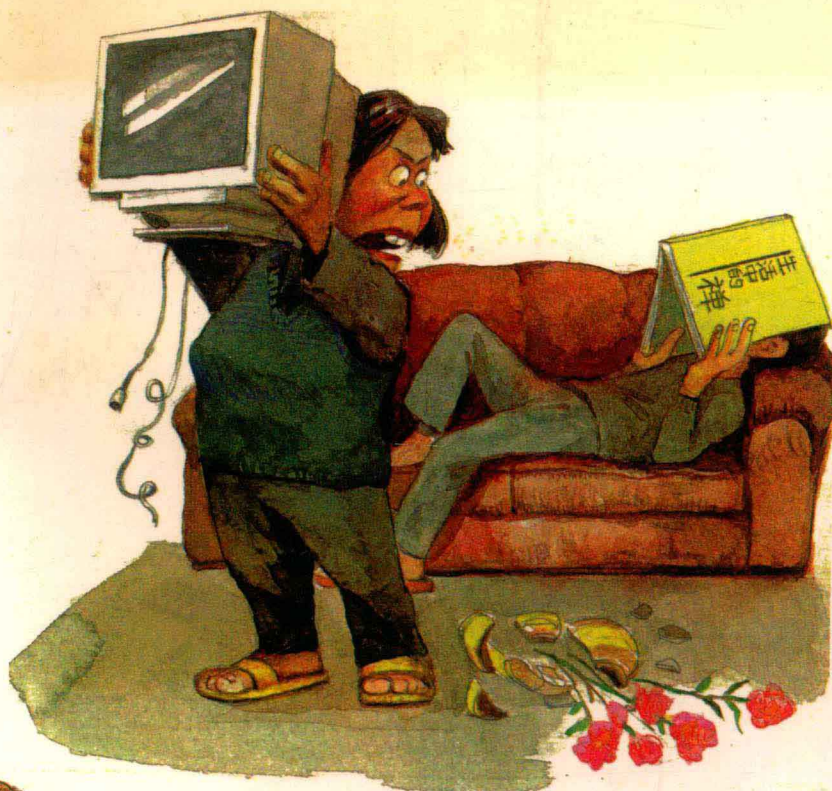


姚意克、于彬 文

生活门诊

任晓时生活漫画集



中国文联出版公司

生活漫二画
任晓时
集

生活门诊

姚意克
于彬 / 文

中国文联出版公司

图书在版编目(CIP)数据

生活门诊:任晓时生活漫画集/任晓时绘. —北京:中国文联出版公司,1998

ISBN 7-5059-3174-1

I. 门… II. 任… III. 漫画—作品—中国 IV. J228.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 29577 号

书 名	生活门诊——任晓时生活漫画集
作 者	任晓时
出 版	中国文联出版公司
发 行	中国文联出版公司 发行部
地 址	农展馆南里 10 号(100026)
经 销	全国新华书店
责任编辑	彭世强
责任印制	胡元义
印 刷	北京管庄永胜印刷厂
开 本	787×1092 1/16
印 张	8
版 次	1999 年 4 月第 1 版第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5059-3174-1/J·740
定 价	19.80 元

本书如有印装质量问题,请直接与出版社联系

序

我喜欢漫画。

漫画是一种有着深厚幽默底蕴的艺术形式。优秀的漫画作品要求作者具有娴熟的漫画技法,但更需要的是作者的幽默感。

何谓幽默?幽默是人格成熟的产物,它需要多方面文化知识的积累和修养,从而能多层面的感悟人生,以较高的视点俯瞰人生。距离能使形象整体轮廓鲜明,让人看得清楚。俯瞰人生,才可以把人性中由于种种不可避免的弱点而产生的尴尬和可笑的瞬间,以一种包容的态度和情理之中、意料之外的手法表现出来,从而使人发笑,耐人寻味,发人深思。在高度文明、发达的现代社会,漫画之所以以一种不可替代的艺术形式,愈来愈受到不仅是孩子而且是成人们的普遍欢迎,正是因为它在人生漫长而艰辛的道路上,起到了调节、润滑和兴奋的作用。它的至爱、至情、至真、至理关照着人生的各个阶段,替人们减轻生活的重负。所以,一个优秀的漫画家一定要懂人、懂生活,才能有俯瞰和透视人生的本领。

任晓时是属于“新三届”那拨人。大量速写、写生的积累,三年工艺美术专业的学习,奠定了他扎实的绘画基本功。平时读书看报是他必不可少的生活内容之一,又由于是在报刊做美术编辑,广泛涉猎各方面知识信息的机会得天独厚,所以特殊的生活经历、广泛的知识积累、加之为人朴实无华、稚拙、透明,使他在漫画创作上观察生活的视点高而独特。其独特之处在于他的漫画中没有“寒暄”而直截了当切中实质,加之娴熟的技法与稚拙风格的有机结合,使其漫画深刻而不世故,幽默而不媚俗。那些被简化了的生活画面生灵通透童趣逼人,掩卷之后、发笑之余,它会让你解除社会形象的全副武装,感到一种轻松和解脱。那些平时喜爱报刊漫画的读者,恐怕还会记得任晓时曾应约在一些报刊上开辟的这类漫画专栏,这本漫画集中就收进了不少这样的作品,重新读来仍感兴味无穷。

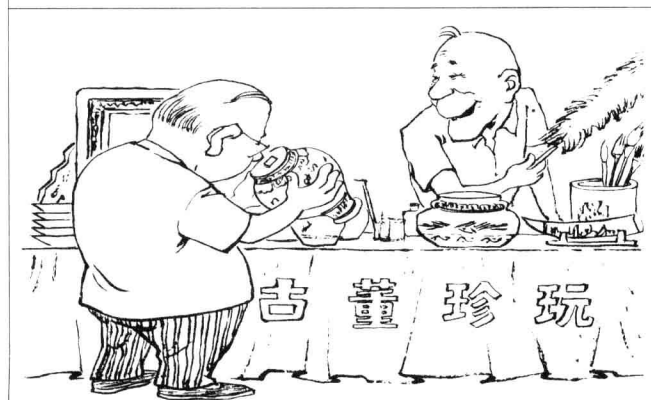
任晓时的这本漫画集的再一特点就是不但有“画”,而且有“话”。“话”是由他的朋友,亦是新闻记者的姚意克、于彬两位同志撰写。虽是以“话”配“画”,但二者相得益彰,更丰富了这本漫画集图文并茂的可读性。

我非常高兴能向广大读者推荐这本漫画集。生活需要休息和放松,因而也就需要幽默和漫画,任晓时的这本漫画集绝无公共面具和社会官腔,当你进入这本漫画集,沉浸在一种被提炼和简化了的生活画面中,你会感到生活原本没那么沉重,你会不由自主地去感受生活给我们带来的愉悦和欢欣。这也就是任晓时漫画所追求的一种境界。



99年1月18日

搞不懂的古董



祖宗用过的现在还能卖钱的东西,就叫古董。可祖宗没用过却像祖宗用过的现在骗钱的东西,就叫假古董。

老祖宗们生存的时代,人口比现在少得多,所用过的东西当然也会比现在少。奇怪的是,现在全国各地几乎到处都摆满了古董摊,古董摊上的东西甚至比我们现在所用的东西还丰富。当然,除了带电的玩意儿。这世界上到底有多少古董,已成为永远破不了的谜。但有一点使人坚信,凡是古董商人信誓旦旦地告诉你,他所卖的东西绝对都是真古董时,那他说的一定是假话。可怕就怕有的古董商人往往诚实地告诉你:我摊上的古董有真有假,全看你的眼力了。他这样「诚实」,你恐怕就更搞不懂了。



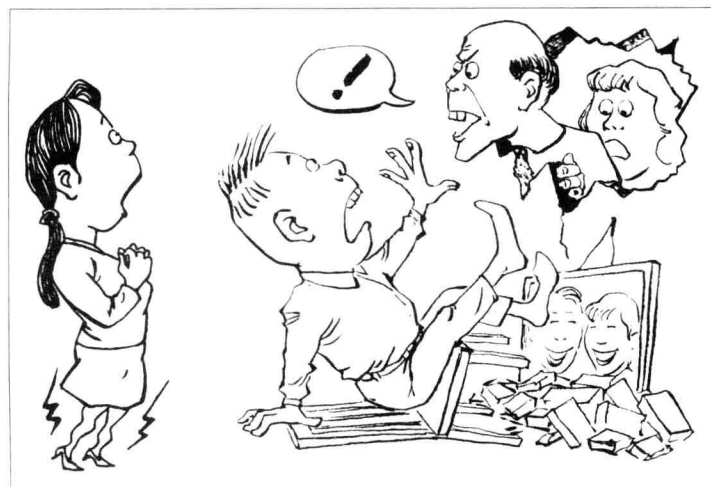
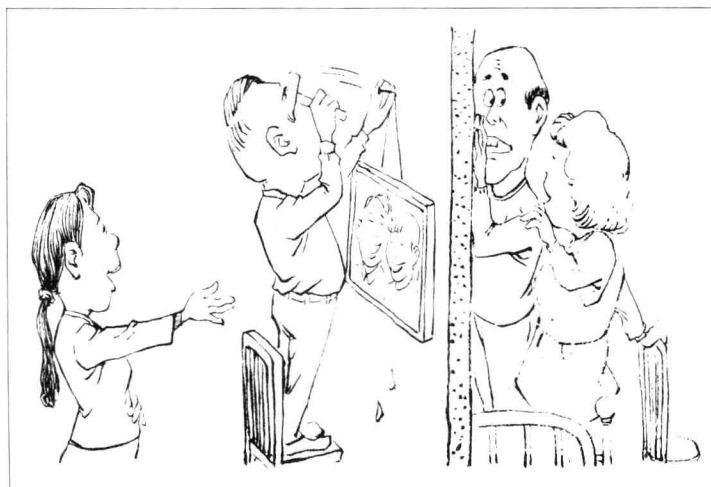
这世界自从有了手机，麻烦也就大了。据说空中那张由手机织成的无形的网，已经把我们罩了个结结实实，甚至连飞机这样的庞然大物也要惧它几分。而在地上就更不用说了，你甭管走到哪，都会见到那种歪着脖子自我感觉良好的持机人；甚至在奔驰如飞的汽车上，也绝不少见那种“若为手机故，生命皆可抛”的驾驶者。

手机最大的好处，就是能给持机者的虚荣心以最大的满足。其实打电话在某种意义上只是两个人的私下谈话，旁人当然以不听为好，要不为什么街头的电话亭还要装上隔音设备呢？可有了手机就不一样了。有的人不玩手机不上街头，还有的人越是人多的地方越要大呼小叫，惟恐别人不知道他是个“很重要”的人物。当然，还有个体面的解释就是手机“让人们把握了一切应该把握的机会”，甚至连最无聊的通话从手机里传来，也会让别人感觉是很神圣的。

手机之累



「楼」洞百出



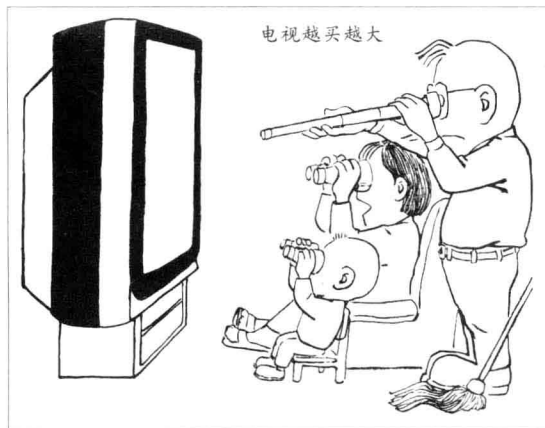
据消协人士说，自商品房进入个人消费领域后，商品房很快就成了消费者投诉的一大热点。而据房管部门说，六十年代以前盖的楼房，一般在使用十五年后才有维修问题，但现在盖的楼房几乎都达不到这一要求了，甚至有些楼房刚一盖成就转成了危房，实在是一大讽刺。另外，这些年新盖楼房突然坍塌造成重大伤亡的事件也时有发生，住楼房成了对人的生命与神经的一大考验。

住现在的楼房有哪些讲究呢？有人也提出了建议，比如不可说悄悄话，因为不隔音；不可钉钉子，因为一钉就漏；不可洗澡，因为地板有缝……还有更要紧的，如果你发现墙壁有缝，最好用纸糊上，一旦墙纸裂开，说明墙缝在扩大，那你就赶紧逃命吧！

画「包」添足



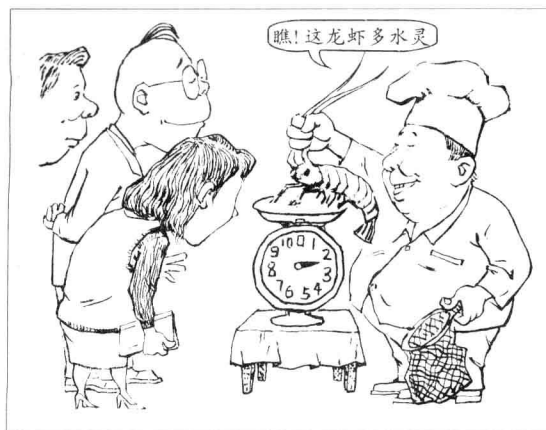
购买商品包修、包退、包换简称「三包」,这也是消费者的福分。有了这「三包」,买东西才让人踏实。可如果「包」字添一「足」变成了「跑」字,情况却不妙了。现在的商业竞争日趋激烈,商店的门庭改换似乎也加快了频率,今天还卖电饭锅的商店,明天又卖了马桶,让人没辙没辙的。如此一来,「三包」还有什么用?所以,如今聪明的消费者在买东西时,又不得不问一句:「您这家商店如果搬家了、换人了、不干这个了甚至倒闭了,我该怎么办?」这话问得真让店家晦气。可市场就是这样捉摸不定,把消费者都练得神经兮兮了。



手机越造越小,甚至要从嘴里拔出牙签才可准确“扎”打手机的按键;电视却越做越大,要想看清楚了,还得靠望远镜把其拉远。这听起来似乎好笑,但科学发展了,人们甘愿享受这类的麻烦。而最麻烦的还是寻呼机,男人不得不把寻呼机挎在腰上,稍有动静,低头扭胯成了男人的习惯动作。女人呢,麻烦就更大了:寻呼机挎腰上不雅,放手袋里不方便,有人只好别在贴胸处,察看时还要敞胸露怀,这要在公共场合成什么了!而最要命的是,动作成习惯,习惯成自然,街上骤然响起寻呼声,男的扭胯,女的解怀,不知道的,以为这是斗牛舞有了新翻版呢!

习惯动作



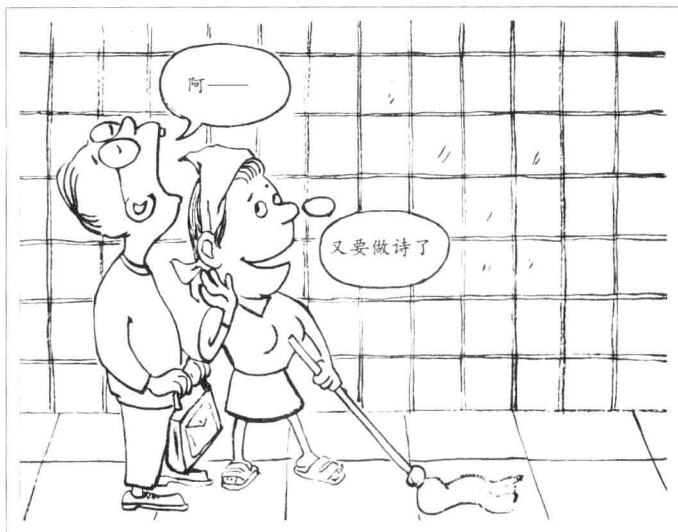
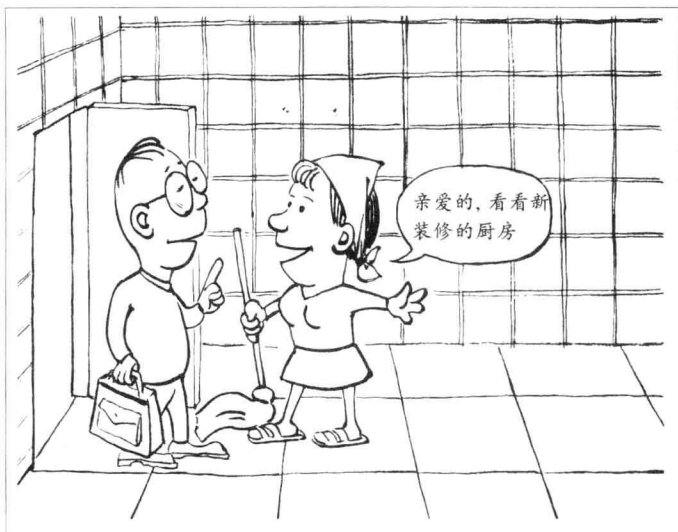
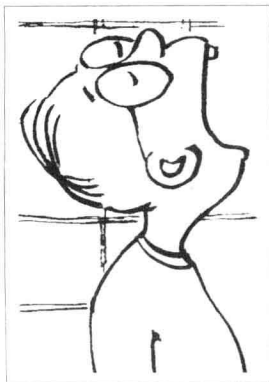


国外一些餐馆是很讲究“明厨亮灶”的，比如麦当劳，食品制作的透明度就非常高，几乎从前面一眼就可望穿后面。透明度高，可有利于顾客对餐厅制作过程的监督，达到一个让顾客放心的目的。当然，放心不只是指卫生，还有其他的，相比之下，我们的很多餐厅却向来是将厨房作为“闲人免进”的禁地的，所以里面的“猫腻”也就多了。比如现在讲究吃活物，吃之前按规矩要让顾客先过下目。可有些行为不轨的餐馆，就利用厨房不透明的“便利”，将顾客过了目的活物偷偷掉了包。而有这奸诈之心的餐馆，决不会让厨房当众亮相的。特别是中国人大都有个“不干不净，吃了没病”“眼不见心不烦”的宽厚之心，厨房背后在干什么，就更没有人去深究了。

明厨亮灶有必要



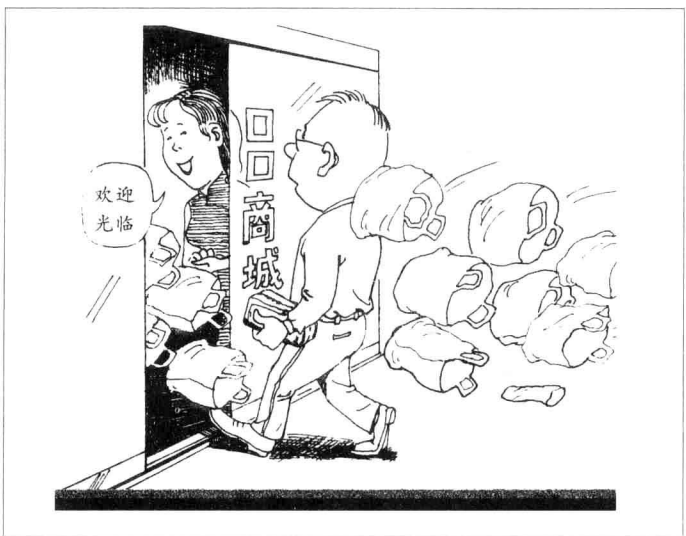
混饭的工匠



曾听一位老泥瓦匠讲过一些混饭吃的同行的趣事。那时候每到农闲, 村里的一些庄稼汉便结伴到城里的「人市」上去找点泥瓦匠的活儿干。本来他们就是种地的, 也没经过什么专业培训, 一次被东家雇去垒一道墙, 墙垒好后晃悠悠总像要倒的样子, 于是几个人扶住墙, 一个人赶忙去叫东家结账。没想到东家是个慢性子, 磨磨蹭蹭半天不肯过来, 几个人终于顶不住了, 竟脱口喊出:「东家, 您再不过来结账我们可松手了!」结果一下露了馅儿。

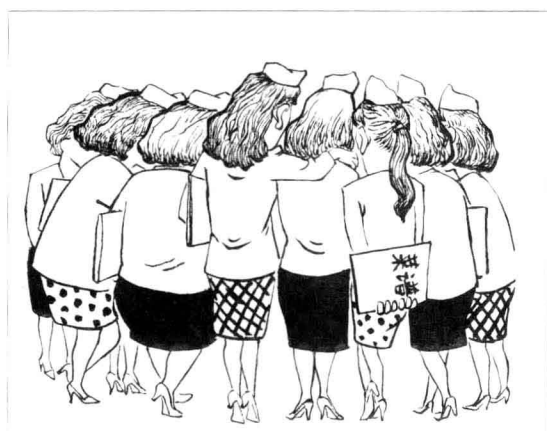
如今, 每当在路边看到一堆堆手持工具, 自称会搞装修的打工者, 我就会想起这个故事, 同时猜测: 他们会不会是那些混饭吃的泥瓦匠的后代呢?

白色污染源



购物塑料袋已成了社会环境『白色污染』的罪魁，而这污染的源头就是各种各样的商店。商店卖的东西越多，造成的社会污染越严重，形成恶性循环。当然，给商店下如此定论可能有些言重。商店会说顾客难道不能自带包装袋吗？顾客用过的塑料袋难道不能不乱扔吗？这问的都对。可问题是顾客总是被动的，是『白色污染』形成的过程。抓什么事难道不该从源头抓起吗？

发达国家对塑料袋的使用是严格限制的，所以商店用的大都是纸袋包装。纸袋比起塑料袋成本似乎贵了点，但我国每年的纸张浪费也比人家大得多，这些浪费难道不能利用起来吗？我想，如果哪家商店能在这方面做做文章，其社会形象比做广告要强得多。

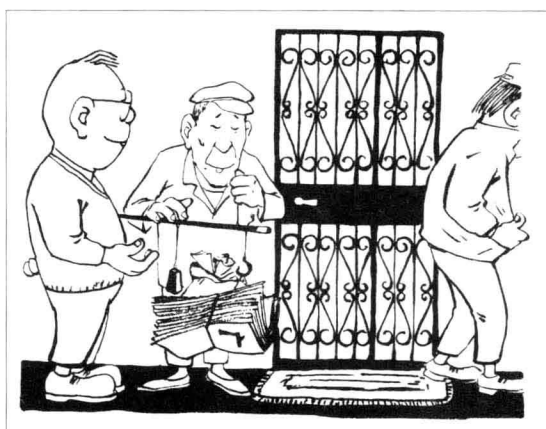
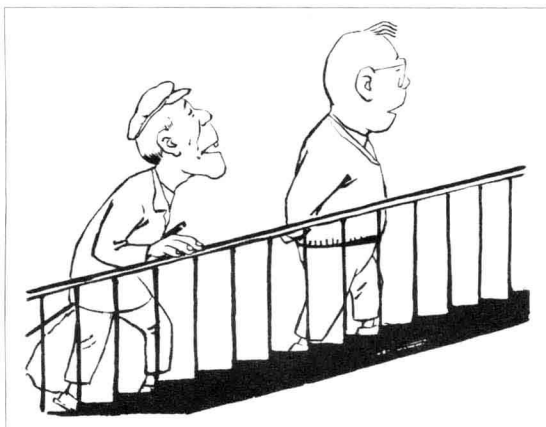


如今餐馆多了,食客的选择也越来越挑剔,而且常常都是先从外面看一眼,如果客人不多,也就不敢进去了,一是怕饭菜质量不行;二是怕餐馆好容易逮着一个客人狠宰一刀;三就是客人少了,在众多服务员的注视下吃饭,感到太别扭。

我不知现在的服务员从小是否接受过这样的家庭教育,即注视别人吃饭是很不礼貌的。可现在的餐馆好像已经不讲这个,客人从一走进餐馆,就会一直处于服务员的注视下,有的甚至能围在你的餐桌边尽情地“欣赏”你,看着你吃,听着你聊天,跟着你的感情波动而亦喜亦忧。客人有了这样的经历,吃的什么已经无滋无味,出了餐馆却觉得很不是滋味。这样的餐馆以后还能来吗?

围观食客





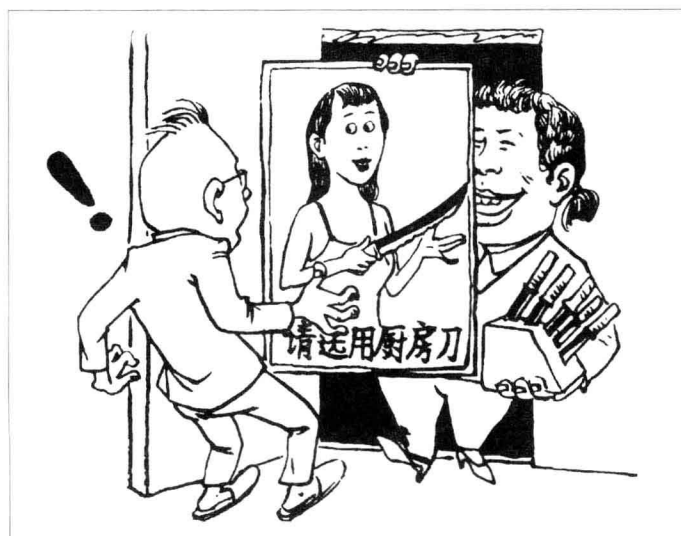
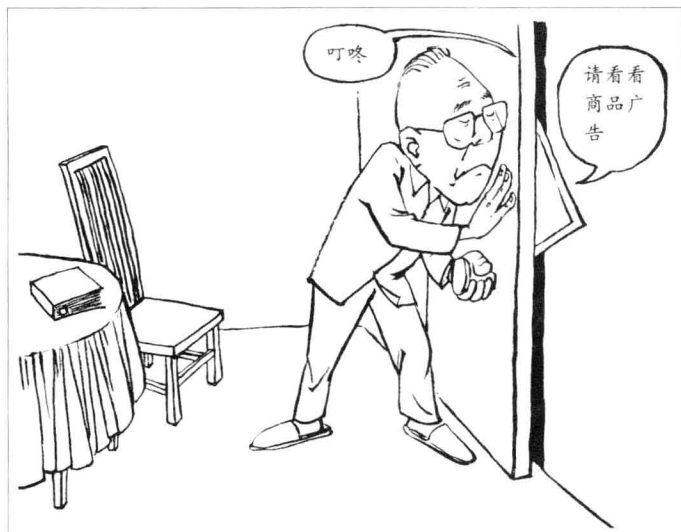
门缝广告现在是越来越多,简直搞得人是防不胜防。其实稍有头脑的人,有谁敢冒冒失失地按照门缝广告去求购什么呢?因为,你连个正正经经的广告都不敢到正正经经的媒体上去亮相,谁知道你心里有什么鬼?再说,按媒体广告去购物,有了什么麻烦,起码媒体还要负责。可按门缝广告上了当,吃亏就只能怨自己了。所以门缝广告只能是垃圾。

垃圾其实也是财富。不是也有靠专门拣垃圾、收垃圾过活的吗?如果有谁肯挨门挨户去敛门缝广告,一定也会小发一笔;如果散发门缝广告的人能直接把其送往废品收购站,不但自己有利可得,对社会环境的保护恐怕也是不小的贡献。

门缝里的垃圾



骚扰到家门



如果你在家里听到有人敲门，除了你认识的客人，很可能是另外的两种人，一个是来「踩道」偷你东西的，再一个是来向你推销东西的。而令人苦恼的是，这两种人你不可能识别的很清楚，所以，很多人最终都采取了一种态度，那就是把他们轰走，决不客气。

我一直搞不明白，上门推销到底算不算是一个很聪明的方法。因为从人情世故来说，即使是熟人，未有相约而去人家敲门，都应该算是「贸然打扰」；更不要说作为陌生人，竟敢不管不顾地撞上门，这简直就是骚扰了。对这样的骚扰客，主人大都不会给个好面孔，而要达到推销目的，岂不是太渺茫了。而且，如今的治安也不是很让人放心，即使你真是个好心肠的推销员，人们也不能不多一层戒心。所以，上门推销真是个笨主意。

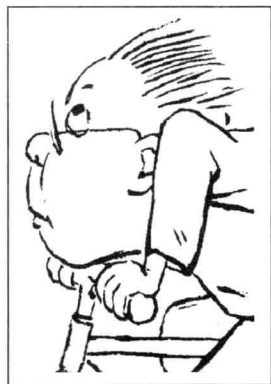
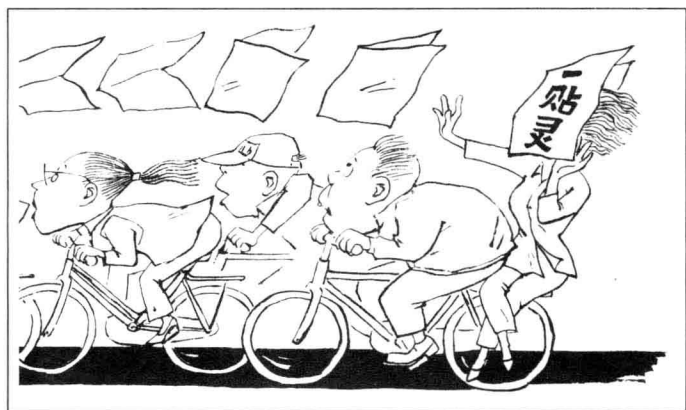
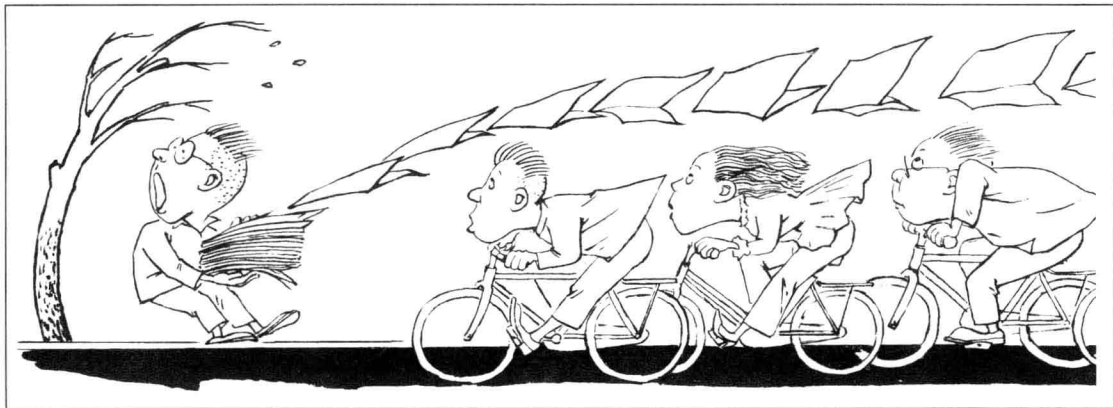


挂历在刚一问世的时候,确实火爆过一阵。但很快挂历便以礼品的形式成了公款消费的宠儿。能“找”到一本或更多的挂历,说明了你在社会上的地位;而自己买挂历倒成了脸上无光的事。但年年都以挂历做礼品就显得太俗了,公款购买挂历的比重越来越少,挂历市场也就逐渐冷淡下来,以后更成了挂历刚一上市,就开始“买几送几”的“挥泪大甩卖”。

挂历市场的衰落,全是公款消费“泡沫”现象带来的后果。当初的繁荣,其实并不真实,人们拿着公款买挂历做人情相送,有的家庭竟能收到几十本,真是不要白不要。这样的市场需求量的统计难道会准确吗?以后公款逐渐退出挂历市场,人们才知道需要多少挂历就买多少挂历,但此时生产者与经销者已经被“泡沫”迷住了眼,最终只有“挥泪”一条路了。

挂历的衰落





数法并剿小广告

“文革”中的传单，在今天已演变成了满街散发的小广告。要说两者还有共同之处，那就是全都不可公开传播，所以才只能偷偷印刷，私下里散开。小广告的危害不仅是内容可疑，而且对环境造成严重危害。凡是接到小广告的人，我想没有几个不是随手乱丢的。尤其是刮风的季节，凡有散发小广告的街头，一定是遍地狼籍。而我一直不可理解的是，小广告本身违反了广告法，同时也违反了环境保护法，可为什么从没见过有谁追究过他们破坏环境卫生的责任？其实这种追究也很容易，只要随手捡起一张，“按图索骥”送上罚单。一法治不住小广告，数法并罚，看他们还敢不敢与社会作对！