

# 《中国文学大师课》的总策划陈思和召集顶级作家学者来朗读: 把文学作品读到你自己的肉里边去

本报记者 马黎 通讯员 杨琳惜

“喜马拉雅的朋友们,大家好,我是王安忆。今天我将从男人和女人关系的角度,和大家一起谈谈我对爱情以及两性关系的认识。”

这几天,如果你打开喜马拉雅APP,订阅一门《中国文学大师课》,每周三天,会听到22位平时很难一次性召集到的中国文学界顶尖作家和学者的声音,陈思和、莫言、余华、王安忆、苏童、王蒙、严歌苓、叶兆言等等,他们用各自的方式,讲述中国现当代文学100部作品。

王安忆的课,11分钟,跟想象的文学课完全不一样。她讲了很多女性如何幸福生活的问题,吐槽了一下热播电视剧《我的前半生》,“其实这里边的女性是非常可悲的,这里面的女性是很可怜的……这个电视剧能够得到这么高的褒奖,就很奇怪。”她喜欢贾樟柯的《江湖儿女》,“赵涛演的那个女性,我觉得她是新时代的女性,但是她又有时代的痕迹。现在我们的文学的价值,有的时候是要给文学史增添新的形象。”

还是讲文学,但又不止文学。  
22位作家第一次选择在音频上“读”书,他们是什么感受?适应吗?

## 不能将文学史简单地搬上网络

《中国文学大师课》的总策划,是复旦大学教授陈思和。其实,他在上世纪90年代就想做这件事了。

他当时想跟电台一起做,包括拍成纪录片。但当年投资比较大,各方面技术条件也还不够成熟。但他依然觉得,那个时候做得更好,很多经典篇目的作者还活着。更重要的原因,陈思和认为,现当代文学不仅仅是印在书上的,也是可以传播在声音里,让更多人感受现当代文学的魅力。

王安忆是第一个录的。莫言之前一直没联系上,陈思和和莫言打了电话之后,第二天就请工作人员到北京录制。余华录节目的时候,正好在外地,生病了,一边打吊针一边录。像严歌苓不喜欢露面,就在德国录制。

这门大师课有一个主标题:文学与人生。设计主题时,团队最初的想法还围绕在现当代文学教科书的逻辑体系里,但陈思和希望能把现当代文学更好地传播出去,音频,是现在的介质,就要利用好这个介质,不能局限在原来的对象里。

课程的制作人之一顾文豪介绍,在一次策划会上,陈老师讲:“既然要做音频,就要做一点跟我们写书不一样的事情,要做一点写书做不到的事情。我们不能简单地将文学史的那套搬上网络,尤其是,我们不要局限在原来的对象里,网络的对象是广大不知名的听众,我们要问问自己,他们为什么要来听文学?是为了考研吗?为了做研究吗?肯定不是。所以我们的文学课要关心每一个陌生的听众,让他们知道在今天读文学是有用的。这次我们要让人生来做主角,从一个人出生到老死的生命过程中去动态地理解文学。”

陈思和提出了“文学与人生”的主题,把文学作品放置在人生的不同阶段去读。人生是每个人都要面对的问题,但文学作品不是每个人都需要读的。而文学作品里所讲到的一些道理,却很可能在你某个人生阶段当中,可以给你提供参考。

比如余华“读”的是《十八岁出门远行》,可能对十八岁少年来说,会有共鸣。

这次,很多作家和学者有一个共同的愿景:我们能不能通过新的方式,把文学的价值重新做一个梳理和传播,特别是中国现当代文学。

## 进入录音棚才发现需要适应的地方很多

对于在网络分享知识,作家读得好吗?  
顾文豪发现,在每个介质里,作家其实都能找到对他“有利”的一面。

余秋雨的节目是4月23日世界读书日上线的,顾文豪当时说,余老师,关于阅读,你说两句话吧。

余秋雨说,我们的平台是一个听的平台,我们要讲的是听的意义,而不是讲阅读的意义。

“像我33岁都未必有这种敏感度,但73岁的余老师马上点出了介质的特质。”

22位作家中,有很多都在高校当老师,习惯了上课,本以为录一段音频课很简单,直到进入录音棚,他们才发现,需要适应、优化的地方还有很多。

同样参与课程的复旦大学教授、中国鲁迅研究会副会长邵元宝说,他感受最深的,是对知识形态的挑战。

“文学知识,过去长期是在大学的学术圈里,完全是由我们主导的,想讲什么讲什么,长远来讲,是由学生来选择的,但具体的操作还是我们自己来把控。但现在,知识的形态要改变。我觉得一开始录的时候,都有一个互相适应打磨的过程。主要适应什么呢?要把学术的外衣、学术的表达方式‘割爱’,要讲得清楚明白,要用当代社会生活中大家共享的语言、流行的生活语言讲。这是一个很大的挑战。”

这一次的文学课,邵元宝一口气录了24节课。他认为,现当代文学是一个全民的文学,上世纪80年代全民参与,现在已经收缩到大学课堂里去了,范围狭窄了。如果我们再用学术的套路,那它会更狭窄,前景是很不看好的。“现在来到了音频平台,用户是第一的。你讲得不好,他不听,不买。从这方面讲,这是一个机会,来验证一下,你平时在大学里讲的文学知识,到底在社会中有多少听众。我觉得这是一个测试的机会。”

## 如果对公众都讲不清楚它的学术含量是可疑的

那么,听众喜欢作家“读”的书吗?  
这门课12月1日正式上线,截至记者发稿,一个星期,总播放量超过了68万,也有各种留言。

而关于好不好听,每个人的感受都不一样。有人觉得文本讲的太少了,有人又觉得鸡汤讲多了,有些人希望你讲得很专业,有些人希望你能讲得令人感动。

作为总策划,陈思和希望能提供一个新的产品,新的角度,因为文化就是眼界。对一个听众来说,给了他本来没有的一个视角,作品可以这么读,把文学作品读到你自己的肉里头去。

陈思和几乎每条留言都会看,包括一些批评的声音。

“这是一个挑战。我们在平台上对着谁,看不见摸不着。我们基本还是习惯知道对方是谁的情况下讲。对我们来讲,现在就是对着更广大的听众范围,从播出的反馈来讲,也很难估计到底是大学程度以上的还是以下的,但是,听众的范围更大了。”邵元宝对钱报记者说。

邵元宝认为,一门学科的学术性,尤其是人文科学,它的学术性最后是在生活中加以验证的,如果对公众都讲不清楚,那它的学术含量是可疑的。

“好多人说平台上讲的没啥意思,浪费时间。但在这个过程中,你会不断提醒自己,你不能这样讲,要换个方式讲。从选题、提出问题,字里行间都是挑战,这是我感受最深的。”

比如一个重要的切换:讲述感。  
陈思和本来觉得很简单,就是讲课么,录10分钟。但他第一次录完就说,唉,这个东西不好讲。他发现漫谈式的讲述,音频其实是没办法接受的。后来,他每次讲之前,都要写稿子。

陈思和认为还有一个需要转变的地方:我们阅读或者写作的时候,觉得这个文字好美啊,但当你念的时候,发现其实是念不清楚的,这些语言就需要换成口语化的讲述。

2018年,有声阅读是不容置疑的热点。

它的市场蛋糕有多大?来看看这几组数字——  
2016年,知识付费的崛起带动了有声阅读市场向规模化发展,同期增长48.3%,市场规模总量达到29.1亿元。

2017年,有声阅读市场规模达到40.6亿元,同比增长39.7%,超过之前31亿元的预期。其中借助音频媒介开展的综合类知识付费服务,更是贡献了约10亿元的收入规模,成为了推动市场增长的中坚力量。

语音合成、情景识别、内容付费,多元化的用户体验开辟了新兴阅读市场,培养起了年轻一代的知识消费习惯,连喜马拉雅FM联合创始人余建军都感叹,“随着科技的发展,我们越来越明显地感受到,声音正在回到舞台中央。”

那么,谁在为你读书?

钱报记者采访了《中国文学大师课》的总策划、复旦大学教授陈思和,以及这一门课的讲师们;还探访两位主播的日常播讲生活。他们都是为你读书的人,读的背后,是一群人的转变,以及一个行业的整体业态。



# 记者探访两位有声阅读平台主播的日常生活—— 上千人竞争一个单子都很正常

通讯员 杨琳惜 本报记者 马黎

上周末,刚从首届长三角文博会展回到杭州的徐恋发现,当下三省一市很多出版、内容平台都在向有声市场发展。

“现在社会节奏快,碎片化阅读越来越普遍,有声书就是一个很好的满足不同场景阅读需求的产物。”徐恋是博库网络有限公司新媒体中心经理,她这样描述自己的发现。

徐恋所在的博库网络有限公司,是浙江本土的有声阅读的先行者,它已经开始获取立体化阅读红利。

“到目前,平台上参与的人数,包括签到、阅读的人数,有声书都是破万的。”徐恋说起今年双十一的一个活动,毕淑敏的新书《南极之南》,“我们提前向她约了录音,作者本人以音频的形式进入到有声书中,分享了写这本书的出发点,想呈现传递的东西等等,还空降社群,与粉丝进行互动,参与人数在3万左右。”

目前,整个行业表现出对有声市场的投入加大。有声书以更低的门槛,让更多用户加入到阅读行为中去。徐恋说,这也是博库的一个发展目标,“希望平台里的用户能沉淀下来,认真地进行一些阅读。”

徐恋和几个平台合作

徐恋的合音自然满足不了用户的需求。于是,“最”悦耳动听的声音被各种平台紧急寻找。

那些为我们“读”书的人,到底是怎样的群体?

徐恋说,博库选择的主播一般有两种,一是比较专业的主持人;还有是对这方面有兴趣爱好,进行声音产出的人。

与博库合作、录制“好书共读”栏目的主播张扬,是内蒙古通过广播电视台的主持人。在自己的本职工作之外,他还有三个稳定合作的公司,分布在浙江、深圳、北京,兼职录制有声书及其他音频内容。

在张扬看来,有声书市场在逐渐趋于成熟,也有更多人走入到这个行业中,既有正规的电台电视台主持人,也有非科班出身但声音条件非常好的主播。因为基数庞大,竞争非常激烈。

“我合作的三个公司,他们拥有的全职、兼职主播就不下一万个,所以你的声音不是每次都能被选中的,几百甚至上千人去竞争一个单子,都很正常。”

在配音圈小有名气的默冉,是一位生于1991年的姑娘,“默冉”是她的播名,在很多平台上都能找到她录制的有声书。从大学开始,她就对配音情有独钟,但在找工作时却犯了难。

临近毕业时,默冉在一个大型有声阅读平台上试了很多本书都通不过,“可能是自己的粉丝量不够多。试音的人太多了,一本书底下可能就有上千人在试音。你的粉丝少,听众可能就不会去听你读的书,往往你花费了很多精力去做样音,却没有人听,也接不到书。”暂时摸不到配音行业的大门,毕业在即,默冉就选择进了一家媒体单位

工作。

有了稳定的工作,默冉在空闲时间还是坚持做配音,去各种就业APP上海投,终于找到了一家招配音员的公司,接下了第一本有声小说——童话故事《纳尼亚传奇》。“从这家公司慢慢做起,渐渐地,路子就广了。”《张秋生童话》、《武道大帝》、《逍遥公主》,她的代表作越来越丰富。

一般情况下,兼职主播接了一本新书,一个星期内需要上交三个小时左右的“干音”,也就是成品,有时还需要主播自己加上背景音乐和音效,最终是完整叙述的一篇。

三个小时的成品,录制的时间往往得翻倍。

录制中,稍微状态有点不好,或者一个音没有说准,就得推倒重来。不止如此,如果一段话中的情感有断裂,那么这一整段话都要重新录。张扬说,“有的老师状态特别好的,可能一次就能录完了,也有的反复去揣摩一句话,那可能这一句话就要录上几十分钟。”

## 不会将有声主播作为主业

问到以后会不会将有声主播当成主业,在浙江的默冉,和在内蒙古的张扬,同时给出了一致的答案:不会。

默冉说,一个是因为接单子不稳定,另一方面,报酬也没有外界想象中那么高。“版权方和平台方可以按点击量分成,而主播拿到的钱其实并不多。我跟一些公司合作,相当于我们把声音卖给他,我们的声音是不太值钱的。”

张扬算了一笔账,全职主播,一天能录四个小时干音,已经很多了。因为录制、整理、剪辑会占去大量时间,甚至比我们正常工作还要长。如果接的单子是200元,一天就是800,一个月不休息,就两万多,这是业内的平均水平。

“大部分人觉得如果全职去做,会养不活自己。比如这个月真的是一单都没有,就很难生活。”张扬说,很多兼职主播会选择在多家公司挂靠,就是为了保证接单量。

竞争压力大、接单不稳定、收入也不高,为什么他们会继续“读”书?

张扬开设了一个公益栏目“白杨叔叔讲故事”,每天更新儿童节目,完全免费,没有收入,也有一群固定的小听众。

“看到孩子们特别真挚的留言和反馈,不仅是成就感,而是这种特别纯粹简单的情感,直接触动你的心灵。去年,有一个南京的小朋友,相隔2000多公里吧,特意到北方城市来看我。我从来没想过,很震惊,同时心里也特别暖。”

每上传一个录音,默冉也非常期待能收获粉丝的评论。“当我看到《锦衣夜作》底下有人评论说,‘这个主播的声音真好听’,或者说,‘我觉得你演绎得非常认真,把角色都分开了’。有这样的话,我就有继续更新的动力了。”

目前,有声市场的整体规模比较大,也正呈现欣欣向荣的发展势头。但从横向比较来看,去年成年人的听书率为22.8%,付费率不到3%,相比网络在线阅读率的59.7%和手机阅读接触率的71%,有声阅读市场的渗透率以及付费率仍处于初级阶段。

反映到主播行业,一线就业机会多,二三线的发展比较缓慢。“我所知道的配音圈子,局限于上海、北京、台湾,其他城市这方面发展还不是特别完善,机会也不是特别多,我们寻找就业机会,只有通过线上。”默冉说,在杭州想找配音大咖,请他们做老师,或者去旁听他们的课,都很难,“不过,杭州的声优大赛、国际动漫节,会吸引一部分声音公司来这里创业,也是一个未来发展的机遇吧。”

本组报道数据来源:

《2016年数字阅读白皮书》《2017年数字阅读白皮书》《第十五次全国国民阅读调查》《2018-2024年中国数字阅读行业市场深度调查及投资前景分析报告》