

影视同期书热销及其文化反思

文 / 张 莉

[摘要] 近年来，随着影视剧的热播，影视同期书的出版和发行也随之火热起来。文章从文化反思的角度分析影视同期书的热销，在寻找其合理性的同时，也尝试为解决当前影视同期书存在的问题寻找对策，提高影视同期书的质量和水准，使之更具艺术性和文学性。

[关键词] 影视同期书 热销 文化反思

影视同期书是伴随着影视剧的热播而出现的，其通常意义上是出版社在影视剧热播的过程中或其刚刚结束不久，利用观众对于影视剧情节和人物命运发展的“好奇”和“先睹为快”的心理，及时出版发行的影视剧的文字“克隆版”。^[1]随着影视同期书的不断出版和热销，人们对影视同期书的定义有了更为宽泛的内容，如先影视后图书（如《闯关东》），先图书后影视（如《甄嬛传》）还有图书影视同步发行（如《乡村爱情》）等，这几种类型统称为影视同期书。随着影视剧的热播，相应的书籍便迅速挤占了各大书店最为显眼的地方，畅销一时。但是作为一种文化现象，影视同期书的热销在促进文化繁荣的同时，也有着需要反思的一面。

一、影视同期书热销的现状及原因

当前，影视同期书逐渐演变成为一种时尚，如在电视剧《步步惊心》上映的时候，如果某个人没有看过电视，也没有读过这本书，不知道桐华是谁，那么很有可能被身边的朋友嘲笑落伍，这便是影视的力量。影视小说本身的名声和影响力使其搬上银幕成为可能，而影视的热播，又再次将作品推向高潮。

出版社对市场发出的信号是极为敏感的。在很多影视热播的同时，出版社就开始联系一些作家进行影视同期书的创作，来满足市场的需要，获得经济上的收益。美国在20世纪初期就出现了类似于影视同期书的“电影—小说”模式，如“加勒比海盗”系列等。而中国的影视同期书的出现相对较晚，一般以六位作家为张艺谋创作《武则天》的事件来作为标志。^[2]2009

年《我的团长我的团》的热播，使得原著小说由原来的默默无闻摇身一变，跻身畅销书榜。

影视同期书中不乏一些比较优秀的作品，但是也有很多属于“速成品”，质量堪忧。读者由影视作品而对文学作品产生兴趣的阅读指向，成为出版商对文本的选择的一个标尺，这似乎无可厚非。但是在影视作品火爆之后，不同的出版商争相抢夺影视作品的文字版权，甚至书店里一度出现某影视作品的小说版、剧本版等不同版本的闹剧。这显然是满足大众趣味的商业性投机行为，以文学的标准来说，这种热销则是一种虚假的文化繁荣，对文学创作和出版业发展无益。

二、影视同期书对文化的影响

影视同期书的热销带来的影响不一而论，影视同期书的热销，本身就是文化现象的一部分，它对文化有着双面影响。

1. 影视同期书促进大众文化的传播

影视同期书相对于纯文学而言，更能体现和满足着大众文化的需求。从中国文学的发展来看，每一次文学的变革和进步都是从大众文化中发展而来的。“词”曾经是下里巴人的文化，是大众的、民间的文化，但是随着词的发展，这一写作体裁变成了风雅之物，成为中国文化中与“诗歌”并驾齐驱的重要体裁。毫无疑问，影视同期书有积极的一面。有很多曾经被埋没的优秀文学作品，就是因为影视作品的热播而重新出现在读者的面前。2010年，姜文将一篇默默无闻的小说改编成为英雄主义弥漫的电影作品——《让子弹飞》，它的热映使得原著重新焕发了光彩。这部

作品改自马识途小说《夜谭十记》之《盗官记》，是作者写于上世纪 60 年代的作品，并不为大众所熟知。《让子弹飞》的热播让原著《夜谭十记》一时洛阳纸贵。^[3]重印后，一个星期又加印了 3 次，并且两天内被抢购 1 万册。这便是电影热播带动同期书热销的成功案例。

影视同期书的热销，与消费社会中大众文化的普及是分不开的。大众文化是大众消费社会中通过传媒所承载、传递的产物，有标准化和类像化的特点。^[4]大众文化的兴起和发展带动了视觉文化的繁荣，通过幽默的故事，令人眩晕的视听为人们创造了一种表浅“拟态世界”，受众借此得以宣泄内心的焦虑。纯文学强调其深刻和含蓄，这种深刻和含蓄使其高高在上，缺乏满足大众的基本需要。仅仅从影视作品来说，它是受人欢迎的，令人感兴趣的，是大众可以接受并喜爱的，这使影视同期书在最初便拥有着一定的受众群。影视同期书在影视热播的基础上将其文字化，或者是将文字出版后利用现代营销手段推向大众，从声像的影视走向文字，其大众化和娱乐化的功能是不可或缺的，而观众对于影视热播中的人物命运的关注以及先睹为快的心理，使得影视同期书变得炙手可热。

2. 影视同期书易造成文化的速食

影视同期书的影响有优有劣，而一旦只是为了实现经济上的收益，只是为了短期的视觉迷惑的满足，而不是对优秀的作品和文化的传播，那么其性质就变成了一种急功近利的快餐文化。如湖南卫视在“超级女声”热播的同时，很多书店也推出了不少与超女题材相关的书籍，以“超女”为主题的有《我为“超女”狂》《超级女声宝典》《超级女声写真系列》等 7 种图书，一些读者毫不吝啬地将它们全部收入囊中。这种现象从表面来看似乎是一种文化的繁荣和昌盛，但是，这种急功近利的热销，更多的是一种视觉的迷惑，而那些精美制作的书籍，在短期的热潮过后，只能落得被压在仓库中的命运。

此外，影视同期书里面良莠不齐，有优秀作品，也有很多粗制滥造的作品，这些作品作为影视节目的补充来说，有着娱乐的功效，但是不能算作文化艺术作品。如随着影视的热播而快速上市的同期书，并没有将之转化为文学的小说语言，而是将剧本改头换面一番就当做同期书进行出版。但是，影视同期书与文学作品相比，还是存在着很大的不同。小说和剧本有

严格的区分，文学作品中的时间地点转换是需要语言的描述和提示的，但是镜头语言则不需要这种提示。小说是语言艺术，描写很重要。影视剧本是视觉艺术，对话是视觉工具。影视同期书严格说来不算纯文学小说，因为它的文学性是有疑问的。^[5]文学作品和影视作品虽然有着共通之处，但是，文学作品中的许多东西是影视作品难以企及和无法替代的。

三、影视同期书的发展思路

影视同期书对于文化有着双刃剑的作用，它有助于推动图书市场的繁荣，但是其良莠不齐的现象，也对文化的发展有着不利的一面。一旦影视作品热潮过后，相应的书籍难免尘封。从影视同期书的长远发展来看，需要注意以下几个方面。

1. 影视同期书应提高其艺术性和文化影响力

影视同期书如果一味追求商业利益，将之粗制滥造就仓促上架销售，固然可以在短期内有一定的收益，但是，随着读者对书籍的要求的提高，这类作品势必会造成经济和名誉的损失。所以，在影视同期书的出版和发行中，应该考虑到文学艺术和影视艺术之间的区别，不能单纯的将影视作品克隆一下便包装为影视同期书出版，而是需要将影视作品转换为文学的东西，使其具有语言的魅力，富含文学的色彩。只有这样，才能打造精品，避免昙花一现，成为联系影视和文学的独特艺术作品。如根据网络小说改编的电视剧《步步惊心》，在电视剧火爆的同时，同名书的出版，也因为其故事情节的环环相扣和文学性，而得到了很多观众的赞赏。

2. 影视同期书应体现文化的独特性

有的书籍出版为了搭上“影视热播”这班顺风车，所以不停地加班赶进度，一切以吸引眼球、满足观众的心理为目的，马马虎虎就写完了。这导致在影视同期书的出版中，有些拙劣模仿的痕迹。在 2011 年宫廷戏走红，于是导致影视作品的一窝蜂全部扎根到了清廷戏中，导致到处都是“九子夺嫡”的电视剧，以至于有人戏谑“四爷很忙”。而影视同期书的发行，也导致严重的题材重复和审美疲劳。

在影视同期书的出版和发行中，应该避免和降低这种个性化不足的局面，凸显影视同期书的创造性和个性，开发和出版一些具有特色的影视同期书。如随

近三年我国旅游英语规划教材现状抽样分析

文 / 叶志良 徐洁

[摘要] 国际旅游业的快速发展，迫切需要既懂旅游专业知识又懂英语的复合型人才。旅游英语类教材是培养复合型人才的重要载体。本文抽取 2009 年至 2011 年全国各地出版社出版的 15 本规划教材作为研究样本，通过对出版现状和编撰模式的描述，对我国旅游英语类教材的出版状况进行调研分析，并对未来旅游英语类教材的编撰提出建议。

[关键词] 旅游英语教育 教材 抽样分析

据世界旅游组织预测，中国将于 2015 年成为世界第一大入境旅游国和第四大出境旅游客源国，成为世界第一大旅游市场。^[1]为了适应国际旅游业的蓬勃发展，对既懂旅游专业知识又熟练掌握英语的复合型人才的需求量日益增加，旅游英语教学的重要性也就更加凸显。旅游英语教材是实现教育教学目标的重要载体，显然，编制高质量的教材是提高教学水平和人才培养质量的关键。

本文以 2009 年至 2011 年全国各地出版社出版的 15 本旅游英语类规划教材为调研对象，通过对旅游英语教材出版现状的统计和分析，为旅游英语教材的编写提出自己的思考与建议。

着穿越剧的热播，一窝蜂地去做穿越的图书，而随着谍战剧的热播，大家又都去做谍战剧，这种急功近利的恶性竞争，不仅无法打造出版社的品牌，而且也难以赢得长远的经济效益。简单跟风、注重短期的市场效益，而忽略出版的策划工作，忽视对于自我品牌的开发，这也是制约我国的影视同期书的一个重要因素。

四、结语

我国的影视同期书在文化的争议和现实的热潮中

参考文献：

- [1] 薛月兵. “影视同期书”现象的冷思考 [J]. 沧桑, 2008, (02)
- [2] 张文明. 透视影视同期书的出版热潮 [J]. 编辑之友, 2010, (03)
- [3] 欧阳沛. 影视给力图书观影视同期书的销售之道——以《盗官记》改编成《让子弹飞》等为例 [J]. 今传媒, 2011, (04)
- [4] 魏萍. 文学与影视之间——就“影视同期书”现象采访葛红兵教授 [J]. 电影评介, 2006, (12)
- [5] 卢佃明. 新时期小说的“影视化”焦虑 [D]. 延边大学, 2010

一、近三年旅游英语教材出版现状

2009 年至 2011 年，全国各地出版社共出版旅游英语类教材 142 本，其中规划教材 15 本。现从选题、读者、编者三种视角审视出版现状。

1. 选题方向

从选题上看，旅游英语教材极少对旅游业和旅游理论基础进行学理上的阐述，而是紧扣旅游过程中实际发生的行为而展开编排，其内容多集中在导游服务过程及综合旅游服务两个方面。或是按照导游从接团入境到送团出境整个旅游活动过程中的吃、住、行、游、购、娱、处理紧急问题等板块逐一进行知识介绍，

不断的发展着，我们要正视目前的影视同期书存在的问题，并针对这些问题采取相应的对策来不断提高其质量和水平，而不是仅仅将之作为市场上的一件赢利工具。这需要作家和编辑共同努力——作家打造出更好的作品，编辑把关一部书的质量。只有这样，才能在不断扩大受众群的同时，满足读者日益提高的阅读水平。

(作者单位：北京师范大学珠海分校艺术与传播学院)