



正是春暖花开时节,珠晖区茶山坳镇田心村相继开放的梅花、桃花,吸引众多游人前来赏花。



■文/王翟 图/彭斌 罗盟 陈太仰 王翟

本周的关键字是“春”。春姑娘来了,万物复苏,春意盎然。
春季是花仙子的季节,这一周雁城进入赏花黄金期,樱花、杜鹃花、茶花、紫玉兰……百花争艳,市内各大赏花地点人流如织。
这一周镜头里春眠也觉晓。本周是中小学开学的第一周,孩子们又开始了紧张的学习生活。
这一周镜头里人勤春来早。本周是节后上班的第二周,我们继续关注“复工复产”,无论是“已见雏形”的船山西路蒸水河大桥,还是酃湖公园繁忙的施工场景,处处展露着雁城衡阳的欣欣向荣之气。



船山西路蒸水河大桥“已见雏形”



专业施工队伍正在对酃湖公园湖底淤泥进行消毒除菌处理。酃湖公园将建设成为一个集吃、住、游、购、娱为一体的大型综合性公园。



2月21日,衡钢集团“攻坚克难,逆势前行”的气氛浓厚,炼铁车间的工人正在紧张工作。



2月25日,两名小学生在某文具店挑选学习用品。开学季,各种学习用品进入销售旺季。

煮酒论史

文化视线

钓鱼最早并非消闲

唐代出现装有绕线轮的钓竿

钓鱼在今天,无论钓具还是钓技都非常先进,街面渔具店林立,鱼竿按软硬、长短、作钓方式就有几十种,各种饵料、诱鱼的小药更是有成百上千样,俨然已是体量巨大的休闲产业。由此遐想,岁月悠悠,传给今人这门游艺的古人装备又是如何。
翻查考古资料并请教专家,古人钓鱼的技巧和智慧依旧让人意外,特别是中原一带,很早就有大学问家热心总结钓具、钓技,拿钓鱼言志,一如今天各种钓鱼论坛里分享心得的老钓友。

钓鱼最早并非消闲

钓鱼这项活动起源很早,或许从鱼进入人类食谱就开始了,远古时钓鱼绝非为了消闲,糊口当为一等大事,农耕之前渔猎一直是谋食的主要手

段。

最早的鱼钩为骨质,考古人员发现,这些鱼钩为兽骨或禽骨劈磨而成,都是直钩或微弯钩,两端很锋利,中间稍粗,磨出了系绳的沟槽,这种鱼钩,也被叫做鱼卡。不难想象,彼时钓鱼就是用绳子绑着这种直钩,抛入水中等鱼咬到死口儿,效率实难与今天相比,横钩卡在鱼嘴里并不牢固,如果收绳的时候稍有不慎,鱼就会脱钩,逃之夭夭。

到了新石器晚期,距今约5000年的仰韶文化时期,出现了弯钩,一部分鱼钩的末端甚至出现了倒刺,上钩的鱼就再难跑掉。

有意思的是,今天很多钓友倒不乐意用带刺钩,因为钓上鱼后取钩麻烦,操作不当还会伤到手指。今人作钓图的是乐,而彼时图的就是鱼,目的

不同,也导致工具出现了变化。

骨质的鱼钩毕竟不够结实,遇到“大物”,怕是会钩毁线断。在人类掌握冶铸青铜的技术后,很快出现了一批青铜鱼钩,当时的鱼钩与今天在形制上已无差别。

唐朝人用上了“海竿”

说起海竿,钓友无人不知晓,其为国外传入,虽身材短小,但依靠强大的线轮和抛钩技巧,可以把饵料抛出五十米以上,专搏深水里的大鱼。但很多钓友不知,其实唐朝中国人就已经用上了“海竿”。

迟至上世纪90年代,竹竿还是普通老百姓作钓的“主力”。不过古今不同的是,汉朝之前的钓竿比较短,例证是战国时期铜器上刻的钓竿都不长,而到了汉



古人钓鱼

代,有很多画像石中的鱼竿明显长了不少,按图中的比例估计有四五米,正是如今鱼竿最常见的长度。

学者们研究发现,到了唐代,钓具有了进一步发展,甚

至出现了装有绕线轮的钓竿,也叫轮竿,正与今天的海竿相仿。宋、明时期的山水画,比如《寒江独钓图》《渔舟读书图》《子陵钓图》等都出现了轮竿的影子,令人称奇。

北京钟鼓楼将全面“体检”

预计会在5年内完成

经过700余年,始建于元朝的北京钟鼓楼将在“十三五”期间迎来全面“体检”,目前正进行前期规划。

什刹海北侧的钟鼓楼,是北京中轴线上的重要景观。史料记载,北京钟鼓楼始建于元

朝,距今已有700余年历史。元、明、清三代的钟鼓楼,曾经是北京的报时中心,暮鼓晨钟中迎来送往每一天。

随着时代变迁,钟鼓楼地区也逐渐出现了私搭乱建现象严重、市政设施落后、安全隐

患突出的问题。为此,东城区于2012年12月正式启动钟鼓楼广场恢复整治项目。

如今的钟鼓楼已经成为北京市地面文物中,修缮情况良好、面向社会开放较为成熟的文保建筑。游客可登楼梯而上,眺望中轴线景观。

然形成的偏西情况也拨正了8米,回到中轴线上。

据了解,为推动中轴线申遗,钟鼓楼也将在“十三五”期间迎来一次全面体检。目前正对钟鼓楼全面体检做前期计划和筹备工作,预计会在5年内完成,而在“体检”期间,不会影响开放。

据了解,为推动中轴线申遗,钟鼓楼也将在“十三五”期间迎来一次全面体检。目前正对钟鼓楼全面体检做前期计划和筹备工作,预计会在5年内完成,而在“体检”期间,不会影响开放。

文化产品 要走近“小镇青年”

■王石川

最近,文化娱乐市场中的“小镇青年”成为一个现象级话题。得益于这一庞大观影群体的贡献,今年春节档票房6天超过30亿元,同比增长67%。去年春节档电影票房超过17亿元,已被称为“内地电影市场迎来了一次强烈的爆发”。而猴年电影票房再创新高,堪称中国电影史上又一“彩蛋”。

猴年票房为何这么火?除了影片本身的因素,业内人士分析,随着二、三、四、五线城市的影院建设逐步完善,使得有文化消费能力、也有消费意愿的“小镇青年”崛起为票房生力军。有人乐观预测,未来两到三年内,中国将超越北美,成为世界第一大电影市场。谁来撑起这一新兴的电影市场?小镇青年堪称主力军,构成这一群体的,既有长居城镇的青年,也有春节期间的返乡青年。

早有人断言,得三、四、五线城市得票房,“国产电影要看小镇青年脸色”。据相关调查机构的统计数据,今年三、四、五线城市票房增幅明显,三线城市较去年则增长65.8%,但最大增长则为四级及以下城市,达104.97%。可见,小镇青年虽然被很多人认为在“主流”市场之外,但他们对电影票房的贡献不容忽视;他们的品位或口味,也影响着电影产业的内容和制作。

正因如此,我们才需要重新审视作为文化消费主体的“小镇青年”,了解并引导他们的需求,贡献能为他们接受的文化产品。关于小镇青年,以往不少作品中刻画的形象要么木讷、沉默,要么前卫、出位,总之和现实中的他们有不小距离。比如电影《心花路放》中,就有一个周冬雨饰演的小镇青年:

黄头发,黑皮肤,顶着一头“杀马特”造型,大大咧咧,行为出格。其实,被标签化的小镇青年,需要正名,他们的精神需求、文化消费的渴望,同样需要被尊重和满足。

目前,我国城镇差距仍很明显,但鸿沟正在填补。在信息和资源共享时代,对于生活在小城镇的青年来说,口袋富起来了,脑袋也想富起来;解决了口腹之欲,还想大饱眼福。可以说,他们对更高质量生活的追求不断被唤醒。从搬起小凳子到村头看露天电影,到买票走进豪华电影院;从盼星星盼月亮一年看不上几部电影,到最新的国内外大片同步上映……电影的变迁沉淀着基层民众的心灵河床,改变着小镇青年的审美观,甚至见证着他们的文化成长过程。

毋庸讳言,在某种程度上,小镇青年是被长期忽视的文化消费群体。面对这个庞大而生动的群体,包括电影在内的文化产品,既需要向小城辐射文化魅力,也需要尊重他们的趣味。电影技术再先进,如果不接地气,就可能水土不服;投资再高,如果缺乏穿透力,就难以渗入基层的文化肌理。当然,正如老艺术家吕中所称,“观众是需要好好引导的,而不是一味去迎合”。别高估了庸俗的力量,也别低估了小镇青年的审美能力。

“美食和美酒,足以使平凡的一餐变成一场恋爱。”这是一部奥斯卡最佳外语片的经典台词。当小镇青年逐渐喜欢上电影,当越来越多的影片以独特品位吸引住小镇青年,双方就会谈一场令人心动的“恋爱”。由此才可以说,国产电影会更有市场,未来也更有底气。