言？

沙场上兵戎相见又如何呢？曾国藩与太平天国是不共戴天的死对头，这有历史的铁证。这个上奏章将“屡战屡败”说成“屡败屡战”的曾国藩并非在作文字游戏，而是在表白对清廷的耿耿忠心与与太平天国的誓不两立，从而获得朝廷的赏识与重用。因其嗜杀成性杀人如麻，被民间称作“曾剃头”，被非民间尊为大清帝国的“中兴之臣”，生前风光得很。时至今日，曾国藩比当年还要神气，其“大作”一版再版，全集被隆重推出，“家训”、“奏章”被尊为文化瑰宝，其人也捧为“完人”，俨然“齐家治国平天下”古今第一人。

太平天国运动是反动的吗？清王朝是应该维护的吗？这就很让人糊涂。莫非曾国藩与太平天国的一场血战是好人打好人？或者曾国藩行如恶煞而言如圣贤——观其行，是灭绝人性的镇压农民起义的刽子手，而听其言，则是贤达善良的“曾文正公”？我们一向重视的人品与文品，在这位被封为一等勇毅侯、加太子傅、赏双眼花翎的曾大人身上如何统一？他在青史上是流芳百世呢，还是遗臭万年？

让我糊涂的还有诸如戊戌变法与辛亥革命的是非，五四运动与尊孔复古的功过，洋务运动与改革开放的异同，出家救世与舍身救国的高下，以及婚姻上的朝三暮四与白头偕老的优劣，古之妓女与今之暗娼的美丑，如今都是仁者见仁，智者见智，而愚者见到的只有糊涂。

一个糊涂人是站不到时代前列的，我的糊涂大概正是“落伍”的征兆。可也有人正告我：糊涂即明白。这近于禅语的箴言大有学问，可惜我缺少悟性。闻此言反而使我更糊涂：难道这就是一些人要让人们糊涂的初衷吗？

(1997年5月9日)

吹向千家万户的牛

●郭振亚

老舍先生在《又是一年芳草绿》中，说过这样一段非常风趣的话：“我最不喜欢吹牛的人，可并不拒绝与这样的人谈话；我最不爱这样的人，但喜欢听他的吹。”细一想，自己不是也有这种癖好吗？当你身边坐着一位夸夸其谈的吹牛家，他居然能把小老鼠吹成大象，把葡萄吹成西瓜，把桔子吹成足球，把稻草吹成金条，这种特殊的大学问能给你带来多少奇趣？

除了听，我还爱看吹到墙壁上、电线杆上的牛，什么“祖传秘方”啦，“包治”肝硬化、癫痫、阳痿等等，更有甚者，居然还能“包治”食道癌、肺癌、肝癌，并且“保证一次除根”。牛吹得何其大，简直要摘取诺贝尔医学奖了。

以上是前些年常见的现象。现在吹牛学又有了新发展，从内容到形式都有了巨大的变化，吹牛者的神通更大了，他们