

古籍

品种增多、销售火爆,但编校质量下降等问题也随之出现

如何『热』下去

近年来,不论实体书店还是网络书店,古籍类图书品种增多、销售加速正在成为趋势。受高考改革、教材改编影响,热销的多为面向青少年特别是学生读者的普及类古籍。在众多版本的激烈竞争中,把书做成精品,为青少年读者提供最适合的产品,古籍出版才能健康持续发展。

2018年,国学普及读物的销量同比增长131%,古籍善本影印本的销量同比增长近200%,经、史、子、集四部中,除了经部,其他三类销量同比增速都超过110%……京东图书的这组数据让不少人感到惊讶。

无独有偶,一些知名古籍出版社的权威版本也卖得十分火爆:人民文学出版社的《红楼梦(套装上下册)》、中华书局的《点校本二十四史修订本:史记(套装全10册)》2018年销量同比增长近150%,商务印书馆的《西游记》2018年销量同比增长近500%……不论是实体书店还是网络书店,古籍类图书的品种增多、销售加速,正在成为趋势。

社会环境、读者需求带火古籍销售

“读者对古籍的需求是迫切的,中华书局普及性古籍的销量每年都在增长。”中华书局总编辑顾青说,中华书局编辑出版两套面向大众读者的丛书,“中华经典藏书”和“中华经典名著全本全注全译丛书”年发货码洋达1.5亿元,《论语译注》等常销书的年销量高达数十万册。

学者冯保善指出,“古籍热”是与“国学热”相伴相生的,“国学热”反映出读者加强自身道德修养、渴求人生智慧、寻找精神家园的心理需求,古籍因能满足读者的这种需求而热度上升。北京开卷信息技术有限公司总经理蒋艳萍也认为,当今社会竞争激烈,人们需要心理抚慰和价值引领,中华优秀传统文化中蕴含着深厚内涵,承载其内涵的古籍受到读者欢迎是顺

理成章的事。

2017年1月,中共中央办公厅和国务院办公厅印发《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》(以下简称《意见》),明确提出把中华优秀传统文化“贯穿国民教育始终”。顾青认为,《意见》提出“加强中华文化典籍整理编纂出版工作”,要求“以幼儿、小学、中学教材为重点,构建中华文化课程和教材体系”,客观上为“古籍热”提供了良好的社会环境。

热度从成人向青少年读者群体延伸

与20世纪90年代以来的数次“古籍热”相比,这次的一个突出现象是面向青少年特别是学生读者的普及类古籍热销,“古籍热”正在从成人读者向青少年读者群体延伸。

开卷公司的统计数据显示,《红楼梦》销量前100名的图书中,针对学生读者的品种多达60余种;《史记》销量前100名的图书里,面向从小学至高中学生群体的版本接近七成;而《三国演义》的销量前100名几乎都是针对少儿和学生读者的版本。这些古籍大都冠以“无障碍阅读版”“新课标版”“名师导读版”等名号,年销量少则数万册,多则30多万册。

2014年,北京市教委发布《北京市中小学语文学科教学改进意见》,指出中、高考语文试卷中增大古诗文、现代文阅读量,增加优秀传统文化内容考查。教育部发布的2017年高考改革的大纲中,也要求语文学科注重增加学生的阅读量、全方位考查学生的古代文化常识。受此影响,面向学生读者的古籍迅速热销。

“在日常教学中,学校会要求学生阅读古籍原著,凡是高考必读书目上的图书都要阅读,而且不仅要读古籍原著,还要看解读原著的图书。应该说,中高考这个指挥棒对学生阅读古籍有很大影响。”北京十一学校语文老师刘丽云说。

2016年9月,岳麓书社仓库里常年积压、准备当废纸卖掉的《镜花缘》《西游记》《湘行散记》等书突然遭到全国书商抢购,后来发现,原来是那一年初中七年级语文教材改编了。改编的教材里提到6本课外读物,《镜花缘》《西游记》《湘行散记》就在其中。岳麓书社顺势策划了一套“名著导读名家讲解版”丛书,邀请来自清华、北师大等高校文学专业的教授、博士生导师进行解读,读者扫描书中二维码就可听名师讲课。2018年,这套书卖了150多万册。“以前古籍社的日子普遍不太好过,古籍图书一年三五千册的销量很普遍,但近年来在各项利好政策下,古籍开始热销。”岳麓书社社长易言者说。

一些出版社有针对性地开发产品,使古籍阅读与语文教学、考试紧密结合,并且取得了不俗的销量。山东美术出版社的《名师点评·人生必读书·三国演义》在开卷公司统计的《三国演义》众多版本中拿到了年销量冠军,2018年销售约33万册。该社首席编辑、丛书编辑之一陈蔚觉得,定位准确是这套书畅销的主要原因,“这套面向学生读者的丛书请了北京、南京等地重点学校的知名老师做解读,对书中的名言、名句和精彩的细节一一标注,和语文教学结合紧密。”

把书做成精品才能持续扩大市场

但是,随着“古籍热”的持续,品种激增,版本重复、编校质量下降等问题也随之出现。根据开卷公司的统计数据,2018年,《论语》在售版本有3338个,《史记》在售版本有2315个,《红楼梦》在售版本3658个,《三国演义》在售版本2847个……

由于古籍绝大多数是公版书,即不受著作权法限制的公共版权图书,因此被视为门槛低、成本低、风险低的一块大市场。如今,除了专业古籍出版社,一些非专业古籍出版

社也在涉足这一领域。实际上,根据开卷公司统计的数据,在面向青少年学生读者的古籍市场上,非专业古籍出版社的书无论是品种还是销量都占绝大多数。

一位业内人士表示,这些书有不少是出版社与民营文化公司合作出版的,其中固然有质量不错的产品,但也存在利用高定价、低折扣等促销手段推进销售的现象。“这就是典型的跟风出版、重复出版。有多少读者需要那么多版本的四大名著呢?”他认为,激增的版本数量不但浪费了出版资源,也给读者选择古籍造成了困难。

顾青认为,重复出版确实不是好事,但就市场而言,有其出现的必然性。他觉得,中国读者基数庞大,就拿四大名著来说,每年的总销量都在1000万册左右,如此巨大的数量是任何单一出版社、单一版本都难以满足供应的。具体到面向青少年学生读者的古籍,因为各地教育图书市场存在地方化倾向,各地方出版社的产品就在当地销售,所以版本数量因为市场的地域分割必然会增加。“重复出版当然不好,但我们最要反对的是版本抄袭和低水平重复。”顾青说。

包括古籍在内的公版书过多过滥的情况已经引起政府有关部门的重视。从2018年开始,书号的管理变得更加严格,易言者说,以往岳麓书社年出书300余种,但今年只批了150多个书号,“书号严格管理,对于我们专业古籍社来说是好事,书号数量少了,就要想办法把书做好,提高单本书的销量,打造常销书。同时,书号少了,滥竽充数的公版书也就少了。”

随着古籍成为教育图书市场上的“准刚需”,未来,“古籍热”很大可能会持续下去,相关市场会稳步扩大。但在众多版本的激烈竞争中,“把书做成精品,为青少年读者提供最适合他们的产品,才是古籍出版的正路。”易言者说。

(据《人民日报》)



春到鼋头渚
沈海滨(江苏)摄

日前,据山东省威海市文化和旅游局透露,今年起威海将以信息技术拓展公共服务覆盖面,增强群众获得感、幸福感。未来计划实施“智慧文化”项目,建设威海市公共数字文化服务云平台,在全市群众艺术馆、图书馆开设“中央课堂”,将优质课程推送到基层;完善威海智慧全域旅游服务平台,实现“手机带你游威海”,优化市民游客出行体验。

据悉,今年威海拟全面铺开农家书屋“按需制单、百姓点单”服务,提升农村公益电影放映质量和水平。同时按照上级统筹安排,深入开展“厕所革命”;健全导游领队“一岗双责”制度,推行文明旅游行前说明会制度。

今年,威海还计划新建市级城市书房6个,制定《威海市城市书房标准化管理细则》,对已建成的公益文化空间开展星级评估。建设威海旅游综合服务中心,在刘公岛旅游服务中心打造“一站式”旅游购物场所,探索国企民企共建共赢、线上线下互联互通、市民游客同享同乐的层级式旅游商品销售网络。推进综合性文化服务中心、应急广播等基层公共文化设施建设,建设图书馆、文化馆镇级分馆,向有条件的村(社区)延伸服务点,助力乡村振兴和美丽乡村建设。

(据《中国文化报》)

首届“雄安·雄州文化艺术节”4月举办

由雄安新区党工委、管委会指导,雄县县委、县政府主办的首届“雄安·雄州文化艺术节”将于4月26日至28日在河北雄安新区雄县举办。专家研讨,古玩、书画展精彩不断……观众将从中近距离感受雄安的深厚历史文化底蕴。

据介绍,雄安·雄州文化艺术节相关活动安排可概括为“一主、四辅、三论坛”。“一主”即一个主会场,设在雄县雄州塑料包装城,展区主题为古玩、非遗、文创项目展示,包括古玩珠宝鉴赏、雄安非遗项目展演、古玩展示、特色文化精

品展示、文化旅游资源推介等,将邀请中国国家博物馆、故宫博物院、首都博物馆、天津博物馆、河北博物院五大博物馆(院)参展。“四辅”即4个分展区,分设在雄县不同区域,包括以仿古石雕为主的张岗分展区、以书画为主的白洋淀诗

书画院分展区、以影视系列文创产品为主的雄文书院分展区、以珠宝为主的相关分展区。“三论坛”即雄州文化系列论坛,包括以古玩、珠宝、中医康养为主题的学术研讨和交流。

(据《中国文化报》)

儿歌创作的“春天在哪里”

毛梓铭

“我在马路边捡到一分钱,把它交到警察叔叔手里边”“啦啦啦!啦啦啦!我是卖报的小行家”……想起这些熟悉的儿歌,哪怕你记不清歌词里写了什么,可那琅琅上口的曲调,想必也能张口即来。就好像音符里天然带着颗重心一般,人们在哼唱的同时,心情也放松了不少。这便是儿歌的魅力。我们与音乐的初次相遇,大都是从这里开始。

然而,随着时间的推移,儿童歌曲的创作水准却并没有取得想象中的进展。今天,如果让人们举出几首印象深刻的儿歌的话,估计大家说出来的名字,基本还会是那些耳熟

能详的经典曲目,比如《一分钱》《卖报歌》《春天在哪里》等。而这些作品的诞生年代距离现在已达数十年之久。这一方面说明了这些经典儿歌的水准之高、影响之大,俘获了一代又一代人的心。另一方面也暴露出当前儿歌创作中存在的一些短板。比如专业词曲作家的数量减少,创作儿歌的经济效益不高等等。

毕竟,好的作品不可能凭空出现。在市场充分竞争的条件下,一首歌曲想要脱颖而出、叫好叫座,仅靠某一个人的妙手偶得、灵光一现是不现实的。更何况,好的儿童歌曲要做到思想、生活、技巧的完美融合。缺乏童趣童心,则称不上“儿歌”两

字;缺少价值引导,则谈不上佳作精品。就算词曲都已作毕,还得有人唱、有人传。这背后,要是没有一套从生产、发布、传播到权益保护的成熟业态,是万万不行的。

反之,如果把这些打基础的工作都落实到位,那么自然就不愁没有高水平人才团队踊跃加入。这样一来,通过在创作者与市场间形成积极反馈,就能为好作品、好歌曲的诞生注入持久活力。在这方面,其实近年来儿童绘本、图书、动漫等产业的一些思路和举措,都为如何做好内容产业提供了有益借鉴。比如,以打造重点IP为抓手,努力探索 and 不同产品形式进行合作、嫁

接的可能;再比如,采取更严格有力的权益保护措施,确保创作者利益不受侵犯等。

儿歌在一个人的成长过程中扮演着十分重要的角色,从孩提到成年,正是这些动听的旋律,见证并陪伴着我们长大。今天,我们仍然需要一大批贴近时代、贴近生活、贴近儿童,兼具思想性与通俗性的好儿歌。

(据《广州日报》)



【第182期】

作为今年上海市民文化节的一部分,沪郊金山区的朱泾镇新近启动了乡村戏曲文化周,不仅将名家名曲名乐送到村里,乡村文化也多姿多彩。当地干部说,这是在“送文化”里“种文化”。

这一个“送”与“种”的理念,在金山朱泾已坚持多年。“送文化”,送的是文化的“种子”,而这些“种子”一定要“种”进村民的心里,激发乡村文化土壤的自身活力。目前,金山朱泾11个村相继建立完善了文化阵地,组建文化团队,千宅万户“种文化”。镇村两级共有各类文体团队110多支,文艺骨干4000多名,活跃在广场、社区、乡村的各个角落,全镇呈现“村村有活动,宅宅有歌声”的良好氛围。

在此次启动的乡村戏曲文化周里,来自上海京剧院、上海越剧院、上海沪剧院、江苏省张家港市锡剧中心、安徽省黄梅戏剧院的戏曲名家将走进朱泾的乡村、文化广场、社区文化活动中心,与当地百姓“零距离”见面,把戏曲文化送进农家。镇上的文化干部说,这是“送来新的文化种子”,这些新种子“种下去”,还会“结”出乡村文化的新果实。

朱泾是上海的“民间文化艺术之乡”。这里已把乡村文化再兴作为乡村振兴的一个重要部分,让“四季常青”的文化活动融入村民的日常生活,不断改善和培厚文化土壤,存续中华优秀传统文化的基因,发掘乡村文化的原生力,推行以“春送、夏种、秋收、冬晒”为内容的四季行动,从“送文化”到“种文化”,再到“收文化”和“晒文化”,唱响“文化四季歌”,形成具有农村特点的基层公共文化服务体系,以文化人、以文育人。

(新华社 李荣)

山西阳曲近百座古戏台在影像中重现

戏台前梁上雕刻的飞禽走兽,檐壁上绘制的《麒麟送子》图,利用声学原理设计的“扩音”底座……在山西太原市美术馆近日举办的“三晋首邑——阳曲县古戏台”摄影展厅内,不时有观众驻足,啧啧称奇。

山西戏曲历史悠久,宋金时期,杂剧、院本、诸宫调出现后,演出场地由平地登上戏台。据统计,山西现存元明清时期的古戏台约有3000座,位居全国前列。

“据史料记载,阳曲县古戏台目前可考的有93座,最早可追溯至金代。阳曲古戏台建筑风格各异,见证了各个时代的文化变迁,这也是我们选择其作为拍摄素材的原因。”山西省摄影家协会会员孙树昆说。

据了解,2018年,阳曲县政府就现存古戏台的文化价值进行研讨,随即开展了保护古戏台行动。近一年的时间里,本着“修旧如旧”的原则,阳曲县政府联合古建专家进行专业论证,对其中9个古戏台进行了重新修葺,20个进行了部分修葺,不少戏台前还修建了乡村文化广场。

阳曲县委书记裴耀军介绍说,为了更好地保护珍贵遗存文物,让它们有效传承下去,阳曲县制定印发了《关于古戏台(古建筑)保护利用的通知》,编写出版摄影画册,举办古戏台摄影展,还将现有的影像资料纳入县志,不断增强大家的保护意识。

(新华社 王皓)