

文创,书籍的“翻译官”和“引路人”

丁乙

据8月19日《扬子晚报》报道,近日,上海书展吸引了全国出版商和读者前往,不少读者有些恍惚:买帆布包的在排队,巧克力在热卖。上海书展官方通报显示,本届书展文创销售同比增长超100%。社交平台上的网友反馈称:“买文创排队时间长”“书展更像文创展”……

上述现象引发了一场热议:书展到底该以书为核心,还是向文创妥协?当海子的诗句印上手提袋、鲁迅的形象成了帆布包的装饰,我们是在推广文化,还是在消费符号?

其实,看到年轻人为了买“文学背包”而排长队, T恤衫上印着“面朝大海,春暖花开”,这画面是令人欣慰的。毕竟,在碎片化阅读的当下,还有这么多人愿意为文化符号埋单,总比无人问

津要好。真正的问题在于,买了文创包的人会不会因此去读《海子诗集》?会不会因此翻阅《呐喊》?

书展主办方和出版社的难处,需要更多理解。如今纸质书销售增长乏力,文创产品确实带来了真金白银。有的出版社出台“满39元赠文创”策略,既提升了读者参与感,也带来了综合收益,形成“以文创养书”的良性循环。这种发展理念和求生探索,应当被尊重。

所以,问题的核心不在于文创太多,而在于文创与书的关系没理顺。现在很多文创只是简单粘贴文化符号,与书籍内容缺乏深度联结。比如,有的消费者买了印有《红楼梦》插画的茶杯,除了喝茶,并没有更多途径去了解相关文化,这种“符号消费”就如同买椟还珠。

好的文创不应该成为书的“替代品”,而应该成为书的“翻译官”和“引路人”。比如上海某出版社的“永夏花园”礼盒做了很好尝试,将莎士比亚十四行诗的意象转化为实物,用“文化转译”的方式让抽象的文字变得可触摸、可感知。

文创与书不是对立关系,而是可以相互成就的。第一,给文创加上“文化身份证”。每件文创都可以标注关联书目和精选段落,让消费者知道手里的物件来自哪本书、哪个故事。第二,让文创成为“阅读导览员”。文创设计应该引导人们回到书本,比如开发AR书签,扫描可以观看作者访谈等。第三,用文创收益反哺图书出版。不妨探索反哺机制,将部分文创利润用于支持小众文学、学术著作出版,让热门文创支

撑冷门好书。

书展的灵魂终归是书。文创可以是我们进入阅读世界的入口,但不应该成为终点。当读者握着文创产品心生“我想知道原作写了什么”的冲动、帆布包上的诗句成为打开原著的钥匙,书展才真正实现商业活力与文化使命的统一。

理想的书展,应该既是文化的集市,又是阅读的殿堂。在这里,文创是吹向书页的风,是通往经典的桥。

正如一位读者所说:“我买文创,不是因为不想读书,而是因为想读懂书。”这句话,或许道出了很多人的心声:我们需要的不是简单的文化符号,而是通往深度阅读的温柔引导。

来源:工人日报

《浪浪山小妖怪》
照出平凡人的“不凡”之心

程思琪

这个暑期档,一部没有炫目特效的二维动画电影《浪浪山小妖怪》引发观影热潮。目前,电影《浪浪山小妖怪》累计票房已超过《功夫熊猫3》,进入中国影史动画电影票房榜前十。

《浪浪山小妖怪》是从2023年动画剧集《中国奇谭》中一则小故事衍生而来的动画电影,主创将镜头对准了经典《西游记》的四个配角小妖。故事中,小猪妖、蛤蟆精、黄鼠狼精和猩猩怪四个外表与性格迥异的小妖怪,假扮唐僧师徒西行“取经”,上演了一出荒诞中透着心酸、笑闹里藏着温情的配角版“西游记”。

为什么“草根”西游故事能撬动数亿票房?

——与观众达成深刻的情感共鸣。影片的主角,并非自带光环的天命英雄,而是一群看似不靠谱的无名小妖。“刷锅刷到秃毛反被开除”的小猪妖、“工牌9981号”的蛤蟆精、絮絮叨叨的黄鼠狼精、因社恐讲话结巴的猩猩怪——有别于以往英雄主义叙事手法,《浪浪山小妖怪》将聚光灯转向了“无名之辈”。

观众在银幕上看到的,不是遥不可及的神话,而是同样有着职场焦虑、家庭眷恋等日常情绪的小妖怪的生活。这份对“草根”现状与内心的精准捕捉,让“小妖怪”成为了许多观众在银幕上的“倒影”,映照出平凡个体内心深处那份不甘平庸、追寻价值的“不凡”之心。

——与观众达成中式审美共鸣。影片的成功再次证明了中式审美的独特魅力。600多人创作团队耗时多年打磨1800组手绘镜头,将东方水墨美学推向新高度,创作者从大同浑源县永安禅寺、五台县佛光寺东大殿、晋祠水镜台等山西古建中汲取灵感,为影片画面增添了浓厚的中华传统文化韵味。

更具突破性的是,创作团队不是用镜头表现笔墨,而是“用国风笔墨构建电影镜头”。团队将泼墨山峦与工



网络图片

笔溪流交织,借光影流动营造湿墨渲染的氛围。当小妖们在写意山水与工笔勾勒的四季变换中跋涉,仿佛一卷卷古画苏醒过来,与现代观众的审美意趣深度契合。

——激发讲好中国故事的文化共鸣。《浪浪山小妖怪》既扎根经典又不拘泥于经典,这种创作思路正构建新时代中国故事叙事的新特点。《黑神话:悟空》制作人冯骥曾表示,中国故事并非只有中国传统的、自古以来的故事,而是中国人讲的故事。

从《黑神话:悟空》到《长安三万里》,从《哪吒之魔童闹海》到《浪浪山小妖怪》,新一代创作者们不再满足于复述经典,而是用世界听得懂的艺术语言,向全球讲述中华文化中历久弥新的包容、坚韧。

影片落幕,观众依然不知道四个小妖怪的姓名。真正的“真经”,或许就蕴藏于每一个凡人直面生活、勇敢启程的脚步里。来源:新华每日电讯

上海市虹口区图书馆的一本读者留言本突然在网上“走红”了。翻开它看,里面字迹多样,有的凌乱,有的工整,内容也五花八门:有对饮水机水质的担忧,有对空调温度的抱怨,还有小朋友的涂鸦。让人意外的是,读者的每条留言,都有图书馆管理方在下面回应。一位博主将之分享到网上,把这本留言本称为“哆啦A梦的留言本”,这条视频迅速收获了几万个赞和几千条评论。

很多地方都有意见箱、留言簿,但在人们的印象里,它们的实用性往往是存疑的。特别是社交媒体时代,还有多少人会期待在一本实体本子上写几句话,就能被迅速回应?偏偏在虹口区图书馆的留言本里,你来我往间流动着许多小心愿、小渴望、小情绪、小情怀,它们有来处,也有出口,还有回响。

有人提议在餐区放几把椅子,很快就落实了;有人质疑水质,工作人员干脆贴出检测报告。这次留言,下次再来就能看到进展,读者的留言不是自言自语,而是能带来实际改变。对于无法满足的诉求,也会有清楚的解释。比如“要不要在自助区放微波炉”,馆方给出的理由是有安全风险且与场馆定位不符。拒绝并不敷衍,而是让人理解其中的考量。正因如此,哪怕意见没有被采纳,及时反馈也让人少了怨气。

认真回应这些留言,对图书馆管理方来说,并不需要多大投入,但它传递出的真诚态度弥足珍贵。该馆副馆长说:“可能是认真在现在变得罕见了,所以引人注目。”这话耐人寻

人们为什么被图书馆留言本温暖

马青

认真不该是稀缺品,而应该成为公共服务的标配。比如,前不久,在浦东机场,有乘客看到工作人员在行李转盘旁举着垫子接箱子,尽量避免磕碰。这个动作简单到不能再简单,却让不少人驻足围观。公共服务的动人之处,往往就是这些琐碎又细腻的地方。

人们被留言本温暖了,是因为它体现了公共服务应该具备的样子:不必时时惊艳,而需处处可靠;不必轰轰烈烈,而是大象无形。期待这份体贴周到不必依赖于某个人或某个机构的好心,而成为理所当然的服务常态。

留言本除了实用性,还有另一个功能——社交属性。这里不只有诉求和回应,也有读者之间的争论。有人嫌自习室冷,有人嫌热,有人觉得正好,不同意见在同一页纸上相遇,图书馆公布了设置温度的规定,并提示大家换个座位可能会更舒适。留言本变成一个小小的社区论坛,它不像网络论坛那么庞杂开放,只有同在图书馆的读者才是参与者,这样一来,讨论的话题更贴合现实,讨论的态度也更温和理性。彼此是抬头不见低头见的读者、邻里,撑起的是一个社区的文明氛围。

管理方的认真服务、读者间的理性探讨、有趣的涂鸦、不同的感悟……小小留言本里,绘就了文明的底色,也映照出城市的温度。它是图书馆的一隅风景,更是社区公共生活的一种模版:诉求被看见,分歧被包容,交流有空间,文明在一次次有效互动中蓬勃生长。来源:中国青年报



网络图片