

名家说名作 ⑧ 彭玉平解读《荔子碑》:

# 韩愈文章、柳宗元德政与苏轼书法成就“三绝碑”

文/羊城晚报记者 朱绍杰 文艺

## 《普及美学传播学》:中国当代学术的突围之作

□王志宏

碑文为故友抱屈惋惜

《荔子碑》或称《罗池庙迎享送神诗碑》，现存于广西柳州柳侯祠内，为国家一级文物。原刻拓片高231厘米，宽129厘米，10行，共计147个字。此碑刻于宋嘉定十年（1217年），内容是唐代著名文学家韩愈所写《柳州罗池庙碑》碑文末尾部分的《迎享送神诗》，以其首句“荔子丹兮蕉黄”而得名。

唐代柳宗元在岭南的柳州任官，因地施政，深得百姓爱戴。他去世后的第二年，当地百姓为他修建衣冠冢，在城东罗池建庙，以为纪念。“柳宗元、韩愈同朝参政，虽然政见不同，却互相欣赏。柳宗元病逝柳州后，韩愈三度撰文悼念亡友，此碑文就是其中一篇。”彭玉平介绍，韩愈在《荔子

唐宋古文经典之作

“唐宋时代许多优秀的文学作品，都起因于宦游文人到各地，领略祖国大好山川，了解到当地淳朴的民风，由此唤起他们的创作欲望，这样创作出一批文学经典。”彭玉平介绍，柳宗元的《永州八记》就因此创作，奠定了他在文学史上的地位。《永州八记》是中国古代散文的经典，对山川风物进行描写，抒发感受，轻松文笔中带着特殊的审美和情感。

在彭玉平看来，韩愈在《荔子碑》上的附文，亦可见柳宗元的风格。“韩愈平素文章风格往往比较厚重，以思想家的形象示人。但他有个了不起的地方，写谁就能模仿谁的风格。在此文中，韩愈就模

仿了柳宗元的文风，以舒缓的节奏记述了故友事迹，同样是唐宋古文的一篇经典之作。”

“作为后来者，苏轼对柳宗元、韩愈的文学评价值得注意。”彭玉平认为，苏轼对柳宗元的诗歌尤其推崇，有过许多直接评价，他曾以“枯淡”形容柳诗——看似枯燥乏味，实则越琢磨越有味道。“苏轼晚年去海南，带了两个人的诗文集，陶渊明和柳宗元。他还要求自己的孩子读柳宗元的诗文集，可见对柳宗元发自内心的追慕与认同。”此外，在著名的《潮州韩文公庙碑》中，苏轼以“文起八代之衰，而道济天下之溺”的句子，赞誉韩愈发起古文运动、重振文风的勋绩。

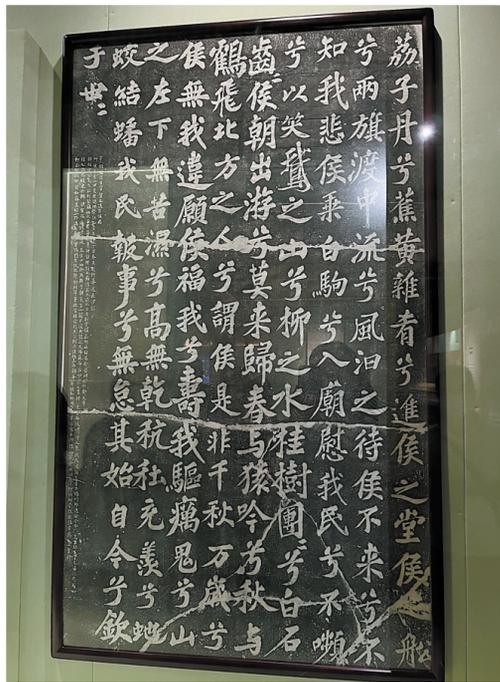
每个字都下了功夫

“由此，我们可以推想苏轼在手书此文时的特殊情感。”治学之余，彭玉平对翰墨书法也有实践与体悟。在他看来，苏轼所书《荔子碑》时，心态庄重严肃，每一个字都下了功夫。此碑被历代书家评为东坡“书中第一碑”的作品，字字大小错落有致，用墨浓重，可见书写者的一丝不苟，甚至敬仰之情。“他把自己的智慧、情感、审美都投入到这篇碑文中了。”

苏轼名列北宋四大书法家之首，其书法对时风、对后世都影响深远。彭玉平坦言，自己就是东坡书法的“骨灰级”粉丝。但他觉得：“对于苏轼的书法，并不适合单纯从书法家的角度来看

待。”苏轼书法贵在人气，“我觉得苏轼先生就没想过要当个书法家，书法在他那里始终是一种表达方法、是一种工具。他是根据自己对文本的了解，然后把书法展现出来的。”

“文本内容与书法风格需要相得益彰。从这块碑来看，韩愈的文、柳宗元的德政与苏轼的书法，三者高度结合，天衣无缝。”彭玉平认为，《荔子碑》不仅直接体现了韩愈与柳宗元的故交情谊，更凝聚了苏轼与前人的隔代神交。读罢此碑此文，彭玉平更有感而发，赋诗一首，致敬古人：“焚香静气蘸深愁，长忆河东滴柳州。任是退之才倚马，要留子瞻墨横流。”



展览现场展示的《荔子碑》

五四以来，中国的学术发展主要是效法西方，当下哲学社会科学的学科体系、学术体系在改革开放以后逐步建立起来，也有明显的西学印迹。历经几十年发展，在学科分类研究日益细化、深化和广化的现状下，专业化人才持续涌现，但学科知识割裂僵硬的弊病也愈加凸显。于是，学界多以知识多寡作为高下评判的主要标准，以横向获取跨学科知识为新，以致迷失于枝叶，离初心愈远。回归初心，便成为我们当下学术发展的首要问题。刘浩冰先生的《普及美学传播学》这一力作，便为中国当代学术发展踏出了一条新路。

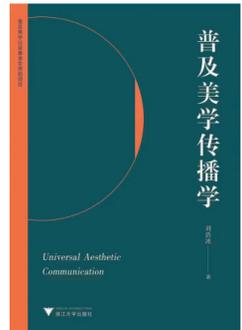
做学问最基本的的问题是追问本源与路径。传播学作为一门西方舶来学科，其发展的基础和发展的路径是什么，这是我们治学首先要思考解决的问题。很显然，现代西方传播学学科于20世纪肇端于美国，并伴随传播技术的勃兴而壮大，其背后的理论基础是实用主义、心理学、政治学、社会学等。而追溯西方传播观念的大发展，主要是受益于文艺复兴以来重新发现人的力量，不断拓展着人类自身发展边界的产物，却难能找到一个最高序令兼容融洽的路径方式。西方学术近代以来，无论认识论分析还是语言论分析都已证明了这一点。

刘浩冰称，如果延续西方学术发展路径，我们并不具备西方传播学发展的思想基础，但是又不能舍弃当下学科体系、知识系统下学术发展的优秀成果，只能在现有基础上在本源问题上接续推进。追溯中国传统文化，以儒释道为代表的思想，在本源上都是承接最高序令的，也都是以人为本的，与当下一脉传承。于是，传统与现代就有了融汇贯通的基础，成为解决传统与现代的关键所在，这也是当下中国学术现今亟需突破的关键性

节点。

只是作为人的存在，人发展的方向与基础是什么？这就回归到了普及美学学科创始人邱伟杰先生提出的“本末美”理论，对“你本来是美的，你的美还需要成长”这一核心观点的阐发与光大。从这个意义上讲，将美作为本体，奠定了人发展的本源基础，开辟了当今学术研究的新路径。光大传播“本末美”便是传播学的核心问题，传播学的发展就有了根基与方向，也能生发出巨大的空间。以自性本美为基础的传播学，其特征显然是有别于西方控制性的，是呼唤成长的、花粉式的，传播的内容是讲求本真的、兴趣的和品质的。

《普及美学传播学》为我们当下本土化学术研究打造了一个新样板，它不是拘泥于横向学科知识的简单拼接，而是基于学科发展的本源性问题，在现有的学科、知识体系下做出了极具可能性的路径探讨，并提出了学理性的解释方案。因此，《普及美学传播学》这一作品问世，可以视为中国当代学术的突围之作，它所带来的不仅仅是中国本土化传播学的新发展，或还能呼唤出更多年轻人来开创中国哲学社会科学事业发展的新局面。



## 书香岭南·名编工作室

周伊凌

# 以书为匙 为读者打开科学投资的大门

文/孙磊 梁善茵 图/受访者供图

个人简介 周伊凌

广东经济出版社投资理财编辑室副主任，策划出版了“精简易学实用系列”“高风险市场投资系列”等畅销投资理财书系，作为项目负责人或责编出版的图书曾获得国家出版基金资助，入选中宣部主题出版重点出版物、广东省委宣传部主题出版重点出版物。

### 投资理财类图书的市场会越来越好

“人生就像滚雪球，最重要的是发现很湿的雪和很长的坡。”巴菲特的这句话在投资理财编辑周伊凌的心中埋下一颗种子：以兴趣为导向，找准方向，深耕下去。

初见这位“90后”财经编辑，齐肩短发、椭圆眼镜，穿着粉红色衬衫，看起来文静而稚嫩的她，实则已在投资领域摸爬滚打了六个年头。投资理财出版领域往往依赖于丰富的经验和人脉，为了尽快获得作者和读者信任，年轻的周伊凌踏上了一条“打怪升级”的成长之路。

每天上班前，周伊凌会提前关注各方的盘前分析，积极学习相关业务知识。除本职工作所需的出版专业资格相关证书外，她还主动考取了“证券从业资格”，也深度参与了相关经济理论选读。

六年里，她印象最深的项目是带领团队完成国家出版基金项目“中国之治·坚持和完善社会主义基本经济制度”的出版工作。该套丛书除获得国家出版基金外，还被评为了2021年广东省主题出版重点出版项目和重大图书编辑出版项目。

“《中国之治》从策划到最终完成出版，大概用了两年的时间。当初就是希望推出一套更好阐释新时代背景下的社会主义基本经济制度内涵、帮助广大读者更好地理解相关内容的精品读物。”周伊凌告诉记者，广东经济出版社，以

下简称“经济社”一直坚持正确的舆论导向和专业的出版特色，秉持着“经世富民 成就梦想”的使命，出版了一系列主题出版重点出版物。

几年来，周伊凌还策划出版了一系列的投资理财类读物，如“精简易学实用系列”等，获得了较好的市场反响。周伊凌相信，在新阶段、新理念、新格局之下，中国经济未来必将实现高质量发展，人们对于投资理财的关注度会越来越高。她认为：“只要有好的内容、好的形式，投资理财类图书的市场会越来越越好。”



### 投资理财科普读物定位要精准

“凡是和赚钱有关的，我都感兴趣。”周伊凌半开玩笑地展示她自己曾编辑的《做精一只股》，随即谈起现今投资环境的复杂性与专业性。周伊凌称，当下人们对理财有了全新的思考。今年上半年，新开户的投资者数量超过800万，可见广大投资者对于后市的发展比较看好。

针对市场的变化，周伊凌策划出版了《做精一只股》《做精一张图》《做精实盘手法》等精简易学实用系列图书，以及《期货交易盈利策略》《黄金交易盈利策略》等高风险市场投资系列图书。其中“精简易学投资系列”涵盖股票市场、T+0市场，上市之后均登上当当网投资理财类新书畅销榜；《数字货币交易盈利策略》上市1年内实现加印4次。

周伊凌希望，读者拿在手里的不只是一本纸书，而是一把进入知识平台的钥匙，帮助他们建立适合自己的投资法则。“投资理财板块一直是我们的一个优势板块，让投资者

访谈

羊城晚报：经济社是广东省出版集团特色出版社之一，以“出版高品位的经济类图书”为办社风格，可否介绍一下这几年经济社在投资理财领域出版方面的布局？

周伊凌：经济社自建社以来一直秉持一手做品牌，一手做市场的经营理念，2020年，集团大力推进供给侧结构性改革，实施大众出版专业化、特色化、品牌化发展战略。经济社作为专业类的大众图书出版社，积极响应“三化”改革的号召，坚持出版社自身的品牌优势，持续开发专业板块及优势产品线。经济社的理财投资产品线曾经在图书市场三分天下占其一，影响了一代人，有很好的投资理财类读物的底子。

当我进入投资理财编辑室后发现，目前的A股市场仍是个人投资者占据主导地位的市

### 坚守专业方向塑造品牌影响力

场。技术的发展大幅降低了投资门槛，越来越多投资“小白”进入理财市场，他们对仓位管理等风险控制的概念理解不充分，交易方式更感性、随意。从之前用饭圈思维去炒基金，到最近的“脱口秀概念股”，种种现象都反映出部分个人投资者的专业知识欠缺，风险意识淡薄，自我保护能力不足等问题。

针对这种情况，我们对投资理财类图书的读者进行了更精准的定位，比如说针对小白类的读者，我们推出了《超简单！基金投资指南》《零基础股票投资：从入门到精通》等入门级读物；针对有一定知识的投资者，我们推出了“精简易学实用系列”，从怎么选股、到怎么根据图形判断买卖点，再到根据盘面判断走势等来帮助这类投资者更好地实现盈利；针对成熟投资者，我们引进一些国外优秀的投

### 利用新形式和新媒介开发产品价值

资理念，邀请一些专家对这些投资理念进行中国化的解读；不管是针对哪类图书，我们都会根据读者特点进行设计。

羊城晚报：投资理财类书籍责编可发挥的空间在哪里？

周伊凌：投资理财类图书责编应该具有产品意识。在一本图书的出版过程中，编辑对作者的引导应该贯穿编辑工作的全过程。

作者和编辑有不同的职责，作者负责将自己的专业知识通过写作传播出去；而编辑作为书稿的第一位读者，更要当好引路人的角色，引导作者有针对性地写作，激发作者的创作灵感。这种“引导”是一个双向的互动过程，编辑向作者传递市场信息，帮助作者完善创作思路及书稿，作者利用自己的专业知识提出建议，通过这种互动提升书稿质量，扩大图书的影响力。

周伊凌：我认为关键在于保持专注，长期经营。树立出版社的特色品牌，提升出版竞争优势不是一朝一夕能完成的事情，需要资源的集中投入和长时间的坚持，只有在专业化的方向上长期坚守，才能逐渐塑造出版社品牌。

除此之外，可以利用新的呈现形式和媒介平台开发产品价值。比如像之前做过的《复利奇迹》以及目前正在推进中的《超简单！基金投资指南》，我们就对书里面的重点内容做了简单的图解说明和思维导图；像《程大爷的A股必修课》《T+0分时图交易技巧大全》，还有正在推



走进工作室