

汉字为何变难？

柳 枢

对于2013年那场《中国汉字听写大会》，许多人恐怕还记忆犹新。但在看节目的过程中，对于许多生冷汉字，已经不是一句“提笔忘字”就能解释通的，要么根本不会，要么在读音上犯错或在字形上分辨不清。是汉字变难了？拿到叶昌元撰写的《汉字难在哪儿》（开明出版社出版）后，我便有一睹为快的欲望。

叶昌元6年前写过《字理——汉字部件通解》，解释了所有汉字部件的要素。他发现在浩瀚的汉字发展演变过程中，许多汉字的部件受到损坏或变异，有必要进行梳理。这也是他写作《汉字难在哪儿》的初衷。

鲁迅先生曾赞：“汉字具三美。意美以感心，一也；音美以感耳，二也；形美以感目，三也。”这三美应当就是我们常说的汉字构成的三种形式：象形、形声、会意。

的确，作为世界上最古老的文字，今天看那些象形字、形声字、会意字，我们还会对其美轮美奂的结构、妙趣天成的意蕴和抑扬顿挫的声调赞叹不已。汉字在最初发明时并不难，笔画简约，意会明了。因为古人在甲骨上刻字，在青铜器上铸铭文很吃力，所以总想简省部件，却又写不出错。这不是偷懒，而是由当时书写工具的材质决定的。随着人类文明的进步和书写工具的变化以及人们文字表述能力的提高，之后，人们在容易刮削改正竹筒上写字，就不怕写错别字；纸张和毛笔的诞生，则给了人笔走龙蛇的可能。

那么汉字为什么变难了？叶昌元认为：一是汉字的部件增多了。现行简体字的部件已有270多个，学习的难度自然加大；二是经过历史演变，有些字的结构变得模糊不清，容易误解；三是一部分错字的积淀，如假借字久借不还、不顾字理的以简代繁等，对人们正确理解和掌握汉字构成极大障碍。基于此，《汉字难在哪儿》通过“象形衰减、变隶之繁、简化之乱、部件趋同、部件错外、部件省略、结构漫漶、久借不还、造字异端”等章节，以详实的资料、图片、碑帖和令人信服的见解，为我们梳理了汉字构成的规律，进而找到汉字变难的原因。

该如何化解汉字难呢？一个是汉字的基本部件数量不能太多，规则要明晰。再一个是消除假借字的影响，可以在教学中，在教材、字典里提倡写“正字”。

如今，大量的文字书写是在电脑上依靠输入拼音或部件来完成的，汉字笔画的多少已不影响汉字的书写速度和难易，人们的文化程度早已实现质的飞跃，那么汉字会不会来一次新的变革呢？对此，叶昌元建议，目前最好的办法就是能够做到“简化”和“繁化”并存。一方面，因为“汉字作为我国的官方文字，我们要为其保存一份完好的国家‘档案’。这份‘档案’中的汉字必须是权威的、规范的、有依据的、公允的。所谓公允，就是不迁就某一特定的人群（比如文化程度特别低的人群），也不照顾某些权威人士、领导人的口味，也不偏倚某一方言区。”另一方面，繁体字与简体字整合为一体，可以让全世界的华人都使用一个文本，这是最经济、最理想的局面。

神州



北京公交车站的站台广告 和冠欣摄

电商能否取代出版社？

宋 平

2011年，大洋彼岸的亚马逊开始直接与作者签约，推出超过100本纸质书和电子书。其高管罗素·格兰蒂尼说：“出版商的倒闭是大势所趋，是早晚的问题，出版过程中只有作者和读者是真正必要的角色。”表露出取代出版商的野心，欧美出版商大惊失色，一些连锁书店发起抵制活动，拒绝售卖亚马逊出版的纸质书。

2014年3月，知名电商京东集团旗下的京东图书频道高调宣布将推出自有品牌“京东出版”系列图书，首批图书有广受关注的《大卫·贝克汉姆》，“主要是应用京东自身的数据积累和用户消费习惯来进行分析，从而与出版机构深度合作，打造符合京东读者需求的优质图书作品。当当也于去年底打破自己“不做出版”的承诺，与作家蒋一谈签约，推出售价为0.99至2.99元的单篇电子书；而豆瓣阅读更是早成为原创作家发表作品的重要平台。

曾经隔岸观火、暗自庆幸的国内出版业终于面临着与国外同行一样的问题：未来的出版链条中，还有我们的位置吗？

电商能否考虑书籍的文化价值？

湖南少年儿童出版社社长胡坚表示，电商或数字出版平台与作者直接签约，对传统出版更多是一种补充，目前民营书商都不能独立做纸质出版，更别提刚刚进入出版领域的电商。

接力出版社常务副总编辑黄集伟认为：“在现代出版逐步演进、完善的途中，作者、出版社、中盘等不同分工，使得出版成为一个合理的价值呈现体系。假使这个各司其职的传播模型转而完全由渠道商控制，我们都知，高度‘垄断’不利于思想的自由生发和传播。它会不会只考虑书好不好卖，而不考虑产品的文化价值？”

电商能颠覆出版业吗？上海人民出版社总编辑王为松说：“最近在微信圈里看到一篇被多人转发的文章，说传统出版已经走到尽头，马上要被新生的力量取代。一切这样的假设都把编辑的环节有意无意地忽略了，他们认为作者把书写出来，放到网上，有读者购买就完了。”他以一本书举例：《古文字诂林》的顾问和编委是古文字研究方面造诣最深的专家，当时有人说，出版社一个字都不许动。“但第一卷看下来，责编就在书稿中夹了大量浮签。因为除了对内容的审核外，还有大量编辑体例、出版规范、注释索引等琐碎却见功夫的工作，责编以自己的专业水准，赢得了作者的尊重。”

究竟是什么样的核心价值和作用，让出版社把自己留在出版链条的中心位置呢？

出版不仅仅是“拿书（内容）来卖”

黄集伟表示，出版社的专业性，使得读者相信“这些文化产品值得传播，值得阅读。出版社是价值的确认者，是专业的生产者，是文化传播的践行者”。很多电子平台上的原创作品，没有出版机构背书，读者不了解作者，对其内容就难有信心。“一个研究者想要出版专著，他的首选一定是专业出版社，而非销售商。图书有很多维度，除了市场、内容，出版商还会考虑历史的维度。别人做没做过这个选题？我们的图书能为读者提供什么新的文化体验、审美体验？一本图书，只有经过从价值认定、市场需求、传播可能等多维度打造和思考，方才基本成型。”

王为松认为，编辑的功能除了对书稿的编辑加工能力，还有策划能力：“即在选题立项之初与作者沟通，确定写一本能被读者和市场所接受的书——正是编辑和作者的良性互动，促

成了一些经典名著的出版。”针对有网站高管提出，图书行业只有作者和读者是最重要的，其他的环节都不重要，王为松坦承，单本图书的原动力主要是在于作者，但一个好的出版社，在系列图书方面对学科建设和门类布局起着导向的作用。“譬如我们的《中国通史》、《中华文化通志》、《中国断代史》、《中国专题史》、当代经济学丛书、东方编译所丛书等图书在市场上有着持久广泛的影响力，这不是通过网络平台把作者和读者简单联系起来就能做出来的。”

中信出版社副社长汪媛媛表示，一个好的编辑可以说是“天天都在研究读者需要什么样的阅读。即使都是经济类图书，哪些是方向，哪些是热点，都需要编辑的专业判断和前瞻性的判断，而不是仅仅从历史销售数据中就能看出来的。这个市场会回归到个体和每个人的内心，会更加专业。作者、出版社、读者三者互动的模式也不会被颠覆。”

不惧“新玩家”

电商参与出版的新模式，也使出版人加快了变革的脚步。

中信出版集团对于数字出版早就过了“坐而论道”的阶段，除了把纸质书做成数字阅读版本，去年中信开始做“E-only”产品，也就是只有数字版本的图书。去年推的《中国故事》产品线，包括几百个选题，都是3~5万字的轻阅读，在亚马逊售价多为每本2.99~5元，每条线上都有一些名家作为主打。还推出《地铁大学》和《通识课堂》两个电子书产品线，今年还打算做数字版Mook书。针对不同渠道的特性，他们把这些产品推向不同平台。

“我们认为，数字出版业务从盈利能力到成长性都是非常好的。因此中信负责数字出版的并不是一个附属的职能部门，而是集团下属的一个独立的公司在运营。”汪媛媛说：“如今我们纸质书和电子书的比例是9：1，几年内就会达到就是4：1甚至7：3。美国的电子书份额发展到25%，增速就在放缓了，但我们认为中国市场有其独特之处，基于移动互联网的电子书出版具有极大的想象空间和市场潜力。”



方成：幽生活一默

郝青文/图

“方成，不知何许人也。原籍广东省中山县，但生在北京，说一口北京话。自谓姓方，但其父其子都姓孙。非学画者，而以画为业……”这是漫画家方成充满调侃的自述。

每个和方成接触过的朋友，都能讲几个有关他幽默的段子，譬如你给他打电话，他耳朵有点背，听不清你的话，又不直说，就在那边自个儿嘟囔一句：“唉，我就不愿意当老头，他们非让我当个不可！等着，我给你拿个耳朵去——”其实，这老人家去拿助听器了。听说要给他拍照片，又说起来：“等会儿，等我先戴上眼镜和假牙，戴上了，才像我。”

上世纪30年代，方成的家离市场很近，里面有个小书铺，既卖书也收书，大部分都是线装书，价钱挺贵。他当时也没什么钱，就看完一本，再卖给书铺，换本别的。就这样，初中三年几乎把所有的中国古典小说看了个遍。他说，在这些古典小说中，只要是打仗的、滑稽的他都喜欢看。像《三国演义》、《水浒传》、《说岳全传》、《西游记》、《聊斋》、《济公传》、《东周列国志》等好几十种，还有现在都见不到的好多武侠小说。在这些小说里，“最喜欢的还是《西游记》和《济公传》”。

方成说：“对于人的生活道路，我是想过的。我已退休多年，有时总会回想往事。一件件算起来，有很多次是因为偶然机遇，推我拐个弯走的。我上中学读理科，考大学进理科，毕业后从事的还是理科——做化学实验。过了4年，因为失恋，必须逃离，去了上海，那是倚仗我学得一门漫画技巧才敢去的。在上海就靠漫画

投稿谋生，否则无法生活。这门技巧是在大学与同学合办壁报时，被安排主持漫画稿，不料无人会画，只得硬逼着自己学会画的。”

“读书不是一件可以被逼迫的事。”方成说，他喜欢幽默，所以看幽默的书就是一种享受。比如，他也迷上了朱德庸的漫画，觉得幽默，好。“有时候累了，看看朱德庸的漫画，就不累了；有时候心烦睡不着，看看，就觉得心情舒畅了，一下睡个好觉。”

如何才能在生活中学会幽默？方成说：“就是要多看书、多学习，将幽默当成生活的习惯。记得当年我和侯宝林等人在一起聊天的时候，幽默细胞就经常出现，话语中的‘包袱’多了，自然就成了幽默。”

方成还鼓励年轻人尝试换一种方式表达自己的意思，“刚开始时不要怕说不好，就如开始学游泳时，首先不要怕淹在水里，应先把头钻进水中，在水中走几步，再学游泳。有信心之后学就容易了”。

96岁的方成精神健朗，气色依然不错，大家都向他讨教养生之道。“其实，比养生之道更重要的是养心。性情好、精神好，人的身体就好。人生不如意十之八九，不如意难免生气，伤肝又伤神，何不换个角度幽它一默呢？”方成说。

任启亮和我1978年同时考进淮北煤炭师范学院中文系的。想来是不同班的缘故，同窗四载，我们之间好像都没有说过几句话。毕业七八年后，我去北京出差，他热情邀我去家里做客，同游鲁迅故居，还陪我去听了场音乐会。接触中才知道，我俩工作之余都喜欢读书写作，尤爱散文。这一共同的业余爱好，使得我们之间一下便有了许多共同语言，相见恨晚，相谈甚欢。在我住的那家小旅馆里，我们相互勉励，立下誓言：此生争取出本散文集来。

因了散文的缘分，我和启亮的同窗情日渐浓了起来，此后不断音问，关注着对方的散文。第一次在《人民日报》上看见署名任启亮的散文，我为之欣喜，拜读后便给他打去电话。以后，我又陆续在《人民日报》《光明日报》《中华散文》等报刊杂志上见到了他的作品。一次外出公干，住在宾馆里难以成眠，未料竟在中央电视台的《子午书简》栏目里，看到正在播放启亮的散文，我兴奋得彻夜难眠。

临近不惑之年，

迷恋散文梦终成

马 卫



我出版了第一本散文集。启亮收到书后打来祝贺电话。我问他何时也出集子？他说虽然一直在写，但还不够出本散文集的。

启亮写得不多的原因，他虽然没有说，但我深知那是工作太忙的缘故。位置越高，责任越大，肯定经常忙到昏天黑地，身心疲惫。回到家里，往往是既无心力，更无心境去写什么散文了。

去年夏天，大学的老师和同学在沈阳小聚，启亮携来了他的名为《一路风景》的散文集，我俩20多年前的相约，终于双双实现了。通读后发现，启亮和我走的竟是同一条路子，就是所谓的传统散文。我总觉得，不论潮流如何花样翻新，不管时代怎样日新月异，那朴实无华、真诚自然、袒露心灵的传统散文之花，依然会散发出迷人的芳香。

少儿读物“洋书”何时不再唱主角

何勇海

就读于宁波鄞州区俞家小学四年级的梁茜雅家里有一个书柜，摆满她喜欢的图书，其中《绿山墙的安妮》、《查理和巧克力工厂》、《亲爱的汉修先生》、《格列佛游记》等国外读物占了半壁江山。据宁波大学园区图书馆2013年至今的借阅档案显示，幼儿借阅排在前20名的均为国外读本，国外读物在我们的少儿读物中“唱起了主角”。

近年来我国的少儿读物市场比较繁荣，市场需求量也较大。但在受读者欢迎的程度上，国产少儿读物为何就不敌国外读物，让“洋书”成了绝对的主角？

这需要从国产读物自身找原因。一些国产少儿读物成了家长们眼中的“毒物”——充斥着恐怖、暴力、凶杀、色情等内容，低俗化倾向明显。即使不低俗，也可能没有多少有分量的实质

内容，孩子大略翻一会儿可以，让家长花钱买回家供孩子细读，则要好好思量；一些国产少儿读物内容陈旧、主题沉重，强调教化作用而偏重于说教，缺少阅读趣味，难以吸引喜欢新鲜的少儿。

反观“洋书”，大多数让孩子们觉得“有想象力”、“有神秘感”、“十分幽默”等。就连国外绘本故事书，也让一些中国家长觉得“都是作者经过生活、学习的沉淀总结出来的，而且他们的绘画都非常贴近故事，色彩、线条、情节等比较能引起孩子们的注意力”。

眼看着我们的少儿对哈利·波特津津乐道，却不知道“盘古开天地”、“女娲补天”等中国神话，我们能心甘吗？民族文化是一个民族的根基，唱“洋调”长大的中国孩子不能没有中国文化的滋养。本土文化的缺席，会让我们的孩子严重偏食，影响下一代精神生命的健康成长。