

新世紀中國電影小說創作與出版論*

黃勇軍

[提 要] 進入新世紀以來,在影像文本的電影和紙質文本的文學二者雙向“合謀”的共同誘導和塑造下,中國電影小說呈現出全新的風格與特色。在電影小說生成鏈上的兩大相關主體——作為電影小說創作主體的改編創作者以及作為物化載體的出版社中,改編創作者作為關鍵主體直接決定電影小說的藝術水準與審美價值,出版社則決定電影小說的最終生成與價值實現,二者在遵循影視劇生產規律、小說創作規律、圖書出版規律“三大規律”基礎上多方聯動,互融共生,以各自強大的內生動力充分調動各方資源要素參與電影小說的創作生產與行銷運作,推動電影小說在新世紀迅速發展並走向全面勃興,並逐漸取代電影文學劇本成為電影文學新的“重要類型”。

[關鍵詞] 新世紀 中國電影小說 創作主體 出版主體

[中圖分類號] I209; J90 [文獻標識碼] A [文章編號] 0874-1824(2020)01-0066-08

相對於 1990 年代及以前,新世紀初葉的文學、影視、戲劇及其他藝術形態相關的外部生態場域發生了諸多重要變化,其中最為關鍵的就是文化藝術品所面向的終端——消費者——的權力地位及其審美趣味出現了重大轉變。就文學作品的接受主體,讀者不再是圖書消費市場的被動接受者,其權力地位發生了顛覆性位移:由過去傳統的“作家——文本載體媒介(出版社、期刊雜誌、報紙等)——讀者”的權力邏輯話語體系逐漸轉變為“讀者——文本載體媒介——作家”新體系。文學生產的中心不再是作家,文本載體媒介在文學生產中的角色與功能也發生了根本性轉變,不再是作品的審查者與監管者,而成為作家的合作夥伴或經紀人,成為文學生產活動中的組織者和中介人。他們通過共同合作,向圖書文化產品消費市場的終端——讀者獲取文化資本或經濟資本。在以商品消費為核心的市場經濟新生態環境下,作家的精神啟蒙、文化引領等作用消減,精英地位受到撼動,頭上的神聖光環逐漸消失。在無孔不入的商業強權的“威逼”與“利誘”下,部分作家的精神立場、文學觀念、創作心態、價值取向等開始出現一系列變化,商業意識開始甦醒,滿足大眾審美與娛

* 本文係重慶市社會科學規劃博士項目“‘重寫電影史’視野下中國現代電影小說的史料鉤稽與價值研究”(項目號:2019BS091)和重慶師範大學人才引進項目“二十世紀九十年代以來中國電影小說研究”(項目號:18XWB028)的階段性成果。

樂需要的消費性、通俗性寫作大量湧現。在這樣的生態場域下，新世紀的中國電影小說發展也呈現出全新的面貌與態勢。

一、名家雲集：創作主體的多元化參與

電影小說^①作為既具視覺文化時代標誌性藝術形式電影所特別富含的流行性、娛樂性，又具有消費文化時代重新煥發活力的通俗文學作品所秉承的通俗性、消遣性，同時還具有比其他文藝作品（如精英化的小說、戲劇、詩歌等傳統文學作品）更容易獲得的商業價值，自然遭遇來自政策體制、意識形態、市場競爭、讀者趣味等的多重束縛與挑戰，同時也召喚更多作家參與到改編創作中來。“現在許多作家在創作時採取‘一魚二吃’的策略，在寫小說的時候就考慮到以後改編的因素，或者乾脆先寫劇本，等影視播映時再改編成小說。推出所謂的‘影視同期書’。”^②這些參與電影小說改編創作的作家來源廣泛、派系有別、風格多樣，概括起來，主要有如下幾個創作群體。

其一，來自傳統體制內的文學創作陣營。如涉足電影界較早的著名作家劉震雲，曾先後改編出版了兩部長篇電影小說：一為根據其參與編劇，由馮小剛導演的同名電影改編的電影小說《手機》（長江文藝出版社，2003），二為同樣由其編劇、馬儷文導演的同名電影改編的電影小說《我叫劉躍進》（長江文藝出版社，2007）；著名旅美作家嚴歌苓根據其原著中篇小說以及與作家劉恆共同擔任編劇、張藝謀導演的同名電影改編創作了新的長篇電影小說《金陵十三釵》（江蘇文藝出版社，2010）。^③這一時期還有大量知名嚴肅文學作家參與電視小說的改編，如著名女作家池莉改編的電視小說《口紅》（江蘇文藝出版社，2000）；女作家張欣根據其好友池莉的同名長篇小說和電視劇改編的電視小說《生活秀》（文化藝術出版社，2002）；曹禺之女、知名女作家萬方的“女性三部曲”系列長篇電視小說《空鏡子》（南海出版社，2001）《空房子》（中國工人出版社，2004）；軍旅女作家王海鴿改編創作的“婚戀三部曲”系列電視小說《中國式離婚》（北京出版社，2004）、《新結婚時代》（作家出版社，2006）與《新戀愛時代》（作家出版社，2012）^④；著名作家熊召政根據自己的長篇小說《張居正》以及自己擔任改編的43集電視劇《萬曆首輔張居正》創作的長篇電視小說《萬曆首輔張居正》（江蘇文藝出版社，2007），等等。大量優秀的嚴肅文學作家、體制內作家參與電影小說、電視小說的改編創作，不僅充實和提高了影視小說（電影小說與電視小說）改編創作隊伍，而且也擴大了其在文學生態場域的認可度和影響力；不僅提高了影視小說的創作水平與藝術質量，而且由此湧現出一大批故事情節曲折生動、人物形象塑造豐滿、描寫敘述圓潤嫻熟的優秀影視小說作品。同時，也使得嚴肅文學作家找到了既參與影視的改編創作又堅持文學自主獨立，以保持影視與文學微妙平衡的有效途徑。劉震雲認為小說變成電影、作家參與影視改編現象絕非“良家婦女變成了風塵女子一樣”，反而“並不是壞事”，也並非作家“墮落”，而是既增加了作家的“物質收入”，又能夠增加小說的“傳播量”，“中國所有的前沿的這些作家，他們知名度跟他們的作品改編成影視有極大關係”。^⑤大量嚴肅文學作家、體制內作家紛紛參與影視小說的改編創作，也正是這樣一個雙贏甚至多贏的結果。

其二，當時的新生代青年作家創作群體。最著名的當屬被譽為“廣西文壇三劍客”的李馮、東西和鬼子，三人皆參與了影視小說的改編創作。李馮曾以一系列鋒芒畢露的“先鋒作品”步入文壇，成為文壇“新桂軍”橫空出世的標誌性人物，也是新生代作家中“觸電”較早、參與較多、獲益較大的典型代表，曾先後擔任《英雄》（2002）、《十面埋伏》（2004）、《霍元甲》（2006）、《孔子》（2009）等電影的編劇，並一度成為張藝謀的“御用編劇”。在與張藝謀的合作中，李馮兩度將其擔任編劇

的電影改編成電影小說：一為根據同名電影改編的電影小說《英雄》(中國戲劇出版社,2002),二為根據同名電影改編的電影小說《十面埋伏》(上海文藝出版社,2004)。“三劍客”中年齡最長的鬼子與張藝謀、陳凱歌等知名導演合作的時間更早,早在1999年就參與張藝謀根據莫言中篇小說《師傅越來越幽默》改編的電影《幸福時光》的編劇工作,並根據電影及劇本改編創作了同名電影小說(瀋江出版社,2001)。“三劍客”另一代表東西則在2000年初參與根據鐵凝中篇小說《永遠有多遠》改編、陳偉明導演的20集電視連續劇《永遠有多遠》的編劇工作,並將該劇改編創作為同名長篇電視小說(瀋江出版社,2001)。“80後”青春文學作家代表之一郭敬明也曾參與電影小說的改編創作,於2006年根據陳凱歌導演的電影《無極》改編創作了長篇奇幻電影小說《無極》(人民文學出版社,2006)。另一當時國內人氣很高的青春文學作家八月長安也接受黃真真導演邀請,將其電影劇本改編成長篇小說《被偷走的那五年》(湖南文藝出版社,2013),並於電影上映的同時向圖書市場發行。新生代作家參與電影小說的改編創作,使得新世紀的電影小說在敘事風格、審美品格等多方面具備了先鋒文學的部分特質,美學特徵變得豐富而多元。

其三,更為年輕的文壇新銳、網絡寫手創作群體。新世紀初,一些剛剛在文壇嶄露頭角,又游離於傳統文學圈之外的網絡寫手、自由創作者等新興文學代表也參與到電影小說的改編創作中來。如號稱“新銳編劇、專欄作家、譯者”的年輕女寫手婭子根據俞鐘導演的《我的兄弟姐妹》改編為同名電影小說(中國電影出版社,2001),由於出版後深受讀者歡迎,俞鐘導演的另一部電影《我的美麗鄉愁》也由婭子改編為同名電影小說(接力出版社,2002);知名遊戲策劃、網絡奇幻小說作家今何在^⑥將劉鎮偉導演的電影《天下無雙》改編為同名電影小說(上海文藝出版社,2002),十年後還將由周星馳、郭子健編導的電影《西遊:降魔篇》改編為同名電影小說(江蘇文藝出版社,2013);被譽為繼落落與榛生之後的“第三代青春盟主”、“當代憂傷派超純情小說家”的壞藍眼睛^⑦根據張建亞導演、劉儀偉編劇的電影《愛情呼叫轉移》改編創作了同名電影小說(百花洲文藝出版社,2007);曾獲起點中文網“流光紀”徵文比賽一等獎的,已發表《馭靈主》《宮》等玄幻小說的網絡寫手當木當澤,則將陳嘉上編導的電影《畫壁》改編為長篇奇幻電影小說《畫壁》(沈陽出版社,2011)。此外,擅長奇幻武俠題材寫作的網絡知名女寫手楚惜刀^⑧將徐克編導的電影《狄仁傑之神都龍王》改編為同名電影小說(北京聯合出版公司,2013)。大量年輕的文壇新銳、網絡寫手參與到電影小說的改編創作,使得這些作品無論是表現手法、敘事風格,還是思想品位、審美趣味等都更符合新生代年輕讀者的口味與喜好,同時這些在網絡新媒體時代自帶“IP效應”、有著廣泛人氣和大量粉絲的改編創作者擴大了電影小說在新興群體的影響力。

除上述來自不同群體、分屬不同風格的作家參與電影小說的改編創作外,還有不少與電影小說環節相關的群體如電影生產環節的導演、編劇、主演以及出版環節的策劃者、編輯等也大量參與電影小說的改編與創作。

首先影響最大的是以電影導演、編劇等為代表的電影主創人員參與電影小說的改編。在影視小說的生產流程中,影視製作方和圖書出版方雖佔據了影視小說生成的首尾,具有重要作用,卻非主體作用。影視製作方就像影視小說的“授精者”,其主要職責僅是對影視小說的改編給予授權;圖書出版方則類似於“接生婆”,對影視小說的最終生成起到物質載體作用;而改編創作者才是影視小說生成的“孕育體”,影視小說的構思、改編、創作都必須依賴於這個關鍵主體。但改編創作者又必須以影視劇本或影像文本為“母體”,於是影視小說的最終決定者就變成了影視劇的導演、編劇等。影視劇的導演、編劇來進行影視小說的改編創作,既可令影視劇與影視小說在理念、內容、情

節、人物等多方面保持連貫性，同時也可讓導演、編劇跳出影視形式帶來的禁錮與藩籬，以小說藝術形式獨立表達“未盡之意”，從而克服影視小說與影視劇過於一致而淪為“複製版”的風險，使影視小說與影視劇“各炫風姿，交相輝映以奪人眼目”。^⑨在導演方面，著名導演曹保平將其導演、編劇的電影《絕對情感》改編為長篇同名電影小說（現代出版社，2002）；新生代導演陸川將其根據凡一平中篇小說改編的處女作電影《尋槍》再次改編為長篇電影小說《尋槍！》（現代出版社，2002）；第六代導演張元根據其導演的電影《綠茶》改編創作了電影小說《綠茶》（華藝出版社，2003）；著名導演馮小剛將其擔任導演、編劇的同名電影改編創作為長篇電影小說《非誠勿擾》（長江文藝出版社，2008）；著名女導演胡玫也將其導演、編劇的電影《孔子》改編為電影小說《孔子》（中華書局，2010）；著名女導演、北京電影學院副教授薛曉路將其編導的同名電影改編創作為電影小說《北京遇上西雅圖》（華藝出版社，2013）；等等。在編劇方面，曾擔任過《蘋果的滋味》等多部影視作品編劇的柴紅兵，將其參與編劇的同名電影改編為電影小說《生死時速》（現代出版社，2002）；現任廣西大學藝術學院院長，同時又是影視編劇的胡紅一將其參與的電影《真情三人行》改編為同名電影小說（廣西出版社，2002）；著名編劇盛和煜、錢珏根據其參與編劇的電影《夜宴》改編創作了長篇電影小說《夜宴》（中信出版社，2006）；青年劇作家卞智洪根據其參與編劇的電影《滿城盡帶黃金甲》改編創作了同名長篇電影小說（中國友誼出版公司，2006）；著名青年編劇周智勇將其參與編劇的電影《中國合夥人》改編創作為同名電影小說（中國電影出版社，2013）；等等，不勝枚舉。

其次，不少出版從業者、圖書策劃人、雜誌期刊編輯等也參與到電影小說的改編創作中來。如由圖書策劃人張立憲等編著的《大話西遊寶典》（現代出版社，2000）一書中，收錄了其根據劉鎮偉導演的《大話西遊之月光寶盒》、《大話西遊之大聖娶親》上下兩部電影改編的中篇電影小說《大話西遊》；曾擔任《人民文學》編輯、法國《費加多報》編輯的王小平根據其擔任編劇的電影《刮痧》改編創作了同名電影小說（現代出版社，2001）；電影雜誌執行主編、自由撰稿人高瑞禮則將李仁港導演的電影《鴻門宴》改編為同名電影小說《鴻門宴》（中國友誼出版公司，2011）；著名出版編輯兼策劃人趙剛、張照富、嚴鐸、張沐霖等則組織改編創作了“紅色經典電影閱讀系列叢書”，選取1949至1962年十餘年間產生重要影響的60部紅色電影改編為電影小說，主要有《龍鬚溝》《鐵道游擊隊》《林海雪原》《中華兒女》《南征北戰》《渡江偵察記》《上甘嶺》《永不消逝的電波》《青春之歌》《五朵金花》《橋》等，獲得了政治、商業、文化等層面的多重成功。

此外，一些非文學藝術領域的人員也參與電影小說的改編。如原北京師範大學副教授、訓誥學專家史傑鵬就曾將吳宇森編導的電影《赤壁》改編為長篇電影小說《赤壁》（廣西師範大學出版社，2008），並因其“有情境想像、氣氛鋪陳”而更適合大眾閱讀，發行數萬冊，產生廣泛影響。

二、多方聯動：出版主體的創新化運作

一般而言，電影小說的生成主要涉及三大主體，一為電影製作生產主體，主要包括製片人、策劃人、監製、導演、編劇、演員、攝影、美工、後期製作以及電影宣傳營銷、放映院線等龐大而複雜的群體；二為文本創作主體，主要包括導演、編劇、小說原創者、作家等；三為文本物化載體，主要包括出版社、設計和印刷公司、發行銷售渠道等。如此複雜的三大主體必須通力合作，才能使電影小說經過版權授權、改編創作、出版發行並最終得以上市銷售，實現其作為商品與藝術品相結合的“作品”應有的商業價值與藝術價值。電影、作家、出版、讀者這四者必須有機勾連、互融互動，缺一不可。在進入新世紀以後，這四方面都發生了重大變化。

首先是我國電影所面臨的生態場域出現了重要轉折。隨著市場經濟體制改革的不斷深入,與社會主義市場經濟體制相適應的電影生產和發行體制正逐漸得以建立和完善。電影界開始遭遇主流意識形態嚴苛化、市場競爭激烈化、國際外部侵入強勢化等多方擠壓,同時民營資本大舉參與到電影的製作與發行中,經營主體日漸多元,一個自由流通的大市場正在形成。“市場和觀眾成了中國電影製作業必須直接面對的既迫切又嚴酷的最大現實”,^⑩電影界面臨市場競爭變得更為沉重和激烈,實現利益最大化已經成了電影投資、製作、放映等各方最大的追求目標。電影生產製作主體除竭盡所能實現電影產品本身利益的最大化之外,也開始高度重視由電影產業所形成的衍生品的商業化的挖掘與開發,如影像製品製作、電子遊戲研發、主題公園打造、紀念品設計、玩具服飾開拓以及餐飲、旅遊、郵票、圖書等全方位、多層面的拓展與衍生。作為電影眾多衍生品之一的電影小說,經過1990年代的初步試水後,其對電影的宣傳營銷帶動作用產生的豐厚商業價值及社會效應,也開始在世紀之交得到高度重視,並在電影投資、製作、營銷等各方聯袂合作的過程中形成商業化、成熟化、系統化的運作模式,客觀上推動了新世紀電影小說的發展與繁榮。

當經過20餘年市場化改革的出版社在新世紀逐漸成為“四自”^⑪獨立法人實體和競爭主體後,其屬性由執行國家計劃的圖書“製作單位”變成有相對獨立利益的“經濟單位”,^⑫其運作模式由早滂保收的“計劃生產型”逐漸轉變為自負盈虧的“生產經營型”。其奉行的價值標準,也由過去單純地遵從於權力話語邏輯,主要滿足意識形態規制下的政治效益、社會效益需要,轉向為市場經濟話語邏輯下的社會效益、經濟效益的雙重訴求,盈利與否已成為出版社成功與否的“重要標準”,在不觸犯既有出版規範體系的前提下盡可能地追求利益的最大化,已成為由轉制後出版社的“最高追求”。這也導致出版社在選題價值的評判標準上,由過去主要注重藝術審美和社會價值逐漸更多地轉向看重經濟價值;在對圖書題材內容“美學趣味”的追求上,也由過去主要考量少數群體的“政治趣味”“精英趣味”更多地轉向關注普羅大眾的“平民趣味”“通俗趣味”。

與此同時,與出版社休戚相關的外部生態場域也發生了重要變化,最關鍵的是讀者的權力地位及其審美趣味出現了重要轉變。市場經濟體制逐漸建立使得潛藏在商品社會中的商業意識和消費娛樂慾望被“啟動”和“喚醒”,由此形成的大眾文化、消費文化、娛樂文化逐漸滲透進大眾日常消費行為中。出版行業也由“賣方市場”逐漸進入“買方市場”,這意味著“消費主權時代”和“文學製作和策劃時代”的來臨,文學將與其他普通商品一樣,被投入到“一個有組織、有目的、有秩序的系統”中批量地生產給讀者。^⑬讀者由此成為圖書生產鏈上的最終主導者和決定者,其需要及趣味影響甚至決定了出版社選題方向和作家的創作指向。讀者對文學作品的關注大多不再直接源自於作品本身,而是源於兩種情況:一為當改編的影視劇產生巨大影響後人們才“回過頭來”關注被改編的文學作品;二為先有影視劇再將影視劇改編為同名影視小說,市場的“需要”即人們的閱讀興趣就直接針對這種“套種”的文學作品。難以理喻的現象是:第二種作品卻“不顧傳統的不屑”,往往比“明顯具有較高文學性”的第一種原創文學作品“更為流行”。^⑭雷達所說的根據影視劇“套種”的同名小說實際上就是影視小說。誠如他判斷的那樣,影視小說在進入新世紀後得到了迅猛發展,影響日益擴大。這就使得投資出品製作方、改編創作者以及出版社和發行商等,為實現電影與圖書利益最大化之目的而積極主動地多方聯動與協作,充分調動各方資源大規模參與電影小說的投資立項、改編創作以及營銷策劃。這在“跨媒體營銷”與“全媒體出版”上表現得尤為突出。

“跨媒體營銷”是出版主體充分利用自身的信息資源、市場資源以及名人效應,在圖書出版後面面向平面媒體(圖書、報紙、雜誌等)、影視多媒體(電視、廣播、電影、音像製品、電子出版物)和網絡

媒體,進行全方位的、立體的行銷推廣,以實現圖書銷售利益的最大化。電影小說《無極》就是一個極好的案例。2005年3月,著名導演陳凱歌耗時三年、耗資三億的電影《無極》正在緊張的後期製作,知名圖書策劃人、九久讀書人公司董事長黃育海就策劃將《無極》劇本改編為電影小說出版發行。他使圖書出版成為“影片宣傳的一部分”這種“影視圖書互動、圖書帶動影視”的全新理念打動了陳凱歌及其夫人、製片人陳紅,雙方很快達成合作意向。圖書策劃方大膽建議借鑒“導演找演員”的運作手法來“導演找作家”,並且出於吸引更多年輕人關注的商業利益需要,決定主要從“80後”作家中篩選電影小說改編創作。策劃方從“80後”作家中挑選了韓寒、郭敬明、張悅然等10位知名度高、影響力大的寫手,讓數十萬網友通過新浪網、99讀書網等網絡渠道進行初步選票,再由陳凱歌、余秋雨、余華、蘇童、陳村五人組成專家評審團經多方權衡考慮,決定授權郭敬明進行改編創作。票選過程和授權儀式在“全國主要的電視、平面及網絡媒體上做了大篇幅的報道,為影片及圖書的上映和上市營造了良好的氛圍”。^⑤更令人稱道的是,導演陳凱歌出人意料地只將《無極》劇本前78場交給郭敬明,後15場及其結尾則需要郭敬明發揮“天馬行空的想像力”進行再創作。郭敬明最終不負眾望,經4個月左右的緊張改編創作完成了12萬餘字的電影小說《無極》,並由人民文學出版社在電影公映半個月之後正式出版銷售。有小說前期充分的、創造性的宣傳影響,加之電影公映的影響力和號召力,首印13萬冊,短短四五天發貨即達10萬冊,市場反應大好。

《無極》電影小說在出版上市的時間上晚於電影的上映,但這種時間上的“錯位”是有意識的營銷手段,是適應影視圖書互動、營銷宣傳運作需要而刻意為之的“自覺”行為。電影與電影小說在時間上僅相差半個月左右,小說的出現恰好給處於公映熱度逐漸走低的電影以新的“再刺激”,從而促使電影又進入新一輪的熱映週期,同時小說也藉助電影的強力影響迅速跨入銷售週期的“成熟期”,這就直接越過了常規圖書銷售所必然經歷的“導入期”和“成長期”,不僅大大縮短了前期營銷時間,而且也節約了營銷成本。電影小說改編前期的廣泛炒作為電影公映的火爆“添柴加薪”,電影票房的大賣又為電影小說銷售的大熱“煽風點火”,這種“影視搭台、圖書唱戲”的媒介互動“雙簧”適應了新形勢下媒介“多元多極、互動互融”發展的新趨勢,滿足了受眾多路徑、多渠道、多層面的需要,最終實現影視與圖書跨媒體合作的“互惠共贏”。

此外,《無極》也是第一部以圖書的方式帶動、反哺電影宣傳效應的電影小說。由於影視在宣傳上具有先天優勢,影視類圖書則因受制於資金、渠道、媒介影響等方面的諸多局限,一般僅為影視工業生產鏈上的“一環”,處於從屬的、弱勢的、補充的地位,只是單方面利用影視的廣泛受眾基礎和強大效應來擴大影響力“分得一塊蛋糕”。但電影小說《無極》卻打破了這一劣勢,從創意策劃一開始就楔入了電影工業內部,成為“影片宣傳的一部分”。包括《無極》劇本擬改編成小說的創意發佈、改編者的網絡海選、授權與簽約以及圖書上市首發、網絡互動、研討座談、明星簽售等一系列的商業策劃與炒作,都是圖書策劃方主導,並對電影的營銷宣傳起到了很大的推動作用。在此之前所謂的影視與圖書“互動”中,更多的是作為“強勢媒體”的影視對“弱勢媒體”的圖書的單向“拉動”,而《無極》圖書的運作則被譽為是“一次真正意義上的‘互動’”。策劃主導者黃育海也不無驕傲地宣稱“以往沒有一部影片得到出版如此大的支持”。電影小說《無極》的營銷運作手法給此後影視與圖書真正意義上的雙向互動、多方聯動貢獻了新理念,提供了新模式,找到了新路徑。

在《無極》多方聯動模式的激發與引領下,新世紀電影小說還開創了全媒體出版的全新運作模式。全媒體出版“以圖畫內容為基礎,通過傳統紙質圖書、互聯網、手機、手持閱讀器、數字圖書館等多渠道進行圖書同步發行,將資源有效整合、覆蓋到能覆蓋的所有用戶”,最終實現“一種內容、

多種載體、複合出版”的目標。^⑥而開創全媒體出版新模式的,正是馮小剛根據其編導的同名電影改編創作而成的電影小說《非誠勿擾》。2008年12月19日,長江文藝出版社和中文在線將電影小說《非誠勿擾》以圖書、互聯網、閱讀器、手機閱讀等四種形式同步出版發行。讀者除通過傳統的購買圖書方式外,還可以通過中文在線旗下的17K文學網、漢王公司的手持閱讀器、移動夢網的手機閱讀通道進行線上閱讀。由此最大程度地實現了中文在線總裁童之磊所稱的“任何人可以在任何時間、任何地點,以任何方式獲得任何內容”的“5A”目標。^⑦這種多媒體聯動複合式出版模式形成的多途徑、多形式的出版渠道以及方便快捷的閱讀方式,拓展了讀者群體,市場反應熱烈,各方都獲得了較好的經濟收益。據統計,長江文藝出版社紙質版小說銷售達30萬冊以上,碼洋660餘萬元;通過互聯網、手持閱讀器、手機閱讀平台付費閱讀的收益則“超過10萬元”,實現了“50%~60%的效益增長”。^⑧電影小說《非誠勿擾》的成功使得該書成為全媒體出版“第一書”,長江文藝出版社也成為傳統出版社進行全媒體出版的“第一社”,開創了我國全媒體出版的新紀元。

《非誠勿擾》電影小說全媒體出版模式的成功,給傳統出版業以極大的震動和啟發,眾多出版社開始爭相學習借鑒,掀起一股全媒體電影小說出版熱潮。如2009年上海文藝出版社聯合中文在線出版了由周蓓根據電影《十月圍城》改編的電影小說《十月圍城前傳》,並將小說錄製成CD、MP3等音頻媒介,開將傳統紙媒小說改編為“有聲小說”之先河;2010年中華書局聯合中文在線、中國移動、漢王科技公司等出版了胡玫改編的電影小說《孔子》;2011年金城出版社與中文在線、中國移動聯合出版了由董哲根據同名電影改編的電影小說《建黨偉業》,以中國移動為代表的運營商主導,聯合內容提供商、設備商以代扣代繳手機話費方式收取閱讀資費,成為“出版史上的新嘗試”。^⑨

這種由傳統出版社與電影投資製作公司、新興網絡數字出版業、綜合性傳媒集團、電影期刊網絡媒體、電商服務平臺以及通信移動行業等多種經營模式和不同行業主體進行跨界合作改編出版電影小說的全新路徑與方法,使得觀眾可以通過紙質圖書、互聯網、移動手機、平板電腦以及電子書閱讀器等不同載體、不同途徑看到以不同文本形態、不同媒介形式、不同終端渠道呈現的電影小說文本,推動和激發了電影小說在新世紀的迅速發展。全媒體出版模式將文本形態由單一向度的小說文字延伸到多向度表達形態的做法,並非“換湯不換藥”的“重複”,而是一種“差異性生成”的存在,同時這種延伸並非對傳統文字表達形態的摒棄,而是一種向上性的“生產”或“生成”。我們所熟悉的“重複”通常是一種“去差異”的概念,往往被理解為相同物或相似物的反復出場。法國哲學家吉爾·德勒茲認為“重複不失一般性”,重複即差異,在事物的重複中實現了差異本身和內容,差異蘊含著創新。^⑩若從這一視角看,全媒體出版模式文本形態的由“一”到“多”的“重複”,就並非一種簡單的累計相加關係,而是在重複中創新,煥發出新的生命力。雖然文本所表達的意涵總體是相同或相近的,但若採取不同方式獲取文本信息,就能獲得不同的傳播效果。因此,上述所說的全媒體出版實質上是通過“重複”將各種出版媒體整合並生成差異性的文本形態,以達到對同一文本內容(精神意涵)的向上運動與重新建構。

三、結語

進入新世紀以來,在影像文本的電影和紙質文本的文學二者雙向“合謀”的共同誘導和塑造下,中國電影小說呈現出全新、別樣的風格與特色。同時,在電影小說生成鏈上的兩大相關主體——作為電影小說創作主體的改編創作者以及作為物化載體媒介主體的出版社中,改編創作者作為關鍵主體直接決定電影小說的藝術水準與審美價值,出版社則決定電影小說的最終生成與價

值實現,二者在遵循影視劇生產規律、小說創作規律、圖書出版規律“三大規律”基礎上多方聯動,互融共生,以各自強大的內生動力充分調動各方資源要素參與電影小說的創作生產與行銷運作,推動電影小說在新世紀迅速發展,並逐漸取代電影文學劇本成為電影文學新的“重要類型”。

[在本文撰寫過程中,西北師範大學傳媒學院 2019 級碩士研究生柳謙協助做了部分資料收集和格式整理工作,在此表示謝忱。]

①“電影小說”是以電影作品或電影劇本為藍本,借鑒影像敘事技巧,發揮小說藝術優長,將影像性與文學性相融合,通過把影視媒介的圖像符號轉換為印刷媒介的文字符號,對電影進行改編和再創作而形成的一種文本形態。界定電影小說的基本準則有二:一是根據電影劇本或影像文本進行的改編與再創作;二是創作時間在電影作品拍攝過程中或攝製完成後。參見黃勇軍:《影視小說內涵的界定與辨析》,北京:《中國社會科學報》,2016年12月19日。

②黃發有:《掛小說的羊頭 賣劇本的狗肉——影視時代的小說危機(上)》,長春:《文藝爭鳴》,2004年第1期,第70頁。

③嚴歌苓表示,最初創作的《金陵十三釵》只是一部中篇小說,之所以擴成長篇,是因為在與張藝謀的合作中,發現“很多內容需要重新書寫。我不得不對人性進行全新的思考,對作品的內容進行大量的調整和修改”,並表示“小說屬於我,是一個重新創作”。參見張紅梅:《影視作品與同名圖書以往都是同步推出,如今——甩開影視,圖書先溜達出來搶風頭了》,鄭州:《大河報》,2011年5月20日;曾世湘:《搶在張藝謀新片殺青前 嚴歌苓將〈金陵十三釵〉改成長篇》,西安:《西安日報》,2011年6月9日。

④王海鴿被譽為“中國婚姻第一寫手”,其“婚戀系列”電視小說還有1999年創作的《牽手》。

⑤吳菲:《劉震雲談〈手機〉:擰巴的世界變坦了的心》,北京:《北京青年報》,2003年12月9日。

⑥今何在原名曾雨,著有網絡小說《悟空傳》等,曾為王家衛、劉鎮偉等香港知名導演的“御用編劇”。

⑦壞藍眼睛原名賈佳,專欄作家。出版小說集《愁城紀》、長篇小說《夢裡檸檬幾度花》等。

⑧楚惜刀系塔讀文學、網易雲閱讀簽約作家,作品主要有奇幻《魅生》系列、武俠《明日歌》、九州《天光雲影·風雲會》、言情《酥糖公子》等。

⑨朱秀海:《喬家大院(修訂版)》,海口:南海出版公司,2007年,第1頁。

⑩張巍主編:《中國電影專業史研究·電影編劇卷》,北京:中國電影出版社,2006年,第281~282頁。

⑪指讓各類出版社成為“自主經營、自負盈虧、自我發展、自我約束的法人實體和市場競爭主體”。

⑫周正兵、李紅強:《中國出版產業資本運營30年》,北京:《中國出版》,2008年第8期。

⑬參見謝剛:《出版體制轉軌與新時期文學的轉型》,南京:《江海學刊》,2004年第6期。

⑭雷達:《新世紀十年中國文學的走勢》,長春:《文藝爭鳴》,2010年第3期,第8。

⑮曉流:《“無極”系列探路影視書新模式》,北京:《中國圖書商報》,2005年12月30日。

⑯張勁萌:《對全媒體出版發展現狀與前景的思考》,北京:《中國出版》,2010年第22期。

⑰鍾楚:《〈非誠勿擾〉填補“全媒體出版”空白》,北京:《中國出版》,2009年第1期。

⑱陳明子:《全媒體出版的SWOT分析——基於〈非誠勿擾〉全媒體出版的思考》,北京:《中國出版》,2010年第2期。

⑲王化兵:《〈建黨偉業〉新書首發 中國移動開啟大型紅色閱讀活動》,北京:《出版參考》,2011年7月。

⑳參見李河:《哲學中的波西米亞人——德勒茲的“重復”概念芻議》,北京:《哲學動態》,2015年第6期。

作者簡介:黃勇軍,重慶師範大學新聞與傳媒學院副研究員,博士。重慶 401331

[責任編輯 桑海]