

书海泛舟

“舌尖上的文字”走红 饮食文化魅力再袭

去年,电视专题片《舌尖上的中国》走红,其平均收视率达到0.5%,超过所有同时段的电视剧收视率。如今,同名图书出版发行,饮食文化类书籍受到不少读者青睐。

其实,周作人、梁实秋、汪曾祺等大家早就写出了饮食的情趣、品位和境界,更引得一众追随者纷纷效仿,老书新作,每每有饮食文字的相关著作,都会引起诸多关注。下面我们来说说饮食文化类图书出版的两大趋势和特色。

趋势二 欧美日食客渐受关注

尽管读者对港台的老饕、食客的文字颇有青睐,但从欧美日等引进的饮食图书同样不容小觑,它们也从不同角度透视了地域差异下的“饮食”其背后深层次的文化真义。

新星出版社引进的“美国饮食文学教母”M.F.K.费雪的《写给牡蛎的情书》《如何煮狼》《恋味者》《美食家的字母表》就是这样的例子。《如何煮狼》的责任编辑金辉介绍,费雪可谓美国饮食文学界的指路明灯。其身后诸多饮食书写者追随她的脚步,却从未超出她的高度。比如1942年,美国战祸连绵、经济萧条,她在《如何煮狼》中讥讽一些人不顾现状而对饮食过分讲究,更不屑于太过现实的草草应付,而是以滚沸的热情、大胆的实验精神,创造出一道道梦幻料理——告诉人们,饮食的意义,不仅仅是果腹,还有温暖、安全 and 爱。

类似的还有译林出版社近期推出的《厨房里的哲学家》。北京凤凰壹力文化发展有限公司编辑白路告诉记者,法国传奇政治家和美食家让·安泰尔姆·布里亚·萨瓦兰将自己跌宕起伏的一生化作美食奇谈。M.F.K.费雪曾经将该书翻译成英文,足见其地位与权威性,“作者埋头20多年的倾心创作,不仅悉数纳入了他动荡一生的美食阅历,连同他对美学的研究,对人类美食行为的思考,读来依旧让人觉得津津有味,毫无过时之感”。

另一个出版现象也值得注意,就是挖掘固有印象的文字作者们与饮食的因缘。譬如山东人民出版社出版的《食记百味》,记录了吉本芭娜娜日常饮食的点滴,她与儿子小不点共食的回亿,亲情暖暖。“引进该书也算剑走偏锋,我们希望告诉读者芭娜娜除了小说以外,她的饮食随笔同样精彩”,该书责任编辑李楠如是说。

还有小说家池波正太郎,他的时代小说已经由上海译文出版社陆续推出。生活·读书·新知三联书店避开文学类出版社的强势,引进了他的饮食随笔《餐桌情景》,从生活角度入手,将池波正太郎的“食通”的一面展现给读者。还有译林出版社出版的大仲马的临终之作《大仲马美食词典》,“写作使其富有,耽吃使其贫困”,同样是一位文学大师在饮食方面的卓越贡献。几家受访者都回称,这一策划思路或许也会成为一股潮流——挖掘那些充满怀旧情结的名人饮食体例,体验浓厚的地域意味和丰富的生活阅历。既满足了文化学者的解构情节,又填补了一般读者的口腹之欲。

(据《中国出版传媒商报》)



趋势一 港台“老饕”倾倒读者

港台的“老饕”(食客)的饮食文字,俨然成了一股出版潮流。继《味道台北》之后,广西师范大学出版社再次推出了欧阳应霁的作品。对于来自香港的跨媒体创作者欧阳应霁,不少内地读者并不陌生。几年前,三联书店就曾引进出版过他的《香港味道》《半饱》《快煮慢食》等饮食文字。

三联书店在今年1月也出版了《饮食》杂志创办人焦桐编纂的《汤圆与白香饼》,介绍台湾美味。随即在3月,跟进推出“房里的人类学家”庄祖宜的《其实,大家都想做菜》。贯穿烹调技巧、食材特性间的主轴是作者从一个爱做菜的研究员变成餐厅专业厨师的学习过程、所思所感。游走东西文化之间,穿梭学院与厨房,庄祖宜把厨师们的想法和技术,乃至国际餐饮界的争议和共识,用最生活化的语言表达出来。

此外,还有漓江出版社引进的黄婉玲的《即将消失的百年美味》,责任编辑董卉坦言:“多年来矢志寻遍台湾本地即将消逝的古早美味,日复一日,从隐匿在小巷小街和老集市上的店铺摊位中觅得老师傅们的祖传手艺以及手工艺同样久远的味觉故事,我们觉得这件事本身非常有趣。”该书自上市以来已销售2万册,取得了不错的成绩。

《老饕漫笔》的作者赵琦就曾提到,整个社会对饮食文化越来越关注,一个健康的社会应该是能够容纳多元的文化视角的。人们生活水平不断提高,对生活品位有一种追求,怀旧情结相当普遍,而不乏饮食文化类图书都有浓厚的怀旧味儿。多年来,尽管饮食文化图书从未真正意义上大红大紫过,但因其独有的文化视角和文字魅力而保持着畅销的态势。这也是各家出版社乐于在这一细分市场耕耘的原因之一。

新书排行榜

2013年9月

■虚构类图书

| 排名 | 书名 | 出版社 | 作者 |
|----|-----------------|-----------|-------------|
| 1 | 斗罗大陆(第二部) | 湖南少年儿童出版社 | 唐家三少 |
| 2 | 沙海(第2卷) | 长江文艺出版社 | 南派三叔 |
| 3 | 爱了就会活过来 | 湖南文艺出版社 | 蔡康永 |
| 4 | 寻龙诀——金棺陵墓 | 天津人民出版社 | 天下霸唱 |
| 5 | 如果我可以许一个愿望 | 海豚出版社 | 几米 |
| 6 | 小爸爸 | 天津人民出版社 | 文章 |
| 7 | 秒速5厘米 | 北京联合出版社 | 新海诚,加纳新太 |
| 8 | 还能在一起多久 | 湖南文艺出版社 | 唐七公子,浅白色,王臣 |
| 9 | 等风来 | 长江文艺出版社 | 鲍鲸鲸 |
| 10 | 2013年故事会合订本(60) | 上海锦绣文章出版社 | 故事会编辑部 |

■非虚构类图书

| 排名 | 书名 | 出版社 | 作者 |
|----|-----------------------|-----------|------------|
| 1 | 女不强夫天不容 | 长江文艺出版社 | 六六 |
| 2 | 邓文迪:我不是传奇 | 中国财政经济出版社 | 青云 |
| 3 | 野心优雅:任志强回忆录 | 江苏凤凰文艺出版社 | 任志强 |
| 4 | 对自己狠一点 离成功近一点 | 同心出版社 | 李维文 |
| 5 | 有些事现在不做,一辈子都不会做了(第2季) | 北方妇女儿童出版社 | 韩梅梅 |
| 6 | 玩儿 | 中信出版社 | 于谦 |
| 7 | 我和狗狗的16年 | 北京联合出版社 | 高木直子 |
| 8 | 马云的说话之道 | 北京联合出版社 | 张笑恒 |
| 9 | 管好员工就靠这几招 | 人民邮电出版社 | 宗权 |
| 10 | 中国自助游(2014全新升级版) | 光明日报出版社 | 《中国自助游》编辑部 |

■备注

以上数据来自开卷公司“开卷全国图书零售市场观测系统”。该系统自1998年起建立,目前已涵盖2000多家书店,新书排行榜由这些书店的所有图书零售数据汇总整合而成。

虚构类图书是指作品基于想象而不是现实。

非虚构类图书内容是关于现实生活知识的,包括除了虚构类以外的所有类别的图书。

以上两类图书均面向成人阅读。

网罗

建议、爆料、吐槽……欢迎@洛阳日报

腾讯微博 http://t.qq.com/luoyangribao001

新浪微博 http://weibo.com/luoyangdaily

有事有焦点!

网络神曲十年进化史

随着《中国好声音》落幕,一批好听的歌再次被人们传唱。说起脍炙人口的歌,《东北人都是活雷锋》《忐忑》等网络“神曲”受到很多网友的追捧。如今,“红足10年”的网络歌曲已成为代表一个时代的音乐产物,并将不断创造着“神曲”奇迹。那么,让我们来盘点一下网络神曲这10年的进化史。

2003年至2004年

- 特点:数字化音乐有了新玩法
- 代表曲目:《东北人都是活雷锋》《老鼠爱大米》

通力唱片推出的《伤不起》称得上近年乐坛最赚钱的歌曲。该公司成立于网络歌曲兴起的2004年,公司总经理天理说,当时并不是奔着这个“新概念”去的,但很多人确实已经感受到变化在发生。

2002年,百度开始了音乐频道。这家互联网公司借助音乐搜索实现了跳跃式的成长。随后,数字化音乐也给无数音乐人启发。2003年他们开始换一种玩法。

天理认为,如果从音乐的本质来划分,国内网络音乐的第一个典型代表是雪村的《东北人都是活雷锋》,“更直接、简单,不追求意境”。“草根”也由此成为网络歌曲的精神内核。

其传播也完全是网络化的。2003年年初,这首歌通过电子邮件在网络流传。由于曲调和歌词的诙谐、上口,一些大型网站以及个人站点都把它放在下载专区里。此后,又有电脑动画爱好者将其制作成FLASH文件,让“翠花,上酸菜”真正地家喻户晓了。

到了2004年,一首《老鼠爱大米》走红网络,彻底开启了网络歌曲的黄金时代。这个当年的网络“神曲”带来了丰厚的经济回报。有媒体报道,它的创作者杨臣刚从一个默默无闻的网络歌手成为众人瞩目的焦点,不仅以500万元的身价加盟唱片公司,还接到了央视春晚、湖南卫视春晚等主流电视媒体抛出的橄榄枝。

2005年至2006年

- 特点:商业成功与“烂名声”如影随形
- 代表曲目:《求佛》《香水有毒》

2005年至2006年,可以算是网络歌曲“大繁荣、大发展”的时期了。无论在街边的服装店,还是公交、大巴上,总能听见循环播放的《求佛》《香水有毒》或者《QQ爱》。

音乐渠道借助互联网快速拓展,需要大量的网络作品。为顺应潮流,一些音乐人甚至成名的歌手故意模仿网络歌曲的特点制作音乐,比如让作品听上去更加粗糙。

尽管获得了商业上的巨大成功,但是,这一时期的网络歌曲几乎没有获得过好的口碑和音乐价值上的肯定。对此,不少音乐人认为,这个时期的网络歌曲确实很烂,“是臭遍街的名声,大家就会排斥”。

2009年至今

- 特点:微博时代助推“神曲”诞生
- 代表曲目:《忐忑》《江南style》

随着微博时代的到来,网络“神曲”的概念正式诞生了。

百度百科里关于“神曲”的词义是:“指一些歌词及曲调非常通俗的口水歌,它们流传于大街小巷,轰炸得让人‘听觉疲劳’,每次听着都感到有如‘神’助。”龚琳娜的《忐忑》是第一支被真正赋予“神曲”定义的音乐作品。这首歌在2010年爆红,和《江南style》一样,同样是视频形式在网上传播,它们本来只是在小范围流传,但在得到王菲、陈奕迅等名人的点评和模仿之后,《忐忑》在短时间内成了“神曲”,引发了更大范围内的模仿、恶搞。更多的人又会想找来原作“看看”,因此走红也就成了必然。

不过,人们很容易发现,《忐忑》虽然被网络赋予了娱乐色彩,并借助网络实现了“病毒式”传播,它和传统意义上的网络歌曲似乎并不相同。这首带有浓厚探索意味的艺术歌曲,其实属于严肃的音乐范畴。

除了音乐本身外,更多的变革和挑战可能来自于推广环节。竞争日趋激烈,媒体的不断演进,让网络歌曲的推手们面临更复杂的局面,网络歌曲的成本也大大提高。对于一些网络歌曲而言,宣传费已经超过制作成本的10倍、20倍之多。

(据北晨网)

新闻

微信群里 全家对决“汉字听写”

随着央视《中国汉字听写大赛》的热播,“汉字听写”走红,一些网友利用网络,自办听写小比赛。更有网友特意创建微信群,让相隔多地的家人来一场听写比赛,重拾对汉字的认识。

网友“@陈老记”是文字爱好者,经常为杂志写游记。近日,他新建了一个微信群“全家学写字”,成员只有他和父母三人,每晚10点,一家人都会在微信群里来一场汉字听写比赛。“我们每人自备一支笔,一张纸,由一个人说出汉字的读音和意思,其他人写在纸上,比赛看谁写得最快最正确”。让陈先生最意外的是,“摸鼻涕”虽然常说,但“摸”字怎么都想不起来,直到赛后母亲公布正确写法,他才恍然大悟,感叹汉字确实要常用常写。

四川大学新闻学教授张小元认为,由于电脑的普及,现代人对汉字的书写越来越陌生,经常提笔就忘字。网友在家人、朋友间自办小范围的汉字听写比赛,不仅能重新唤起人们对汉字的重视,还能增进彼此间的感情,是一项不错的益智游戏。

(据华西都市报)

图片

逆天的动物们



本版图片除署名外均为资料图片