

## 文斗武斗说文人

刘诚龙

魏显是个土财主。明朝土财主也是蛮多的,土财主嘛,在村里也是半个土皇帝。这家伙起先也是个秀才,老秀才,秀才而称老者,您就晓得,他没甚水平。水平没,但到底读了些书,写个甚时评之类,发自媒体,还是可以的。秀才劣而不仕,劣成了土财主。

这个魏显不是因为时评而显,时评上版稿费高,他却发不了版面,发自媒体。我们现在都羡慕谁谁发名刊,千字千元,万字两万元。其实就稿费而言,一等文人不发稿,二等文人发而撤稿,三等文人天天想着发稿。一等文人是:老板,听说你坑死三个民工啊,首长,听说你潜规则了某某啊,只写“听说”两个字,八十万进账了;二等文人是:写三五百字文(不能称章),言之凿凿,说某明星吸毒贩毒,说某学阀学术造假,明星与学阀找上门来,三万五万,求他撤稿;三等文人不说了,兄弟,还用我来说你吗?

这个魏显,是几等文人?不好说,有时是一等,有时是二等,有时是三等。那次不晓得是何事,他跟另外一个土财主扛上了,这个土财主晓得魏某是恶角,但他并不怕:你算什么玩意?我雇秀才打汝。果然,他雇了一个王某,当然出价不菲。王某也是秀才出身,不写什么劳什子文章,也不发劳什子自媒体,而是用流氓手段对付流氓。他喊了数十人,一齐动手。“王某呼其族无赖数十人,殴显,几死去,发殆尽,呕血伏枕。”

莫说王某是秀才,他请的那几十人,也并非没读书的地痞流氓。明朝,当然不止明朝,学而优则仕,“仕”是相当大的诱惑,引得天下人都去“学”,然学而优的有几个呢?科举进士而入仕者,万无一,这话说的是,学而不优不能仕者,一

万里头有9999人。

这些人读书后,肩不能扛,手不能提,当农民不想,当工人不愿,干什么好?很多是当了魏某,当了王某。晚明士风恶薄,“生员稍不得志,则群聚而侮辱之。”所谓群聚者,便是“王某呼其族无赖数十人”,这里所谓族,不全是家族意思,而是秀才族也。秀才读书三年当知礼义,这些秀才知什么礼义?跟街头牛二毫无二致,聚众斗殴,聚众闹事,聚众赌博,聚众淫乱,聚众哄抢,晚明“学变”相当厉害,士风不是一般刁横。这里,王某与魏某,本来都是秀才,秀才跟秀才火拼,真个是大水冲了秀才庙,文人间赤膊上阵,大打出手,斯文扫地,一点文明影子都没有。

流氓不可怕,最怕流氓有文化。文人间,武斗也许不是典型,更典型的是文斗。文人文斗,在明朝或者其他朝,多半是当恶讼,“市井无赖,朝得十文,夕可舞文官府。”于是,“恣情逾僭,慢无忌惮”,流氓文人搞乱政治,“假儒之名,全不通文理者。”不是不通文理,而是不通事理,不通政理,乱搞一气,当搅屎棍。蛮多文棍专门做官场生意,比如,某官行贿受贿,作奸犯科,被官府降职撤职,这厮便花一大笔银子,雇一班秀才给其歌功颂德,声势大矣哉。这是舆论战,这是民心呢,没办法,官府只好让其官复原职,异地为官。

这个也不是文人生财主渠道,主渠道是骂官。颂官或是媚骨,士节有亏,但他颂的是下台的官,也算有骨气呢。讪上可以卖直,卖直也可以卖个好价格的,于是乎更多的是骂现任官,不仅没有奴才之讥,更有良知之颂,是文人正确,故,明朝那些文人流氓,天天“匿名投书,暮

夜黏贴,纠缠成风。”官人不对,他骂,官人对,他骂,匿名飞语,在明朝成为文化大景。

匿名飞语,搁今便是自媒体。开始那会,也是舆论监督,但后来变了。“揭于内府及京城内外,指其姓名,明言伤害,阻挠朝政,败坏风俗。”你搞不清他是舆论监督,还是浑水摸鱼,浑水摸“誉”。把真正的舆论监督搞得鱼龙混杂,泥沙俱下,倒赢得赞誉无数,赚钱无数。故,“涂名改姓,俨然称上舌,首善之区,为首恶之藪矣。”

先前,文人还是社会良心,他们讲求正义,为民请命,盛名之下,不太敢干坏事,即使干坏事,也是偷偷摸摸的,到了后来,写些鸡鸣狗盗之文,作些男盗女娼之章,都是普世正确,于是,他们干起罪恶勾当来格外气壮。网上所谓意见领袖,一呼则“十万加”,这些“蓝袍大王”,谁都不敢惹。明朝闹矛盾,摆狠话不是法庭上见,口头禅是“我雇秀才打汝”。

士子本是正义化身,却成了邪恶势力,连本身是秀才出身的顾炎武也看不下去了。“今天下之出入公门以挠官府之政者,生员也;倚势以武断于乡里者,生员也;与胥吏为缘,甚有身自为胥吏者,生员也;官府一拂其意,则群起而哄者,生员也;把持官府之阴事,而与之之为市者,生员也。前者噪,后者和;前者奔,后者随……”

前者噪,后者和;前者奔,后者随。舆论监督变成了舆论乱世。对舆论造谣者,“小有所加,则曰是杀士也,坑儒也”,则挟洋以自重也,明朝只好由他们胡作非为,莠言乱政。有说,明朝是被骂死的,看来,非耸人听闻之论。

(刘诚龙:作家,双清区科协)

热评  
周刊 REPING

## 微言论事

## 话风亦作风

刘克勤

当年渡江战役即将打响时,政工干部分头下到长江边的渔村大张旗鼓宣传土改政策、渡江意义等,旨在发动船工积极行动起来,为部队撑船过江。可船老大并不“买账”,有的还蹲在一旁打盹,说:“听不懂,坐久了,屁股痛。”政工干部改变策略,开展诉苦活动,但这招还是不行。此事传到领导机关,秦基伟将军分析,是宣传人员讲话方式不合百姓“胃口”。明确症结后,如此这般地叮嘱政工干部一改话风,与船老大交朋友,唠家常话,形势立即改变。船老大纷纷表态说:“百万雄师过大江,我们就划渡江船。如果这个任务完不成,还算什么在风浪里闯荡的江湖汉子!”

可见,良好的话风能够让听者产生感情上的互动和思想上的共鸣。话风不好,则容易产生隔阂或情绪上的对立,甚至影响党的形象,疏远党群、干群关系。

好的话风是中华民族五千年历史文化的积淀。“法语之言,能无从乎”“夫人不言,言必中有”“话不投机半句多”等等,讲的就是“说”与“听”、命令与执行的关系问题。倡导好话风

要注意讲好几种话:一是讲真话。真话就是不掺假、不撒谎、实事求是、求真务实的话。二是讲短话。突出重点,不讲废话,在提高理论素养、概括能力和语言表达能力上下功夫,删繁就简,最好一语中的、一语启智、一语共鸣。三是讲新话。扎实开展调研,多说有思想、有新意的话,对群众讲知心话,通过话语密切干群关系,赢得群众的民心。

青蛙聒噪不停,就是没有人听;报晓公鸡打鸣,人们闻声即起。话不在多,关键在于合乎时宜。讲话言简意赅,朴实贴切,听了记得住。反之,“领导高度重视”“正在研究解决”,东拉西扯,海阔天空,空话废话连篇,让人不知所云,又何谈工作落实?

话风即作风,讲话见素质,言语透心声。简言之,好的话风既不穿靴戴帽、故弄玄虚,不拖泥带水、故作粉饰,又通俗易懂、开门见山,言之有理,带着浓浓的人情味,直指问题的要害处。它体现讲话者的素质,彰显我党优良传统。

(刘克勤:市市场监督管理局)

## 老加的说说

行者杂谭

老加很受伤,心里的委屈满满的,都到了嗓子眼,呼出的气也是臭臭的,还呕吐过几次,脸更是拉得长长的,欲与驴马比一比。于是乎,老加便在朋友圈发了“说说”。

老加的“说说”写到:我现在的特别、特别的失望,我们关系是那么的要好,但是那个家伙却突然之间耍了这么一出诡计,无法接受。

老加一般是不发朋友圈的,发朋友圈肯定是因为事情不一般了。老加的这条说说发出后,围观者众,点赞数激增,更有甚者还截图发微信群及其他朋友圈,就是没有评论者。相反发在其他人的朋友圈后,评论是大串大串的。有评论说:老加活该;有评论说:老加也应该开心;还有评论说:老加也不是个好东西。

看到这些评论,老加更是很受伤很受伤,无处话凄凉,只好又在朋友圈说悲伤:当你坐下来,回想你最好的朋友,回想你们一起经历过的故事,回想过去你们曾肩并肩共同讨生活,如今也是在同一件事上,面对同样的一个人,而你的好友却想着切断与你的一切联系,这就好比你的好友要吃饭了,却对你说“好吧我们下次见,你继续饿着吧,我们会继续尽情享受这顿大餐的。”

老加的这条说说发出后,围观者更众,点赞数更是呈几何级数增长,评论虽然不是很多,但也是带着几分同情的味道。

甲评论说:那个家伙本来

就是个白眼狼。

乙评论说:这下你知道商人都是“唯利是图”之货了吧?

丙评论说:前几年,我就对你说过,离那家伙远点,你就不听,还说我离间你们。

丁评论说:你是说米老头吧!

还有些评论,是用表情代替的,多是“大拇指”和“玫瑰花”。

看到这些评论,老加心里稍微舒坦了一点,他统一作了回复:谢谢大家!患难见真情,我想这一点在过去的几天内被验证得十分清楚了。

老加的统一回复,也在朋友圈引起了波澜,而且比“说说”还激荡了许多。

甲评论说:只有你患他的难,没有他患你难。

乙评论说:你想和谁共患难?

丙评论说:老加你也配说“患难”?

丁评论说:米老头是你的大哥吧!

评论还在继续,老加又发了新的“说说”:还是人家唐大哥好,对谁都特别的关心,又是出钱又是出力,这才是好人啊,我们都应该向他学习。

老加的这条“说说”发出后,老加就在想:关注与点赞的人一定会更多,评论的人也一定会更多。然而,老加只猜对了一半:点赞的人没有,评论的人却很多,评语是清一色的:老加,你的“说说”只是说说,你还是做老米的忠实兄弟吧!

(行者杂谭:杂文家,现居成都)



一湾碧水绕新城

廖永兴 摄

## 理性看待干部直播“带货”

高洁

干部直播“带货”,在网上引发热议。在淘宝、快手等APP的直播间里,干部用“网言网语”带货,称粉丝为“宝宝”“老铁”,一边互动聊天,一边试吃推介,为当地产品“代言”。日前,人民日报等媒体发文对干部“带货”作了全方位地解析。笔者认为,对干部直播“带货”,既要看到干部治理能力的提升,也要警惕“直播间的形式主义”。

受疫情影响,不少地区农产品滞销。一些干部纷纷参照直播模式,摇身变成了“带货”主播,有些还取得了不错的销售“业绩”。干部“带货”成功,一方面由于干部自身的个人信用和地方政府信用的加持,另一方面还是因为干部与消费者线上互动,让消费者对产品品质有深入的了解。在互联网技术高速发展

的背景下,掌握这一新手段既是推动产业发展的重要途径,更是贫困地区脱贫攻坚的有力武器。广大党员干部要敢于触“网”、敢于用“网”,学习掌握区块链、大数据、5G等最新信息技术手段,深入了解微信、抖音等大众媒介的运行规律,更好地提升自身素质、服务地区发展。

诚然,直播“带货”能带来一定效益,但干部的角色定位不能长期作为“主播”,其工作重心仍要立足本职岗位,做好本职工作。关键还是要转变工作思路,完善本地销售链条,提升本土产品竞争力。各地要加强政策扶持,广大干部要当好制度的执行者、引导者,多在加强本土人才培养、提升农产品质量上下功夫。当然,有条件的地方,也可以多管齐下,充分发挥群众

主观能动作用,加强网络直播人才培养,创立有当地特色的直播团队,更好地打造、推介地方特色品牌。

(高洁:邵阳县人民政府办公室)