

文学作品植入广告是共赢,还是伤害?

本报记者 张妮

一度盛行于影视界的广告植入风潮,近年来正在向文学领域挺进。如石康在其作品《奋斗乌托邦》中植入3个品牌广告,为他带来百万元收入;畅销小说《藏地密码》曾以书签的形式“嵌入”3幅广告;一本名为《赐赐兜兜》的书更是将植入广告做到了极致,女主人公“赐赐兜兜”就是服饰品牌TTDOU的谐音。围绕在文学作品中植入广告这一现象,近日记者采访了相关企业、出版社和作家,对这一新鲜事他们做出了自己的评判,可谓正反两方面的声音都有。

趋势:合作形式更加多元

当下文学作品中的广告植入形式可谓多种多样,有的在文章中直接引用品牌,有的直接以广告主品牌命名书名或主人公名字,有的则是在作品后记或鸣谢中指出“赞助方”,有的是在序言的落款中点出“写于某地”……

据中央编译出版社副编审邓永标介绍,在对都市题材类作品进行审稿的过程中,常常会发现有广告植入的现象,涉及药品、服装、饰品等类别,“出版社对这种情况会进行严格审核,如果广告植入过于明显会予以退稿或修改。”邓永标告诉记者,大部分这种合作都是企业主动出机,寻觅具有一定知名度的作家进行协商,协商成功后,或直接支付作家一定报酬,或由企业搭台举办作品推介会等形式的营销活动,以使作者、出版商、企业都能从中受益。

当然,作家主动联系企业的案例也有。据作家沈星好透露,在其小说《爱情下一秒》中就植入了一个韩国化妆品品牌的广告,因为该化妆品品牌的会所环境特别适合小说中的一个场景,于是她就与对方主动联系并达成共识,在不影响作品的情况下植入广告,而该商家则负责提供新书发布会场地以及随书附赠一些化妆品。《亲爱的,我们一起怀孕吧》的作者之一韩雅君也告诉记者,她在书中推荐了她产子的妇幼保健院和服用的维生素品牌。作品完稿后,她分别与这两家企业取得联系,企业也表示愿意负责后期的图书宣传并采购部分图书。

正方:市场经济下的一种尝试

“广告是文化外衣包裹下的营销活动,自古至今都有,因而文化与广告结合并不奇怪。大家之所以会对文学作品植

入广告感到诧异甚至提出质疑,是因为以往在纯文学领域广告较少出现的原因。”中国传媒大学广告学院副教授宋红梅说,“文学作品是广告的一个探索领域,是在一定时间段找到的文化外衣,这应是合作双方实现共赢的方式。”

作家出版社编辑郭汉霄也认为,文学作品本身也需要赞助,这是在市场经济之下一种降低风险的措施。如今作家已从原来单纯埋头写作到必须面向市场,文学作品植入广告的现象在一定程度上也折射出了当下部分作家的生存状况。作家丑丁说:“大部分搞文学创作的作家都是出于对文学和生活的极大热爱,但一般要花几年时间才能写出一部作品,与他们得到的稿酬相比,价值完全不对等。”

对此,北京大学教授李常庆认为,人们反对在文学作品中植入广告,是因为其中有许多不科学的滥用,是技术层面的问题,不是植入广告本身的问题。出版物是商品,就必须要考虑市场,但是广告的植入要不违背作品背景,具备

可植入性,其最高境界莫过于“润物细无声”的植入。他说,文学能带给人们力量和希望,如今一些作家收入低微,在文学作品中植入广告客观对待,只要经过合理设计、不违背创作本身的规律,植入得巧妙、自然、合理就可以。

反方:可能会变成“在广告里插播文字”

“在电影中植入广告受画面、时间等的限制,在小说中植入广告则是在情节或细节上下功夫,于字里行间敲点小动作。倘若作家或广告方、出版方不吭声,很少有人能从密密麻麻的文字中品出广告味儿来。”一位作家告诉记者。

在文学作品中植入广告,作家除了可以获得版税和稿费,还能获得不菲的广告收入,单纯从经济角度来看,这确实是一种成功。但多位作家、读者表示,在文学作品中植入广告的做法不利于文学的健康发展,也不利于作家个人形象与品牌的树立。



王子维绘

上海市长宁区:

引入市场机制 演绎“身边的感动”

本报记者 洪伟成 实习生 黄思宇

近日,由上海市长宁区宣传部、长宁区文化局、长宁区文联联合举办的“身边的感动”——2013年度长宁区“树好人、学好人、做好人”文艺原创汇演在长宁区文化艺术中心剧场举行。

该项活动于去年2月启动,围绕近两年长宁区评选出的“道德模范”和“十大新闻人物”,通过公开招标、市场运作的方式,组织区域内外文学艺术创作团队,通过多样的表现形式,把这些先进典型搬上舞台。整个活动历时近一年,除了进行汇演,这批原创作品去年底已在长宁区进行了7场巡演。这些节目生动地再现了一批先进人物的感人故事,起到了感染人、激励人的社会效应。

不论出身,剧本好中选优

不同于以往直接交派任务给专业剧团,长宁区此番另辟蹊径,首先由主办方通过媒体公布新近评选出的16名先进典

型人物的事迹,并在全市公开募集创意大纲。主办方收到提交的创作大纲后,经专家筛选,从最初的80多个创意大纲,到后来近50个剧本,再到22个作品进入排演环节,最终筛选出了10个节目入围。

在全市“招标”的做法吸引了各路团队积极参与,层层筛选、好中选优的淘汰机制令节目质量普遍提升。长宁区宣传部办公室主任孟鸿说:“无论体制内外、专业还是业余的团队,参与机会均等。此举也保证了节目质量,有助于文艺团体焕发活力。”孟鸿递给记者的汇演节目单显示,登台演出的原创节目既有来自上海话剧艺术中心、长宁沪剧团、上海左邻右舍文化传播有限公司等专业文艺院团的,亦有来自新华路街道、虹桥街道的草根文艺团体。

为了争取节目入选,长宁沪剧团在定下创作大纲后即邀请国家一级编剧徐正清担当编剧、上海戏剧学院硕士生

导师吴汶聪担当导演,紧锣密鼓地开始了节目创作。在此次汇演中,民营企业左右舍文化传播有限公司入围了两个节目,公司总经理纪晓兰说:“民营并非业余,我们的优势是有创意。”他们创作入选的街舞剧《自行车医生》就是一个出奇制胜的作品。在这个表现瑞士小伙子和上海修车大爷因自行车建立起情缘的故事中,他们引入了说唱、街舞和自行车特技等多种元素,使节目更有吸引力。

对节目的资金支持是与筛选过程同步的。从创作大纲入选环节开始,主办方方便参与团队支付稿酬或制作费,全程跟进、及时建议,并对最终获奖的节目给予资金奖励。据孟鸿介绍,这笔钱来自于长宁区政府去年设立的文化专项扶持资金,“我们起初提供保障性支持,最后给予肯定性奖励。这样一来,走到最后的团队一般都略有盈余,皆大欢喜,其他没能入围的团队也能达到收支持平。”

群众上舞台,演员下基层

素日就在身边的人物被搬上舞台,大家都愿一看究竟,因而7场社区巡演吸引观众超过4000人次。而这些作品之所以生动感人,与入选剧团在创作过程中的脚踏实地、深入生活不无关系。

《好人就在你我身边》是一个将16名先进人物事迹囊括其中的朗诵节目。为弥补朗诵形式上的单一,创作方把实地拍摄的16名先进人物的日常生活和事迹的视频作为舞台背景,使原本遥远的人物变得清晰鲜活起来。

为了表现好社区基层干部的日常生活动,丰富沪剧《小巷总理》的故事情节,长宁沪剧团团长陈旻萍多次走访社区取材。“虽然只给我们10分钟的发挥余地,但一点也马虎不得。我们如果马

“电影、电视剧是大众文化消费品,植入广告可以,但文学作品是妈妈做的饭,要有营养。”编剧于雷感慨地说,身边的一些作家纷纷接受赞助,于是将较多的笔墨放在了商业品牌的描写上,“这样作品就不纯粹了,我对此非常不赞成。”丑丁认为,在当下作家生存条件并不乐观的情况下,高额的赞助费相比微薄的稿费是诱人的,但他强调,君子爱财,取之有道,作家不能毁了读者对文学的期待。

一些作家认为,商家的逐利逻辑、作家的名人效应,通过文学作品这一载体实现了利益勾兑,看似皆大欢喜,实则危机重重。一方面,这会令读者对作家的写作初衷产生怀疑;另一方面,文学作品的广告植入虽然看似“含蓄”,但一些作者往往丧失了对度的把握,违背了文学创作的规律,使作品很难流传久远。因此,很多业内人士表示,文学作品中植入广告的趋势值得警惕,否则,文学作品很可能会变成“在广告里插播文字”,作品也难免变得浮躁肤浅,让读者感到厌倦。

近日,广西梧州市群众艺术馆在该市市政广场举行了“和谐文化,携手共创”群众文化基层活动授牌仪式,市群众艺术馆向当地新华社区、潘塘社区、中山小学等单位授予了“文化教育基地”“未成年人文化教育基地”“外来务工人员文化教育基地”等牌匾。该群众艺术馆有关负责人表示,今年该馆计划与更多社区、学校、企业等建立合作机制,提升区域公共文化服务质量,拓展文化服务内容。

近几年,随着政府部门加大对文化的扶持力度,梧州各地的群众文化活动内容日趋多样化且各有千秋,为群众津津乐道。

健身舞:成为当下最时髦的活动

又逢周末,40岁的外来务工者黄强像往常一样,来到市政广场大舞台,观看了一场电影《我是中国人》。不远处,活跃着好几支跳健身舞的队伍,电影结束后,黄强也加入其中,跟舞友们跳上一场“最炫民族风”。在梧州,跳健身舞成为当下最时髦的活动。“既有益身体健康,又愉悦心情,一举两得。”黄强对记者说。

为了更好地引导、鼓励群众参与,梧州市定期举办广场健身舞大赛。如今,全市广场健身舞蹈队已达60多支,参与群众2万多人,遍及全市城乡。

“参与公共文化活动是老百姓最基本的权利。”梧州市文化新闻出版局副局长潘康进说,近年来,梧州推出了“璀璨广场”群众文艺品牌,开展了健身舞大赛、社区文艺汇演、免费电影“周周播”等系列公共文化服务。与此同时,还成立了全市业余文艺团队协会,使许多文艺队伍得到了统一、规范的管理,健身舞等文艺活动的开展也愈发井然有序。

粤剧:一张富有底蕴的城市名片

粤剧是岭南地区的代表剧种之一,很多唱段唱词都与市井生活息息相关。粤剧在梧州也拥有着广泛的群众基础,许多不同年龄段的群众,张嘴就能来上一段《荔枝颂》或《分飞燕》。

而今,粤剧在梧州已走进寻常百姓家,粤剧“私伙局”也是随处可见。据介绍,现在活跃在当地的粤剧粤曲业余文艺团队有近20支,这些粤曲发烧友们自发地聚集在一起,“天天练,周周演,乐趣多多”。

“粤剧已成为梧州一张富有底蕴的文化名片。”潘康进说,今年梧州计划举办优秀折子戏“季季演”“月月演”以及把外地优秀粤剧团“请进来”等系列活动,让群众过足粤剧瘾。

传真

河北“冀图讲坛”被誉为城市教室

本报讯(驻河北记者李秋云 实习生杨国勇)由河北省新闻出版广电局等单位共同举办的2013年度河北省全民阅读先进典型表彰活动日前在石家庄市举行,河北省图书馆创办的“冀图讲坛”系列公益讲座被评为河北省全民阅读优秀读书活动。

去年以来,河北省图“冀图讲坛”本着以公益化方式服务社会的原则,先后举办了十八届三中全会专题讲座、大学生创业就业培训讲

座、纪念毛泽东诞辰120周年专题讲座等多项主题鲜明的活动,受到社会大众的广泛好评。作为全国公共图书馆联盟成员,河北省图“冀图讲坛”目前已开设河北乡土文化讲堂、健康养生课堂、大众阅读等多个系列讲座。

“冀图讲坛”创办于2011年7月,至今已策划举办现场讲座130多期、播放“视频讲座”200余场,接待听众万余人次,被市民誉为“城市教室”。

镇江成立文化网络志愿服务队

本报讯 日前,江苏镇江文化网络志愿服务队正式成立,来自当地教育、电力、金融等行业的26名网络志愿者代表参加了成立仪式,成为通过网络、有组织地向外宣传推介镇江文化的新生力量。

镇江文化网络志愿服务队由镇江文广新局、镇江文旅网联手组建。镇江文旅网现有注册会员2000多名,其中很多会员是关心、热爱镇江文化的摄影摄像爱好者,当地文广新局因势利导,成立了文化网络志愿服务队。今后,他们将以在此基础上,吸引更多网络志愿者加入,不断壮大文化宣传服务队伍。

为更好地发挥网络志愿服务队的的作用,镇江文广新局将通过手机短信平台,不定期地向志愿者推送重要活动信息,以便志愿者及时获取信息参加活动,并通过拍摄图片、视频的方式传递镇江文化。(苏文)



临近春节,宁夏银川市青少年宫举行“新春送福”活动。刚放假的孩子们在老师的带领下到市内多个社区,亲手写下“福”字,并赠送给社区居民,向他们送去新春祝福。图为银川市青少年宫的孩子在为居民写“福”字。新华社记者 彭昭之 摄



街舞剧《自行车医生》