

文韵承古今 书香润中原

为“文学中的河南”而来

阅读提示

作为河南省委、省政府持续实施的“十大战略”之一,“书香河南”纵深推进以来,在河南,通过强化科技赋能传播、构建全域阅读空间、深化全民文化供给等方式,使全民阅读理念深入人心,文韵书香氛围更加浓厚,优质阅读供给能力显著增强,掀起了一股全民阅读热潮,持续增强“书香河南”全民阅读品牌的传播力、影响力。

年’。继2022年推出邵丽的《金枝》、张宇的《呼吸》等长篇力作之后,出版豫军又推出了一系列书写河南大地沧桑巨变,展现河南发展成就的优秀作品。”中原出版传媒集团党委书记、董事长王庆表示:“这些作品让更多读者了解了我们的本土文化,与河南火爆的文旅市场相互成就,共同推动中原文化扎根更深、传播更远。”

王庆说,书香河南必须有优质的内容来做铺垫,在倡导阅读的同时,实际上也在极力倒逼优质文化资源的再次开发乃至是多次开发。

“花式玩法”让读书更有趣

上百个摊位、上万种图书、省内外知名出版社、非遗体验、饮品美食、拍照打卡、惊喜盲盒……日前,2024“中原书香节”开展了“书香润河南·阅读正当时”文化园游会(郑州站)、“书香润河南 惠民进行时”惠民书展、“最美读书声 书shì奇妙夜”阅读创意市集3大主题活动,各种新潮玩法不仅为阅读赋能,也让各色集市摊位前站满了前来“寻宝”的群众。

“书里书外、线上线下,阅读好像‘活起来’了,这感觉太神奇了!”郑州市民李慧说。阅读创意市集设置20多个摊位,集合以书籍

主题造景的特色打卡墙、演艺区、文创礼品领取区等,参与者还可现场体验对白音乐会、经典分享、角色创意秀等。李慧带着手环、以书中角色参与“知识发光环”互动体验,现场搜集中华文脉“六大神脉”、四大名著“八大名场面”,“奇妙的夜读氛围拉满。”李慧感叹。

“我们还通过线上直播、短视频、微博等,营造书香氛围。”中原出版传媒集团总经理林疆燕介绍说,河南文化资源丰富,新华书店也积极融合艺术体验、人文科学、红色教育和地方传统特色文化等价值元素,打造创新阅读方式,讲述河南文化故事。

从“有书读”到“读好书”,再到创新性阅读活动让群众“爱读书”。郑州市开设“书香地铁”专栏,设置图书漂流点;鹤壁淇滨区倾力打造基层文化中心、淇河书屋、微书吧、线上阅读“四级互联”的“悦”读体系,形成城乡“一刻钟公共阅读圈”;中原出版传媒集团推出《红旗渠水到俺村》沉浸式剧本剧,构建“融媒课后书屋”,累计开发研学实践课程140余门、落地学生18万人;200余家新华书店中心门店从传统卖场书店走向室外,推动“绿书签”行动、百行荐百书、“春天‘野’要读书”等荐书活动全面铺开……新型阅读空间不断扩展,各种花式玩法为全民

阅读赋能。

全民阅读让书香更充盈

“深阅读可以带来很大的福利,要尽量主导自己的时间,不要陷在手机中。”3月3日,郑州购书中心凯旋店前,挤满了从全国各地慕名而来的读者。两代茅盾文学奖获得者李佩甫、乔叶来到这里,就中国女性的成长与智慧、深度阅读等话题,与读者分享了自己的思考与感悟。

“精神自洽、内心充盈,我觉得这才是经典的成功标准。”乔叶认为,知识女性经常会有很多焦虑感,有时候很像是陷阱,需要更清晰地认识自己的内心,明白更看重的是什么。这个观点得到了在场很多读者的共鸣。

随着Z世代成为数字阅读的中坚力量,网络阅读异常活跃,数字化信息内容在网上海量生成,阅读由纸端扩展到“智端”,使得阅读突破了时空限制,万卷书触手可及,数字科技赋能的新场景、新体验正成为书香河南建设的新潮流。

事实上,早在2021年,河南就搭建了全国第一家个性化数字阅读平台——书香河南,免费向公众开放10万种数字图书、3万集有声图书、200余种数字期刊等数字内容资源。2023年,河南打造书香河南公共文化平台,内含21.3万个电子书、图书、视频等公益阅读资源,并保持资源持续更新,包括虚拟现实(VR)、人工智能(AI)等新技术加持,也进一步优化阅读场景,造就沉浸式体验,用更多优质数字化阅读内容留住读者、增加读者。

G 视线

县级工人文化宫走红,秘诀是“围着职工转”

本报记者 张翀 本报通讯员 苏富琼

“平时就很喜欢读书,今天终于有机会聆听文坛名家的讲座,受益匪浅,感谢‘娘家’!”日前,茶乡悦读讲座课后,基层工会职工李琴开心不已。

李琴参加的茶乡悦读讲座是湖北五峰工人文化宫推出的职工阅读活动之一。60名职工参加活动,“课程相当火爆,活动推文发出后十几分钟,名额被一抢而空。”李琴说。

一个县级工人文化宫,何以成为该县职工群众蜂拥而至的“网红打卡地”?

“服务项目的设立、运行紧紧‘围着职工转’。”五峰土家族自治县总工会党组书记、常务副主席徐锦凤介绍。为了提供更优质多样的服务,2022年7月五峰工人文化宫启动阵地改扩建,历时一年,于2023年8月正式投入使用。

触动心灵的劳模工匠馆、情调十足的创客咖啡、墨香古典的琴棋书画室、清新雅致的文化艺术区域、设备现代齐全的心理放松空间……走进五峰工人文化宫,职工群众立刻被这些新颖、独特的设计和“圈粉”。

打破传统“坐馆”模式,五峰工人文化宫充分“借力”县文化馆、图书馆、体育馆,实现馆中有馆、馆中有馆、馆馆互通,与其他场馆在服务内容上共享资源、信息、数据,在活动开展上共同参与、配套联动、同频共振。

从瑜伽、声乐、舞蹈、太极、围棋等传统项目,到“名师讲堂”“中医养生”“心理赋能”“汉服文化”“美妆护肤”“手磨咖啡”等,五峰工人文化宫与时俱进,吸粉无数,在“工”字的文化集群中创造属于茶乡的特色。

职工吴磊是五峰工人文化宫的一名“铁粉”,去年参加了职工电竞赛,今年又报名了多次音乐嘉年华活动,“工人文化宫举办的活动都特别新潮,越来越好‘玩’了。”

仅半年时间,五峰工人文化宫共接待参观考察团队、开展文体活动及技能比赛、心理辅导讲座和个体咨询达597批51938人次。

活动方案怎么做、项目怎么选、老师哪里找、场地如何定?——找五峰工人文化宫!今年以来,一份“秘籍”在五峰基层工会间迅速流传。中发出租车公司有了舞蹈室和瑜伽老师授课,中石化五峰分公司有了专业的心理咨询顾问,山通公司举办的公益服务项目更丰富了……在五峰工人文化宫的支持和带动下,基层职工文化氛围悄然发生改变。

年初,中石化五峰分公司部分职工,来到五峰工人文化宫心理赋能中心,开启心灵“疗养”之旅。

“精神的温暖堡垒,可以与孤独对抗。成全无遗憾的人生,与自己和解。好好爱自己!”在听取心理咨询师的建议后,职工敞开心扉。

五峰工人文化宫“创客赋能中心”还为职工提供创新创业政策咨询、创业贷款、公司注册、联谊交友、同享办公、共享茶室等“一站式”服务。

“五峰工人文化宫改扩建之初,我是通过公开招标的方式进宫的企业。不仅参与了最初设计的谋划,项目的建设,同时也是提供政策咨询、创业贷款、企业注册等项目一站式的服务者。期间,我也是心理健康、育儿技能等培训活动的共享者。”创客咖啡职工劳模陈许说。

陕西启动“书香职工”阅读推广活动

本报讯(记者毛浓曦)日前,“中国梦·劳动美—新征程建新功”全国工会职工书屋示范性主题阅读交流活动陕西专场暨全省“书香职工”阅读推广活动在西安启动。

活动由陕西省总工会、中共陕西省委宣传部、陕西省文化和旅游厅主办,中铁一局集团有限公司承办,西北大学、陕西省企业文化建设协会、西安市总工会、中国铁路西安局集团有限公司工会、陕西省中国书画学会协办,是20场全国工会职工书屋示范性主题阅读交流活动之一。活动现场对全省各级工会全民阅读成果以及书香一局建设成果进行了展示,发布了2024年全省职工读书活动方案。活动表彰了2023年全省阅读学习成才职工、职工书屋建设优秀工作者、优秀职工读书组织。

在阅读分享环节,通过“职工讲”“名家谈”“亲子读”“学生诵”4个篇章开展优秀阅读作品展示。朗诵、讲书、情景话剧等丰富多彩的形式,为大家带来一场书香浓郁、震撼人心的视听盛宴。

《哈尔滨一九四四》:鲜活群像图谱引发共鸣

本报讯 日前,谍战剧《哈尔滨一九四四》即将迎来收官。播出以来,该片凭借环环相扣的剧情铺设、目不暇接的智斗博弈、鲜活生动的群像描摹和细密绵长的立意输出,呈现出不错的大剧品相,热度一路走高的同时,亦引发了观众多角度的热烈讨论和深层次的精神共鸣。

就谍战剧这一经典题材来说,往往会通过跌宕起伏的情节和紧张刺激的悬念铺陈吸引观众的视线,让观众能够跟随剧中主角的视角从危险的漩涡中全身而退,从而收获酣畅淋漓的观剧体验。《哈尔滨一九四四》同样在这方面下了功夫,通过“剧情钩子”的精巧铺设和多重反转的不断抛出,在诸多并进的故事线和草蛇灰线的伏笔设置中穿针引线,步步推进剧情走向高潮。剧中,宋卓文、宋卓武两兄弟固然可以利用双生身份,一明一暗配合完成任务,但也要同时计算好精确的“时间差”,在“人均八百个心眼子”的“虎狼窝”特务科众人面前滴水不漏,并在博弈中利用复杂的人际关系让对方彼此制衡,极限拉扯的反转力和巧妙破局的情节点,让观众欲罢不能。

剧集并未忽视对配角的塑造,剧中诸多角色都有血有肉、让人印象深刻,例如贪婪的崔安平看似是一个无足轻重的小人物,却仅凭两辆车的出城时间和衣领上难以觉察的不同印记,就推断出双胞胎存在的事实,占据先机之后与宋卓文斗了个有来有回;而一心当“特务科尖刀”的田小江心黑手狠,也经过宋卓文一系列借力打力、精心设计的操作之后才被踢出局。正反阵营之间的往来交锋、不同势力之间的极致对抗,恰是传统谍战剧最核心的亮点所在,该剧突出了其中的故事感和紧张感,在多个回合的反复较量中呈现出恰到好处的好感与快感。(苏墨)



日前,中国美术馆举办“大美劳动者——中国美术馆藏劳动题材美术作品展(第二期)”。

据了解,此展为中国美术馆“典藏活化”系列展,主要从中国美术馆馆藏作品中精选出近百件作品,涵盖中国画、油画、雕塑、版画、民间美术等多个门类。展览集中表现了21世纪以来,在中国共产党的领导下各行业劳动者们共同建设家园的美好形象,并向所有辛勤的劳动者们致敬。

本报记者 蔚可任 摄

大美劳动者



G 艺评

撤档治不了“体虚症”

兰德华

刚刚结束的一五一档,挺有意思。

预热之前,曾有11部电影踌躇满志定档,各家在短视频平台的宣传与发布的定档海报,让人眼花缭乱,还让人期待一个“特别能打”的一五一档。

谁知,真正开打了,三分之一,跑了。《没有一顿火锅解决不了的事》《特技狂人》《怒海营救》《小倩》等多部影片先后撤档。

2024年春节,《红毯先生》《我们一起摇太阳》《天降财神猫》《八戒之天蓬下界》等多部影片曾前后脚撤档,已闪过一次观众的腰。

有影评人调侃:中国电影迎来大撤档时代。

关于撤档理由五花八门。《我们一起摇太阳》主动承认档期选择出现重大失误,还算坦诚。《红毯先生》说这是一部“因

为与观众的交流而变得完整的作品”,期待在更恰当的时间和观众共同完成这部作品,不知所云。和大多数撤档电影一样,《没有一顿火锅解决不了的事》含糊地归结为“环境因素”。

热门档期大面积撤档,大有成常态化的趋势。为何?

说原因,其实也简单,就是竞争太激烈,热门电影扎堆,担心竞争不过,就抓紧离场止损。前后期线上线下宣发配合线下映路演,来试水市场反应,已成不少出品方最常用的策略。一旦效果不佳,特别是口碑一般,拿不到排片,就考虑撤档了。像《没有一顿火锅解决不了的事》就更直接了,上映一段时间,票房收入远低于预期,撤。

热门档期,让各家又爱又恨。即使明知自家作品不一定行,也不得不来碰碰运气。这与观众热门档期集中观影习惯密不可分。中国电影市场票房的“热门档期”效应,

也越来越明显。

据灯塔专业版发布的《观众购票决策的变化趋势报告》显示,2023年春节档票房占到全年总票房的12.53%,暑期档票房占全年的37.54%。仅这俩档期,占到全年票房的一半多。

那些撤档后的电影,后来咋样了?《我们一起摇太阳》影片改档后,突破2亿元票房,《红毯先生》就没那么幸运,最终没能跨越亿元门槛。往前说,2023年春节档撤档的《中国乒乓之绝地反击》,重新定档后用了一个月才到1亿元。

撤档重映无爆款,这是一个基本事实。避开高密度竞争的各类“档期”,当然能在“空档期”弥补一定票房失利,少亏点,但无疑已经是自毁口碑。抛开复杂的市场分析、竞争密度、类型影响、营销策略种种,这里有一个最基本、最简单、最核心的问题必须回答,电影的质量。