

据中国马拉松信息平台统计，今年1月至6月，全国共有133场路跑赛事在中国田协备案，其中全程马拉松61场、半程马拉松及其他项目72场——

为何都爱办马拉松

文化观察

□ 本报记者 刘兰慧

在社交平台上，回归大自然的户外运动成为一种新风尚，阔别已久的马拉松赛事也正密集归来。各地的马拉松参赛选手们头戴遮阳帽，身着速干衣，脚踩专业跑鞋，用脚步丈量着城市之美。

一边是一些城市的马拉松比赛鸣枪开跑，一边还有不少城市的马拉松赛事计划正在酝酿之中，民众的参赛热情也迎来“报复性井喷”。经历了漫长岁月的发展，这项42.195公里的长跑运动早已不仅仅是一场跑步竞技那么简单。

世界田联发布的2023年全球路跑赛事日历信息显示，2023年全球路跑比赛总场次将达238场，创历年全球总场次纪录。这238场中，我国占67场，居全球第一。据中国马拉松信息平台统计，自2023年1月1日至6月30日，全国共有133场路跑赛事在中国田协备案，其中全程马拉松61场、半程马拉松及其他项目72场。为什么有那么多城市和地区热衷举办马拉松赛事？

宣传片

我国举办马拉松的城市主要以历史文化名城和优秀旅游城市为主，现代化都市风貌与历史文化底蕴交相辉映，尽展举办地的城市魅力。作为体育比赛中唯一穿越大街小巷、渗透城市“毛细血管”的大众运动，马拉松赛事日益成为呈现城市景观和文化的重要渠道。

由于运动场地的开放性，马拉松借助参赛者 and 媒体传播等途径，使城市风貌和文化积淀得以展现。以黄河口（东营）国际马拉松赛为例，该赛事自2008年创办以来荣膺世界田联精英银牌赛事、中国田径协会金牌赛事。赛道经过多次升级，覆盖了城市地标景观和文化体育设施，其中东营文化公园、孙子文化广场等文旅景点，为赛事增添了几许文化味儿。

选手奔跑在黄河两岸，每跑一段都有不同的风景，既是在一幅城市风光画中畅游，更是一场穿越古今的沉浸式历史文化之旅。目前，该赛事已经成为展示东营的重要窗口，也成了东营及黄河三角洲地区对外开放和交流的重要平台。

不少城市还会配套马拉松论坛、马拉松博览会、马拉松体育文化节、摄影大赛等活动，全方位立体式展示城市的面貌，探索实现赛事价值和城市发展的融合。据了解，2023年重庆马拉松吸引了来自全球347个城市3万人参赛，其中外省市跑友占比高达81%。赛事期间，主办方推出2023重马国际消费节，包括重庆马拉松路跑精英论坛、重马火锅美食节等，在提振消费的同时也宣传了当地的火锅美食等特色产业。

对收看直播的观众而言，马拉松比赛堪称是一次眼睛的旅行，举办城市的历史、文化、现状、地标等都会2-3个小时的直播中悉数呈现。马拉松对城市的宣传和推广而言，无异于一部42公里的文化宣传片。

生意经

作为国内为数不多的国际B级丈量员，山东师范大学体育学院副院长王相英近期因马拉松赛事火爆而成为“空中飞人”和“全马”夜行人。

工作之余，王相英已经丈量了十几场国内A类马拉松赛道。“我从事丈量工作已有近10个年头，累计参与200多场马拉松赛事的路线丈量工作。近期去过武汉、无锡、石家庄、秦皇岛、长春等地开展丈量工作。”在他看来，近期马拉松赛事不断增多，不仅满足了很多跑友的心愿，还活跃了体育消费市场，更为城市带来了新的经济增长点。

政府主导、市场运作，是组织大型赛事的主要方式，马拉松也是一个品牌推广的大好商机，可以吸引企业赞助，并带动当地体育用品、服装等行业的发展。赛事期间还可以刺激消费，拉动当地体育用品销售、旅游、酒

店等产业经济，娱乐、培训、医疗等也均会受益。可以说，城市、赞助商、运营商各有一本“生意经”，首届泉城马拉松的筹备工作充分印证了这一点。

2019首届泉城马拉松得到了超过20家品牌机构的赞助和支持，为参赛选手提供了丰富多样的物资补给。这样一来，既提高了赞助商和运营商的品牌影响力，又收获了跑友的一致好评。

作为近些年的新兴业态，体育旅游业正引发越来越多的关注。马拉松因其参与范围广、影响大等特点，成为举办地推动体育旅游业发展，提升城市社会效益和经济效益的一个兴奋点。以厦门马拉松为例，《2021年厦门市体育产业发展状况调查报告》显示，厦马自2003年举办以来参赛人数已超72万人次，带来的综合经济效益累计达44.9亿元，品牌价值累计达22.93亿元。

新名片

与常规的本地群众性体育活动稍显不同，马拉松赛事能够集聚成千上万的跑者和亲友团，十分考验举办地在专业服务、交通运输、医疗保障等方面的执行力，也是一座城市在“举手投足”间向外界递出的一张“城市名片”。

当前，我省各类马拉松赛事也在积极筹备中。据不完全统计，2023山东沿黄九市马拉松接力赛，2023青岛马拉松、2023曲阜马拉松、2023聊城市首届环东昌湖半程马拉松、2023菏泽马拉松等已相继开赛，2023淄博马拉松、2023泰山马拉松等赛事即将开赛。马拉松赛事如火如荼，不少城市提供了诸多可供借鉴的办赛经验。

根据世界田联竞赛规则，“路跑”赛事包含马拉松、半程马拉松以及覆盖多个不同完赛距离的比赛。很多城市的主办方正根据不同的细分人群进行更细致的赛事划分，推出亲子跑、女子跑等创新形式。例如，近日2023首届杭州女子半程马拉松开赛，该赛事从参赛选手到官方配速员、急救跑者、赛事开道交警等都由女性组成，极具辨识度。

搭乘智慧城市建设的东风，“数字马拉松”也正从概念走向现实。在深圳和杭州，腾讯、阿里巴巴等企业纷纷打造“数字马拉松”，用数字化的手段赋能城市，提升马拉松的管理运营。和驰骋在马拉松赛道上的跑者一样，山东数字强省建设同样在加速奔跑，近期举办的第5届“青岛马拉松”正向“数字青马”大步进阶。组委会打造的全场景数字孪生赛事管理平台——“2023青岛马拉松数字孪生管理平台”，囊括了实时天气、孪生赛道、全景监控、赛况跟踪、实时告警、人员定位、医疗物资分配、指挥调度等八大场景，为赛事管理提供保障、云上青马、实时赛况3大支撑。约42公里的马拉松赛道，同样成为数字城市发展的一个缩影。

除了运用科技“出圈”，不少马拉松举办城市还从小处着手，刷新大家对城市的原本印象，展现城市发展的另一面。针对有些跑者有收集各种奖牌奖杯的爱好，不少城市在赛事衍生品方面下足了功夫。例如，西安国际马拉松赛每年都会根据城市特色推出精心设计的赛事文创，“秀”出城市个性IP，让广大跑者带走的除了回忆还有各类赛事周边。此外，赛场留影对跑者来说是很重要的环节，目前很多马拉松比赛还会提供专门的拍照服务。

马拉松赛事还有哪些可以提升之处？“我认为主办方不能盲目跟风导致赛事同质化，应该充分了解城市特点，明确自身城市的优势与定位，为跑者提供完善的服务保障，打造高品质的赛事，这样才能持续吸引跑者。”山东理工大学健跑协会会长赵立煜是一个有8年跑龄的马拉松深度爱好者，2016-2019年，他参加了80余场赛事，曾获中国田径协会55-59年龄段大众精英级选手称号。他亲历了各地组委会根据参赛者的建议，优化赛道、提高服务的过程，见证了举办城市在基础设施和治理水平方面的不断提升，他也期望我省的各类马拉松赛事能够不断提档升级，吸引世界各地的跑友来齐鲁大地同台竞技。



文学性勾画乡村振兴的沂蒙样板

——写在《沂蒙壮歌》入选全国党员教育培训优秀读物名单之际

书评

□ 魏志尚

日前，中央组织部公布第六届全国党员教育培训教材入选名单。由山东省著名作家厉彦林创作的反映沂蒙老区脱贫攻坚辉煌实践的纪实文学作品《沂蒙壮歌》入选第六届全国党员教育培训优秀读物名单。

《沂蒙壮歌》首发于《人民文学》2021年第7期头条，作为庆祝中国共产党成立100周年的献礼之作，被中国作家协会列入2021年定点深入生活项目。《沂蒙壮歌》为别人选2022年度丝路书香工程、2022年度经典中国国际出版工程名单，分别荣获2021年度人民文学奖、第九届徐迟报告文学奖。全书共9章32万字，全景式描述了沂蒙革命老区脱贫攻坚的艰辛历程，文学性地勾画乡村振兴的沂蒙样板，该书内容深入浅出，通俗易懂，对于准确把握、深刻理解“沂蒙精神”的形成路径、精神内涵和时代价值，具有很强的针对性和指导性，是弘扬沂蒙精神、赓续红色血脉的精品力作，为当前和今后探索乡村振兴路径提供了有益的借鉴和参考。该书的特点，择其要者，有以下三个

方面：

一是《沂蒙壮歌》既是一部精彩的长篇报告文学，也是一部具有宏大而独特视野的政治学或社会学著作。从作者对沂蒙地区历史变化的深刻剖析中，对时代形象的深层把握中，对发展问题的深度思考中，作者大历史观、大时代观和大发展的思想境界可以窥探一二。作者在写作中并不局限于从具体概念方面对“沂蒙精神”的内涵进行阐述，而是采用更开阔的视角、更灵活的语言风格，超越了沂蒙山的具体形态和沂蒙地区的区域概念去定位“沂蒙精神”，这实际上是把“沂蒙精神”放在中国共产党一百年的奋斗历史中进行定位和研究的。作者在后记中提到了这本书以历史视野、现实视角、平民眼光来聚焦沂蒙大地。这种大的时代观就是“两个大局”，即中华民族伟大复兴的全局和世界百年未有之大变局。只有站在这样一个时代的高度，再回过头看“沂蒙精神”，看沂蒙人民在革命、建设和改革时期的奋斗历史及他们作出的贡献，才能更全面地把握“沂蒙精神”与中国共产党精神谱系的辩证关系，才能真正认识和体会到“沂蒙精神”对社会主义建设以及中国式现代化道路构建的重要价值。

二是《沂蒙壮歌》对于深入理解“沂蒙精神”具有非常重要的作用。在历史性与现实性的关系上，以往“沂蒙精神”研究存在注重历

史、忽视现实的情况。长期以来，很多著作一提到“沂蒙精神”，就在讲过去军民团结、鱼水深情的故事，很少描述“沂蒙精神”在今天是怎样发扬光大的，在结合现实的问题上既不密切又不生动，给读者造成了一种“沂蒙精神”在过去的印象；在特殊性与普遍性的关系上，以往“沂蒙精神”研究多注重探讨其特殊性，而忽视其普遍性。习近平总书记2013年在临沂考察时指出：“‘沂蒙精神’与延安精神、井冈山精神、西柏坡精神一样，是党和国家的宝贵精神财富，要不断结合新的时代条件发扬光大。”这个论断实际上就点明了“沂蒙精神”不仅仅是沂蒙人民的精神，而且还是党和国家的宝贵精神财富，是中国共产党精神谱系的重要组成部分；在根源性和根本性的关系问题上，以往“沂蒙精神”研究多注重探讨其根本性，而忽视其根源性。这里所说的根本性是指“马克思主义的指导和中国共产党的领导”，是从“沂蒙精神”的领导力量和指导思想的角度探讨的。但是对于“沂蒙精神”为什么产生于沂蒙地区，其背后的文化渊源、演变脉络等深层次的根源性问题缺乏深入探究。

三是《沂蒙壮歌》是在全国脱贫攻坚和乡村振兴历史进程取得决定性胜利的重要节点对“沂蒙精神”所作的最新解读。乡村振兴是一个全面振兴，从本质内涵来讲，乡村振兴指的是“产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振

兴、组织振兴”五个方面的振兴；从实现目标来看，乡村振兴是实现经济、政治、文化、社会和生态“五位一体”的振兴。本书在叙述沂蒙人民摆脱贫困和乡村振兴的故事中着重强调了文化和精神的重要作用，在脱贫攻坚战取得胜利后，沂蒙人民主动将摆脱贫困的精神转化成乡村振兴的精神，带头建设新时代的文明乡村，突出了“沂蒙精神”非常重要的精神引领和激励作用。

据了解，第六届全国党员教育培训教材展示交流活动，是贯彻落实《中国共产党党员教育管理工作条例》和《2019—2023年全国党员教育培训工作规划》的具体举措，是为促进新形势下党员教育培训教材开发建设，满足基层党组织和党员学习需求而举办的，由中央组织部党员教育中心、国家图书馆共同组织。活动开展以来，省（区、市）委组织部，副省级城市党委组织部，中央和国家机关部委、人民团体组织人事部门，新疆生产建设兵团党委组织部，中管金融企业党委，国有重要骨干企业党组（党委），高等学校党委等138家单位选送了696种1000册图书。主办方严格按照评审标准和程序，组织了专家评审、基层评价、复核把关等，最终评选出21种精品通用教材、16种精品特色教材，并结合教材评审，为基层党组织和广大党员推荐了92种党员教育培训优秀读物。

文化视点

文学类综艺如何出圈

据光明日报，2023年开年，《我在岛屿读书》《文学馆之夜》等文学类节目的播出，让文学和文学背后的作者走到台前，拉近了文学与观众的距离。“高冷”的文学类节目在融媒体传播时代频频出圈，得益于节目在精神性、传播性、趣味性等方面的探索。

在日趋垂类发展的综艺创作市场里，深厚的精神文化内涵成为文学类综艺最核心的竞争优势。当下的文学类综艺抓住了这种独特的精神价值，是对文学精神的一种综合性、时代性的阐发，打通了文学与当代人的精神链路。这些节目，不但是对布满灰尘的文学名著的解读，而且让当代观众与这些文学精神产生共鸣。

文学类节目有创作门槛，也有接受门槛，不同于一般的真人秀观察综艺节目。一方面，文学需要沉浸式品味，这与综艺节目追求娱乐化效果显得格格不入。另一方面，节目对创作者自身文学素质要求比较高，这直接关系到能否打开文学家的内心世界，关乎能否将话题讨论引起观众共鸣。

据某短视频平台发布的报告称，2022年读书类视频播放量同比增长65.17%，时长超过5分钟的读书类视频数量同比增长279.44%。越来越多的网络视听、短视频、直播等网络平台，开始参与文学类节目的创作，让文学类综艺更适合大众传播。

金庸图书馆何以牵动人心

据南方日报，有知名自媒体人发文恳请相关方面不要拆除金庸图书馆，引发公众热议。金庸图书馆坐落于浙江大学越秀校区，系金庸捐资300万港币所建，但几年前就已不再使用。4月23日，浙江省嘉兴市文化和旅游局相关负责人表示：绝对不会“一拆了之”，而是继续做好保护利用工作。

一座图书馆的去留何以牵动人心？人们常说，故乡是永恒的文学母题。从《射雕英雄传》中的“醉仙楼”，到《神雕侠侣》开篇的“嘉兴南湖”，作为金庸故乡的嘉兴，时常出没于他的武侠江湖中，这一“梦幻联动”寄于这座图书馆中，便更添一份厚重的情感价值。

此事背后透出的担忧让人深思：类似的文化场所，所在地寸土寸金，原址保留抵得过土地开发的诱惑吗？去年年初出台的《关于在城乡建设中加强历史文化保护传承的意见》提到，要“切实保护能够体现城市特定发展阶段、反映重要历史事件、凝聚社会公众情感记忆的既有建筑”。不一定非要达到“文物”标准，不少建筑和街区都有理由被列入保护范围、纳入城市的精细化治理之中。

文脉守护和经济发展并非一道单选题，不能盲目搞大拆大建，甚至是拆真建假，不可走“欲练神功引刀自宫”的歪路，而应在城市空间规划中，使出巧劲、准劲，求得融合发展、相得益彰。

非遗直播要善借外力

据经济日报，曾几何时，对于许多年轻人而言，非遗仅仅是停留在书上的陌生名字，难以激发他们的兴趣。而现在，点开直播间，天南海北的非遗生动展现，主播介绍着历史渊源、文化故事，回应留言和提问。观众则用点赞、打赏、购买等方式，表达对非遗艺术的认同与喜爱。

非遗的传播，问题并不在于底蕴消减，而在于能否实现创意化、生活化的传播，能否打破时空限制以较低成本进入大众日常生活中。直播间恰好建起了这样的场景，让非遗走出不同角落，人们可以在手机屏幕中看到千里之外的村庄闪耀的艺术光彩。

对非遗从业者而言，做直播应了解当下市场需求，根据不同非遗的艺术特点选用合适的传播方式，避免内容同质化。或通过服化道突出艺术之精美，或记录制作过程以体现工艺之精湛，又或是展现匠心精神，见人、见物、见生活、见真情，进行更有深度的内容输出。各地区、各种类的非遗从业者也可以探索跨界合作、协同传播的可能性，进一步提升影响力和活力。对直播平台而言，应通过资源、流量、运营等服务非遗从业者。

乡村教育应有乡土特色

据人民日报，在山东菏泽，乡村学校利用乡土资源开设田园课程；在重庆潼南，乡村学校成立少年宫，为学生学习剪纸、竹编、扎染提供平台；在四川成都，乡村学校深入挖掘当地陶艺产业文化价值……

近年来，各地积极探索具有乡村特色的教学课程，为乡村教育高质量发展增添了新活力。乡土性是乡村教育的文化底色。作为我国传统文明的发源地，广大农村地区有着源远流长的乡土文化。乡土手工艺、民俗礼仪、民居建筑等等，包含民间的创造智慧，维系和凝聚着我们民族的集体记忆。这些特色乡土文化，本身就是乡村教育发展的宝贵财富。

我国地域辽阔，“十里不同风，百里不同俗”，乡村风貌、乡土文化各具特色。这决定了乡村教育要关注本土文化生态。在设计课程时，乡村学校不妨因地制宜，将本地历史沿革、民俗风情、传统技艺等社会文化知识、气候、动物、植物等自然文化知识与课程内容相融合，引导学生充分感受与乡村的文化联系。在实际教学过程中，可以利用劳动场景、山林田野自然景观等教学资源，搭建贴近自然、贴近生活的教学场景，开展体验、参与、实践等多种形式的教学活动，在潜移默化中培养学生对乡村的文化认同感。

（□记者 王臻儒 整理）

