

文娱

国内首部微博长篇小说成书

“微小说”在质疑中生根发芽

本报记者 师文静



日前,国内首部微博长篇小说《围脖时期的爱情》正式出版实体书。自从《围脖时期的爱情》于2010年1月29日在微博上线连载起,微博体小说这个新生事物的命运就备受关注,有人质疑其是另一种“短命文学”,有人赞许其创新形式。仅一年多时间,微博体小说完成了从无到有,再到在传统出版中“扎根”的过程。



140字里写风月 完成起承转合

“聚会结束后,我随蒋楚去了他的公司,在他办公室里我们来了个促膝长谈。算是现场诊断吧!这是我金盆洗手放弃心理医生职业以来第一次正式出诊。也许是酒喝得多了些,刚进办公室,他就哗啦一下,把金柜打开了,冲我一扬手豪迈地说,大叔你好好瞧,只要你能帮我调理好,这满柜子的Money就全归你了。”

以上这段文字140个字,是《围脖时期的爱情》中的文字,这部小说讲述了一个草根男与一位女明星的爱情故事。到底微博体小说与传统小说的区别在哪儿?《围脖时期的爱情》的作者闻华舰认为,微博体小说每一节都要有包袱、有完整的情节,而且还要在这140个字里面写出张力和内容来。其次,故事情节要与微博用户互动,小说里要有微博热议话题,小说中的大部分人物还要在微博中真实存在。

“微博篇幅短,对小说的整体性和逻辑性有极高的要求,140个字中要有看点,必须得能完成1到3个包袱,要有起承转合。”这是闻华舰在写作《围脖时期的爱情》时对微博体小说的认识。

短命文学 还是成功的实验

但是刚刚“降生”时的微博体小说,却受到了争议。著名出版人路金波就曾表示,现在谈“微博文学形态”还早,倒是140个字数的限制,能够逼迫作家锤炼语言。也有媒体因为《围脖时期的爱情》的内容而质疑微博体小说的格调不高,容易沦为“段子”。

更有业内人士称,微博体小说可能会因为形式与概念上的新鲜而引起一时注意,但终究免不了成为一种“短命文学”。

面对这些质疑,闻华舰称,他当时并没有急于表达自己的看法,而是潜心完成了整部小说,并使其在微博互动中广受欢迎。

闻华舰告诉记者,小说在创作时就有多家出版社与其洽谈出版事宜。经过一年多的人气培养,《围脖时期的爱情》成书。在该书的发布会上,文学评论家、中国当代文学研究会会长白烨称,文学创作有其规范,就像戴着镣铐跳舞,而在微博上写小说,在140个字里构筑情节,通过爱情这根主线把人物关系以及社会生活现状揭示出来,难度很大。

“作为微博小说,《围脖时期的爱情》具有在线写作的开放式特点,但同时又具有文学性,内在有一种古典的味道。这部小说是一个成功的实验。”白烨对该书的价值表示赞同,并预言微博小说可能会对手机小说和短篇小说产生一定的影响。

微小说已“落地生根” 打开“销路”势在必行

《围脖时期的爱情》的责任编辑沈晓辉告诉记者,该小说在出版时,经过出版社论证,大家认为微博体小说有其网络读者群基础,非常适合当下读者的阅读习惯和口味。“我不认为微博体小说是短命文学,它就是一种网络文学,只不过区别是采用了微博体。网络文学的成功案例已经很多,新兴的微博体小说有它自己的受众,会像网络文学一样受欢迎。”

“我从来不避讳谈文学要产生经济价值这个问题,在写小说的过程中就认识到了。”要将微博体小说产业化的闻华舰正在写作《别说你没见过我》,这将是国内首部微博营销实战小说,接下来他将完成《围脖时期的婚礼》以及《围脖时期的葬礼》。

延伸 微博也有著作权 网友转发需谨慎

随着第一本微博长篇小说的出版,微博作为一种作品形式越来越受关注。140字以内的微博承载着大量的信息,不过近日有法律界人士称微博的信息和内容也有著作权,网友转发需要谨慎。

记者了解到,某网友创作的一则笑话被拥有300万粉丝的“某某笑话”微博“直接引用”,笑话被转载了十多万次。此网友极其郁闷,自己写的笑话微博,有了十几万的读者,但是读者甚至不知道笑话的真实作者是谁。

随后网友咨询律师了解到,拿他人微博当成自己原创是侵犯了作者的著作权。律师称,根据著作权法的相关规定,著作权人对自己的作品具有发表权、复制权、信息网络传播权、保护作品完整权等权利。除非满足“合理使用”的12种情形,否则未经著作权人的许可,他人不得侵犯。

这12种情形包括公务使用、个人学习、科学研究、课堂教学等,同时需要满足指明原作者和作品名称。因此,在在微博上直接引用他人全部作品,如微型文学作品,或者他人作品的实质部分,就涉嫌侵犯著作权。

“网友自己创作的笑话,具有独创性,构成著作权意义上的‘作品’。这样的话,‘某某笑话’微博未经著作权人同意,把别人的作品当成自己的原创在微博上发表的行为已经侵犯了这位网友的著作权。”

根据著作权法规定,“某某笑话”微博不为营利,而是为了学习、研究或者欣赏而进行转发,可以不需要经过著作权人许可,也可以不支付报酬。但是应当指明作者的姓名、作品名称。

到底开什么店才真正能赚钱?

投资创业攫取财富,是围绕在很多人心中的迫切愿望,但在经历了浮躁、盲从、风险之后,我们需要思考,需要更成熟理智的选择行业和项目。

每隔一段时间走过繁华街道,常会发现不少个体商业店又换牌易主了,但也总有一些店面却能七年八年的持续经营,是什么成就了这些“开店不倒翁”呢?朵拉洗衣连锁店就是一个很好

的例子,其实秘密就是客源稳定、持续盈利,做就做有市场的生意。

必须专业干洗,自己不会洗漆、有钱懒得洗衣、太忙没空洗衣,这四种市场需求为朵拉洗衣孕育了不计其数的稳定客源。朵拉是源于法国的国际洗衣连锁机构,实力和技术不容置疑,服务和品质更无须担心,所以全国300余家朵拉洗衣店演绎着

开店创业的“不倒翁”现象。在山东,朵拉更是用10余年的时间证明了自己是洗衣连锁第一品牌,朵拉还是2009年全运会指定洗衣服务机构,济南市著名商标等,为更好服务客户,节约客户时间,现推出朵拉洗衣服务,只需一个电话我们将在最短的时间内到达您指定的地方,足不出户,轻松洗衣,加盟朵拉国际洗衣连锁,加盟您赚有目共睹。

加盟热线:0531-86117798
89119988
<http://www.drolahq.com>

开店赚钱 就选金师傅馄饨

金师傅馄饨起源于上海,在上海弄堂小吃基础上发展起来的,在传统大馅馄饨的基础上,发展了蔬菜、海鲜、禽肉等几大系列,并新增加正宗的桂林米粉,口感爽滑、味道绝佳、品种多样,更大地提高了金师傅的品牌竞争力与盈利能力。从上海

海思南路第一家挂牌金师傅店铺开始,食客就络绎不绝,以其皮薄馅大,汤鲜味美吸引了广大食客;目前全国各地的加盟店达到了上千家;远在西北的青海,北方的哈尔滨、大连都有金师傅的门店。每天都有食客盈门,使得越来越多的人走上发财致富的

道路,公司产品统一配送,加盟商免除了采购制作的辛苦,店铺设有油炉,不用雇厨师,节省了人力开支等费用;一般30-100平的房子均可操作。

咨询电话:
0532-6860799
网站:
www.jiafuntun.com.cn

增资5亿,美国热水巨头A.O.史密斯拉开新一轮中国投资序幕



日前,有137年历史的A.O.史密斯向媒体证实,已经确定增资5亿元,在南京打造业内首个低碳节能热水器研发/生产基地,新基地落成后,将使A.O.史密斯的生产规模再次

翻番,进一步巩固其在行业创新、节能、环保的领先地位。

超级规模节能热水器生产基地落地。记者了解到,1998年,A.O.史密斯美国总部投资3000万美元,在南京独资成立中国公司后,一直没有停止在中国的投入,2001年,在中国加入WTO后的数小时内,A.O.史密斯宣布增资2000万美元,建设全球最大的热

水器制造和研发基地;2004年,A.O.史密斯全球研发中心成立,并为全球提供技术服务支持;今年3月,A.O.史密斯再次增资5亿,用于节能低碳热水器研发,生产基地的打造,引领热水行业节能低碳的产业升级,并为可持续发展奠定基础。A.O.史密斯全球副总裁丁威表示,此次增资5亿,说明了A.O.史密斯对在中

国前景的看好,更代表了A.O.史密斯在未来热水器领域专业发展的方向和决心。

产能超300万台,是现在2倍。目前,A.O.史密斯已建立了完善的研发、生产、销售及售后服务一体化的现代化管理体系,产品覆盖商用、家用两大领域,为中国消费者带来了国际品质的热水器产品和专业服务,在A.O.史密斯,节能技术被

不断完善,更有推陈出新的升级技术陆续诞生;金圭特护系统技术,防腐抗垢让热水器加热更长久高效;有热泵节能模块的电热水器,可以节能省电一半;此外,太阳能+电热水器集成机,在标准电热水器基础上集成太阳能集热器,可谓一台挂两台,能效突破100%的冷凝节能技术的燃气热水器等,节能效果达到前所未有的境界。“全球研发中心靠近中国市场,各国研发人员以研发生产满足中国消费者创新、节能的

热水器需求。”丁威介绍说,新基地占地面积25万平方米,是现在厂房的2倍,计划年产热水器300万台,是现在的2倍。

看好中国市场 作为热水器行业的领导品牌,A.O.史密斯会将更多的目光投向中国市场,据丁威透露,未来5年,A.O.史密斯在中国的销售收入要翻番,A.O.史密斯专注于可持续热水生活的研究,并将不断开发出适合不同消费需求的节能产品,让中国消费者今天就能享受品质、技术堪称未来的产品。