



□ 厉新建 邵 倩

# 用耳朵开启阅读之旅

中青报 中青网见习记者 陈 鼎文并摄

阿加莎 克里斯蒂的作品一直是悬疑小说爱好者的心头好。摆在他家书架上的《无人生还》《东方快车谋杀案》《尼罗河上的惨案》等阿加莎经典作品已经不知被他翻过多少遍，而根据这些小说改编的影视作品他也是一部不落地都看过。接受中青报 中青网记者采访时，纪池正坐在更读书社里等待着一场见面会的开始。对于那些纪池即将见到的人，相比起他们的样貌，他更加熟悉他们的声音。他们用声音演绎了阿加莎作品中的经典人物，再现了那些动人心魄的著名情节，让读者用耳朵再一次读懂阿加莎。

做有声剧就是做 用来听的电影

毕业于北京电影学院导演系的吴红涓的履历中，可以看到不少耳熟能详的电影名字。《集结号》《无极》《海上钢琴师》《入殓师》等，这些电影的导演、译制或其他工作吴红涓都曾参与过。于她而言，导演《阿加莎经典作品集》有声剧是一次新鲜的尝试。没有了视觉的加入，该如何让听众最大限度地享受到作品中的每一个细节、让故事中性格迥异的人物立于听众眼前，是吴红涓需要认真思考的问题。她认为，虽然电影与有声剧是两种不同的创作形式，但从本质上讲都是对文字内容的转化。因此，吴红涓决定将《阿加莎经典作品集》有声剧作为一系列电影进行打造，我们不是将这8本阿加莎的书简单地读出来，而是做了8部 用来听的电影。在我们的团队中，无论是演职人员，还是录音师，全部都是参与过电影制作的，在角色的处理、节奏的把握和声音的混录上，希望可以给听众带来一种听觉盛宴般的感受。

想要将作品中的精髓与内涵更好地呈现出来，少不了对作品、作者等要素的揣摩与研究。吴红涓在很小的时候就读过阿加莎的作品，电影学院上学时，根据阿加莎文学作品改编的电影，更是她必须要去研究的一种类型片。在她看来，阿加莎的作品最吸引人的不仅是其中的绝妙诡计和惊悚悬疑元素，而是作品对人性的准确表达和细致刻画。这份女性作家独有的细腻和犀利，同样也是吴红涓希望在这个有声系列作品中侧重展现的内容。

吴红涓曾于中央电视台电影频道的国际部主任导演，参与过数百部译制片的制作工作，对西方文化、文学和电影都十分熟悉。她认为，西方文学作为非本土文学，在将其转化为电影或有声剧时要本着一个重要的原则，那就是不要改造，增进理解。

意思就是我们希望能让中国的听众或者是观众，通过收听或观看艺术作品，更好地了解、理解跟我们处在不一样的国度、不一样的时代，拥有跟我们不一样的肤色和文化传统的人们的生活状态和他们的所思所想。这也是我们希望给听众和观众带来的一种体验。如今，很多人会说要把译制作品生活化，但无论怎样



12月25日，《阿加莎经典作品集》有声剧主创见面会在北京更读书社举办。

生活化，都不能把它完全做成我们自己的文学影视的表达，它们毕竟还是西方的产物。

用声音为角色 亮相

在阿加莎塑造的大量文学人物形象中，最为人所熟知的无疑是那位疾恶如仇、性格粗放、屡破奇案的大侦探波洛。在《阿加莎经典作品集》有声剧中，这一角色则由话剧演员、配音演员王肖兵进行诠释。我很喜欢这个角色。他有时候表现得比较招人恨，有点可惜，但同时他确实又是一个很正直的人，他的内心是暖的，说他生下来就是来铲除罪恶的，所以他在破案的时候毫不留情，所有罪犯看到他之后都觉得非常害怕。

为了让听众充分感受到一个他们 看不见的人的魅力，王肖兵花了大量的心思。他首先去读了阿加莎 克里斯蒂的自传，琢磨阿加莎创造波洛这一人物的意图以及对他的评价。他有何缺点？又有何可爱之处？接着，更重要的，便是详细、彻底地精读原

著。通过书中对于角色语言、动作、心理等的描写，掌握人物的整体形象，最后通过声音将其变得有血有肉。这些说起来容易，做起来却颇有难度。

书中把人物的各个方面都表现出来了，所以要把把握好这样一个人物形象，让他的表现更丰满，就要把整本书看透，抓住书里的细节，在书中这段戏里他表现出的是怎样的反应和情绪。比如在他破案过程中，对不同的询问方式是不一样的，平时，他是非常温暖的，对孩子说话会轻声细语，但是在破案的时候他是让人害怕的，如果他把对方当成罪犯，他就是非常严肃的，甚至是尖酸刻薄的，关键就是要把这些分别表现好。王肖兵说。

曾在 98版《水浒传》中饰演林冲一角的演员周野芒也参与了《阿加莎经典作品集》有声剧的制作，他同样强调熟读原著的重要性。他认为，通过熟读原著，除了可以达到了解故事梗概的基本目的外，还可以帮助演员从表演技术和心理上作准备。在这个故事里我的语气、语调应该是什么样的，我应该用什么样的节奏去带动观众，这些在每一部小说里都是不一样的，虽然都

是悬疑小说，但《阿加莎 克里斯蒂》有些小说是带着一种悲观的情绪，比方说《无人生还》。有些是带着一种慷慨激昂的、宣扬正义的情绪，有些则是浪漫的。

周野芒除了出演角色，还承担着《阿加莎经典作品集》8本书所有旁白的录制工作。他说读旁白不是简单地照本宣科，而是要做到承前启后。不仅仅要对故事进行一般性的交代，同时还要帮助听众顺利、快速进入小说所描写的场景和人物关系中，充分感受小说中的所有元素。

我在其中是个朗读者。小说的描述非常细腻，我需要把小说中的内容一字不差地读给听众听，把这些内容交代清楚对于之后角色的出现会产生极大的推动作用。

周野芒说，如今很多人都过着快节奏的生活，大家很忙碌，也变得有些急躁，很少有人愿意坐下来安安静静地读一些东西，而有声剧就像给了人们一个 阅读拐杖，帮助、鼓励人们多读书。一个人的思想应该是在不断丰富的，人的成长除了身体上的成长，还应该有思想和认识上的成长，而这些成长就可以通过阅读来实现。

# 步行十五分钟 你能找到什么样的生活

| 镜 观



4月18日，位于重庆市垫江县桂溪街道的一户外运动场，市民挑灯夜战正锻炼。重庆15分钟健身圈助力市民强身健体。视觉中国供图

□ 郑萍萍

新冠肺炎疫情起伏的这两年，我像很多人一样，减少了一些不必要的出行，尽可能地在住所周边解决日常所需。所以，在我住的小区生活3年后，我才第一次去了社区医院，逛了

有几百个摊位的菜市场，还发现了一个刚刚竣工的城市公园。

也许是城市太大，选择太多，我们似乎很少将对生活的期望寄托在小小的社区里，相反，我们更愿意体验和享受大城市带来的丰富性，这也是最初吸引我们留在城市的原因之一。

但突来的疫情，让 身边的日常变得重要起来，社区作为城市的基本单元，作为 服务居民和基层治理的最后一公里 的价值，日渐凸显。不久前，由52个城市共同发布的《15分钟社区生活圈 行动 上海倡议》强调，社区要与市民日常生活规律相衔接，实现空间与人的活动相对接，有效分配公共资源，发挥服务效率，激发后疫情时代新的低碳生活方式。

15分钟社区生活圈 简单说，就是以15分钟步行范围为空间尺度，配置住房、公共服务、工作以及交通等方面的功能和设施。这个概念在2014年就被提出，2019年11月，自然资源部正式启动了《社区生活圈规划技术指南》的编制工作。

平均而言，15分钟的步行距离大约在1公里，这是一个对普通人而言，从物理上和心理上 易于抵达 的距离 不需要特意早起去换乘公交；不需要特意安排一天往返图书馆；不需要堵在路上只为了去逛个公园。因为 不需要特意安排，所以这些设施与功能，可以随时随地嵌入日常生活。

2017年，美国公共用地基金会及国家休闲与公园联合会等组织也曾联合发起过一项 10分钟公园计划。该计划倡议，生活在社区中的每位居民都应该拥有一座步行10分钟内可达的公园。根据当时的数据显示，约有1/3的美国城市居民无法在离家10分钟的范围内抵达一座公园。

10分钟 也好，15分钟 也好，反映的是人们相似的诉求。曾经以功能划分的高效运作的现代城市，渐渐背离人们最初对它的向往，人们被城市 驱使 着选择生活，有时候人倒成了城市的附属品。如何跨越资本的诱惑，把享用的权利交付给每一个人，是当下城市规划者面临的巨大挑战，但这也正是在城市里生活了几千年来的人们所一直在做的努力。

社区生活圈 的提出正是城市规划思路的转变。自然资源部国土空间规划局副局长李枫认为，传统的小区是以人口规模，也就是我们经常说1000个人要配多少资源来安排公共服务设施的，带有一定的计划经济时代的分配

特征。社区生活圈，是以需求为设计导向，既体现了物质空间的设施圈、环境圈，也体现了感知空间的邻里圈和社会圈。

我猜想，不少在大城市生活的人和我一样，下班后回到住所，常常是大门一关，很少和邻里发生什么关系。因为缺少交往，所以和邻里产生摩擦时，会下意识地采取一种防卫的姿态。而在简 雅各布斯（Jane Jacobs）看来，只有较强的身份认同和相互了解，才能为社区带来安全和秩序感（《美国大城市的死与生》）。

有别于传统社区在物理空间上创造社区感，现代社区有可能依据数字技术拓展更多的公共空间，尤其在疫情发生的地区，线上社区为居民提供了不可或缺的服务。强烈的社区意识会吸引越来越多的居民，也为该地区创造更大的潜力。

只是，线下的公共空间依旧不可替代。对于很多现已存在的社区来说，将来面临的重大问题大概就是缺少可用的公共空间。改建或是腾挪都难免要经过多方博弈，不过，这也并非全是坏事。在之前提到的 10分钟公园计划 的实施过程中，人们意外地发现，在原有的城市秩序中开辟新空间时，政府、开发商、规划师、市民等多方主体旷日持久的谈判与交锋，从某种意义上，也为彼此的协作提供了一种可能，不但促进了社区与外部关系的协调，同时推动了社区内部居民间的熟悉与理解，为下一次的协作提供了经验。

除此之外，对于一个良好社区的期待，除了我们 想要什么，还有我们 不想要什么，比如那些经常被投诉的 扰民的KTV 遍布狗屎的街心公园。如何在现有的秩序上做减法与调整，对于正在各地进行的城市更新，或许同样是一个值得思索的问题。

作为 15分钟社区生活圈 行动的发起者，上海市在2035年的总体规划中提出，建设 宜居、宜业、宜游、宜学、宜养 的社区生活圈，努力推动实现幼有善育、学有优教、劳有厚得、病有良医、老有颐养、住有宜居、弱有众扶。希望这一设想成为每一位城镇居民都能享有的生活。

在新冠肺炎疫情防控常态化的背景下，微旅行迅速兴起。这一方面是因为受疫情影响，远距离旅游受到了一些限制，对安全、出行便利等方面的考虑，人们开始将目光从远方转移到了本地。另一方面是因为随着生活水平的提高以及消费意识的转变，休闲正逐渐成为人们的一种生活方式。微旅行也因其近距离、短时间、易决策、深体验、新视角、高频次的特点受到各地政府的重视。同时，因为能够让人们重新探索和发现身边的美好以及体验深度化、方式休闲化、消费品质化而广受市场青睐。

微旅行的兴起为目的地发展提供了新模式和机遇。为此，一方面要盘活目的地闲置旅游资源，深入挖掘当地的文化内涵、人文风俗，活化历史，讲好故事；另一方面，要注意多样化场景的构建，通过众多小场景的创新优化来提供动力。北京和上海在这方面做了很多值得借鉴的探索。2018年年底，北京东城区正式推出 故宫以东 微旅行品牌，持续打造 寻迹 跃动 腔调 骑迹 4大系列和 我家住在紫禁城 漫步中轴线 等22个主题。今年12月初，北京市文化和旅游局发布评选出的50条北京优秀微旅行线路，对提供优秀线路的设计者授予 北京市优秀微旅行达人 称号。上海则在2014年推出 漫步 苏河湾 风云 上海滩 寻宝 老城厢 等6条有主题、有特色的 微游上海 城市微旅行路线；今年9月，上海文旅局又指导春秋集团等开通了首条有专属LOGO的 建筑可阅读 专线巴士。

抓住微旅行的风口，也是旅游企业在疫情防控常态化背景下得以恢复性发展的突破口。为此，首先要构建有品质、有趣味、有深度、有创新的微旅行产品供给体系，让人们能够在有限的时间内获得最优的体验。如中旅行相继研发了房车剧本杀等微旅行主题产品，以及 故宫里的小怪兽 等深度文化体验类产品，受到旅游者的一致认同与喜爱。其次要注重相关配套设施与服务的供给，加大与其他新兴业态的协同，通过整合露营、剧本杀、摄影、美食、音乐等元素，丰富微旅行的体验。最后，要注重构建微旅行的品牌，减少游客微旅行产品搜索成本、保障微旅行体验品质，助力企业扩大影响力、提高利润率。北京的 故宫以东、上海的 建筑可阅读、同程旅行的 48小时、马蜂窝的 周末请上车 等品牌都已展现出其蓬勃的市场活力。

尽管微旅行在不少地方的探索性发展取得了不错的成绩，但仍存在良莠不齐、配套不足、交通不畅等问题。为了促进微旅行提质扩容、高质量发展，可以考虑从以下几个方面进一步优化推动。

一、多方协同 形成内容生产与集成联动机制。

有内容没流量，深巷好酒卖不出去；有流量没内容徒有其表，难以提供深度体验。既有流量又有内容才是微旅行持续发展的保障。为此，需要目的地政府推动、主管部门塑造公共品牌、相关企业嫁接资源和产品分发、当地居民积极参与、旅游者价值共创，通过多方协同、共同发展，打造一个内容生产与集成共享的平台，让微旅行在经济效益、社会效益、体验深化、主客共享等方面获得多赢共生。

二、追根溯源 构建多样化精致的微场景。

旅游消费需要有场景思维，微旅行的深化发展更需要消费场景的有效构建。一方面，应盘活区域内现有闲置的休闲旅游资源，深入挖掘资源本身的内涵，发掘其场景价值，激发休闲消费潜力。如成都市通过 两拆一增 和城乡环境综合整治提升城市环境品质，利用人工彩绘将成都的街道、边角打造成可感知、可欣赏、可参与的公园景观，让这些 微场景 散布街区的每个角落，整体提升微旅行的环境。另一方面，在有条件进行创意开发和建设的地方，结合当地人文、历史、风俗等打造新的精致场景。这种场景的营造不在于面积和投资，而在于用心和创意。在这个过程中，行业主管部门要优化服务与监管能力，事前有引导，事中有规范，鼓励市场主体共同营造主题化、沉浸式的微旅行体验场景，推动微旅行经营科学有序发展。

三、双管齐下 打造特色鲜明的微旅行品牌。

对于旅游者而言，如何从众多微旅行产品中找到可信赖的优质选项是个问题；对于企业而言，如何从众多竞争者中脱颖而出，获得旅游者的 芳心 是经营的重点。为此，首先，企业应深入分析市场需求，熟悉旅游休闲消费偏好，探索供需匹配机制，形成系列主题，构建品牌形象。其次，重新调整资源观念，整合一切可资利用的资源，横向拓展业态交叉领域，纵向延伸消费服务链条，创新形成有文化、有特色、有趣味、有品质的内容。最后，趁势发展，精准定位，找准痛点，发挥优势，叫响品牌。携程、美团、同程等各大OTA充分发挥自身平台优势，推出微旅行套餐，也是切入市场、树立形象、推动发展的好做法。从城市角度看，或根据 点轴理论，以城市的各个区域的核心吸引物为中心，挖掘与区域形象相符的微旅行产品、场景，打造出统一的微旅行品牌；或者以分散性、差异化、强体验的微旅行产品共生为导向，串点成线，连线成网，打造出多元系列微旅行品牌。

总之，在微旅行发展过程中，要注意把握 存量利用、增量更新；主题设置、业态创新；深入挖掘、深度体验；品牌引领、品质保障；营销发声、创新发展 的基本原则，积极回应人们美好生活新期待，满足人们优质生活新需求，推动微旅行乃至整个旅游目的地高质量发展。



10月3日，上海徐汇区举行的以 花开蒲汇塘 为主题的城市空间艺术季吸引了不少市民带着孩子前来打卡。视觉中国供图