

解密读者“种草”的新版《辞海》

据新华社 记者近日从上海世纪出版集团获悉,被誉为当代知识宝库、知识“海洋”的《辞海》(第七版)今年9月起在全国各大书店、网络平台等发行渠道亮相,上市后受到读者欢迎。

《辞海》集字典、语文词典和百科词典的功能于一体,是我国标志性的大型综合性辞书。“对不对,查《辞海》”,曾成为广大读者的口头禅。进入新时代,《辞海》(第七版)的编修团队精益求精抓质量,用心用情出好书,“接力”传承,再结硕果。

十年修典

《辞海》的编纂事业历史悠久。我国改革开放后,《辞海》每十年修订一次。2020年问世的《辞海》(第七版)收词更“海量”,释义更精准。

“坚定文化自信,坚持改革创新,打造传世精品,这是‘辞海人’的共同追求。”上海世纪出版集团党委书记黄强介绍,新版《辞海》全书2350万字,图片1.8万余幅,75%以上的条目都有程度不同的修订或更新,新增条目(含义项)1.1万余条,同时根据实际情况删减数千条,全书条目约13万条。

细心的读者发现,在《辞海》的中国地理学科中,新增“雄安新区”“粤港澳大湾区”等词条;在天文学科中,增加了“500米口径球面射电望远镜”条目,也就是俗称的“中国天眼”;在空间科学领域,对“嫦娥系列月球探测器”词条进行补充,新增了2019年嫦娥四号探测器登陆月球背面的内容;在建筑学科,增加了“港珠澳大桥”等词条;科技哲学学科新增“地外文明”等词条。

“展现中国实践,表达中国话语,《辞海》始终保持鲜明的时代特色。”上海辞书出版社社长秦志华说。

既重也“轻”

《辞海》(第六版)已频繁“触网”。与互联网相关的词条当时新增了网吧、网络电话、网络电视、网络经济、网络文学、网络游戏、黑客、闪存等。

从第六版到第七版,大约十年时间,是中国移动互联网发展最迅猛的十年。新版《辞海》中,首次收录北斗卫星导航系统、大数据、量子通信、人工智能、移动互联网、4G、5G、物联网、第三方支付、支付宝、跨境电子商务、微博、微信、自媒体等,这也从一

个侧面体现了《辞海》与时俱进,坚持及时反映各方面新事物、新发展的修订目标。

《辞海》内容丰富,纸质版难免厚重。为了让《辞海》更适宜于移动互联网时代的阅读,新版《辞海》努力变“轻”了。第六版曾推出的手持阅读器,如今已被适应不同应用场景的《辞海》网络版替代,包括电脑版、手机客户端版、微信版等。

据介绍,2020年发生的一些重大事件,如“新冠肺炎疫情”等,也将陆续在《辞海》网络版中实现及时更新。

上海辞书出版社总编辑张荣说,工具书要积极“拥抱”互联网,在新时代更努力地践行出版人改革创新的使命担当。

赤诚之作

每一版《辞海》的修订和出版,都受到广大读者的关注和欢迎。这一版也同样如此。

《辞海》的忠实读者龚先生已早早预订了一套。他说,几乎每一版都买,《辞海》定期修订,资料更新及时且内容丰富,这部辞书本身已经形成了一种“行业标准”。张女士为正在上小学的孙子购买了《辞海》(第七版)。她说,这是权威的工具书,孩子今后一定用得上。

有人说,“辞海人”变老了,每每召开会议,各学科的专家学者聚集一堂,满屋银发。上海辞书出版社有的老编辑参加了六次修订工作。《辞海》常务副主编巢峰已年过九旬,亲历了1979年以来的五版修订。令人欣慰的是,有更多优秀的中青年学者和编校人员正在“接棒”《辞海》编修工作,第七版最年轻的作者刚过而立之年,最年轻的编辑、校对人员出生于20世纪90年代。

复旦大学中文系教授陈尚君参与了《辞海》第四版至第七版的编修,为中国古代文学相关词条倾尽全力。“无数学者和编辑投入大量精力,追求全面、准确、前沿地反映世界的变化和人类科技文化的进步。”他说。

“几代‘辞海人’的赤诚之心,完全融入了《辞海》的字里行间。”《辞海》(第七版)责任编辑之一、上海辞书出版社副总编辑张敏说,希望《辞海》能传播更广、传承更久。

■许晓青



12月22日,“海派时尚历史与创新”系列活动在上海纺织服饰博物馆拉开帷幕。此次活动为期一个月,期间将举行静态展、沙龙秀、研讨会等多项活动。图为模特在沙龙秀上展示海派时尚代表品牌的时装。 ■新华社记者 陈建力 摄

2021年“我们的中国梦”——文化进万家活动在京启动 唱响主旋律 传播正能量

据新华社 由中央宣传部、中央文明办、文化和旅游部、国家广播电视总局、中央广播电视总台、中国文联联合主办的2021年“我们的中国梦”——文化进万家活动启动仪式暨首场慰问演出,12月22日下午在北京市海淀区上庄镇综合文化活动中心举行。

2021年文化进万家活动将紧紧围绕庆祝中国共产党成立100周年、全面建成小康社会和开启全面建设社会主义现代化国家新征程的主题,组织开展形式多样、内容充实、内涵丰富的文化艺术活动,唱响主旋律,传播正能量,凝聚团结进取、奋发图强的强大精神力量。

在做好新冠肺炎疫情防控前提下,努力满足群众文化生活新需求,中央、省、市各级宣传文化单位组织人员精干、水平精湛的文化文艺小分队奔赴基层,尤其是精神文化生活相对贫乏和文化需求较为迫切的地区,

送去基层群众普遍欢迎的地方戏曲和综合性文艺演出等丰富多彩的活动;注重向革命老区、民族地区、边疆地区、贫困地区倾斜,把新时代文明实践中心建设试点县(市、区、旗)作为重点,将文化进万家活动作为巩固脱贫攻坚成果、推动乡村振兴的重要载体;围绕春节、元宵节、清明节等传统节日,组织开展富有时代气息、体现节日文化内涵、具有鲜明价值导向的品牌活动,传承中华优秀传统文化,弘扬社会主义核心价值观。

22日,在海淀区上庄镇综合文化活动中心,启动仪式现场暖意融融,来自全国各地的艺术家献上一个个精彩的节目,掌声经久不息。开场歌舞《我们都是轻骑兵》激昂奋进,展现乌兰牧骑式文艺小分队的神采风貌;舞蹈《曹雪芹·书香京韵》、京剧清唱《坐宫》婉转苍劲,彰显传统文化古韵悠长;歌曲《亲爱的中国》《锦绣小康》

《不忘初心》《复兴的力量》情感真挚,鼓舞中华儿女开启全面建设社会主义现代化国家新征程的信心与决心。文化文艺小分队不仅为基层群众奉献了精彩的文化盛宴,更注重“送”文化与“种”文化相结合,来自中国文艺志愿者协会的6名艺术家与海淀区上庄镇文艺爱好者结对帮扶,开展辅导培训。

据介绍,为进一步适应新时代群众多样化、个性化的精神文化需求,呼应百姓期盼,2021年“我们的中国梦”——文化进万家活动将由元旦春节期间集中开展扩展为全年常态化开展,动员组织文化文艺小分队下基层,依托各类基层文化阵地开展惠民文化服务项目,组织基层自发开展群众性文化活动。同时,坚持线上与线下结合,充分运用新媒体平台,用“互联网+”推动线上线下联动开展文艺演出、文艺培训等。 ■周玮 范思翔

生活不只有“鲜衣怒马”

——电视剧《装台》热播的启示

据新华社 几经辗转的钻戒终于回到了女主人的指间,在顺子和蔡素芬笑中含泪的对视中,电视剧《装台》迎来大结局。网友们感叹:多年没有看到如此真实表现老百姓生活的电视剧了!

老百姓的生活是什么?是柴米油盐、家长里短;是剧中男主人刁大顺般活活干、家事不断、烦恼不绝;是像刁大顺一样,用一句句“好着嘛”自我宽怀、接受好坏……正如片尾唱到的“生活虐我千百遍,我待生活如初恋”。这个率一众弟兄给别人装台唱戏谋生的刁大顺,始终坚强站立于人生舞台中央,“不跟生活认怂”,有滋有味扮演生活的主角:善良、热情、助人、乐观、无畏、较真……

作为都市情感剧,《装台》一反近年来同类剧目套路,主角不再是律师、高管、总裁、“富二代”等衣着光鲜、出入堂皇的城市白领,剧中也鲜有豪华公寓、品牌豪车。与“鲜衣怒马”形成强烈对比的是,主人公住在进出须拔去门槛的城中村小院,整日里穿着褪色T恤衫,蹬着装有“电葫芦”的旧三轮车,在高楼林立、车水马

龙的西安城里讨生活,在古城墙下憧憬“幸福的日子在后头”。这与一段时间以来充斥荧屏、“美颜”“修图”般表现现实生活的架空剧、玄幻剧、职场剧相比,形成巨大区别。

有网友表示:“很多情节触动内心,看哭了,看笑了。”纵观全剧,无论剧情还是演员,都深深扎根市井,真正说老百姓的话、演老百姓的事,挖掘生活本质,表现同理共情。西北大学教授、陕西省电影家协会主席张阿利认为,是该剧传达的小人物精神以及向上发展的力量观,带给观众强烈共鸣。

《装台》虽已“落幕”,相关话题、评论仍在延烧,这值得文艺工作者思考。今日中国发展迅猛,生活日新月异,正是千千万万的刁大顺用勤劳的双手挣来自己的生活,用艰辛的汗水为国家建设添砖加瓦,为繁荣发展“装台”添彩,推动着社会的进步,“扮靓”着我们的生活。这些普通劳动者的付出和生活,永远值得尊重和关切;他们的贡献和精神,任何时候值得文艺工作者为他们“装台”、讴歌。 ■李一博

徽墨千年:亦淡亦浓

据新华社 安徽歙县,古徽州府治所在地。走进县城城东路居民区,一间大院里坐落着乾隆年代老字号胡开文墨庄的余脉——老胡开文墨厂。

一间间房门前,炼烟、和料、制墨、晾墨、打磨、描金等11道古法制墨工序各有讲究,藏着徽墨的秘密。徽墨,因产于古徽州府而得名,因其“坚如玉、研无声、一点如漆、万载存真”等特点为文人墨客所钟爱。2006年,徽墨制作技艺被列入首批国家级非物质文化遗产名录。

61岁的老胡开文墨厂厂长周美洪是徽墨制作技艺传承人,从青葱少年到花甲老人,周美洪跟着老厂走过了风风雨雨,也见证了徽墨的坚守与革新。

“徽墨在国内一度是被忽视的,随着键盘、水笔这些现代书写工具占据普通人的书桌,徽墨的国内需求一度低迷不振。”周美洪说,20世纪末,老胡开文墨厂的墨大都销往日本,占据了80%的销量。

面对困境,在坚守古法制墨的同时,周美洪开始寻求突破。“老祖宗制墨的工序和原料不可以变,但配方和制墨的环境却是可以改善的。”周美洪说。磨墨费时磨人,为了适应如今快节奏的生活,厂里开始改进配方,提高下墨速度,如今仅需2分钟就可以下墨写字。同时,电炉取代了炭炉,压墨机、点烟机纷纷上阵,大大提高了产量。

近几年政府对传统文化的重视及催生的“非遗热”,让徽墨的“守”艺人们看到了“徽墨的春天”。

“书法热潮兴起,不仅学书画的小孩越来越多,老年大学也开设了书法课,如今国内的销量能占到一半。”周美洪说,现在一年销量能达到2300万元,一些高新技术企业每年专门购置,鼓励员工练字。

对于周美洪的儿子周健而言,传统企业如果不转型,这个“春天”稍纵即逝。“得抓住机会,另辟蹊径,走出自己的一条路。”周健说。

在更新技术、创新产品的同时,

父子俩开始通过研学游和电商进一步推广徽墨。2014年,借着全国兴办研学游的东风,父子俩把以往的生产式车间改造成观光式车间,把一间老车间改造成能容纳200人的教室,让学生体验了解传统制墨技艺。

几年过去,院子里的旅游大巴不断增加,将来自北京、山东、西安等全国各地的孩子带进这个徽州深处的大院子,听听制墨间的“打击乐”,看看一缕青烟的蜕变之路。

“2019年,墨厂接待了约15万名学生,我们希望通过研学在每个孩子心中种下一个笔墨纸砚的种子。”周健说。

在电商这条路上,父子俩的起步其实比较晚。以往厂里的墨都直接供给经销商,去年,这家老字号开通了天猫官方直营店。

谈及未来,父子俩打算进一步在产品的文创设计、电商推广上下功夫。“要做老百姓都用得起、愿意用的墨,让千年徽墨真正走进寻常百姓家。”周美洪说。 ■汪海月 马殊瑞