



破茧
时代桎梏的精神解锁

四川大学文科讲习教授、中国李清照辛弃疾学会会长王兆鹏以社会学视角切入，揭示了李清照面临的深层困境。

宋代“才藻非女子事”的社会共识，将女性创作贬为“不务正业”。如《宋史·列女传》中记载的朱淑真，虽才华横溢却因诗词被斥为“失妇德”，最终郁郁而终。李清照的突围，始于对文学价值的执着追求。“她以专业创作者的姿态精研声律，在《词论》中提出‘词别是一家’的独立审美体系。”王兆鹏指出，这种理论建构，打破了男性主导的文坛规则。

李清照的突围路径具有创作自觉、批评胆识、学术深耕的三重突破性。她摒弃闺阁即兴的书写模式，字斟句酌追求艺术完美。以《声声慢》为例，开篇“寻寻觅觅，冷冷清清，凄凄惨惨戚戚”七组叠字，既遵循平仄规律，又模拟秋雨淅沥的节奏感，耗时月余方定稿。

李清照公开点评苏轼、欧阳修等大家词作“皆句读不葺之诗”。在《词论》中直言苏轼的词“不协音律”，王安石的词“人必绝倒不可读”，以专业批评打破文坛权威垄断。

王兆鹏特别指出：“李清照的智慧在于既突破枷锁又未彻底颠覆规则。”北宋文坛对《词论》的争议，反证了其理论价值——张耒、陈师道等文人虽不认同，却不得不将其纳入词学讨论体系。这种“规则内的突围”为后世女性创作者提供了范式，清代女词人吴藻便效仿其路，以《乔影》一剧挑战戏曲创作禁区。

易安词魂

比黄花瘦。
薄雾浓云愁永昼，瑞脑消金兽。佳节又重阳，玉枕纱厨，半夜凉初透。东篱把酒黄昏后，有暗香盈袖。莫道不销魂，帘卷西风，人比黄花瘦。

文化观察

何以叩响千年心弦

铸魂
青州十年的淬炼升华

山东大学教授、博士生导师马瑞芳立足故土考据，揭示李清照隐居青州期间的艺术蜕变。青州十年金石考据的冷板凳，淬炼出李清照独特的艺术感知力。

整理二千卷金石拓片时，李清照发现商代“司母戊鼎”纹饰的对称美，将其转化为《渔家傲》中“天接云海连晓雾”的意象铺排。李清照还将考据的严谨注入创作，《凤凰台上忆吹箫》中“新来瘦，非干病酒，不是悲秋”的炼字功夫，与青铜器断代研究的“排除法”逻辑同源。北宋政和元年（1111年）赵挺之被迫夺赠官，家族蒙羞。李清照在《上枢密韩肖胄诗》中将个人伤痛升华为“欲将血泪寄山河”的家国情怀，其情感结构恰如她修复的汉代残碑——裂痕中透出历史纵深。

马瑞芳以《声声慢》为例解析淬炼成果：“‘寻寻觅觅’的声律结构暗合青铜编钟的音阶排列，全词97字中18个齿音字（如‘惨’‘戚’）模拟秋风呜咽，这种音义同构的手法，源自青铜器铭文研究。”1987年陕西法门寺地宫出土的唐代鎏金铜浮屠，其音梁设计与《声声慢》的声韵布局惊人相似，印证了艺术与考古的深层关联。

传世
经典生成的传播密钥

中南大学中文系教授、博士生导师杨雨团队运用数字人文技术，还原了李清照作品的传播链条。AI重建的社交图谱显示，苏轼门生晁补之是其走向文坛的关键推手。在汴京文人圈的传播实验中，李清照展现出超前传播意识。

晁补之对“诗情如夜雀”的赞赏，使少女词作迅速进入士大夫视野。北宋元祐四年（1089年），晁补之在李格非（李清照之父）宅中读到李清照《浯溪中兴颂诗》，当即抄录赠与张耒，张耒又转呈黄庭坚，形成“汴京—洛阳—江南”传播链。

杨雨认为，李清照《醉花阴》中“人比黄花瘦”的成功，源于对士大夫审美的精准把握。赵明诚将妻子词作混入五十首仿作请陆德夫品鉴时，陆德夫指其三句最佳：“莫道不销魂，帘卷西风，人比黄花瘦。”此句既化用陶渊明“采菊东篱”典故，又以“黄花”暗合重阳节令，符合士大夫“用事工稳”的评判标准。

杨雨团队通过AI模拟发现，李清照作品在南宋的传播峰值与战乱迁徙高度重合。《永遇乐·落日熔金》中“如今憔悴，风鬟霜鬓”的乱世悲音，恰与临安流民群体的情感共振。杨雨指出：“从晁补之的书房到短视频平台，传播载体在变，但找到‘灵魂共振的读者’始终是核心。”2023年某短视频平台数据显示，《如梦令》改编的国风音乐播放量超2亿次，评论区高频词为“共鸣”“治愈”。

绽放
思想解放的当代共鸣

有人觉得李清照像“何须浅碧深红色”的桂花，象征宋代理学推崇的内敛之美，但在文化学者、中央民族大学教授蒙曼的感知里，李清照更像是“雪里已知春信至”的寒梅。

她对比李清照不同时期的咏物词，勾画出其人格图谱，展现词人的精神嬗变：少女时期“和羞走，倚门回首”的灵动，中年“生当作人杰”的壮怀，晚年“九万里风鹏正举”的超拔，共同构成“此花不与群花比”的精神内核。

这位宋代才女的文学成就，既非横空出世的天才奇迹，也不是闺阁闲情的偶然绽放，而是一场由个人禀赋、文化土壤与历史际遇共同孕育的精神绽放。蒙曼特别强调，是青州物阜民丰的底气，让这位女词人在此完成了《金石录》的主体编纂。“宋代青州的红牡丹、缂丝技术堪称‘古代高科技’，正是这种藏富于民的气度，滋养出李清照‘自是花中第一流’的从容。”

毫无疑问，李清照的才情根植于独特的文化生态。青州博物馆的北魏佛像以“青州笑”诠释慈悲，李清照的诗词则以人性温度解构历史。十七岁少女能写出“五十年功如电扫”的史诗，正是青州“藏富于民”的文化底气与宋代思想解放浪潮共同滋养的结果。那么在当下，文化底雄厚的青州该如何提升历史文化影响力？蒙曼以李清照为鉴，提出“根脉转化论”。

“青州花卉产业的勃兴，也许正是接续了‘竞夸天下无双艳’的牡丹传统。李清照能引发当代共鸣，恰因其精神与现代社会追求独立、崇尚才华的价值观相通。”蒙曼建议，青州可以打造“李清照IP”沉浸式体验，将“赌书泼茶”的雅趣、“东篱把酒”的诗意转化为可感知文化场景。青州若能将李清照的诗词、青州笑的慈悲、古九州的雄浑编织成文化网络，便是对‘海岱惟青州’的当代续写。”

正如蒙曼所言：“李清照的伟大，在于她既是历史的，又是永恒的。当我们在博物馆凝视‘青州笑’，在校园里诵读《漱玉词》，便是与千年前的文明心跳同频共振。”这种以文化基因的形式完成的代际传承，不是简单的历史复刻，而是如青州牡丹嫁接现代科技般，在传统根脉上绽放出新的精神之花。

焕新
文化经典的突围共振

四位学者的解读，勾勒出李清照文化现象的立体图景：在社会突围中确立价值坐标，在精神淬炼下完成艺术升华，在传播共振里实现经典转化。这种多维度的文化生成机制，既需学术深耕的托举，也离不开传播创新的赋能，更需要时代精神的激活。当青州古城的金石之光与现代学术相遇，我们得以看见，真正的文化经典，永远在突围与共振中焕发新生。

从闺阁才女到文化符号，李清照的突围从未停息。其启示跨越时空：真正的文化生命力，既需要破茧重生的勇气——如她以《词论》挑战权威；也离不开深耕淬炼的定力——如青州十年的金石研究；更仰仗找到时代共振的频率——如短视频时代对“人比黄花瘦”的千万次解读。这或许就是当下我们仍在青州倾听易安词韵的深层动因。

“一周网”来

此杯曾经见古人 再睹已是千年魂

近日，杭州博物馆藏战国水晶杯备受网友青睐，这款形似现代玻璃杯的文物，已有2000多年历史，是我国出土早期水晶制品中最大的一件，属国家首批禁止出国（境）展览文物。该杯出土于杭州石塘战国一号墓，系考古工作者1990年取土作业时偶然发现，经鉴定为战国中后期珍品，其材质、工艺均为孤例，来源与制作技术成谜，墓主身份亦未明确。网友被古人的智慧折服，发出以上感慨。

足球本应该这样

“苏超”火了。一夜之间，原本被许多本地人当作赠票的入场券变得一票难求。此“苏超”不是足球迷熟悉的那个“苏格兰足球超级联赛”，而是江苏省城市足球联赛，今年刚办第一届。江苏13个设区市共派出516名球员，从5月踢到11月，战线拉得相当长。网友的段子也层出不穷：“比赛第一，友谊第十四”“叫南哥”“景点无偿开放条约”……这些语言梗极具地域色彩。而“吴三跪”更是将此发挥到极致，“吴”原指春秋时期的吴国，今泛指江苏南部地区；“三”是苏州、无锡、常州三市；“跪”在网络语境中意指“输得彻底”“跪服”。

“吴三跪”借用了历史人物“吴三桂”的谐音，形象地表达了苏州、无锡、常州三市球队在联赛中集体失利的局面。

金牌“钥匙管家”

在济南一社区，90后社区书记李金凤，保管着38户独居老人的家门钥匙。这38把钥匙中的第一把，主人叫陶立友。2022年，陶立友突发心脏病，李金凤敲门无人应答，便翻墙救人。随后，她决定当“钥匙管家”。如今，越来越多老人把钥匙交给李金凤。帮忙浇花、照顾小宠物、辅导孩子功课……“小李书记”已渐渐成为大家可以依赖的“贴心闺女”。

小机灵“毁”了大品牌

近日，网友发现白象“多半袋/桶面”系列产品包装上显示“‘多半’为注册商标”，并质疑企业在宣传上玩文字游戏。6月4日，白象客服称“多半”确为商标，产品克重以包装为准。记者走访发现，“多半袋/桶面”净含量较原产品仅多1/5到1/4，价格涨幅约1/4，红油爆椒口味甚至降价。客服认为不同产品无可比性，但会向上级反馈。此外，记者查询发现白象已注册“多半”等5个相关商标，多数申请于2018年9月底。

不要小看牛马之间的羁绊

近日，年轻人把村里的牛捧成新晋萌宠，牛竟被认为是“最适合中国人”养的宠物。许多养牛视频热度高，互联网涌现出不少养牛博主。宠牛博主多为年轻人，因家庭原因养牛，养的标准却按照宠物标准。“牛适合当宠物养”更像是一个玩笑。宠牛视频走红，或许是因网友共情起牛的任劳任怨。打工人们何尝不是上班前往脖子上套好工牌呢，这大约就是某种牛马间的羁绊吧！

打工人的“工位宠物”

当代打工人们上班“苦大仇深”，海星意外成流行工位宠物。海星好养活，换水、喂食频率低，还有一定的观赏性和互动性。此外，寄居蟹、斗鱼、海藻球等也闯入“工位宠物”赛道。越来越多的打工人们通过养“活物”填充工位。水果也成热门“工位宠物”，兼具观赏性和食用价值，更重要的是——吃不完的分给同事，还能顺便打造职场高情商人设，可谓一举多得。

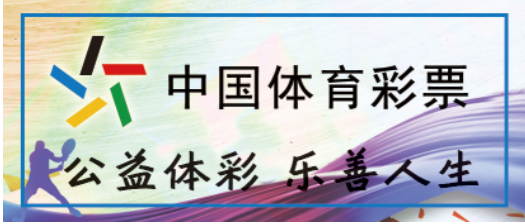
蚊子不偏爱O型血

国家卫生健康委近日举行发布会，介绍时令节气与健康情况。中国疾控中心研究员刘起勇称，我国南方省份媒介伊蚊密度快速上升，广东、云南等地有登革热传播风险，建议在夏初和雨季前清理积水、保持环境整洁以减少蚊虫滋生。刘起勇表示，科学研究证实血型与蚊子吸血偏好无明确关联，蚊子选择叮咬对象更多依赖人体生理特征和环境因素，如二氧化碳排放量、体温、汗液成分等。

“想在后半生换一种活法”

55岁的本科生张计玲今年毕业了，近日她在个人社交媒体宣布“我的大学，全剧终”，并称自己考研已过线但未被录取，即将回归日常生活。4年前，她终于如愿进入大学校园，成功“在后半生换种活法”。在过往采访中，她说：“我就想在后半生换一种活法，那成本最低的就是靠学习，努力学习，会带来很多的可能性。能把大学在我爸爸妈妈都健康的情况下读完，就是一种幸福和幸运。”

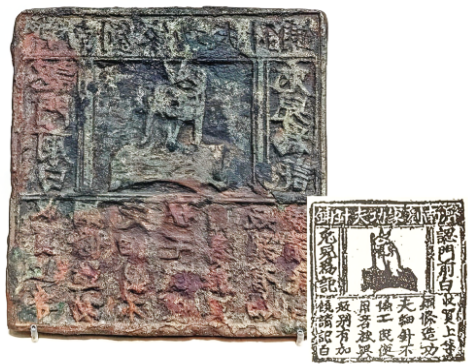
（□记者 卢昱 整理）



小白兔如何成为商标广告“鼻祖”

文物志

□ 本报记者 赵琳
实习生 田小昕



“济南刘家功夫针铺”广告铜版

全球第一支裸眼3D真人广告于2021年由中国一家手机厂商推出，在海外掀起热潮。如今，街头、商圈、手机、电视……各种媒介上，丰富多彩的广告屡见不鲜。你知道世界上最早带有“商标”的广告来自哪里吗？来自泉城济南。

时间要追溯到北宋时期。那时的街市，商贾云集，市井喧嚣。在这片热闹之中，一块小小印刷铜版的出现拉开了世界商标广告序幕。这便是现存于中国国家博物馆的“济南刘家功夫针铺”广告铜版。

该广告铜版宽124厘米，长132厘米，尺寸虽小，却承载着丰富的历史信息和文化内涵。作为迄今为止中国乃至全世界范围最早的商标广告实物，比欧洲商行、商会的商标印记早了两百多年。这是历史上济南在工商业领域的“高光时刻”。

铜版中央，一只白兔执杆捣药的图案跃然其上。这并非寻常的装饰，而是刘家功夫针铺精心设计的白兔“商标”；也可以说，这里的

白兔，是世界上最早的“代言明星”。

白兔的两侧刻着“认门前白兔儿为记”，下方则刻有夸赞商品质量以及介绍“转卖”促销政策的文字：“收买上等钢条，造功夫细针，不误宅院使用，转卖兴贩，别有加拨，请记白。”这也展现了在当时市场上，商铺对于质量与诚信的重视。从中可以窥见，早在北宋时期的交易市场，商户们便对如何增加产品销量有很深的理解，初步产生了品牌塑造意识。直至现代，一个商标品牌能否持续得到消费者青睐，商品质量与商铺诚信仍然起着决定性作用。

作为“LOGO”、文字“说明书”兼具的古代平面广告，其中最引人注目的便是白兔“LOGO”。但白兔与针铺又是如何联系在一起的？

铜版中央白兔的原型便是在月宫里终日捣药、陪伴嫦娥的玉兔。“玉兔捣药”是中国神话传说故事之一，经过文人墨客的世代吟诵，早已家喻户晓。晋代傅玄《拟天问》中便有

