曹操留下的治愈词

建安七年(202)正月,曹操率军途经故土谯县(今安徽亳州)。衣锦还乡的他本想在父老乡亲面前风光一把——毕竟此前取得了“官渡之战”的胜利。然而,眼前的景象却令曹操不忍直视——土地荒芜,人烟稀少,民生凋敝。

曹操在县里走了整整一天,竟没有寻到一个认识的人。这种凄凉的情形让他悲痛伤怀,于是挥笔写下百来字的政令——《军谯令》:“吾起义兵,为天下除暴乱。旧土人民,死丧略尽……魂而有灵,吾百年之后何恨哉!”

这正是“百年之后”这个词的出处。因古代社会医疗条件有限,人均寿命较短,“人活七十古来稀”已是难得的长寿。故“百年”本指长寿或完整的一生。但在《军谯令》的语境中,曹操将“百年”与“之后”结合,用以指代生命的终结,为讳言死亡的语意开辟了一条充满诗意与庄重感的新路径。

在曹操生活的时代乃至更早,直言“死”或“亡”,在正式场合和日常交谈中常被视为忌讳或不敬,因此人们倾向于使用各种等级化或模糊化的委婉语(如崩、薨、卒、殁)来表达。

相较于“死”“亡”等直白用词,曹操巧妙地用“百年”构建起的时间概念,来消解“死亡”的恐惧感,又用 “之后”的延续性,弱化了终结的绝望。这个词可以说既是对牺牲将士的敬意,也是对生命长度的诗化隐喻,非常契合传统文化中对死亡的避讳心理。

当然,曹操发明此词绝非偶然。作为“三曹”文脉的开创者,他写“对酒当歌,人生几何”,不是鼓吹享乐,而是忧叹“去日苦多”中未竟的王业。在《龟虽寿》中更直白宣言“神龟虽寿,犹有竟时;腾蛇乘雾,终为土灰”——连神话生物都难逃消亡,凡人何必自欺?

这也就不难理解——当世人都相信谶语迷信时,曹操推行“唯才是举”,重用“不仁不孝而有治国用兵之术者”;当儒生皓首穷经时,曹操高歌“神龟虽寿,犹有竟时”,直面生命的有限。

随着时光流转,“百年之后”这个词所蕴含的意思,超越了最初的语境和对象,完成了从战场到民间的转变。

如今,“百年之后”的生命力不减,它依然是口语中,尤其是老年人谈论身后事时常用的表达,如“我百年之后,要叶落归根”,既保持庄重,又减轻情感冲击。这种生死观的延伸,其实背后承载着深厚的历史背景与文化内涵。

不得不说,曹操首创“百年之后”,以文学化的含蓄之言,表达对死亡话题的敬畏之意,在消解那份沉重感的同时,也使后人能够从容谈论死亡。

生死之事,终须直面。曹操在建安七年那片凋敝故土上挥毫写下的“百年之后”,并不是答案,而是留给后世的“礼物”——一个让我们在敬畏中谈论生命终极命题时的“治愈词”。

(摘自《知识窗》 马庆民/文)

“死”了五万次的人

15岁时,他初涉影视圈,很幸运地得到了一次出演的机会,饰演一个被武士一刀劈死的坏蛋,只有几秒钟的镜头。

为了这几秒钟的镜头,他把剧本从头到尾看了一遍,虽然自己饰演的角色只被编剧一笔带过,但他还是根据剧情,琢磨出这个人物的性格,以及人物和武士打斗时的心态,根据这些,再推理出被杀死时的表情和动作。

因为准备充分,这个镜头一次就拍摄成功,这给了他极大的鼓励。也因为这次的成功,让导演记住了他,以后再有这样的角色,就会第一个找到他。

这样,他又得到了几次出演的机会,虽然每一次呈现给观众的,都是被杀死时的几秒钟,但他每一次都不敢有丝毫马虎,剧情不同,人物不同,死时的状态当然也应该不同,每一次,他都认真看剧本,根据当时的情景,设计出不同的死亡方式,有时是翻白眼,有时是慢慢跪下,有时是狂喊大叫,有时是吐血而亡。

他自创的神态各异的死法,吸引了很多导演和演员的注意,慢慢地,找他拍戏的人越来越多,每一次,都是扮演被杀的角色。

随着“死亡”次数的增加,他慢慢有了一些知名度,很多人劝他,不能光演那种无足轻重的角色了,应该尝试转型,要求导演加戏,争取多露会儿脸,从几秒钟到几分钟,再到重要的配角,最后做主角。

他却摇摇头,人人都去做主角,坏蛋谁来演呢?演好坏蛋也是一门学问啊,演得好,就能衬托主角的英勇,提升整部戏的品质。

别的演员有接不到戏的时候,他却平均每天都要跑三个剧组,这么忙碌,又演得轻车熟路了,按说,他只要往镜头前一站,随便做个死亡的动作,几秒钟,就能拿到劳务费走人了,可是,他却对每一个角色都不肯马虎,总是不断地创造出新的死法。

除了那些传统的死法,他发明了虾米式死法,把身体弯成一只虾,一伸一缩,不停地抽搐,还发明了搞笑怪诞式死法,在倒下的瞬间,做一些搞笑怪诞的表情和动作。

这样的角色,他一演就是50年,算起来,他在屏幕上总共“死”了5万多次。而这5万次的“死亡”,把他锻造成一个顶级的特技演员,得到观众的喜爱,得到同事的尊重,得到导演的称赞。

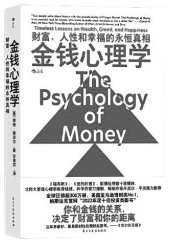
他的名字叫福本清三,在光怪陆离的娱乐圈,因饰演被杀的角色而成为知名演员,不能不说,这是一个奇迹。而创造这个奇迹的,就是五十年如一日的坚持,是认真对待每一个角色的职业操守。无论多么微小的事情,只要认真坚持去做,就会创造奇迹。

(摘自《思维与智慧》 汤小小/文)

豪车悖论

泊车这份工作最大的乐趣,莫过于能亲自驾驶那些顶级豪车。宾客们陆续驾到,法拉利、兰博基尼、劳斯莱斯等各种“贵族座驾”悉数亮相。

我曾梦想拥有其中一辆,因为我以为这能向外界发出强烈的信号:我很成功,我很聪明,我很富有,我很有品位,我很重要。“快来看看我多厉害啊”。



《金钱心理学》
摩根·豪泽尔(美)著
朱莉娅 译
中信出版集团

但具有讽刺意味的是,我几乎从未真正关注过车主本人。

当看到有人驾驶豪车时,我很少会想:“这个开车的人真酷。”更多情况下我会想:“要是我有这辆车,别人肯定觉得我很酷。” 无论是潜意识还是有意识,人的思维习惯往往如此。

这里存在一个悖论:许多人渴望用财富来向他人展示自己值得被喜欢、被尊重,但实际上,旁观者往往并不会将目光聚焦在你本人身上。他们并非不认同财富的吸引力,而是把你的财富当作工具,表达自己被喜爱、被崇拜的愿望。

我在儿子出生后给他写过一封信:“你可能会觉得自己想要豪车、名表和豪宅,但我要告诉你,其实你并不真正渴望这些东西。你渴望的是他人的尊重和认同,而你以为拥有昂贵的物品就能带来这些。但现实几乎从未如你所愿,尤其是在那些你最希望获得尊重和认同的人面前,这条路几乎行不通。”

做泊车员时,我开始意识到,宾客们驾驶着法拉利驶入酒店,享受着我对他们座驾的注目称赞。他们无论走到哪里都会引来围观,我相信他们一定喜欢这种被仰慕的感觉,觉得自己受到了尊敬。

但他们是否知道,我其实对他们本人毫无兴趣,甚至都没有注意到他们?他们是否明白,我只是被那辆车吸引,幻想着自己坐在驾驶座上?

他们买下法拉利,是因为他们认为这能带来外界的敬仰。但他们是否意识到,像我这样真正被车吸引的人,其实根本不会在意车主是谁。

这种现象是否同样适用于那些住在豪宅里的人?答案是肯定的。

昂贵的珠宝和服饰呢?同样如此。

我并不是让人们放弃对财富的追求,甚至不是否定对豪车的喜爱——这些我都喜欢。

我要强调的是,人们普遍渴望被尊重、被仰慕,而用金钱去购买那些炫耀性物品,实际带来的认同感往往远不如想象的那样。如果你的目标是赢得尊重和认可,请谨慎选择方式。谦逊、善良和同理心为你带来的尊重,远非豪车和排场可比。