



漳州当代名家作品丛书



林继中

文艺随笔选

林继中◎著

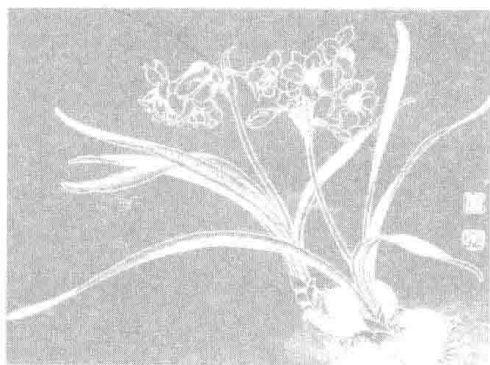
或文史，或时事，或游记，触事兴感，
随物赋形，不拘一格。

中国华侨出版社

海外僑

林继中 文艺随笔选

林继中◎著



中国华侨出版社
北京

图书在版编目 (CIP) 数据

林继中文艺随笔选 / 林继中著. —北京: 中国华侨出版社,
2017.10

(漳州当代名家作品丛书; 一)

ISBN 978-7-5113-7048-8

I. ①林… II. ①林… III. ①随笔—作品集—中国—当代
IV. ① I267.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 226105 号

林继中文艺随笔选

著 者 / 林继中

责任编辑 / 安 可

责任校对 / 高晓华

经 销 / 新华书店

开 本 / 670 毫米 × 960 毫米 1/16 印张 / 15 字数 / 100 千字

印 刷 / 北京溢漾印刷有限公司

版 次 / 2018 年 1 月第 1 版 2018 年 5 月第 2 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5113-7048-8

定 价 / 30.00 元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里 26 号通成达大厦 3 层 邮编: 100028

法律顾问: 陈鹰律师事务所

编辑部: (010) 64443056 64443979

发行部: (010) 64443051 传真: (010) 64439708

网 址: www.oveaschin.com

E-mail: oveaschin@sina.com

自序

在作者比读者还多的时代，作品只好像“三更雨”一样，任它“空阶滴到明”了。

只有作者还怀着侥幸：“或许它们是种子，值得秋收冬藏？”

于是收集、细读一过、校对付印。

不知还有没有喜欢看旧相册的朋友？

是亦为序。

林继中

2017 年大暑於我园。



目录

文化隔膜	/	001
电视与书	/	003
通俗、庸俗及伪劣“民俗”	/	006
现代人考	/	008
也说说麦当劳	/	010
添调学习法	/	012
大块文章	/	014
“非主流”问题	/	016
“惧”的辩证法	/	018
失策：急于黎庶缓于权贵——点评梁武帝	/	021
说世新语	/	024
文化快餐与快餐文化	/	026
形象工程	/	028
“狼来了”	/	029
会黏的沙	/	031
反弹琵琶——吐鲁番随感录	/	033

梦入神机	/	036
得有个大判断	/	038
读中国书	/	040
论“欢喜着（就）好”	/	042
论漳州小吃	/	044
手中的“金饭碗”	/	047
说侠	/	049
弄不懂二事	/	051
历史记忆	/	053
中国人的生命力	/	055
藕断丝连	/	057
沉思大海	/	058
读戏	/	064
难得不糊涂	/	066
读未来	/	068
冷书热读	/	070
林语堂面面观——一种读书方法	/	073
歌词偶读	/	076
说书斋	/	079

后读史	/	082
廉耻	/	084
为弟兄们着想——换个角度说宋江	/	086
养耻	/	088
对古人了解之同情	/	091
崔融的启示——小议诗律化研究的一个盲点	/	095
从祭坛走向人间的朱熹	/	100
朱熹一成一败话缘由	/	105
漫说文章气焰	/	107
剖开“熟视无睹”的硬壳果——读《俭不至说》	/	110
文人画	/	112
题画四章	/	114
阅世虽深有血性——读郑朝宗、俞元桂二教授散文	/	117
榕荫把卷话《辋川》	/	120
吏治	/	123
《登科记考》记趣	/	125
从《红楼梦》到可口可乐	/	127
题画·诗心	/	129
对死亡的美学沉思——夜读李贺歌诗	/	132

- “适者生存”？ / 135
- 我读《唐诗三百首》 / 137
- 壮哉，独行者 / 139
- 别样的境界 / 141
- 笨中取巧 / 143
- 多歧一贯 / 145
- 喜从求实见更生 / 147
- 新知培养转深沉 / 150
- 古道热肠——重读《送元二使安西》 / 152
- 诗的真趣 / 155
- 闲话“闲书” / 157
- 梁启超的识见 / 159
- 武夷星槎 / 161
- 海气 / 164
- 崇陵叹 / 166
- 头上的灿烂星空 / 169
- 青藤书屋话青藤 / 172
- 杜甫窑 / 175
- 无数铃声遥过碛 / 178

雄风再振威镇阁 / 182

话古榕 / 184

南天铁莲——乌山游记 / 186

梅花源记 / 189

鹅湖山下记诗 / 192

铁塔·鸟巢 / 196

“书院”故事 / 198

鱼山吊诗魂 / 202

游江滨序 / 206

周濂溪祠的兴废 / 208

心的记忆 / 211

问茶 / 213

回味 / 216

小巷 / 219

倒影 / 221

读“吃饭” / 223

屋前空地 / 225

夜读的乐趣 / 227

——· 文化隔膜 ·——

读西洋人解中国诗，往往惊异其感受之新鲜，真是“匪夷所思”。如庞德（非斗关羽之魏将也，乃美国意象派诗人也）将李白的诗句“惊沙乱海日”翻译成：“惊奇。沙漠的混乱。大海的太阳。”这恐怕也属于“错得好”一类。有些则令人啼笑皆非，如美国汉学家斯蒂芬·欧文的《追忆》（上海古籍出版社出版），他解读唐诗人杜牧的七绝《赤壁》（“折戟沉沙铁未销，自将磨洗认前朝。东风不与周郎便，铜雀春深锁二乔。”）说：“这首诗的美，就在于进入后两句诗时思维运动出现的倾斜……要是春日的东风不是为周瑜提供了方便，帮他把火船吹进曹操的舰队，那么，曹操就会打败吴国，把乔氏姐妹带回他的后宫。如果是这样，那么，曹操死后，同样是春日的东风就会吹绿铜雀台周围的草叶，铜雀台中幽禁着二乔，二乔春心荡漾，由于曹操死了，这种欲望永远得不到满足。出现在诗的末尾的这种无法满足的性欲的形象（这样的形象在有关铜雀台的诗歌中屡见不鲜），是幻想者在为曹操报赤壁之仇”云云。我想，从小就生长在中国本土的中国读者是读不出如是新意来的。西方人喜欢用弗洛伊德的学说解读文学作品，所以从杜牧诗中读出这些新鲜感受来也不奇怪。

我只是从中得到两点启发：一是读者可以从文本走出多远？读者当然有权也应当发挥其联想力，没有读者的参与，文本便没有生命。然而“联想”的一端必然要系在文本这根桩上，另一端让想象风筝也似的纵情飘离，只是风筝一旦断了线，读者的想象完全脱离文本意象所提供的暗示或规定，那么这就不是阅读与再创作，而是另起炉灶的别一种创作——如《金瓶梅》中的西门庆、潘金莲，与《水浒传》中的描述是两码事。也因此而有了启发之二：读者如果与文本处于两种截然不同的文化氛围之中，就往往会有隔膜，好比聋子隔河喊话，各说各的，互不相干。杜牧尽管风流，但在这首历史题材的诗里，他兴许会同情曹操，但更多的只是慨叹历史的命运。即使是崔国辅《魏宫词》（“朝日照红妆，拟上铜雀台。国眉犹未了，魏帝使人催。”）露骨地写到情欲，但这也是为了讽刺，关心的只是帝王的品行——因为这关系到“国家命运”，妇人的情欲是否满足还轮不到士大夫来关心。

由此我又想开去：将血输入异体时，应注意两种血型可否兼容；而用西方文论解说中国文学时，也应注意两种文化可否沟通。通于可通，容于可容，则无不成。

原载《福建日报》，1995.10.24

——· 电视与书 ·——

我无疑是个“读者”，但有时也兼任“电视机前的观众朋友”。日复一日，相安无事，天下太平。直到某日随手翻翻美国一位评论家罗伯特·休斯写的《新艺术的震撼》，这才震撼于书籍与电视的效果竟有如许大的不同。在这部被西方公众誉为美术界的“第三次浪潮”的书里，休斯指出：“我们不会像细看绘画那样地细看电视，也不会像检查中国花瓶那样地检查电视。它的一时鲜明的信息和形象的命运就是经过均衡器倾泻出来。它们像辐射一样——实际上它们就是辐射，是无处不在的。”的确，书就像是一位老友，随时可谈心；电视呢，则“一时鲜明”，像肥皂泡美而易逝——即便是反复出现令人不胜其烦的广告形象，也难给人深刻的印象。电视似乎很“民主”，你不愿看可以随便换频道。其实呢，你换来换去仍在电视节目里，你始终逃脱不了是个“电视机前的观众朋友”。正如休斯所说：“多少亿人每天就这样消磨着时间，他们从这个频道转到那个频道”。它几乎垄断了宣传对象，许多“读者”都易帜为“观众”，于是“作者”也纷纷改行为“编导”，“主持人”也就成了当今凌驾于任何“主编”“社长”之上的时代宠儿——你可能不认识总统，却不能不知道热门节目主持人。抗

拒是没有用的。知识分子终于有点醒悟了，有一批人开始去适应它、占领它。

书呢，书怎么办？我看会是“有惊无险”。丢了皇位仍不失为贵族。书的恒定性、静止性是电视轰击所不能取代的。你有没有注意到，频频地换频道（须知电视的可选择性是很有限的）会使我们无意间将许多并不协调的形象拼接成“蒙太奇”？这些颠来倒去的画面使我们眩晕，乃至如休斯所说：“全社会都学会了以迅速的蒙太奇和并置的方式来假想地体验世界。”这种对形象的随意处置会“把我们从现实本身隔离开；使我们与现实疏远。因为它把一切东西变成一次性消费的景观：灾祸、爱情、战争、‘肥皂’”。

休斯并非在耸人听闻，电视倾泻大量信息的确使人眼花，无形之间使人们对艺术形象不再是那么认真地看待了。“一次性消费”已从餐巾纸、快餐盒、注射器、包装袋泛滥到艺术形象。无疑，这将助长一种只讲短暂行为的价值观。“它（指电视）的部分文化效果是它的形式产生的而不是它的内容产生的”，休斯如是说。这话似乎讲得绝对了些，肤浅、无稽、调侃的内容当然要使人疏远热气腾腾的当今社会现实，不过电视特殊的形式所具有的效果尚未引起我们足够的重视也是个不争的严重事实。如果我们的电视节目创作者能充分注意到这一点，从而精心地制作他们的节目，在大量倾泻的信息中尽力减少随随便便的东西，让大多数制作者、主持人心中树起像“绿色和平部队”保护自然环境不受污染的那份责任心、天职感，那么，电视的消极面将大大缩小。还愿“电视机前的观众朋友”也能时而

当当“读者”，兴许书能帮你静下心将“电子碎片”凝成一个完整的画面。

原载《福建日报》，1996.02.29

——• 通俗、庸俗及伪劣“民俗” •——

还是那个罗伯特·休斯写的《新艺术的震撼》所引发的感想。对于波普美术，休斯引了汉密尔顿的话，说是波普应当是“通俗的（为广大观众设计的）、短暂的（短时间解答的）、可消费的（容易忘记的）、便宜的、大批生产的、年轻的（面向青年的）”等等。精彩之处乃在于休斯指出：“这样的美术不能由人民群众来创造；它不是民间美术……它是由‘受过高等专业训练的专家为广大观众’创造的。”

世上许多事物原就似是而非，有些是善伪装，如木叶蝶、变色龙；有些是善攀附，如寄生藤、寄居蟹。如果不细加辨认，就会误甲为乙了。常说的“雅”与“俗”也属此类。雅，有与低俗相对而言的“高雅”，有与粗俗相对而言的“文雅”，等等。俗呢，有通俗、俚俗，还有粗俗、庸俗。虽然都叫“俗”，但性质其实不同。通俗，是指其大众化。正因其大众化，所以难免鱼龙混杂，往往会让一些俚俗乃至庸俗的东西附着其上，终于“淡红乱朱紫”，误认“庸俗”即“通俗”，进而错以“庸俗”直指“大众化”。

我无意对波普美术进行评价，我只是体会到休斯高明之处就在于善于辨析，能指出波普的通俗性并非来自民间，“它是由‘受过高等专业训练的专家为广大观众’创造的……它长得类似它所赞美的东西——广告和复制广告的手段。”这就使人明白了“波普美术远不是大众的美术”，它真正的母亲不是大众，而是“广告文化”。

我们也遇到类似的问题。时下汹涌而至的流行音乐、地摊小说、卡拉OK、气功讲座等等，都被称为“大众文化”，但它们的母亲是否都是“大众”？是大众塑造了它们，还是它们企图塑造大众？显然“大众文化”有两大类：一种是对民间的东西学习而有所会心的产物，是提炼民间文化或将高雅的文化通俗化者；另一种则以庸俗代通俗，是“恶俗”、低级趣味有如文化垃圾的收罗者，恶俗不是民俗，它只是一些历史堆积在社会底层而至今未曾彻底清扫的东西。这种“通俗化”不是真正的“大众文化”，而是“大量文化”，是可以大量生产的文化，它不是以提高艺术和繁荣文化为目的，而是以资本增值为目的。由是看来，对一些似是而非的东西先做一番辨析工作是很有必要的。

原载《福建日报》，1996.03.28

——• 现代人考 •——

有些想当然的事却并不当然。比如生活在现代的人当然是现代人啰，可是，不！心理学家荣格就有自己的看法。在《现代人的心灵问题》中，他指出：一个人不能单凭生活在今天就有资格称现代人，“事实上，只有当他已经漫步到世界边缘，他才算是一位名副其实的现代人。”也就是说，现代人的本质特征未必是长发、光头，调侃、冷漠，消费、拜金，或别的什么；现代人最基本的特征是“已经漫步到世界边缘”，也就是对现代最具感知性，代表着当前最先进的思想行为的那一部分人才称得上是真正意义上的现代人。因此，现代人应当是一位不从俗的人，他“应该是不模仿他人，安于贫困，而且更痛苦的是不慕虚荣”。

由于职业上的方便，我有幸接触到各类年轻人。他们正处在“精神的诞生”期，他们一心想突破父母师长的羽翼，想拥有鲜明的个性，这是件可喜的事儿，说明年轻人在成长。然而，有时这种努力适得其反，张扬个性却只学会了赶时髦；突破包围却落入信息垃圾之阵而迷失了自我。不少人误将空虚认作是现代人的冷漠，失去责任心便是“潇洒”。他们将说电视里的话、穿模特儿的衣、梳明星型的头、跟着时髦走误