



居今之世,志古之道,
所以自镜也

云外

《看得见的日本史》



周杰 著
北京大学出版社

这是一本关于日本历史的启蒙读物,没有太多理论性的考证,作者只是用通俗的语言和故事性的笔触来还原日本历史上著名人物和具有影响力的重大事件。故事完整且有趣味性,既能够满足对日本历史怀有好奇心的读者,也能使读者在阅读的过程中感受乐趣,寓教于乐。此外,书中有300余幅由东京国立博物馆和美国大都会博物馆提供的珍贵图片。

《我的漂亮朋友》



陈果 著
百花洲文艺出版社

一个贫穷而美貌的女人,在这个世界上会遭遇什么?19岁以前,刘文静窝在一个小山村,时刻担忧被村长的儿子逼婚,每日为父母和弟弟的生活发愁。8年以后,她生活在最时尚的大都市上海,住在自己独资购买的套房里,对所有奢侈品牌倒背如流,随便动用下人脉就让家人生活无忧。最重要的是,她独立,富足,勇敢,自由。她想要,就踩着高跟鞋大步去摘取;她想做,就脱下鱼尾裙换上工作服亲自动手;她热爱,就不怕失败后又回去对他她说hello。作者原帖《她是怎么一步步成为白富美的》曾被超1000万次转发点赞。不过直到今天,网络上还在争论,拼搏究竟能不能成就女神,所谓光鲜的生活是不是就是幸福。

《何草不黄》



鲁西奇 著
广西师范大学出版社

作者凭借扎实的史料、严谨的考证及推理,辅以自己的历史想象力、动人心弦的故事、幽默诙谐的语言,展现了汉代社会的历史图景诸多精彩断面,其中不时穿插深邃的洞察力与精辟的学术分析。通过对《汉书》若干篇章的细致解读,展现皇帝、官僚、侠士与儒生以及普通百姓的思想、言行与生活,阐明历史过程中人、社会与国家的不同作用及其局限。“古人”的故事是由“今人”讲给“今人”听的,叙述、理解、分析历史的历史学者是“今人”,其对象是“今人”,目标也应当是“今人”。所谓“居今之世,志古之道,所以自镜也。”

互动类图书走红背后的秘密

本报记者 王维观

6月开始,一本名为《秘密花园》的填色书在社交网络狂刷存在感,甚至有网友调侃:现在的朋友圈分成两种,一种在涂《秘密花园》,一种在等《秘密花园》到货。

这本由264个字、96幅黑白线稿组成的手绘涂色书,一个月内百度搜索指数增长近5倍,并持续占据京东、亚马逊图书销售排行榜榜首。

随着《秘密花园》的走红,众多强调受众参与、主打互动概念的图书逐渐走进读者视线,不断刷新着读者的阅读体验。它们在试图复制成人填色类图书从小众走向大众的成功路径背后,也面临着新的焦虑与困惑。

主打互动概念的图书

7月初的一个周末,在北京一家会计师事务所从事审计工作的张艺媛拿到了网购的《秘密花园》绘本和水溶性彩色铅笔。因为在朋友圈看到了让人脑洞大开的填色作品和温暖治愈的“鸡汤文”推荐,身为“文艺女青年”的她决定加入填色大军。

张艺媛发现,这本书的绝大部分篇幅由花朵、叶子及各种昆虫构成,花朵中能寻觅到蜜蜂、蝴蝶和鸟的踪迹,部分页面还特别设置了留白,供读者根据提示自由创作。事实上,这些贴近自然的元素运用正是《秘密花园》作

者——英国插画家乔汉娜·贝斯福一贯的创作风格。由于坚信电脑制作的图案冰冷而没有内在灵魂,她在创作过程中从不使用电脑,坚持手绘。一段时间以来,每天傍晚下班后回到自己租住的房间填涂“秘密花园”成为张艺媛的一种习惯。

一层一层地填图,达到渐变的效果,用纸巾擦拭融合色彩;用水将颜色晕开扩散;或者索性在空白处毫无章法地信手涂鸦;在专注涂色、涂色的创作过程中,张艺媛感到了内心的平静与安宁。

《秘密花园》的走红让《动物王国》、《魔法森林》等其他填色书随之强势冲上亚马逊畅销书榜单,而强调读者参与和互动概念的图书也在不断刷新着读者的阅读体验——书不再只是书,读书不再只是阅读。

除了涂色,记者查阅资料发现,在一本叫做(S)的互动类图书中,书页间夹杂着照片、明信片、信件,甚至还有一大块纸巾。所有的物品都十分逼真,读者可以在阅读中进行角色扮演,借机“偷看”两个陌生人关于这本书、这个游戏借助社交媒体持续发酵。网友们竞相上传网络的涂色作品让绘本的曝光量短时间内倍增,明星的直接参与成为《秘密花园》热度攀升的催化剂,其中,韩国明星金基范的涂色作品在社交平台获得14万点赞,歌手孙燕姿晒涂色作品的微博被转发超过2000次。

“在海量的图书市场中,读者的注意力是稀缺资源,借助社交媒体多渠道的立体化营

为独一无二的“孤本”。“读者在某种程度上充当了书的内容生产者,这种纸面互动的过程大大增强了读者对图书的参与感和认同感。”

小众向大众的转变

事实上,早在《秘密花园》之前,《正念涂色书》、《涂色使我平静》、《线条之间》等成人涂色类图书早已出现在图书市场,而需要读者在书中寻找线索,参与内容生产的互动类图书也屡见不鲜。不过此前的这类图书往往因为门槛较高,只能在小人群内部流传,无法突破圈子的局限,《秘密花园》则成为此类图书走向大众视野的一种成功尝试。

业内人士向记者透露,在《秘密花园》走红的历程中,借势营销、立体营销、口碑营销等众多营销手段发挥了重要作用。

在多部热播韩剧,《秘密花园》都曾作为主人公使用的道具在镜头中出现,出版机构对这些信息进行了深度挖掘和有效传递,为图书的火热营造了外部氛围,并借助京东、豆瓣平台进行营销预热。随后,一场成人涂色游戏借助社交媒体持续发酵。网友们竞相上传网络的涂色作品让绘本的曝光量短时间内倍增,明星的直接参与成为《秘密花园》热度攀升的催化剂,其中,韩国明星金基范的涂色作品在社交平台获得14万点赞,歌手孙燕姿晒涂色作品的微博被转发超过2000次。

“在海量的图书市场中,读者的注意力是稀缺资源,借助社交媒体多渠道的立体化营

销,一定程度上延长了读者注意力停留的时间。”图书编辑徐木子认为,对于互动类图书而言,新颖的内容固然重要,但是如何在短时间内抓住受众眼球,让互动类图书从小众走向大众仍是困扰营销团队的难题。

引领需求还是迎合需求

图书应该引领读者需求还是迎合读者需求,一直是市场内部备受争议的话题。

与以往填色绘本主打少儿市场的受众定位不同,这本带有“减压神器”“心灵治愈”标签的填色书成功吸引的是生活在城市钢筋水泥丛林中的都市白领。它为成年人构筑了暂时搁置外界压力,沉浸童话世界的机会。“如果这本书还是定位于童书市场,可能很难获得现在的成功。”图书编辑郭强说。

“这本书适应了城市人群普遍的社会心理需求,生活和工作的压力让都市白领往往深陷焦虑,渴望释放压力,减缓抑郁。而这部分人都有过小时候用画笔涂鸦的集体记忆,



最感动我的一本书 征文

一本书照亮整个人生

王金凤

总有一本书在某一瞬间开启并点亮了我们对人生所有的领悟。于我,这本启迪智慧、打开思想之门的佳作就是《走进鲁迅世界》。

第一次“邂逅”大师,我还是个不谙世事的初中生,在语文课堂上学习了课文——《纪念刘和珍君》,文中“真的猛士,敢于直面惨淡的人生,敢于正视淋漓的鲜血”令我喟然动容,瞬间打通胸中块垒,茅塞顿开。于是,那便成为我懵懂青春的座右铭,为“少年维特式的烦恼”找到了发泄的出口。读他的文字,好似三伏天狼吞虎咽地吃掉一大碗带着冰碴的冰淇淋,酣畅淋漓,每个毛孔都清凉舒爽。高一暑假,我用积攒的零钱买回一整套李文学主编的鲁迅作品解读文库——《走近鲁迅世界》。那段时间,手不释卷,废寝忘食,直看得昏天黑地。越接近鲁迅思想世界的内核,就越是被他文章深邃隽永的内涵所折服,钦佩他弃医从文甘当乱世刀笔吏、置生死于度外的胆识气魄,钦佩他对国家“爱之深、责之切”的强烈责任感、使命感;钦佩他举重若轻、调侃戏谑间针针见血,让世间丑态无所遁形“强悍”的语言能力……从此我拜倒在鲁迅先生的青黑长袍下,思维模式乃至“三观”潜移默化中得以重塑,变成了义愤填膺的“小愤青”。

爱上鲁迅,迷上杂文,从此作别风花雪月,诗词歌赋,只问人间疾与苦。我变得对世界愈发“挑剔”,看不过眼的都要诉诸笔端,写了好些杂文投到地方报刊,竟也发表了不少。工作以后,经历了人情冷暖几多波折,我的“戾气”积攒得越来越多,偶尔兴之所至写出的东西也“血腥气”颇重,失了鲁迅先生犀利而不失灵动的精髓。

直到一日重拾旧卷,恰似老友相逢,旧日情怀一股脑涌上心头,掩卷涕泪交流,那一刻豁然惊觉自己是不是活得用力过猛,长了满身的刺儿竟浑然不觉?再次与大师“对话”,我悟到真的猛士该是淡定从容的,能笑对世间冷暖“明机巧而不用”;能视名利如浮云粪土宠辱不惊;能用宽容胸怀化百炼钢为绕指柔;能“入世”、“入定”修炼身心,举手投足散发正能量……荣米人生,怎会一帆风顺?遭遇不公时,应以宽厚仁和的心中之力四两拨千斤,化干戈于无形……如此,方为真的猛士。



中国书店北京雁翅楼24小时店正式对公众开放

本报讯 7月21日晚,位于北京地安门路口南侧、景观复建完成的中国书店北京雁翅楼24小时店”的身份向公众开放。北京雁翅楼始建于1420年,位于老北京中轴线上,曾是地安门的戍卫建筑。2012年,北京市启动了新中国成立以来最大规模的“名城

标志性建筑恢复工程”,雁翅楼景观得以复建并改造为书店。西城区委介绍,雁翅楼本就是承载北京历史文化的场所,因此做阅读空间比较合适。(本报记者 吴凡图/文)

关东客

近日,陕西作协副主席、西安作协主席吴克敬在《户县某报》发表了一篇名为《户县赋》的诗作,结果被发现,与李景宁2009年发表在《陕西日报》上的《户县赋》存在雷同,区区205字中有192字与李景宁的《户县赋》完全一致。面对抄袭质疑,吴克敬的回答是:“县上就这几件事,所以诗会存在雷同的地方。”还有报道说,因为将重复发表的作品充当新作投稿,吴克敬曾被长江文艺杂志社发声明指责。

吴克敬是地方作协领导,陷入抄袭和重复投稿的指责,想来也许是官事忙忙,所以耽误了创作。从吴克敬涉嫌抄他人旧作,改自己旧稿的事情,我们似乎可以得出两点推论:一是作协主席的身份对于发稿是有一定帮助的,以吴克敬为例,其投稿给长江文艺杂志社

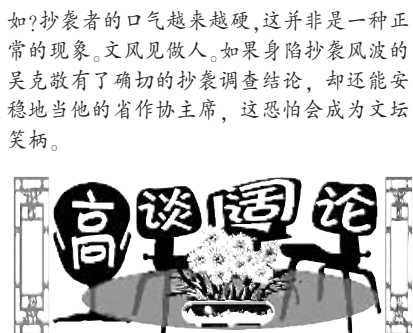
抄袭怎还能理直气壮?

的作品此前已经发表,吴克敬称此举有时是为了应付编辑约稿,试想,如果是一名普通作者,会受到这样的礼遇吗?另外一点是身为主席总需要作品来装点门面,证明自己的价值。既然是主席,按照逻辑来说应该比一般的作家水平要高,如何体现?自然要拿作品说话。但谁都知道文学创作不是开会讲话那么简单,需要阅历,需要灵感,需要时间。而很多类似吴克敬这样的作协主席很可能缺少的就是创作的时间。

对于文人而言,抄袭是一种耻辱,也是自

身能力不足的一种外在表现。但是为什么还有文人沦为“文抄公”?主要原因恐怕还是抄袭的成本太低。一首诗作205字有192字与别人完全一致,这不是抄袭是什么?实在难找证据证明自己没有抄袭。然而一个有意思的现象是,面对涉嫌抄袭的行为,吴克敬竟然可以以“正词”严词辩解,而无道歉之意,这就不能不让人思量了。

郭敬明深陷抄袭的是非之中,可小日子照样过得风生水起。中国社会科学院一位研究员抄袭了,可人家说我只承认抄袭了,又当何



入伙以来,受持续高温天气影响,用电负荷迅速飙升,电网安全运行形势日趋严峻,供电员工坚守保供电一线,确保电网安全运行。为此,国网东营供电公司启动“保安全、创佳绩、送清凉”慰问活动,为奋战在生产一线的员工送上矿泉水、西瓜、茶叶等防暑降温用品,进一步做好夏季防暑降温工作。

图为变电检修人员在220千伏胜利变电站#2主变检修现场吃西瓜避暑降温。(任海涛)

临安青山湖科技城4条110千伏高压线入地

邱丹

近日,浙江临安青山湖科技城大园路110千伏同塔四回线路上改下工程正式通过竣工验收,该项目的总协调人郭设在朋友圈内留言:“跨一载,历四季,经六月,战酷暑,终完工。”简短的15个字道出了此项工程的艰辛。

为促进临安青山湖科技城发展,美化城区环境,临安市经济开发区配合科技城核心区主干道——大园路的道路建设计划,于2014年8月向临安供电公司提出了大园路110千伏架空线路的改迁要求。工程共涉110千伏电缆4条十二回,新敷设电缆路径2.3公里。

加大青山湖科技城电网建设是临安供电公司近年来服务地方经济社会发展的一项重要举措,为此,大园路上改下工程提出后,临安供电公司立即行动起来,工程可研、设计、土建施工、电气施工一环扣一环,环环相扣,其间涉及及到道路、通讯、设计、施工等多个单位部门,光大型协调会就开了不下十几次。尤其在土建施工部分,沿管线复杂,特别是在交叉路段,天然气管、水管、污水管、通讯光缆等纵横交错,不仅道路开挖风险极大,电缆管沟也无法穿越,经多方协调,召集专家反复论证,对一部分管道进行了方案优化,克服了管道复杂的难题,同时,面临梅雨期间天气多变,连续降雨的不利因素,临安供电公司加强施工组织,集中力量,加班加点连续奋

战,确保了电缆敷设和中间接头等工作的按期完工。

6月24日,该工程正式进入线路停电割接部分,由于4条110千伏线路均出自220千伏阳岗变,并分别向110KV青山变、110KV临安变、110KV平山变送电。这意味着停电施工期间,这3座变电站将是单线运行,风险等级极高,任何一座变电站在此期间出现线路故障,导致的将是临安东部地区的大范围停电。为此,临安供电公司制定了风险控制预案,各输变电运维单位也在此期间加大对线路、变电设备的特巡,同时,施工方也加快施工进度,最终利用一周的时间完成了改造任务,并于30日下午正式通过验收,顺利通电。