

梧桐落叶里藏着“这里是上海”的时代考题

——从人民的获得感看“推动高质量发展、创造高品质生活”②

晓彦

文匯時評

中国新闻名专栏

一叶落而知秋。今天,当我们这座城市 GDP 迈上 3 万亿台阶的时候,“梧桐落叶不扫”如神来之笔, 挥就了其发展史上一个令人心动的细节。其实,也是一个新的开始:从清扫到观赏,从满足平淡生活到追求诗意的栖居,这是一道关于品质生活的时代考题。

城市是文化的容器,文化是城市的灵魂。腹有诗书气自华,人如此,城市亦然。比如音乐之于维也纳、时尚之于巴黎、建筑之于罗马、文学之于爱丁堡……在“富起来”的中国,美好生活更多地体现在人们对文化、精神领域的更高追求上。在上海这个高颜值的“容器”里,文化给我们带来的满满的获得感。

黄浦江两岸,一座座崛起的文化新地标,正是人文之城的颜值担当。浦东滨江大道上,156 岁的上海船厂旧址老船坞变身“1862 时尚艺术中心”;黄浦江边,巍峨壮观的 8 万吨粮仓码头变身艺术秀场;陆家嘴,“最美公共文化空间”融书房静静地盛开着,上海中心大厦则藏着观复博物馆;广富林文化遗址内,“明代高房”变身“朵云书院”;遍及城中的“最美书店”传递着最是书香能致远的城市文脉;现代戏剧谷、西岸传媒港、环人民广场演艺活力区……覆盖全市的一流场馆以文化滋润着一座城市。再展望未来,亚洲演艺之都的新标志——上海大歌剧院,“第三代图书馆”——上海图书馆东馆,上海博物馆东馆等等,诸多对标国际一流的文化设施也将如约而至。20 年前,刚刚建成的上海大剧院,是要买门票才能参观的。如今,人们对殿堂级的文化设施已经习以为常。

如果说这些雨后春笋般拔起的文化设施,是一副静态的文化地图;那么令人目不暇给的上海文化节庆、会展、赛事,就是对城市文化的生动诠释。春天有上海之春国际音乐节,初夏有上海国际电影节,夏秋之交有上海书展,秋冬时节有中国上海国际艺术节。此外,F1 中国站、ATP 网球大师赛已负盛名,上海国际芭蕾舞比赛、上海国际小提琴比赛、中国上海国际童书展声名鹊起……在这个文化大“码头”上,“打飞的来看演出”已经不是新闻。比如,法语音乐剧《摇滚莫扎特》在上海文化广场上演时,就有从日本、韩国、俄罗斯、乌克兰赶来的观众。笔者几位江浙的朋友也自驾来沪,极致疯狂的审美体验着让他们过了一把瘾。

爱默生曾言,文化开启了对美的感知。然而,人们也清楚,城市文化的发展,相对易得的是“物”的建设,难的是精神培育、品质锤炼和境界的升华。今天,人们不但要“看戏”,还要“看好戏”;不但要欣赏“大师的表演”,还要“看首演”;不但要“阅读”,还要求“有品质的阅读”……从这个意义上说,上海是文化“码头”,更要打造文化“源头”。借“码头”之利开掘“源头”活水,久久为功。

思想有多远,目光就有多远,脚步就能延伸多远。曾经,“文化搭台、经济唱戏”是司空见惯的经济现象。如今,文化本身成为产业转型的方向所在,成为区域经济竞争的新空间所在。上海文化创意产业总产出占生产总值的比重已超过 12%。从上海市“十三五”文化发展规划到上海“文创 50 条”,再到全力打响“上海文化品牌”,擦亮文化金名片,促进文化繁荣发展、提升城市软实力,已成为上海面向未来发展的根本战略。

文化视点

图书市场惊现同一作者的“同一本书” 问题“撞脸”,热门书跟风现象儿时休

■本报记者 许畅

日前,日本学者大前研一的两本著作的中译本,在图书市场竟然以同一个书名出现,都叫《低欲望社会》。这样的“撞脸”,让图书市场跟风蹭热点的风气里出现了一个极端的案例,引发业内强烈热议。有专家指出,出版是一件严肃的事情,这样的情形非常遗憾,若频频出现,将会坏了图书市场的良性循环。

记者比对后发现,上海译文出版社的版本与日本小学馆出版日文版原书封面排版、设计风格一致,腰封上注明“大前研一独家授权唯一完整中文版”;而另一家出版社的同名图书,则在大大的相同的书名后,“巧妙”地加了“人口老龄化的经济危机与破解之道”,也“巧妙”地注明译自大前研一在日本 PHP 研究所出版社的另一本书《让我们赶走老后不安》,一切似乎天衣无缝。

最后的情形是,后者在国内上市铺货早了一个月,上海译文社的中译本自然遭遇了“发行阻滞”。

蹭热点、搭便车,“多胞胎”书名频现

上海译文出版社责任编辑陈飞雪告诉记者,她在朋友圈里刷到另一本同名书时,“瞬间惊呆了,大脑一片空白,第一反应是日方会不会重复授权了”,她和团队 2017 年 7 月向日本小学馆提出版权申请,后邀请旅日学者姜建强担纲翻译,中译本根据日文版原书 2016 年修订本翻译而成,获得了大前研一的独家授权。因另一本同名书已于今年 8 月上市,国内实体书店、网络电商等发行渠道都已全面铺货,“不少发行方无法理解,为何又跳出大前研一的《低欲望社会》,我们费了大量口舌,反复向各平台方解释,但效果甚微。”赛道被占,这令上海译文社大为困扰和无奈。

近年来,“搭便车”“蹭热点”现象在国内市场屡见不鲜,“多胞胎”书名频现。比如,《谁动了我的奶酪》当年引进国内后,在短短几个月里累计上百万册发行量,随之而来的,是争相涌现的《我的奶酪谁动了》《我动了谁的奶酪》《谁的奶酪动了》《谁和我一起动奶酪》《谁敢动我的奶酪》,让人眼花缭乱;到后来甚至出现《谁动了我的稀饭》《谁动了我的肉包子》等“衍生品”,令人啼笑皆非。《水煮三国》卖火了,一时间挂着《煮酒品三国》《水淘三国》《烧烤三国》等“花式烹饪”的书名,让人哭笑不得。



日本小学馆出版社《低欲望社会》日文版原书。

图书市场惊现同一作者的“同一本书”

问题“撞脸”,热门书跟风现象儿时休

■ 一本书的畅销,证明它的选题迎合或满足了读者内在阅读需求,趁热打铁推出高度相似选题的书,在市场上分一杯羹,是不少跟风书的原始动力。出版商对热点的捕捉可以理解,但高度雷同的书名与文案策划,甚至还有恶意“攒书”“伪书”乱象,则搅乱了出版秩序,混淆了读者耳目,这种炮制速食快餐背后的浮躁心态更值得警惕

7 月向日本小学馆提出版权申请,后邀请旅日学者姜建强担纲翻译,中译本根据日文版原书 2016 年修订本翻译而成,获得了大前研一的独家授权。因另一本同名书已于今年 8 月上市,国内实体书店、网络电商等发行渠道都已全面铺货,“不少发行方无法理解,为何又跳出大前研一的《低欲望社会》,我们费了大量口舌,反复向各平台方解释,但效果甚微。”赛道被占,这令上海译文社大为困扰和无奈。

近年来,“搭便车”“蹭热点”现象在国内市场屡见不鲜,“多胞胎”书名频现。比如,《谁动了我的奶酪》当年引进国内后,在短短几个月里累计上百万册发行量,随之而来的,是争相涌现的《我的奶酪谁动了》《我动了谁的奶酪》《谁的奶酪动了》《谁和我一起动奶酪》《谁敢动我的奶酪》,让人眼花缭乱;到后来甚至出现《谁动了我的稀饭》《谁动了我的肉包子》等“衍生品”,令人啼笑皆非。《水煮三国》卖火了,一时间挂着《煮酒品三国》《水淘三国》《烧烤三国》等“花式烹饪”的书名,让人哭笑不得。

为了吸引读者注意力,书商在书名上可谓下足功夫,有时通过增删更改个别字词或采用相同句式,达到“以假乱真”的效果,混淆读者耳目,搭“顺风车”扩大发行量,而实际上书的内容与“被跟风者”大相径庭。这甚至形成了一些起名体,如“那些事儿”——《明朝那些事儿》《老北京那些事儿》《水浒那些事儿》《幼儿园那些事儿》;“那些年”——《那些年,我们一起追过的女孩》(这些年,我们一起谈的钢琴)《那些年,我们一起追的男人》;“好妈妈”——《好妈妈胜过好老师》《好妈妈胜过好医生》《好妈妈就是好医生》等。

“攒书”“伪书”急功近利,速食快餐不断复制

一本书的畅销,证明它的选题迎合或满足了读者内在阅读需求,趁热打铁推出高度相似选题的书,在市场上分一杯羹,是不少跟风书的原始动力。出版商对热点的捕捉可以理解,但高度雷同的书名与文案策划,甚至还有恶意“攒书”“伪书”乱象,则搅乱了出版秩序,混淆了读者耳目,这种炮制速食快餐背后的浮躁心态更值得警惕

有出版人直言,拙劣模仿者接踵而至,往往根本顾不上图书的质量。比如,央视纪录片《舌尖上的中国》一炮打响后,图书界很快诞生一个庞大的“舌尖家族”——《舌尖上的江南》《舌尖上的故乡》《舌尖上的城市风味》《舌尖上的餐饮店》等美食图书一拥而上,但细细梳理,其中大多为资料整理汇编,东拼西凑一些食物图片,内容几近广告,模式化、复制化生产痕迹明显。这就是出版界的“攒书”现象,通常是出版机构找一个作者或工作室,在网络上寻找相关资料,“剪刀浆糊”一番后成书,出书速度极快,且成本低。

还有“伪书”,多采用无中生有、张冠李戴、“影子译者”等花式“手法”。有些书部分借用已有知名度的书籍或作者名,但其实作者和内容都是假的,譬如《哈利·波特与黄金甲》等;《执行力》及其作者——所谓著名哈佛大学教授罗·托马斯,竟是书商凭空制造出来的噱头。以色列作家尤瓦尔·赫拉利的《人类简史》名噪一时,市面上很快出现署名“亚特伍德”的同名《人类简史》,很多读者奔着“人类简史”的名气而来,却买错了书籍,大呼上当。

劣创意抄袭,蚕食注意力的流量泡沫,欲从市场利润中分得一杯羹。有资深出版人提醒,流量年代,畅销书就像夺目的明星 IP,但一窝蜂同名同类书蜂拥而上,泥沙俱下,不仅容易倒了读者胃口,也稀释了图书与出版机构品牌。

一旦被“挣快钱”的心态主宰驱使,书商在惯性的思路下,从常态的借鉴演变为恶性的模仿,便无异于饮鸩止渴,对出版社的发展有害而无利。而这对于以优质内容安身立命的图书出版业,所带来的负面效应不言而喻。

书名与作品,都是著作权人思维创作的结果,但目前书名并不在《著作权法》保护范畴。有法律界人士指出,出版界书名“搭便车”“蹭热点”行为,打擦边球钻“法律空白”的空子,极易造成读者的误认混淆,涉嫌不正当竞争行为,在客观上也影响了独家版权出版社图书的正常销售。

出版业的乐趣与源泉是什么?就是要不断发现、挖掘并推出优质内容。选题策划是图书出版的关键环节,也是运作一部图书的切入点。真正有创意、有洞见、有辨识度的图书永远稀缺。在资深出版人、评论家潘凯雄看来,出版虽不是写作,但选择与发现本身同样也是一种创造,一种创意,这才是出版赖以生存与发展的意义与价值。“一旦离开了这‘双创’,作为个体的出版者毫无出息可言,作为产业的出版界其结局绝对不亚于自取其辱,更是自取其没。”

许多粗制滥造的“山寨书”是一种低劣创意抄袭,蚕食注意力的流量泡沫,欲从市场利润中分得一杯羹。有资深出版人提醒,流量年代,畅销书就像夺目的明星 IP,但一窝蜂同名同类书蜂拥而上,泥沙俱下,不仅容易倒了读者胃口,也稀释了图书与出版机构品牌。

一旦被“挣快钱”的心态主宰驱使,书商在惯性的思路下,从常态的借鉴演变为恶性的模仿,便无异于饮鸩止渴,对出版社的发展有害而无利。而这对于以优质内容安身立命的图书出版业,所带来的负面效应不言而喻。

书名与作品,都是著作权人思维创作的结果,但目前书名并不在《著作权法》保护范畴。有法律界人士指出,出版界书名“搭便车”“蹭热点”行为,打擦边球钻“法律空白”的空子,极易造成读者的误认混淆,涉嫌不正当竞争行为,在客观上也影响了独家版权出版社图书的正常销售。

出版业的乐趣与源泉是什么?就是要不断发现、挖掘并推出优质内容。选题策划是图书出版的关键环节,也是运作一部图书的切入点。真正有创意、有洞见、有辨识度的图书永远稀缺。在资深出版人、评论家潘凯雄看来,出版虽不是写作,但选择与发现本身同样也是一种创造,一种创意,这才是出版赖以生存与发展的意义与价值。“一旦离开了这‘双创’,作为个体的出版者毫无出息可言,作为产业的出版界其结局绝对不亚于自取其辱,更是自取其没。”

许多粗制滥造的“山寨书”是一种低劣创意抄袭,蚕食注意力的流量泡沫,欲从市场利润中分得一杯羹。有资深出版人提醒,流量年代,畅销书就像夺目的明星 IP,但一窝蜂同名同类书蜂拥而上,泥沙俱下,不仅容易倒了读者胃口,也稀释了图书与出版机构品牌。

一旦被“挣快钱”的心态主宰驱使,书商在惯性的思路下,从常态的借鉴演变为恶性的模仿,便无异于饮鸩止渴,对出版社的发展有害而无利。而这对于以优质内容安身立命的图书出版业,所带来的负面效应不言而喻。

书名与作品,都是著作权人思维创作的结果,但目前书名并不在《著作权法》保护范畴。有法律界人士指出,出版界书名“搭便车”“蹭热点”行为,打擦边球钻“法律空白”的空子,极易造成读者的误认混淆,涉嫌不正当竞争行为,在客观上也影响了独家版权出版社图书的正常销售。

出版业的乐趣与源泉是什么?就是要不断发现、挖掘并推出优质内容。选题策划是图书出版的关键环节,也是运作一部图书的切入点。真正有创意、有洞见、有辨识度的图书永远稀缺。在资深出版人、评论家潘凯雄看来,出版虽不是写作,但选择与发现本身同样也是一种创造,一种创意,这才是出版赖以生存与发展的意义与价值。“一旦离开了这‘双创’,作为个体的出版者毫无出息可言,作为产业的出版界其结局绝对不亚于自取其辱,更是自取其没。”

许多粗制滥造的“山寨书”是一种低劣创意抄袭,蚕食注意力的流量泡沫,欲从市场利润中分得一杯羹。有资深出版人提醒,流量年代,畅销书就像夺目的明星 IP,但一窝蜂同名同类书蜂拥而上,泥沙俱下,不仅容易倒了读者胃口,也稀释了图书与出版机构品牌。

一旦被“挣快钱”的心态主宰驱使,书商在惯性的思路下,从常态的借鉴演变为恶性的模仿,便无异于饮鸩止渴,对出版社的发展有害而无利。而这对于以优质内容安身立命的图书出版业,所带来的负面效应不言而喻。

相似选题的书,在市场上分一杯羹,是不少跟风书的原始动力。出版商对热点的捕捉可以理解,但高度雷同的书名与文案策划,甚至还有恶意“攒书”“伪书”乱象,则搅乱了出版秩序,混淆了读者耳目,这种炮制速食快餐背后的浮躁心态更值得警惕

有出版人直言,拙劣模仿者接踵而至,往往根本顾不上图书的质量。比如,央视纪录片《舌尖上的中国》一炮打响后,图书界很快诞生一个庞大的“舌尖家族”——《舌尖上的江南》《舌尖上的故乡》《舌尖上的城市风味》《舌尖上的餐饮店》等美食图书一拥而上,但细细梳理,其中大多为资料整理汇编,东拼西凑一些食物图片,内容几近广告,模式化、复制化生产痕迹明显。这就是出版界的“攒书”现象,通常是出版机构找一个作者或工作室,在网络上寻找相关资料,“剪刀浆糊”一番后成书,出书速度极快,且成本低。

还有“伪书”,多采用无中生有、张冠李戴、“影子译者”等花式“手法”。有些书部分借用已有知名度的书籍或作者名,但其实作者和内容都是假的,譬如《哈利·波特与黄金甲》等;《执行力》及其作者——所谓著名哈佛大学教授罗·托马斯,竟是书商凭空制造出来的噱头。以色列作家尤瓦尔·赫拉利的《人类简史》名噪一时,市面上很快出现署名“亚特伍德”的同名《人类简史》,很多读者奔着“人类简史”的名气而来,却买错了书籍,大呼上当。

劣创意抄袭,蚕食注意力的流量泡沫,欲从市场利润中分得一杯羹。有资深出版人提醒,流量年代,畅销书就像夺目的明星 IP,但一窝蜂同名同类书蜂拥而上,泥沙俱下,不仅容易倒了读者胃口,也稀释了图书与出版机构品牌。

一旦被“挣快钱”的心态主宰驱使,书商在惯性的思路下,从常态的借鉴演变为恶性的模仿,便无异于饮鸩止渴,对出版社的发展有害而无利。而这对于以优质内容安身立命的图书出版业,所带来的负面效应不言而喻。

书名与作品,都是著作权人思维创作的结果,但目前书名并不在《著作权法》保护范畴。有法律界人士指出,出版界书名“搭便车”“蹭热点”行为,打擦边球钻“法律空白”的空子,极易造成读者的误认混淆,涉嫌不正当竞争行为,在客观上也影响了独家版权出版社图书的正常销售。

出版业的乐趣与源泉是什么?就是要不断发现、挖掘并推出优质内容。选题策划是图书出版的关键环节,也是运作一部图书的切入点。真正有创意、有洞见、有辨识度的图书永远稀缺。在资深出版人、评论家潘凯雄看来,出版虽不是写作,但选择与发现本身同样也是一种创造,一种创意,这才是出版赖以生存与发展的意义与价值。“一旦离开了这‘双创’,作为个体的出版者毫无出息可言,作为产业的出版界其结局绝对不亚于自取其辱,更是自取其没。”

许多粗制滥造的“山寨书”是一种低劣创意抄袭,蚕食注意力的流量泡沫,欲从市场利润中分得一杯羹。有资深出版人提醒,流量年代,畅销书就像夺目的明星 IP,但一窝蜂同名同类书蜂拥而上,泥沙俱下,不仅容易倒了读者胃口,也稀释了图书与出版机构品牌。

一旦被“挣快钱”的心态主宰驱使,书商在惯性的思路下,从常态的借鉴演变为恶性的模仿,便无异于饮鸩止渴,对出版社的发展有害而无利。而这对于以优质内容安身立命的图书出版业,所带来的负面效应不言而喻。

书名与作品,都是著作权人思维创作的结果,但目前书名并不在《著作权法》保护范畴。有法律界人士指出,出版界书名“搭便车”“蹭热点”行为,打擦边球钻“法律空白”的空子,极易造成读者的误认混淆,涉嫌不正当竞争行为,在客观上也影响了独家版权出版社图书的正常销售。

出版业的乐趣与源泉是什么?就是要不断发现、挖掘并推出优质内容。选题策划是图书出版的关键环节,也是运作一部图书的切入点。真正有创意、有洞见、有辨识度的图书永远稀缺。在资深出版人、评论家潘凯雄看来,出版虽不是写作,但选择与发现本身同样也是一种创造,一种创意,这才是出版赖以生存与发展的意义与价值。“一旦离开了这‘双创’,作为个体的出版者毫无出息可言,作为产业的出版界其结局绝对不亚于自取其辱,更是自取其没。”

许多粗制滥造的“山寨书”是一种低劣创意抄袭,蚕食注意力的流量泡沫,欲从市场利润中分得一杯羹。有资深出版人提醒,流量年代,畅销书就像夺目的明星 IP,但一窝蜂同名同类书蜂拥而上,泥沙俱下,不仅容易倒了读者胃口,也稀释了图书与出版机构品牌。

一旦被“挣快钱”的心态主宰驱使,书商在惯性的思路下,从常态的借鉴演变为恶性的模仿,便无异于饮鸩止渴,对出版社的发展有害而无利。而这对于以优质内容安身立命的图书出版业,所带来的负面效应不言而喻。

书名与作品,都是著作权人思维创作的结果,但目前书名并不在《著作权法》保护范畴。有法律界人士指出,出版界书名“搭便车”“蹭热点”行为,打擦边球钻“法律空白”的空子,极易造成读者的误认混淆,涉嫌不正当竞争行为,在客观上也影响了独家版权出版社图书的正常销售。

出版业的乐趣与源泉是什么?就是要不断发现、挖掘并推出优质内容。选题策划是图书出版的关键环节,也是运作一部图书的切入点。真正有创意、有洞见、有辨识度的图书永远稀缺。在资深出版人、评论家潘凯雄看来,出版虽不是写作,但选择与发现本身同样也是一种创造,一种创意,这才是出版赖以生存与发展的意义与价值。“一旦离开了这‘双创’,作为个体的出版者毫无出息可言,作为产业的出版界其结局绝对不亚于自取其辱,更是自取其没。”

许多粗制滥造的“山寨书”是一种低劣创意抄袭,蚕食注意力的流量泡沫,欲从市场利润中分得一杯羹。有资深出版人提醒,流量年代,畅销书就像夺目的明星 IP,但一窝蜂同名同类书蜂拥而上,泥沙俱下,不仅容易倒了读者胃口,也稀释了图书与出版机构品牌。

一旦被“挣快钱”的心态主宰驱使,书商在惯性的思路下,从常态的借鉴演变为恶性的模仿,便无异于饮鸩止渴,对出版社的发展有害而无利。而这对于以优质内容安身立命的图书出版业,所带来的负面效应不言而喻。

书名与作品,都是著作权人思维创作的结果,但目前书名并不在《著作权法》保护范畴。有法律界人士指出,出版界书名“搭便车”“蹭热点”行为,打擦边球钻“法律空白”的空子,极易造成读者的误认混淆,涉嫌不正当竞争行为,在客观上也影响了独家版权出版社图书的正常销售。

出版业的乐趣与源泉是什么?就是要不断发现、挖掘并推出优质内容。选题策划是图书出版的关键环节,也是运作一部图书的切入点。真正有创意、有洞见、有洞见、有辨识度的图书永远稀缺。在资深出版人、评论家潘凯雄看来,出版虽不是写作,但选择与发现本身同样也是一种创造,一种创意,这才是出版赖以生存与发展的意义与价值。“一旦离开了这‘双创’,作为个体的出版者毫无出息可言,作为产业的出版界其结局绝对不亚于自取其辱,更是自取其没。”

许多粗制滥造的“山寨书”是一种低劣创意抄袭,蚕食注意力的流量泡沫,欲从市场利润中分得一杯羹。有资深出版人提醒,流量年代,畅销书就像夺目的明星 IP,但一窝蜂同名同类书蜂拥而上,泥沙俱下,不仅容易倒了读者胃口,也稀释了图书与出版机构品牌。

一旦被“挣快钱”的心态主宰驱使,书商在惯性的思路下,从常态的借鉴演变为恶性的模仿,便无异于饮鸩止渴,对出版社的发展有害而无利。而这对于以优质内容安身立命的图书出版业,所带来的负面效应不言而喻。

书名与作品,都是著作权人思维创作的结果,但目前书名并不在《著作权法》保护范畴。有法律界人士指出,出版界书名“搭便车”“蹭热点”行为,打擦边球钻“法律空白”的空子,极易造成读者的误认混淆,涉嫌不正当竞争行为,在客观上也影响了独家版权出版社图书的正常销售。

出版业的乐趣与源泉是什么?就是要不断发现、挖掘并推出优质内容。选题策划是图书出版的关键环节,也是运作一部图书的切入点。真正有创意、有洞见、有洞见、有辨识度的图书永远稀缺。在资深出版人、评论家潘凯雄看来,出版虽不是写作,但选择与发现本身同样也是一种创造,一种创意,这才是出版赖以生存与发展的意义与价值。“一旦离开了这‘双创’,作为个体的出版者毫无出息可言,作为产业的出版界其结局绝对不亚于自取其辱,更是自取其没。”

许多粗制滥造的“山寨书”是一种低劣创意抄袭,蚕食注意力的流量泡沫,欲从市场利润中分得一杯羹。有资深出版人提醒,流量年代,畅销书就像夺目的明星 IP,但一窝蜂同名同类书蜂拥而上,泥沙俱下,不仅容易倒了读者胃口,也稀释了图书与出版机构品牌。

一旦被“挣快钱”的心态主宰驱使,书商在惯性的思路下,从常态的借鉴演变为恶性的模仿,便无异于饮鸩止渴,对出版社的发展有害而无利。而这对于以优质内容安身立命的图书出版业,所带来的负面效应不言而喻。

相似选题的书,在市场上分一杯羹,是不少跟风书的原始动力。出版商对热点的捕捉可以理解,但高度雷同的书名与文案策划,甚至还有恶意“攒书”“伪书”乱象,则搅乱了出版秩序,混淆了读者耳目,这种炮制速食快餐背后的浮躁心态更值得警惕

有出版人直言,拙劣模仿者接踵而至,往往根本顾不上图书的质量。比如,央视纪录片《舌尖上的中国》一炮打响后,图书界很快诞生一个庞大的“舌尖家族”——《舌尖上的江南》《舌尖上的故乡》《舌尖上的城市风味》《舌尖上的餐饮店》等美食图书一拥而上,但细细梳理,其中大多为资料整理汇编,东拼西凑一些食物图片,内容几近广告,模式化、复制化生产痕迹明显。这就是出版界的“攒书”现象,通常是出版机构找一个作者或工作室,在网络上寻找相关资料,“剪刀浆糊”一番后成书,出书速度极快,且成本低。

还有“伪书”,多采用无中生有、张冠李戴、“影子译者”等花式“手法”。有些书部分借用已有知名度的书籍或作者名,但其实作者和内容都是假的,譬如《哈利·波特与黄金甲》等;《执行力》及其作者——所谓著名哈佛大学教授罗·托马斯,竟是书商凭空制造出来的噱头。以色列作家尤瓦尔·赫拉利的《人类简史》名噪一时,市面上很快出现署名“亚特伍德”的同名《人类简史》,很多读者奔着“人类简史”的名气而来,却买错了书籍,大呼上当。

劣创意抄袭,蚕食注意力的流量泡沫,欲从市场利润中分得一杯羹。有资深出版人提醒,流量年代,畅销书就像夺目的明星 IP,但一窝蜂同名同类书蜂拥而上,泥沙俱下,不仅容易倒了读者胃口,也稀释了图书与出版机构品牌。

一旦被“挣快钱”的心态主宰驱使,书商在惯性的思路下,从常态的借鉴演变为恶性的模仿,便无异于饮鸩止渴,对出版社的发展有害而无利。而这对于以优质内容安身立命的图书出版业,所带来的负面效应不言而喻。

书名与作品,都是著作权人思维创作的结果,但目前书名并不在《著作权法》保护范畴。有法律界人士指出,出版界书名“搭便车”“蹭热点”行为,打擦边球钻“法律空白”的空子,极易造成读者的误认混淆,涉嫌不正当竞争行为,在客观上也影响了独家版权出版社图书的正常销售。

出版业的乐趣与源泉是什么?就是要不断发现、挖掘并推出优质内容。选题策划是图书出版的关键环节,也是运作一部图书的切入点。真正有创意、有洞见、有洞见、有辨识度的图书永远稀缺。在资深出版人、评论家潘凯雄看来,出版虽不是写作,但选择与发现本身同样也是一种创造,一种创意,这才是出版赖以生存与发展的意义与价值。“一旦离开了这‘双创’,作为个体的出版者毫无出息可言,作为产业的出版界其结局绝对不亚于自取其辱,更是自取其没。”

许多粗制滥造的“山寨书”是一种低劣创意抄袭,蚕食注意力的流量泡沫,欲从市场利润中分得一杯羹。有资深出版人提醒,流量年代,畅销书就像夺目的明星 IP,但一窝蜂同名同类书蜂拥而上,泥沙俱下,不仅容易倒了读者胃口,也稀释了图书与出版机构品牌。

一旦被“挣快钱”的心态主宰驱使,书商在惯性的思路下,从常态的借鉴演变为恶性的模仿,便无异于饮鸩止渴,对出版社的发展有害而无利。而这对于以优质内容安身立命的图书出版业,所带来的负面效应不言而喻。



昨日,中国队以 3 比 1 战胜俄罗斯队,以第二阶段四战全胜的成绩晋级六强。图为中国队球员龚翔宇(中)在比赛中接球。新华社记者 杜满逸摄

■本报特派记者 沈雷

末轮会出赛制原因造成的争议,这几乎不可避免。其实在 10 日塞尔维亚与日本一战中已露端倪。此前七战全胜且一局未丢的塞尔维亚突然不会打球了,以 1 比 3 不敌东道主。这场惨败对塞尔维亚并无影响,但对巴西女排大为不利,如果今天的第二阶段小组赛末战巴西让日本队赢一局,就将被东道主淘汰出局。

意外的不是比分,而是场面。塞尔维亚的绝对核心蒂亚娜·博斯科维奇只首发打了几分钟就再未出场,而主攻布兰卡·米哈伊洛维奇也明显不在状态,颇有些“佛系”打球之感。塞尔维亚主帅特尔季奇赛后称,博斯科维奇在热身后感身体不适,因此不想拿她冒险,这位 21 岁的接应很可能打不了对荷兰之战。

果然,在 11 日下午举行的塞荷之战中,博斯科维奇高挂免战牌,而这次塞尔维亚输得更惨,三局总计只得 48 分。博斯科维奇或许确实有伤在身;在第一阶段小组赛最后一场同波多黎各之战中,她整场未登场;而在两个阶段小组赛遇到肯尼亚、哈萨克斯坦、墨西哥等弱旅时,也均在第三局下场休息。塞尔维亚已经在第一阶段小组赛最后一战中损失了另一位主力主攻博哈娜·米伦科维奇,这支只剩 13 人的球队肯定会在用兵方面更谨慎一些。

但同样不可回避的是赛制造成的某些必然性。根据世锦赛规则,第二阶段小组赛的分组抽签只有“同名次球队不在一组”和“分组不得与前一阶段一样”两条原则,这意味着争小组第一几乎没有任何实际价值。如塞尔维亚这样在已经出线的情况下连输两场,对本队没有任何损失,虽然不能选择未来的对手,却可以有招将一个潜在的对手逼入被淘汰的悬崖边。这次受伤的是巴西队。在 11 日的 E 组末战中,巴西队第一局在 22 比 17 领先时被打日本队连追 6 分,竟以 23 比 25 遭逆转,仅战一局就宣告出局。其实早在两年前的里约奥运会小组赛末战中,塞尔维亚与荷兰如同精心算好一般战成 2 比 3,令尚未比赛的中国女排提前落后小组第四,不得不在淘汰赛首轮出战当时风头正盛的东道主巴西。

E 组充满了算计,而 F 组的形势同样一片混乱。在今天的下午场中,美国队以 1 比 3 不敌意大利,这就将一小时后才出战俄罗斯的中国女排置于一个有趣的位置中——无论胜负,自己都将是小组第二;但若胜俄罗斯,美国出线,反之则俄罗斯晋级。郎平依然派出了全部主力首发,并在比赛中段陆续让曾春蕾、李盈莹、姚迪、刘晓彤等替补上场。最近状态明显起势的中国队最终以 3 比 1 击败了俄罗斯队,四局比分为 25 比 22、21 比 25、25 比 23、25 比 15。六强赛中国女排被分入 H 组,同组的是 E 组第一荷兰队和老对手美国队。

“虽然没有胜利的压力,但还是要争取胜利。对阵欧洲劲旅对我们也是锻炼,每次都要尽力打,适应她们的风格和打法。”郎平坦言,目前中国队状态还不错,第三阶段小组赛不管抽签如何,都只有一个原则:全力以赴。第三阶段小组赛之后还有半决赛、决赛,对于目标夺冠的强队,无论暂时躲开了谁,要冲击巅峰总会遭遇强手。比起会算计的对手,或许这就是郎平和中国女排不同于他人的气度。(本报大阪 10 月 11 日专电)

『全力以赴』是原则更是底气

赛制争议再现世锦赛,中国女排击败俄罗斯助美国出线