



# 时势造英雄

□喻清录

五代后周显德四年(公元957年)三月,世宗柴荣亲率大军征讨南唐(十国之一)。南唐国主李璟欲自督诸将拒战,中书舍人乔匡舜上疏切谏,李璟将其流放抚州(今江西抚州);又问神卫统军朱匡业,朱匡业吟诵罗隐诗句“时来天地皆同力,运去英雄不自由”,意谓时运不利。李璟恼怒,贬朱匡业为抚州副使。

罗隐,晚唐诗人,感叹诸葛亮“出师未捷身先死”,以其曾筹划北伐大计的“筹笔驿”(驿站名,位于今四川广元市北)为题,写有咏史诗《筹笔驿》:“抛掷南阳为主忧,北征东讨尽良筹。时来天地皆同力,运去英雄不自由。千里山河轻孺子,两朝冠盖恨谿周。唯余岩下多情水,犹解年年傍驿流。”这首诗蕴含的是“时势造英雄”思想。诸葛亮自南阳出山,赤壁鏖兵,占据荆襄,夺取两川,取得一连串胜利,因为时势有利于他;但北伐中原英雄气短,壮志难酬,因为时势不利于他。诸葛亮去世后,蜀汉国运每况愈下,曹魏征西将军邓艾偷袭阴平险道成功,兵峰直逼成都城下,蜀汉光禄大夫谯周劝后主刘禅投降。司马光在《资治通鉴》结尾引用罗隐诗实乃用心良苦,他要告诫宋朝统治者以及所有读者,历朝历代的盛衰存亡,英雄豪杰的成败荣辱,都是与时势联系在一起;即使如诸葛亮这样的旷世英杰,也要受时势支配,他若九泉有知,面对蜀汉灭亡,也不过怨恨谯周罢了,又能奈何!

正确理解“时势造英雄”,应明确三个问题:其一,所谓“时势”,是指民心向背,人民是社会的主体,是推动历史前进的决定性力量。其二,英雄人物是以智慧的头脑和敏锐的眼光洞察时势,并顺应时势成就了伟业。因此,既不能无限夸大英雄人物对历史进步所起的作用,也不能否定他们的特殊贡献。其三,时势往往决定着英雄人物的命运。时势眷顾于他,他就无所不能,似乎天地都在帮助他,但时势离他而去,他就一无所能,似乎顽石都在与他作对,即所谓“虎落平阳被犬欺”。

在中国历史上,最能验证“时势造英雄”思想的,是陈胜领导的秦末农民大起义。秦二世元年(公元前209年)七月,陈胜等九百余人前往渔阳(今北京密云西南)戍边,行至蕲县大泽乡(位于今安徽宿州西),为大雨所阻。秦法,误期者斩。陈胜与同伴吴广谋议:“天下苦秦久矣。今逃亡是死,造反不成也是死,与其等死,不如造反而死!”于是杀看守将尉,举造反大旗,天下响应。这段史实证明,是时势造就了陈胜的英名,他以智者的眼光,洞察到人民对秦王朝的怨恨如同遍地干柴,一把火就能燃起燎原之势;他虽然只是个雇农出身的戍卒,但他领导的农民起义代表了人民意志,所以天下人都“揭竿为旗,斩木为兵”,灭亡秦王朝如摧枯拉朽,势不可挡。

至于时势对英雄人物命运的重要影响,史载数不胜数。秦朝末年,



韩信胯下受辱

插图 李玉明

淮阴人韩信困穷潦倒,寄食于人,谁都瞧不起他。有个杀猪恶少当众侮辱韩信:“你虽好佩带刀剑,内心却胆小如鼠。你要不怕死,就来刺我;若是怕死,就从我的胯下钻过去!”韩信无奈,便俯身像狗一样从恶少裤裆下钻过去,蒙受“胯下之辱”。这时候,谁会想到韩信竟是用兵如神的军事奇才!司马迁为李陵(“飞将军”李广之孙,率五千步兵与八万匈奴鏖战,最后因寡不敌众兵败投降)辩护,被汉武帝处以官刑,投进

大牢,他在给友人任安的书信(即《报任安书》)中坦言:“猛虎在深山百兽震恐,一旦掉进陷阱或被关进笼子,便摇尾乞食。如今我刑具在身,手脚被绑,杖打鞭抽,暗无天日,见到狱卒就心惊胆战不敢喘气。”韩信、司马迁的遭遇,就是英雄落魄的真实写照。

解读“时势造英雄”思想,要尊重人民群众的社会主体地位,常怀敬畏之心,长存报国之志,绝不可做狂妄悖逆之事。



## 相见易得好 久住难为人

——相爱容易相处难

□一池月光

远方的朋友寄来一本安意如的《人生若只如初见》,闲来翻看,最喜欢的,还是纳兰容若的“人生若只如初见”。仔细想来,有一句谚语——“相见易得好,久住难为人”与其有异曲同工之妙。

“人生若只如初见”是文人雅士对爱情的一种向往与领悟,而“相见易得好,久住难为人”则是我们对爱情的一种真实感受,它们共同揭示了爱情的一种现象——相爱容易相处难。

初相识时,爱弥漫开来,遮住了对方所有缺点,在彼此眼中,对方是美丽的、温暖的、醉人的,对于双方的一些小错误,也是理解的、包容的。所以,明代冯梦龙在《醒世恒言·两县令竟义婚孤女》里说“人情若比初相识,到底终无怨恨心。”但是,交往久了,缺点显现,矛盾增多,这个时候,如果不懂相处之道,不注意方式方法,不调整双方心态,那么,爱变淡、怨变深、恨变浓,别离只是时间问题。

这是一个真实的爱情童话,只是,结局并不美丽。他因为打错电话,认识了她,两人相恋。一年后,他在一场车祸中变成“半植物人”,她不顾母亲拼死反对,只身前往海南照顾昏迷不醒的他,她当然清楚这意味着什么,那是一片等待她泅渡的黑暗里的大海。

经过一年多的悉心照料,他的身体状况日渐改善,有了意识,能嚼饭,慢慢地也能开口与人交流……她看到了希望,于是,每天为他按摩、喂饭、洗澡、擦屎倒尿,90斤的她还要经常搀扶150斤的他,去做康复治疗,为了支付医药费,她每天还在医院做两份保洁员的工作……

走过了漫长的3年,24岁的他和23岁的她正式登记结婚。结婚当天,没有鲜花,没有婚纱,甚至她的父母也不愿去,但是,他和她依然幸福宣誓——相爱一生一世,风雨同舟,不离不弃。一时间,这段爱情童话通过网络、电视台、报纸,感动了无数人,也得到了亿万万个祝福。

然而,三年后,他们离婚了。她流着泪,对媒体说:“我和他都没有错,只是,现实太残酷,‘相爱容易相处难’,我们终究没有办法抵抗。”

爱情是真的,不舍是真的,离开也是真的。很多时候,我们能够抵挡惊涛骇浪,抵挡疾风骤雨,却常常在日常生活中,被那些琐碎的矛盾吞噬。

童话的结局,往往是“王子和公主幸福地生活在一起”,那么以后呢?王子与公主也吃五谷杂粮,也有喜怒哀乐,夫妻间的矛盾、猜忌、吵架、冷战,他们也无从逃避,不能避免。如果不懂相处,王子与公主一样会从天堂堕入地狱,一样会有“相爱容易相处难”的遗憾。

爱情不是金庸小说里的倚天剑,所向披靡,无往而不胜。世间大多男女的分手,不是丢了爱情,而是不懂相处。牵手,容易;牵手一生,真的好难。

爱是一种情感,恋是一种学问,处是一种智慧。如果不懂相处,秋风扫过,再绚烂多彩、暗香盈袖的爱,也终会叶黄花落,碾作红尘。所以,相爱中的男女,与其感伤“人生若只如初见”,不如细细体味“相见易得好,久住难为人”之中蕴含的爱情箴言,懂得尊重、付出,善于克制、忍让,学会接受、相处,这样才能保鲜爱情,相互搀扶,去消磨、享受那柴米油盐酱醋茶式的平凡日子。

### 思路花语

不要放弃你的幻想,当幻想没有的时候,你还可以生存,但是你虽生犹死。  
——马克·吐温

没有改变,不可能会有进步,无法改变的人,什么事情也改变不了。  
——萧伯纳

事情已经发生了,还希望事情不要发生没有意义,当务之急是减少损失。  
——《唐顿庄园》

女人的力量并非来自她的美貌和笑容,而是来自她的智慧。  
——《德古拉》

生活的真谛在于宽恕与忘记。宽恕那些值得的人,忘记那些不值得的人。  
——《复仇》

(晓吟 辑)

### 时令走笔

## 清秋菊话

□怡然含笑

清照叹:帘卷西风,人比黄花瘦;陶公吟:三径就荒,松菊犹存;孟浩然说:待到重阳日,还来就菊花;黄巢喊:冲天香阵透长安,满城尽带黄金甲。

面对菊,人类倾洒万言,菊笑而不语,优雅地站在百花之后。菊把“寒风扫高木”的时光、蜂蝶难至的清秋,灿烂成自己的春天。

自古迄今,菊花因卓尔不群为凡尘所宠爱。当人们摸爬滚打,累了倦了;当人们磕磕碰碰,伤了痛了;当人们风云填膺,满了溢了,菊花,就担当起知己的角色,成为人们倾诉的对象。

大爱无言。菊花,以她凌霜的俏丽姿态,厚德载物,笑着谛听人类的万般情状。有时想,菊花宛若纤纤女子,她担当的、承载的情与志已远远超量。而她怡然地挺立着,柔肩担百斤比铁肩担千斤,更让人怜爱。

试想,古今中外与菊花谋面、搭话者,几乎囊括所有人,只是交流的方式、交情的深浅不同罢了。

菊花是秋光的主人,多数人只是打马匆匆,与她擦肩而过,停在相见时的惊艳、赏心悦目的表层。还有颇多的人,心悅之情寄以口唱之:电影《雏菊》、歌曲《菊花台》,菊与人

生相融,感伤唯美,扣人心弦,这是相知的层次。

还有人视菊为己:种菊、对菊、供菊、簪菊、问菊、忆菊、梦菊。曹雪芹的12首“菊花诗”,可谓风情万种、情丝百结。心动处,欲说还休的幽情,借“菊语”汨汨而出。人与花深层的心交与神往,这是相恋的境界。

还有人赏咏不足,餐之饮之:屈原“朝饮木兰之坠露兮,夕餐秋菊之落英”;陶公“空服九华(菊花),寄怀于言”。含英咀华,人菊合体,你中有我我中有你香,这是相守。庄周化蝶,说陶公化菊也不为过。

魏文帝曹丕,曾派人专门送给大臣钟繇一束菊花,他认为菊花是清秋时节天地之精华。而今有些国家,也以菊为国花:丹麦木春菊,德国矢车菊,意大利雏菊。万众瞩目,菊花成为一种象征,一面精神的旗帜。

菊,花中四君子之一。集万千宠爱于一身,也集万千寄托于一身。美哉幸哉壮哉!世间溢美之言,弥漫于清秋;金色的爱意,绵延于古今中外。而我,面对一坡明晃晃的菊花,已无语,亦不敢妄言,更不敢呼菊为友,惟愿自己:人淡如菊。



银杏人家

青莲 摄

本版联系方式:65233629 电子信箱:lydaily618@163.com  
选稿基地:洛阳网·河洛文苑 选图基地:河图网 洛阳网·摄影天地

# 2016 洛阳商报 重装启航

改为周刊, 每周一期, 周四见!

**从读者到用户**

**从新闻到服务**

**从纸张到平台**

● 明年您看到的全新亮相的《洛阳商报》将会是

- 内容更精致, 立足本土、专业、幕后, 做其他同城媒体和互联网做不到的内容, 报道风格平民化, 叙述方式故事化, 报道内容贴近读者, 贴近洛阳, 贴近生活。
- 服务更实用, 紧紧围绕商界人士、市区中产阶层、都市白领这三大用户群体, 进行VIP式的定制化服务, 为他们分别打造不同的专属产品。
- 平台更强大, 在现有“洛阳商报消费促进会”“洛阳商报企业家联合会”两大平台的基础上, 丰富渠道, 增强互动, 完成由单一报纸向“报纸+新媒体”平台的转型。

● 2016年的《洛阳商报》

从每周5期的日报到每周1期的周刊

每期48版, 还会有一件漂亮的铜版纸“外套”。

一报两册 本册: 常设新闻、商业、财经、消费、旅游休闲、楼市板块

别册: 洛阳教育

不变的是为您服务的浓缩的, 更精彩! 全新商报, 敬请期待!

联系电话: 0379-65233520