「誰大」發微

文化經緯

宋志堅

我從彭德倩的文章中得知復旦大學自主招生面試時一位女同學遇到的難題：「《西遊記》裡，玉皇大帝和如來佛，誰大？」彭德倩的文章標題便由此而來。據說，這位女同學提出自己的疑惑：「怎麼面試會問出這樣的『無厘頭』問題？」還有「不少考生對這個問題顯得手足無措」。倒是作者事後「與多位參加面試的專家交流」，引發了「教授們的熱烈討論」，給出了「好多種答案」。文章結尾時說：「每個人不妨都來想一想：《西遊記》裡的玉皇大帝和如來佛，誰大？你有你的答案了嗎？」

算是對作者提議的一種回應罷，我想就這個問題，談談自己的看法。

我認爲首先要弄清楚的，是這個問題問的到底是什麼。「誰大」二字過於空泛，僅從字面上說，可以有多種理解。譬如說，誰的年紀大，誰的個子大，誰的力氣大，誰的本事大，誰的法術大，誰的魅力大，誰的名氣大，誰的影響大，等等。這個問題問的「誰大」，大概都不在這些方面。從這個角度說，那些「專家」（或「教授」）給出的「好多種答案」，也有點「無厘頭」的。譬如說，有教授給出的答案：「玉皇大帝是道教的，如來佛是佛教的，學生可以回答『沒有可比性』。」我有點困惑，玉皇大帝若是道教的，該歸太上老君管了，太上老君才是道教的始祖。當然，教授大概是有依據的。那麼，我們就按教授的思路，只說道教的玉皇與佛教的如來，如果比的是上述種種，何以就「沒有可比性」？譬如說，有教授給出的答案：「儘管前者是『天上最大的官』，但他對孫大聖沒轍，還是得邀請後者出馬，所以也難說誰大誰小」，然而，「天上最大的官」，說的是權位之「大」，能夠翻過手掌就將孫大聖壓在五指山下，而且一壓就是五百年，說的是法力之「大」，此二者才叫「沒有可比性」。看來，彭德倩所說的「專家」（或「教授」），也沒有弄清楚這個問題的確切含義。

以我之見，《西遊記》裡面的玉皇大帝，乃是「天庭」的至尊，在「天庭」有至高無上的地位；《西遊記》裡面的如來，乃是佛教的始姐，被稱爲「我佛如來」，在「西天」也可算至高無上。「玉皇大帝和如來佛誰大」這個問題，倒是有點像一九七〇年代末期，某縣委書記提出的「縣委大還是法院大」，也有點像一九八〇年代中期，實行廠長（或校長）負責制之時冒出來的「書記大還是廠長大（或校長）大」，甚至還有點像禹作敏當上全國政協委員後，向別人打聽，是人大代表大，還是政協委員大——這是一九八九年早春，我在天津大丘莊聽禹作敏親口說的。凡此種種，比的其實是權位，說得形象一點，出場時誰先誰後以誰爲首，落座後誰右誰左由誰居中；說得實在一些，則是誰說的話管用，誰有最後拍板權。即使沒有「可比性」的，諸如著名學者與行政長官之間，也可由官銜作爲「一般等價物」，使之具有「可比性」，不是有學部委員相當於副省（部）級的說法嗎？此類問題，至今仍會隱隱約約地或時明時暗地冒出來，譬如說，哪個學校搞校慶，主席台上怎麼坐，見報名單怎麼排，碰到「玉皇大帝和如來佛誰大」，比匯率的折算更麻煩，往往使人費盡心機。

彭德倩是認爲復旦大學自主招生時的這個面試題出得不錯的，因爲它沒有標準答案，可以培養學生的散發性思維，讓學生自由發揮。或許有這種種優點罷，但我感到，這種「散發性思維」或「自由發揮」，被這個太具「中國特色」的框子給框住了，如果學生的「散發性思維」總在這個「誰大」的框子裡「發揮」，恐怕有害無益，「自由」不到哪裡去的。那個女同學認爲這個問題「無厘頭」不無道理。「怎麼會」也問得很好。「誰大」之間大有講究，「無厘頭」的問題，豈是無緣無故地冒出來的？

新芽　（攝影）丁　建

春

天南地北

蘇北

這是一個讓人興奮的季節。通過幾番拉鋸式的交替，寒冷終於退去，大地一下子轉暖了。花們是早已準備好，暖氣一吹，全都趕着似的開了，像姑娘們等着出嫁一般。大地上到處都是花，桃花、梨花、杏花……觸目處皆是花團錦簇。孩子們盯着花看。小鳥們也盯着花，蜂啊，蝶啊，就更別說了。

在中國科技大學，日本的櫻花（叫日本晚櫻）開瘋了。周末，青年們都出來看花，老人也耐不住，被用輪椅推着出來看花（一個九十多歲的老婆婆坐在花下！）

春天那個興奮啊，樹的嫩芽紛紛都冒了出來。這才是眞正的新綠呀！看得人心尖尖都疼。它們也是準備好了的。——憋了一個冬天，它們在暗地下用功呢！

我家樓下花園裡，那幾個傢伙：臘梅、連翹和金銀花，眞是讓人又着急又操心。幾年前，是我把它們請回來的。臘梅是壩上街的，連翹是我一年春天在湯池，從一位老農手裡要的，金銀花是從老家帶來的！我對它們像對待孩子一樣，也是牽掛着的！——晚上有時還藉着月光去看它們。這幾位，可費了勁了。臘梅冬天沒開幾朵，病秧秧的，前些時枝子上才有些青色的苞，之後冒出兩片嫩葉。好些時了，才有點看頭，枝頭齊齊的有些規模了！那像綢緞一樣柔軟的葉片，仿若嬰兒的臉。連翹也是，兩枝獨枝，一直是光溜溜的，這幾天才大大小小的嫩綠走上枝頭。金銀花好啊，它總是蓬蓬勃勃，冬天也是給面子的，表現一直不錯，只是沒有開花。

可是你急什麼呀！只是還沒到它登場。沒到時候呢，它也許比我還急呢！

我寫了一會兒，擱下筆，又下樓找春去了。走出樓道，走進天地間，「光」地一下，春天即撞進我懷裡。我輕走如飛（心裡感覺），來找我的那些個「冤家」。喝！它們正自得呢！在風中搖着，像小孩子坐在那裡搖着兩隻腳。它們在風中輕輕擺動，我彷彿是在同它們打招呼：認得我嗎？小傢伙們！一陣風吹過，它們又快活地搖動着枝葉，「是的，我們好着呢！」

今年我與春相遇，是在我清明回鄉掃墓途中。開車的路上，兩旁的樹頭，遠遠望去，樹杪上隱隱的一片，像一層薄薄的綠紗。我問車上的女兒：「看到樹梢上的綠意麼？」女兒說：「沒。」她心不在焉呀！唉，孩子眼裡沒有春天。（新綠是朦朧的，飄浮在樹杪，完全不像是葉子……）

遠樹的綠色的呼吸。

那樣的綠，才是像夢一樣的綠呢。

還是說說櫻花吧。科大的花徑上，花下就是人潮。人們人手一個相機，徜徉在花下。他這樣照，你那樣照。一個四五歲女孩，嬌嫩的聲音：「我要用一下爸爸的相機。」於是爸爸蹲下，在女兒懷裡擺弄着……有人牽着小狗兒，抱着狗兒照相。人興奮，狗也很興奮，——牠們眼裡的花是什麼樣子的？一個老人離開櫻花小徑，走到遠遠的一個地方，她在看一棵開着水紅色花的海棠。另一個同伴也走了過去：「到這邊來啦！」老人花白的頭髮在後面紮着個小辮兒：「看看海棠呢！」這一個同伴走近了，上前看。另一個又說了：「它怎麼能跟櫻花比呢！櫻花開得多漂亮！」

呵呵！花多了，還挑肥揀瘦。都是春惹的禍哪！

看花，也是看人呢！

外面天氣晴好，到處是春天。

「消費」富人區

潘一禾

自由談

目前內地遊客到國外旅遊，常有一個特色項目叫「乘車遊覽××富人區」。內地遊客目前喜好看人家的富人區，不僅是由於好奇心、窺視慾、眼紅或羨慕，也確實是想開開眼界、檢檢水平，通過自己獨有的眼光和口味，品評和消費一下人家高端人群的極致生活外觀。

由於中外的富人們心態和喜好其實也差不多，最在意的東西總是一對對矛盾，譬如既要強調顯貴身份又要保護絕對隱私，所以內地遊客也必須隨鄉入俗地投其所好，一批批「假裝」乘車經過，司機們有意將客車開得不快不慢，遊客們紛紛用自己的肉眼和隔窗的相機，匆忙掃描和記錄一下某一區域的神秘，記下那幾條小街兩旁一幢幢別墅的高調、豪華或低調奢華，記下它們的設計別致和深不可測。說實話，從外面看起來，它們大都算不上什麼奇觀絕景，拍回的照片也模糊不清、乏善可陳，畢竟信息和圖像時代已經體驗多年，人們對富貴生活的好奇心雖然有增無減，人們的一般眼光卻也都不再短淺。

那麼，杭州過些年會不會也有一條可以讓外地遊客忍不住要到此一遊的富人區嗎？我開口一問，旁邊的人都說：「何止一條街，現在已經有好幾處備選或競選了吧?!」於是我聽到了一串美麗動人的樓盤名，許多都是在市郊和新開發區的。

由此不禁想到，當我們考慮杭州社區如何建設得更好的問題時，必須首先區分一下杭州的社區層次，杭州日益成型的富人區、中產人群區、老小區難道是可以眉毛鬍子一把抓、一起談的嗎？更重要的是，杭州的社區「貧富」層次日益分明和固定，難道是一個可以視之自然、爲之欣喜的事嗎？

正如許多評論持續關注的，改革開放三十餘年後，內地社會的貧富分化也變得比較突出。到了二十一世紀，特別是近幾年，「居住分異」已經成爲內地城市的普遍現象。有些研究者在討論這類現象時有意迴避當初美國曾使用過的「區隔」（segregation）一詞，因爲它包含「種族隔離」的特定含義，而選用「居住分異」一詞，來指證同樣顯得十分嚴重的居住分化現狀。

自二十世紀九十年代的住房改革以來，中國內地城市居民的住房市場化程度驟然升溫，各種層次的商品化住房小區一開始是如雨後春筍般迅速增加，後來則逐漸如四季時裝的推銷規律一般，每年多次地隆重推出、陸續亮相、讓人目不暇接、不斷攀比。在房地產開發商們用盡才華和心血的價格激烈競爭中，在用房屋價格不斷對買房者進行經濟實力刷新和篩選的過程中，杭州不同小區間的住房價格也越來越呈現出巨大差異。在人們不斷用房價增長速度衡量哪裡是杭州最珍稀、最金貴的小區的時候，經濟適用房小區、限價房小區、老小區的劣勢也越來越突出，由居民住處外觀和環境優勢體現的貧富分化、社會差異也日益明顯。

杜德斌等學者曾在五年前將「居住空間分異」定義爲：不同的社會階層由於經濟收入和社會地位差異以及家庭結構、擇居觀念的不同而產生的居住水平和居住區位的差異，在空間形態上形成面積不同、景觀相異、相互隔離且具有連續性發展趨勢的同質化居住體系。

從價值觀的角度看，杭州若有日益明顯的「居住分異」肯定不是一個好趨勢，居民之間的收入和投資回報差距拉大，會直接導致他們的教育、文化、生活方式上的差異也被拉大，而他們居住小區的日益分化和分異，也會進一步導致社區人際關係淡薄和社會疏離感的擴大，從而最終影響整個城市社會的團結與和諧。

從市場自身的規律看，「居住分異」則又是一個難以迴避的發展中事實。雖然目前的一些中檔小區的開發商，爲了多元促銷和抓住盡可能多的客戶，確會在排屋和別墅的附近，選擇設計一兩幢高層的多層公寓樓，讓單身工薪階層也能享受富人區良好的環境和社區物業服務，但更多的情況則是，公寓與別墅區之間可能不久後會出現一道加門的柵欄，有實力的購房者可能會產生利益受損感或不公平感，高檔小區的管理者也可能會更傾向於服務出錢更多的人群。

歐美發達國家的經驗證明，一旦「居住分異」逐漸增加和最終完成，再想回到社會階層混雜式和諧居住方式，將是無比艱難的。值得注意的是，在已經形成「居住分異」、也就是窮人區和富人區的美國，他們的政府和規劃師已經進行了諸多反思，指出了「居住分異」的很多負面因素，並且從規劃到管理、從社區大學到社區自願者活動等，進行各種努力和實驗，探討如何在同一個社區裡吸引不同社會階層的家庭進入，爲此還設計了很多吸引不同階層的優惠條件。

內地目前還處在發展過程中，未來三十年仍會是內地城市化的高速發展時期，所以，對於杭州可能的「居住分異」趨勢，政府可能需要有所警惕和實施一些政策干預，市民和社區管理人員則也需要通過自己的積極參與，做出自己的抉擇和應有調節。我們並不仇富和嫉富，現代社會在由「梨型」朝「橄欖型」轉變的過程中，勢必會出現一小部分特別富有的人，杭州也肯定會在若干年後自然形成幾條所謂的「富人街」，相信國家的稅收政策會以高額稅收的方式來監管他們的炫富消費，同時平衡大多數普通勞動者的心理感受。

問題的關鍵是貧富差距的拉大不應在社會發展的進程中被固定和強化。

黃水仙　（攝影）李　波

賣的是文化

文化什錦

流　沙

有個偏僻山村，村前有條小溪，溪裡堆滿了光滑、形態各異的石頭。一位搞景觀設計的教授偶然進了這個小村，對溪裡的漂亮石頭十分感興趣。教授問村長，那些石頭能不能送些給他。好客的村長哈哈大笑，說：「這些石頭，你想拿多少就拿多少。」

於是，教授僱了人，撿了一大卡車石頭回城去了。從此，教授每隔一段時間就會來一次，而且還給村裡留下了一筆錢。村長非常詫異。就讓一個村民跟卡車進了城，到了城裡才發現那些石頭搖身一變成了寶，有的進了花鳥市場成爲待售的觀賞石，有的堆積成了假山，而且價值不菲。

村民回村後，把城裡看到的一切說了。全村人都很震驚，覺得自己上了教授的當了，原來溪裡的石頭可以賣大價錢。

於是，村民自己也來挖溪裡的石頭，也試圖拉到城裡去賣，因爲他們不懂用石頭造出假山和觀賞石，在城裡人看來，這些就是一堆頑石。

教授得知後笑了，說村民賣的僅僅是石頭，而他賣的卻是「文化」。

這個故事應該算是「文化競爭力」的一個例子。關於國家軟實力競爭，現在大家都知道了，競爭歸根結底就是「文化」的競爭，先進的、文明的文化，必將驅逐落後的、野蠻的文化，這是時代之潮流。

之所以想起這個故事，是因爲最近看了關於中國電影產業的一些數據。有人說，「一個國家的電影能走多遠，那麼這個國家就能走多遠」。細細品味這句話，極有道理。電影是可以廣爲大衆接受的，可以承載文化責任和文化價值的一種文化產品。但是，中國許多電影一旦到了國外，票房慘敗。如內地極爲火爆的《唐山大地震》，內地票房達到了驚人的六點七三億元，但在海外放映，卻只有六萬美元；同樣在內地熱映的《南京！南京！》票房達一點八億元，但在海外卻只有一點一七萬美元。同樣的電影，國門內外的放映境況各不同，這到底是什麼原因造成的？

有專家認爲，內地電影在海外票房慘敗的原因，關鍵還是「文化」原因。內地許多電影被賦予了太多的政治色彩，片子有內地人才能明白的複雜社會背景，這要讓一個對中國歷史不了解的西方人看懂中國導演拍的片子，那是非常難以理解的。譬如一些反映「文革」背景的電影，要讓一個外國人去理解這樣的歷史背景，那將是多麼困難的一件事。

這就像那個故事裡的石頭，同樣一塊石頭，給了教授可以賣出好價錢，而給了村民就不名一文，原因就在於有沒有給石頭注入「文化元素」，有沒有通過藝術創造，讓這些頑石可以提供大家觀賞，而且每個人都能從中看出美來。這就需要功力。

電影同樣如此，一齣好電影就是告訴你一個故事，你要讓大家都聽懂這個故事，那麼最好的辦法就是要用大家都能接受的方式來講故事，而千萬不要將故事講得晦澀難懂。

什麼才是「大家都能接受的方式」，評判的標準只有一條，就是這齣電影爲觀衆創造了怎樣的文化價值，你要普及一個什麼樣的文化理念。

這恰恰是我們的短項。

用國際普遍接受的方式來講中國故事，看似簡單，實則是視角的飛躍，是能力的飛躍，一個導演如果沒有國際視角，何談電影的傳播力和影響力。

麵條美食

飲食男女

劉曉梅

韓劇《拉麵人生》中，大奎和兒子每天吃麵條的場景令觀衆印象頗深。其實，世界各國還有很多美味麵條，值得美食族去品嘗一下。

泰國的麵條：居於「國菜」地位，在泰國街頭的任意一家餐館，你都可能品嘗到被無數旅行者評爲世界美食前十名的phat thai。phat thai說白了其實就是一種泰國炒米麵。但這種炒麵用料之多、口味之豐，已經完全超出麵食的界限，如今已成爲令人垂涎的泰國「國菜」之一了。在Phat thai的烹製過程中，一般會加入雞蛋、魚醬、羅望子汁、紅辣椒這些通用配料，其他配料如豆芽、雞肉、豆腐等則任意組合，添以碎花生、胡荽子和檸檬汁。可以和其他泰式調味品一同添加，韮、醃蕪菁、香菜、辣椒油、五香辣椒粉、糖、醋、魚醬等，通常還會配上小洋葱和生的香蕉花瓣。還有一種麵條湯在泰國北部較流行，叫做khao soi，這是咖喱口味的雞蛋麵湯。在泰國第二大城市清邁，khao soi尤盛行。來到清邁不吃一碗khao soi麵湯實屬可惜。在清邁Faham街上有家專賣khao soi麵湯的麵店Khao Sou Samerjai，已經營了二十餘年，好滋味令人難忘。

意大利的麵條：異彩紛呈美味無比意大利麵通常也叫「意粉」，說到意大利麵的英語，許多人想到到的就是spaghetti，其實更正確的叫法是「pasta」。在意大利有一百多種不同形狀的麵：字母麵、通心麵、螺旋粉、天使麵、大扇貝麵、蝴蝶結麵、斜管麵……數不勝數。

「spaghetti」只是其中的一種，它是意大利烹飪的標誌。這種細、圓柱形的粗麥粉麵條是許多西餐愛好者的至愛。spaghetti常常和番茄醬一起吃的，番茄醬中的佐料有時會包含羅勒等芳草，還有橄欖、肉或蔬菜。

其他一些spaghetti做法中使用博隆納醬等醬料。一些磨碎的硬奶酪也通常會加入到麵中，如羅馬羊奶酪、帕美桑乾酪。

培根蛋醬意大利麵是羅馬街頭能品嘗到的意大利麵條經典。佩里諾羊乳乾酪、未經燻製的鹹肉、帕爾馬乾酪、黑胡椒和雞蛋等佐料與麵條放一起，在意大利廚師的手中，成爲意大利麵絕美的風味。每根麵條和麵條上那稠乎乎的濃醬，讓每一餐意大利的美食之旅美味無比。

（上）

錢谷融的人生智慧

人與事

史飛翔

錢谷融是我國著名的文藝理論家。出生於一九一九年的他如今已走過將近一個世紀的人生旅程。在這長達百年的歲月長河中，錢谷融並非一路坦途，相反他是屢遭磨難。

錢谷融生性散淡。他從小喜歡諸葛亮，自稱是「山野野人」。諸葛亮出山前那種閒雲野鶴的生活以及散淡飄逸的襟懷深深地影響了錢谷融，使得他在此後漫長的人生道路上即使屢遭不公，也能淡然處之。一九五七年，錢谷融因發表三萬五千字的論文《論「文學是人學」》而遭到全國範圍內的猛烈批判，一時間烏雲壓頂。一九五九年，錢谷融又因發表《「雷雨」人物談》再次遭到大規模批判。「文化大革命」中錢谷融被戴上「老牌修正主義者、反動學術權威和漏網右派」三頂高帽而被拉着遊行、批鬥。後來，錢谷融住進了「牛棚」，並被安排掃地、洗廁所。接着又被發配到蘇北的「五七幹校」，直到一九七二年，錢谷融才回到上海繼續教書。

錢谷融處世淡泊，從不與人爭名奪利。他自稱從沒有什麼大志，對外界是「零期待」。與當今學界的那些大佬不同，錢谷融從來不主動寫作，他似乎更願意做一個純粹的教師，述而不著。爲數不多的幾本著作也是因爲外界的「催壓」才不得不動筆。對待學問，錢谷融有一個原則：「有感而發」，「不弄虛作假、不譁衆取寵」。他說：「這一點，我覺得自己還是做得不錯的。」因爲散淡、閒適，錢谷融一生遠離官場。他認爲，中國知識分子的典型性格是不事王侯。一九五〇年，華東師大成立時，學校請他出任中文系講師兼圖書館主任。他一聽就暈了。於是託辭不去報到，理由是他做不了行政工作。最後學校同意他只做講師，他才欣然前往。後來，中文系主任徐中玉教授退休，系裡再次請他出任系主任，幾次找他談話，他再三考慮，最後還是拒絕了。他知道自己生性散淡不宜做官，還是清風明月，讀書講學爲好。

除了散淡、閒適，錢谷融還是一個豁達的人。錢谷融的治學成就舉世公認，但是他長期以來卻一直受到不應有的待遇。一九七九年，錢谷融應邀到河南講學。主持人宣布「歡迎錢教授演講」，全場爆發雷鳴般的掌聲，這時只見錢谷融站起來面帶歉意地說道：「對不起，我是講師，不是教授。」當時錢谷融已是才高八斗、學富五車的內地著名學者、研究生導師，但他卻始終未能進入申報副教授的行列。這樣，直到一九八〇年他才由講師直接晉升爲教授。錢谷融在講師位子上一坐就是三十八年，這如果換做別人早就不答應了，但錢谷融對此卻很豁達。他幽默的對人說：「你看，我的眉毛過去是向上翹的，經過幾十年的風雨，現在已經耷拉下來了。」錢谷融的豁達還表現在他的以德報怨上。已故內地著名女作家戴厚英是錢谷融的學生。上世紀六十年代上海作協對錢谷融進行了長達四十九天的批判。被譽爲「小鋼炮」的戴厚英一上來，就聲色俱厲地直呼：「錢谷融！」連「先生」也不稱。撥亂反正後，戴厚英參加職稱評定，晉升副教授。由於她在「文革」中的種種表現，評委們心生厭惡，沒有一個人願意在她的職稱評定表上簽名。這時錢谷融不計前嫌，獨自一人在戴厚英的職稱評定表上簽了名。