

[编者按]

最近几年来,中国诸多精英——不论是政治精英、学术精英、商业精英还是文化精英,每当他们在媒体上发表意见时,就会引来网上骂声一片。经济学家吴敬琏因专业的理性而被误解为利益的代言人,主张政治理性的马立诚曾遭到死亡威胁,主张还原孔子真实面貌的李零被群起攻之。对于这些公共议题,倘若我们都能用科学理性的态度去分析,会发现精英们说得是有道理的。毕竟本属于专业学术领域而非道德领域的问题,民众动辄用道德的标尺去衡量和判断,得出来的结论自然跟业内人士不同了。有着“虐待”精英传统的民众,是不是该自我反思一下,不要把自己变成动辄“拍砖群殴的群氓”了。

用“和平之烟”包容精英社会思想

在近几年的中国,网络的兴起,使分散的一个个个体结成了群体性联盟,在很多时刻,他们表达自己的意见,支持为其代言的精英,也以激烈的言辞,反抗那些在他们看来非我族类的精英。

这些精英,或因在敏感问题上发言,而犯了众怒;或因坚持从专业知识的角度来评判问题,而被列为利益集团的代言人;或因时代情境的使然,而使他们忍辱负重,不被人所全面认识。

倘若仔细分析他们的言行举止,会发现他们是一群“被误解的精英”。

误解的原因很多,而且是各种因

素叠加在一起:粗暴、从众的媒体,使公共的舆论空间丧失了其本应有的理性、客观原则;民众对于新闻事件或经济生活中的怨言,往往不加分析地转移发泄到某些特定人士身上;群众“义和拳”式的思维,使中国在某种程度上又回归到了大鸣大放、大字报的时代;本来某些应该是属于专业领域而非道德领域的问题,往往动辄用道德的标尺去衡量、判断……

我们期待重拾媒体的客观理性精神,用中道的价值观,包容、理解的心情,去剖析一些“被误解的精英”的所思所想,所作所为,从中呈现出中国社会的问题症候,并找到明晰的

价值坐标。

在北美曾有两个印第安部落,多年习惯用武力解决狩猎权问题。有天在谈判中,一个部落首领伸手去拿烟出来抽,这一动作差点让对方误判成是去抓取武器,一时剑拔弩张;结果这个部落首领拿出烟来,并递给敌人。

“和平之烟”化解了双方的误会,这成了印第安人之间的一个习俗:抽过烟后,即化敌为友。

乞望中国精英与民众之间能彼此理解,为建立成熟的公民社会而携手。

(宗树)

被误解的精英三

李零:找不到精神家园的“丧家狗”



“家狗”不是辱圣,也非自比。

因还原孔子的历史形象,而被新儒家、文化保守主义者批为“玩世不恭,轻侮圣贤”,“不是好鸟”。与于丹心灵鸡汤式的温习论语不同的是,李零以训诂家的功力解构了后人对于孔子的想像,也使托古、复古的文化崇拜失去了对象。

陈琛

李零新书的封皮上用三行小红字为“丧家狗”下了注释——任何怀抱理想,在现实世界找不到精神家园的人。

在这本题为《丧家狗:我读论语》的书中,他将孔子解读为“丧家狗”。

孔子并不是圣人——李零在书中花了不少力气来论证自己的观点。在他笔下,孔子就是一条无家可归的流浪狗,奔波一生而无所所得,他是读书人的宿命的缩影,是所有在现实世界找不到精神家园者的缩影,是堂吉珂德。

人们对于“丧家狗”的兴趣和争议,其本质是如何来认识孔子。事实上,在李零看来,是“五四”挽救了孔夫子,大家把他从圣人的地位请下来,让他与诸子百家平起平坐,这等于恢复了孔子的本来面目。

更有数位学者自认和孔子一样,也是“丧家狗”,他们认同李零的解读是“用一个知识分子的心理解另一个知识分子的心,从儒林外史读儒林内史”。

面对众人对自己考据功夫的夸赞,李零不以为然:“很多人宁愿承认我文献上的一些考据工作,也不愿承认我批评的价值。我著论语没有那么多思想要承载,就是要告诉你,从宋学得出的孔子印象是很有问题的。”

看来,这个身量瘦小的男人是想竭力打破那个历代帝王褒封的“人造孔子”,给远离孔子真相、真价值的膨胀降温。

“丧家狗”是为了刻画知识分子的命运。

李零花了两个学期,一学期讲半部,把《论语》从头到尾讲了一遍。这部读书笔记,就是根据他上课的记录整理而成。之所以跟学生讲《论语》,不是凑读经热和孔子热的热闹,想到这个问题会成为大的

风潮。中华书局当时有意索要李零书稿,希望能够达到“赶在老师前面占领这个市场”的功效,《百家讲坛》也曾邀请李零开讲,都被他拒绝了。

这个书名,一经书出版后就被人们反复争论,用李零自己的话说,几乎成了“行为艺术”。

“丧家狗”也是古人的说法,不是俗名,我用这个名,是为了传神,把孔子的境遇和精神状态传达给读者。不是辱圣,也非自比,而是为了刻画知识分子的命运。”李零说。

李零的书看起来并不费解,里面有一个活灵活现的孔子:有时天真,有时世故,并非传说中的道德家,热爱美食,热衷仕途却贫困潦倒,一言以蔽之,挺好挺真实的一个人。

他对于孔子其人其实相当尊敬,“我是拿他当‘人’来理解,不是当‘圣’来崇拜。要骂尽管骂,不用拐弯抹角。”对他来说,“圣人”才是骂孔子。

陈明说,于丹把《论语》熬成一锅心灵鸡汤,反映的是她自己的理解能力;李零将孔子描述为丧家狗,则是把自己的心态和心量当成了孔子的精神和事业,并以苏东坡和佛印的故事(心头有尊佛,看到的就都是佛;心头有堆粪,看到的就都是粪)来类比李零。

读《论语》,他最欣赏的是反对乡愿。孔子说,一乡人都说好,未必好;一乡人都说坏,也未必坏。三军可夺帅,匹夫不可夺志。“这才叫知识分子。大家起哄,你就起哄,还要知识分子干吗?”李零读经典,“不跟知识分子起哄,也不给人民群众拍马屁。”

“你说传统是宝贝,我同意,处于濒危,要保护,我也赞成,但非要弘扬,直到把孔子的旗帜插遍全世界,我没兴趣。”活孔子是乌托邦,死孔子是意识形态——李零这样干脆地总结。

短评:

上世纪80年代初,当时以《河殤》为代表,出现大力否定传统文化的倾向。那时,李零站出来为传统文化说话,说不能把很多责任推到传统文化上。现在,风潮转了180度,社会一些角落以无知无畏的精神滥推陈货,李零又要呛着来。

从人大成立国学院到北大、清华等高校开设“国学班”,从各地恢复祭孔到海外孔子学院遍地开花,从私塾重现到儿童读经……近年来,中国的“传统热”惹人瞩目,与之呼应的,是渐渐复苏的大国梦想,盛世情怀。

被误解的精英一

吴敬琏:一个保持童真和率直的老人

李策

吴敬琏已经不再高山仰止、一呼百应了。

20年前,他是市场经济的启蒙者,人称“吴市场”;10年前,他是市场经济的践行者,由他带队的“国有经济战略性改组”的研究,奠定了国有经济改革的基本思路;7年前,借助中央电视台巨大的影响力,他成为一名家喻户晓的公众人物;最近几年,他却和中国的市场经济一道,开始备受争议。

1990年代,吴已是中国最有影响力的经济学家之一,但他影响的主要是经济学界和经济决策圈子,并不直接与普通大众打交道。1997年春的一天,满脑子都是国有经济改组的吴敬琏在骑车上班时无意间闯了红灯,年轻的交警教训他说:这么老了还闯红灯,真是越老越不要脸。

彼时的吴敬琏已经67岁,遭此呵斥,好不尴尬,国务院发展研究中心领导闻讯,给他批了专车,随即赶到。

如果那时中央电视台有年度人物评选的话,该场面很可能就不会出现。

2000年和2001年,吴敬琏两次当选中央电视台年度经济人物,舆论誉其为“经济学家的良心”,而他的答辞也让捷克作家伏契克的名言再度成名:人们啊,我是爱你们的,你们要警惕啊!

两次当选,都是因为股市。在一片狂热的氛围中,吴扮演了那个说出皇帝新装真相的小孩:股市被当作圈钱工具、市场泡沫已经很明显、庄家横行的市场犹如赌场,甚至还不如赌场,在这样一个市

场中出现全民炒股的现象,风险不言而喻。CCTV给他的颁奖辞如是评价:“一个保持童真和率直的学者,一个心系国家、情牵百姓的经济学家,他用睿智和良知擦亮中国股市。”

电视让吴敬琏迅速由一名学术精英变成一位明星般的公众人物,但他很快发现,面对公众发言的复杂性远远超过以往在圈子里学术讨论和政策咨询,很多时候,自己殚精竭虑去讲的道理却没人认真去听,但不经意间的大白话却被揪住不放。

比如他说,“中国的股市很像一个赌场,而且很不规范。赌场里面也有规矩,比如你不能看别人的牌。而我们这里呢,有些人可以看别人的牌,可以作弊,可以搞诈骗。做庄、炒作、操纵股价这种活动可以说是登峰造极。”

他的对手迅速将其归纳为“赌场论”,并说吴敬琏想关掉股市,这样的说法流传开来,网络上骂声一片,加上股市转熊,“一言毁市”的帽子不由分说,戴在了他的头上。

吴敬琏有些茫然,因为骂他的人中不乏他一心一意想要保护的中小投资者。对大众传媒,他则越来越失望,他无法容忍眼球至上和断章取义。

他的同事朋友则劝他少对股市发言:马克思说过,利益会把仇神招到战场上来,中国的股市,没有学问,只有利益,所以真正的经济学家从不对股市发表评论,否则你断人财路,定会引火烧身。

他听从了,从2005年到现在,他不再对股市发言,但凡有记者问及股市,他

总是一句话,请看我2001年出版的书和文章,我对股市的看法不变。

除了继续谈论股市,吴敬琏在两会期间,最被人追问“良心何在”的,是他有关房地产领域的发言。吴敬琏认为,在城市拆迁补偿方面,如果按照市场价格进行补偿是不合理的,因为城市化是全民的成果,其利益不应完全给房主。另外,对于“每个人都应该有自有住房”的说法,他亦不赞成,认为“政府应保证人人有房住,而非人人有住房”,此言出在重庆最牛钉子户抵制强制拆迁,媒体视为物权彰显的风向标这样的舆论小环境中,又出在近年来房价上涨,很多人快要变成房奴以致怨声载道的大舆论环境下,自然会被人认为是房地产利益集团的代言人以及为政府势力张目。在一片喧嚣中,人们早已忘记他几年前指称“用银行的钱搞房地产不是世界通例”、“要警惕房地产价格上涨”的言论。

有评论家认为,有两个“吴敬琏”,一个是良心的代表,一个是利益集团(政治或经济)的代表,这两个“吴敬琏”是分裂的,前后不一致的。事实上,却只有一个“吴敬琏”,既非良心代表,亦非利益代言人,他不过是一个坚持经济学专业理性的学术奴仆而已。

短评:

从深受欢迎到备受争议,从提出经济学家要为人民利益代言到被指责与利益集团结盟,从被视为经济学家的良心到有人要给他上穷人的经济学课,几年间,外界对吴敬琏的评价经历了巨大的变化。吴敬琏其实一点都没变,他还是那个有着浓重家国情怀的经济学家,他还延续着过去做政策研究时的严谨与率直,缺乏理性传统的民众和媒体更多地将其视为一个道德符号,期待他永远说出正确的话语。这可能吗?

把博客留言关了,说我要是你,看那些留言就什么事都干不了了。马立诚认为,还是留个沟通平台好。他是这样管理留言,人格攻击的、骂人的、问候娘的,统统删掉;讲道理的反对我统统留着。

一次看梅尔吉布森主演的《受难者》,众人骂受难的耶稣,耶稣回应,人啊,你们不知道自己在做什么。这个时候的马先生,难以免俗地想起了新观念、新思想的步履踉跄,难以免俗地热泪滂沱,在悲悯中释怀了。

马立诚没有骂过一个网友,他以为自己的论敌不是网友而是时间。《对日关系新思维》刚发表时,骂声满地,公开场合少有支持意见,有的也是私下里的道义支持。现在,马立诚的统计是,反对、支持、不说话的,各占1/3。这已是莫大欣慰。有学者朋友说,马先生,你说得太早了,晚5年刚刚好,比如现在。马先生自信以为,反正都是未来之时,早说也无妨。一次,看到台湾作家柏杨的一句话:我毕生的所作所为,都是为了在中国人的头脑里增加点理性,马立诚引以自勉。

短评:

“文革”式极端思维的根源之一,是片面、狭隘的教科书。日本侵略是事实,可是日本战后援助过我们150多个重大项目,也是事实。不忘记历史,但需要更全面地了解历史,由此,才有正确认识和深入反思。要承认民族心理上的创伤是很难反思的,但更要说,宽恕是真正强者的胸怀,如金庸小说里的一句,“冤冤相报何时了”。

被误解的精英二

马立诚:毕生所为增加国人的理性思维

洪松

马立诚掺合“中日关系”纯属偶然,其一,他是圈外人;其二,他一句日语不会。

2002年,人民日报高级评论员马立诚第一次去日本,呆了13天,有感而发,写了《对日关系新思维》一文,发在《战略和管理》杂志上,笔锋犀利,言语惊人。此文一出,即挨板砖无数,有同事开玩笑说,马先生没干什么好事就红了,没干什么坏事又黑了。之后,遇见“中日关系”专业人士,马先生必作揖道歉:对不起诸位,抢了大家的饭碗。

也是有意为之。之前数年,民族主义高涨,反对加入WTO,反对全球化,中国处处在说不。马立诚以为,不加以匡正和引导,是要出事的,而民族主义反映在中日关系上是最激烈的。马立诚厌恶“义和团还魂曲”,决心啃啃这块硬骨头。

他在文章里写道:中国要有战胜国和大国的气度,对日本不必过于苛刻;日本道歉问题已经解决,不必拘泥刻板形式,对日本未来成为一个政治大国和军事大国的趋势要有心理准备;要把日本恢复正常国家军事状态的军事诉求,同重新恢复军国主义发展道路区别对待。后果可想而知。有人把《对日关系新思维》一文和汪精卫的当年文章做段落

对比:有人发表“在马立诚同志的追悼会上的演讲”;有人给他写信,内间没有信纸,而是把大块汉字全写在信封上:我要杀了你。有意让邮递员看到,替其下手。

人民网的“强国论坛”,是网路上板砖最密集的区域之一,而人民网的办公地点,就在马立诚家楼下,年轻编辑见到了马先生,便安慰起来,其实呢,骂你的来来回回就六七十号人,“马甲”换来换去,换出了人民战争的汪洋之势。马先生回家看看博客留言,揣度“贵阳王小三”是否是“浏阳李小四”,看久了,觉得是,于是挺直瘦弱肩膀。

一年后,57岁的马立诚,从人民日报社提前退休,去香港的凤凰卫视做评论员。第一天到香港,便见识了凤凰节奏。飞机甫一落地,人事部小姐便打来电话,说准备明天上节目,马先生说初来乍到,熟悉两天,小姐回一句,节目已经排定,把电话挂了。马先生搜肠刮肚,敲定主题:理性大国、责任大国、平衡大国。所谓理性,即克服情绪和盲动;所谓责任:即担当;所谓平衡,即求同存异。侃侃而谈,30分钟节目,一口气拿了下来,被认为是“凤凰历史上试镜效果最佳的评论员”,马先生说是“一肚子的憋屈没地儿说啊”。

一次,和好友郑也夫吃饭,后者劝其



人们啊,我是爱你们的,你们要警惕啊!

深思熟虑的书少有人读,随口而出的话却被爆炒,吴敬琏希望媒体传递他作为一名学者的理性思考,但大多数媒体却把他当成了一个刘德华那样的,可以不断出“料”的明星,而人们也忘记了他的专业身份,不用经济学的标尺去衡量,而用道德良心的判断去追问。



人啊,你们不知道自己在做什么

因偶谈中日关系,试图在中国人的对日观中注入一点理性之精神,马立诚即被骂了数年,直到最近中日开始融冰才稍有改观。被奉为当今头号“大汉奸”的马立诚,主张中国应当做一个理性大国、责任大国与平衡大国,而非纠缠于历史问题、向后看的思维,马立诚主张的政治理性,假以时日,必能改善中国人的头脑。