

海外视点

同一本书售价相差几百上千倍 亚马逊书商炒作天价小说作者发文声讨

《纽约时报》近日曝光亚马逊书商在作者不知情的情况下，以炒作天价的方式赚取巨额利润。

网络书商相比实体书店的优势正在于低廉的价格，公众直观感受其主要以薄利多销的方式来应对竞争激烈的图书市场，但亚马逊的一些书商偏偏反其道而行之。

爱情小说作者底波拉·麦吉利夫雷上月在社交媒体发布“檄文”，指责亚马逊定价混乱。底波拉发现，有亚马逊书商将她2009年的平装本小说《雪骑士》炒出了2630.52美元的高价，而这本畅销书在其他地方的售价为0.99美元。

亚马逊是欧美当下最大的书籍交易市场。书籍作为亚马逊的第一款商品，也是其庞大商业帝国崛起的根基。亚马逊最初用低价几乎打垮了实体书店，控制了美国新书市场的半壁江山，对市场的垄断程度超过了美国历史上所有书商。但随着亚马逊的发展，目前书籍的收入占比已经微不足道。

很少有人关注到，书籍目前已成为亚马逊最混乱失序的市场之一。一家为亚马逊零售提供定价软件服务的公司透露，第三方书商会瞄准一些较为冷僻的书籍，操控定价和库存，制造书籍“稀缺”的假象。早在十年前，他们就为超过15000家进驻亚马逊的商家提供相关定价服务。

亚马逊前品牌顾问彼得·安德鲁斯表示：“如果要以610美元的价格出售一本10美元的书，卖家只要等到一个顾客就可以了。”亚马逊本身也为读者比价设置了障碍，同一本书可能会被归入几种不同的商品列表，而能找到正常售价还是要付出几十甚至上百倍的高价，顾客搜索时只能“听天由命”。

不少亚马逊第三方书商动辄将书价定在600美元以上。在某好评率达100%的亚马逊书店，畅销书《厨房秘事》定价为614美元，而亚马逊直属零售商的定价仅为6美元。已发表八本小说的底波拉表示，她继续在亚马逊平台观察书籍定价乱象。“亚马逊的书商没有违反法律，即使他们在手头没书的情况下把书籍炒出天价。但作为平台的亚马逊不能纵容扰乱市场的行为。”

亚马逊继续无视。在作者发表对亚马逊的质疑后，《雪骑士》在某亚马逊商店的价格再次跃升达到2800美元。此前《泰晤士报》就曾曝出有亚马逊书商将某学术著作炒至3204美元，超出正常售价32倍，亚马逊随后下架了这本小说，并在声明中表示“我们积极监控并删除违反定价政策的商品”，但亚马逊拒绝说明其政策的具体规定。而随后的报道揭露了目前第三方供应商在亚马逊平台的书籍销售基本处于“零监管”状态。(本报记者 吴钰编译)

英剧《唐顿庄园》电影版今夏开拍

英国ITV电视台出品的英剧《唐顿庄园》电影版将于今年夏天正式开拍，剧本目前已进入筹备阶段。电视剧导演布莱恩·派西维尔将执导该片，原创人朱利安·弗罗斯特担任编剧，演员方面包括“伯爵夫人”玛吉·史密斯、“伯爵长女”米歇尔·道克瑞、“格兰瑟姆伯爵”休·博内威利等一众剧集原班人马将参与电影版的制作。

从2010年第一季开播至2016年第六季剧终，《唐顿庄园》曾多次获得金球奖和艾美奖等各类奖项。作为在全球风靡一时的英剧，第六季最终令人百感交集的结局至今令观众记忆犹新。《唐顿庄园》的故事背景设定在1910年代英国约克郡的一个虚构庄园中，讲述了由格兰瑟姆伯爵家族继承问题而展开的一系列故事，向观众展现了当时英国上层贵族和与其仆人们在森严的等级制度下的生活百态。据统计，六季《唐顿庄园》共获得了艾美奖的69项提名并赢得了其中的15项，成为史上获得艾美奖最多的国际剧集。

此次电影版将由焦点影业联合嘉年华影业联合制作。“电视剧结束时，我们就想要为全球数百万影迷们制作一部电影。现在，我们终于和主要演员达成了共识，电影将很快投入制作。精彩紧凑又不失娱乐性的剧情将为观众在大银幕上献上一台好戏。”电影制作人加雷思·尼姆接受采访时表示。

享有“21世纪最伟大英剧”的美誉，《唐顿庄园》以制作精良、历史还原度高、情节曲折精彩吸引了全球影迷的瞩目，甚至还创下了单集百万英镑制作费的纪录。与其他以大家族为背景的剧集不同，电视剧并没有把大量笔墨放在权力与金钱上，而是细腻刻画了家庭成员之间的点点滴滴。朱利安·弗罗斯特曾表示他创作该剧的灵感，正是来自于普通的英国家庭。庄园的大门打开，喜欢看家庭剧的观众可以看到剧中生活的日常和温情，而热衷职场剧的观众则能在仆人们的明争暗斗中找到满足。剧中无论是庄园里尊贵显赫的伯爵一家，还是举止得体的管家和心怀鬼胎的仆人们，每个人物都有饱满且丰富的个性。不同人物之间的故事各自独立又相互交错，牢牢抓住了观众的眼球。

令人遗憾的是，在目前公布的演员名单中并没有“伯爵长女”丹·史蒂文斯的身影。作为《唐顿庄园》的男主角，史蒂文斯所扮演的马修·克劳利是最受影迷欢迎的角色之一，但这一角色在第三季中就因史蒂文斯前往好莱坞发展而与观众再见。(本报记者 王筱丽编译)



英剧《唐顿庄园》凭借跌宕起伏的剧情和精良的制作在全球范围内吸引了大量影迷，该剧在2016年年初迎来大结局。图为《唐顿庄园》第六季剧照。



《同一堂课》里，作家张悦然带着她的“学生们”走过田野。

“综艺”新空间要以原创模式来打开

——《朗读者》第二季、《同一堂课》等节目近期热播的背后

■本报首席记者 王彦

从上周日开始，“96岁中国肝胆外科之父吴孟超”的话题在微博热搜榜全天置顶。起因是新一期《朗读者》节目里，这位耄耋之年仍不舍一线的国之“大医”打开了三封信、一段读本，从中，他的医者父母心、师者公允心、为人之玲珑心，轻轻叩击观众的心门，而后回响在了万千新媒体终端。

这个暑假，一些小学生的语文作业：看《同一堂课》节目，写一篇“阅读”笔记。老师看重的是节目里教授语文课的不同“姿势”，孩子自己试写五言，在田间地头讲陶渊明，借魔术剖析《疑邻盗斧》，用戏剧表演感受蒲松龄笔下《狼》的天地，不一而足。语文特级教师黄玉峰的话很有代表性：“教无定法，教是多元的。本质上讲，一篇课文有一篇的教法。”

两档节目虽在受众面和影响力上并不处于同等量级，但有一点异曲同工，皆由看似简单的文本开始，终点却落在了不同圈层——一个覆盖了全年龄段、各行业人群，另一个从部分青少年的作业本上抵达了更多成人观众。都说文化类综艺“风正劲”，2017年和2018年该类型节目分别突破了50档和60档，其中不乏雷同者。什么样的节目可以穿透不同圈层抵达更多受众？在专家看来，从《朗读者》和《同一堂课》入手或许能得到一些启发。

语文也是全科教育，文字里承载的世界无远弗届

《同一堂课》已播出了八期，每期摄制三天。三天里，受邀的文化界人士化身临时课老师，面向不同地方的孩子教授不一样的语文课。比如京剧演员王珮瑜给上海宝山的孩子拆解《空城计》，普及“京剧表情包”，传授京剧里蕴藏的价值；学者于丹去台湾台东，带着当地小学生读《归园田居》，下稻田插秧，再回课堂讨论“写下‘种豆南山下，草盛豆苗稀’的陶渊明究竟是不是一把农活好手”。

中国传媒大学艺术学部教授贾秀清把节目比喻为“很微观的空间”，这空间只是一堂语文课，“却包容了同文同根同脉的整个华语世界”。她用“以小博大”来评价，“小”即文本普通，都是今天孩子语文课本里的内容；“大”则是文字承载的范畴，文以载道，文字背负着古往今来、地理天文、人心人情、无远弗届。

跨界而来的“老师”教得怎样？上海戏剧学院音乐剧中心主任王洛勇说，有个赧于和对视的孩子终于在第三天抬起头露出了他的眼睛，并且用普通话大声说了“谢谢”。王珮瑜说，短短三天相处，一个孩子郑重宣布，“我长大了想当一名京剧演员”。

语文是门全科教育。它最大的魔力便是，借着有光的文字，在人心播下真善美的种子。对这一点，教了50多年语文的黄玉峰深信不疑。巧的是，他的暑期两周也是在“户外语文课”里度过的。师生共40人“跟着苏东坡的足迹”踏上旅程，一路走一路写，收获了1000多首诗。在他看来，语文教学自有规律，“首先是阅读、积累，有积累才能通往博学多才。然后逐步理解、评价、创新”。《同一堂课》

正是尊重了语文的规律、看到了文字的力量，所以才让“一堂课”包蕴了三堂课：注重阅读、积累的普通语文课，让孩子带上文字去认识家乡、自然和人的语文户外课，以写作、排戏等手段调用文字记忆与所有感官来传递情感的语文表达课。

文化综艺跨越“十个界别”，做真世界真英雄的“真人秀”

若单论文本的“小”，吴孟超院士在《朗读者》里的相关文本，也可谓之“小”，里面都是朴素至极的公开。节目公开的几封信中，一封来自病患甜甜，她写：“后来我选择了9月24日——让我获得再生的日子，和我心爱的人携手走上红毯。今天我可以拥有完整的人生，谢谢您。”一封来自与吴老合作了30年的护士长：“在很多人看来，您是个传奇，但只有我看到过手术后靠在椅子上的您，胸前的手术衣都湿透了，两只胳膊支在扶手上，掌心向上的双手在微微颤抖。您叹口气说：‘力气越来越少了，如果哪一天我真的在手术室里倒下了，你知道我是爱干净的，记住给我擦干净，不要让别人看见我一脸汗的样子。’”

新一期《朗读者》节目里，96岁中国肝胆外科之父吴孟超“打开”了三封信、一段读本，从中，他的医者父母心、师者公允心、为人之玲珑心，轻轻叩击观众的心门。



《同一堂课》每期摄制三天，受邀的文化界人士化身临时课老师，面向不同地方的孩子教授不一样的语文课。



文化类节目《国家宝藏》找到了文物的表达方式。(均资料图片)



正是尊重了语文的规律、看到了文字的力量，所以才让“一堂课”包蕴了三堂课：注重阅读、积累的普通语文课，让孩子带上文字去认识家乡、自然和人的语文户外课，以写作、排戏等手段调用文字记忆与所有感官来传递情感的语文表达课。

文化综艺跨越“十个界别”，做真世界真英雄的“真人秀”

若单论文本的“小”，吴孟超院士在《朗读者》

文化类电视节目如何从1.0升级到2.0

曾于里

日前央视正式宣布，《如果国宝会说话》第二季将于7月23日在纪录频道首播。在此之前，该系列第一季于今年1月1日播出，在年轻人群体中引起了强烈反响。

“去高冷”与“过度娱乐化”的边界

回溯2018年第一个引起广泛讨论的文化类节目，当央视《国家宝藏》莫属。在公众的直观印象中，文物小众、沉寂、高冷，许多人对文物的态度是隔膜的。《国家宝藏》总导演于蕾就曾说过：“常有人问，为什么我选择这样一个沉闷的题材？把这样的主题讲得有趣，是不是很难？其实在我心里，博物馆和博物馆里的文物从来不是沉闷的，如果人们觉得它无趣，那一定是我们做得不够，没有一个与之匹配的表达。”

也推出了类似的文博科普探索类节目，却是打着文化的旗号，行选秀娱乐之实，有的甚至弄虚作假，欺骗观众。如此，非但弘扬不了传统文化，还会拉低文化类节目的品位和格调。因此，如何“去高冷”，让文化“化”更多人，又要避免媚俗和娱乐至死，仍是文化类节目亟需探索的议题。

跟风与同质化之弊

观众对于文化类节目的热情，很大一部分原因是这几年扎堆的明星真人秀的审美疲劳，这就像是吃惯了油腻的大鱼大肉或者重油重盐的快餐，终于端上了一碗平淡清甜的清汤。应该说，文化类节目的崛起本身是一件好事。但笔者注意到，在央视推出几档颇受好评的文化类节目之后，一些地方台是在准备不足、思考不充分的情况下，按照别人的模式匆忙制作同类型节目，导致这一类节目目前有跟风与同质化的倾向——看一下从去年至今各地出现的文化类节目，“中华”“诗词”“汉字”“国学”在名称上频繁撞车，相似程度颇高。

《朗读者》的朗读+故事模式，也被复制到了一些地方台的同类节目中。这些做法，都造成了节目在形式上创意单一，看点单一，虽然细节上各有差异和侧重，但总体上大同小异。

中国五千年的文化博大精深，既有许多优秀的思想和理念，也包含着丰富而复杂的上古神话、经典古籍、文学作品。如果制作节目像“做菜”，那么文化类节目有着得天独厚、丰富多彩的珍贵食材，问题就在于我们的做法。如果每一样食材都是同样的炒法，同量的盐分同量的味精同样的配菜，那么再珍贵的菜肴也会有让人腻味的一天。

文化类节目的价值和意义不言而喻，它能推动中华优秀传统文化的创新性发展和传播，不断丰富中国精神和中国价值的内涵，为观众提供新的精神指引，也能够丰富观众的业余生活。当下文化类节目已经走过了“有没有”的1.0阶段，现在就得好好琢磨如何向“好不好”的2.0阶段迈进。“好”不仅仅是有更优质、更具独创性的内容和形式，“好”也在于拥有更广泛的受众和更强大的传播力。这是文化类节目亟需应对的挑战：如何在保证文化品位的前提下，不断创新节目形式、制造新的看点，让更多人喜欢并接受，让文化“化”更多人？(作者为文艺评论人)