

“金钱与名声,究竟如何毁掉人世间的悲欢喜乐?资本运作,为何会让他们彻底走上这条不归之路?在欺骗与杜撰的背后,是什么邪恶力量支持着这一切?一场令人震惊的权利游戏,一场令人扼腕的沉沦故事。”——才华横溢的网友以“知音体”写就《“知音”上市记》。

凭杜撰故事就能铸就资本之船?

——“知音”计划上市引争议

《知音》1985年靠湖北省妇联拨付的3万元开办经费起家,在大量时尚刊物的包围中,坚持27年风格不改,通过大量复制悲惨曲折的爱情故事以及名人轶事,以泪水作为催化剂,赢得了市场,甚至形成了所谓“知音体”。面对知音传媒集团计划上市的消息,有作家和学者认为,《知音》长期传播欲望故事并侵犯名人隐私,缺乏媒体的社会担当,不应该被批准上市;也有专家指出,一家合法传媒企业按程序谋求上市之路,符合资本市场的逻辑,无可指摘。

质疑一 缺乏道德底线

据《知音》官方网站称,《知音》(旬刊)现月发行量达636万份,居世界综合性期刊最新排名第五位、全国各类杂志排名第二。然而,一直把名人八卦当作骇人眼球之重磅武器的《知音》,其被作家、明星告上法庭的频率与其发行量一样,在国内期刊中位居“老大”。

听闻“知音传媒”即将上市,最气愤难当的要数著名作家毕淑敏。“这家严重侵害知识产权的杂志社,怎么还能上市呢?”毕淑敏极不情愿地回忆起往事:2009年,《毕淑敏母子环游世界114天:眺望更高远的人生》在《知音》面世,署名为毕淑敏。“这完全是一篇伪作,肆意捏造了我的口吻来攻击我的儿子。”毕淑敏至今难掩气愤。最终

《知音》杂志赔偿原告10.1万元精神损失费,遗憾的是14个月之后,作家才见到一块口香糖那么大的道歉声明。毕淑敏认为,《知音》杂志缺乏道德底线,一而再再而三地损害作家的尊严,缺乏对作家的起码尊重。

质疑二 过分加工编造

《知音》的崛起倚靠了二三线城市、城乡结合部、农村读者群的群众基础,得益于这些地区不发达的媒体现状。然而,其赢得读者青睐的“杀手锏”却是利用千字千元的高稿酬,引诱一些写手加入,编造了大量关于坚贞爱情、负心汉以及说不清还乱的名人故事,并形成一种混淆新闻真实与文学虚构的独特文化符号:知音体。

北京师范大学教授张柠认为,所谓“知音体”实际上是用一种带有抒情的语调来混淆新闻性和故事性的边界,“这种带有农业文明趣味的叙事,塑造了大批消费者——那些生活平淡无奇、毫不起落的中小城镇的女性,靠阅读别人的悲欢离合故事度日。”

翻开最近一期《知音》杂志,“知音体”依旧扑面而来。在“围城风景”栏目中,登载了《于和伟漂泊南北,还有一个爱妻躲在树后》一文,为影视演员于和伟和妻子的浓情写足5700多字。但于和伟的经纪人说:“文章的作者从未

采访过于和伟。有一部分是从网上搜来的,还有一部分是杜撰的,并带有‘诽谤’意味,可笑至极。”

支持者 市场自有逻辑

时评人邓海建在《中国青年报》撰文指出,抛开语体与叙事上的“农村烙印”不说,一家合法传媒企业,按程序谋求上市之路,十分正常。据新闻出版总署网站披露的数据,知音集团总资产达到7.92亿元,净资产6.42亿元,年经营收入3.59亿元,净利润0.77亿元。论经济效益,《知音》是杂志行业中的佼佼者。评论人舒圣祥说:“现代企业永远是以利润作为最大追求,并以适应市场的自身特色取胜,根本无关品味与档次。只要能给股东带来回报,它就会受到资本市场的追捧。”但是,“知音”是精神产品,评价精神产品不能光强调经济效益,还要担起社会责任,首先,必须明确新闻真实性与文学虚构性的界线,不能靠混淆以吸引读者。

“知音”是否能进上交所,成为中国期刊第一股,目前尚不可知。北京大学教授夏学銮就观点鲜明地表示,就中国现阶段来说,还存在城乡差别大的现象,《知音》拥有二三线城市和农村读者群的庞大资源,理当利用好这个丰富资源,更多地负起媒体的社会责任。

本报记者 孙佳音



作家六六

六六:『潜伏』医院写《心术》

昨晚,由六六编剧的医务剧《心术》在浙江卫视、东方卫视等开播。六六说:“如果你喜欢《白色巨塔》《豪斯医生》或《on call36》这样的美剧、港剧,你一定会喜欢《心术》。张嘉译、吴秀波去查房时的运动镜头,整洁洋气的医院环境,完全跳脱了过去内地医务剧的沉闷色彩。”

她说,自己是陪母亲看病,才“潜伏”医院深入生活近半年,这让她收获颇丰。六六说,她那时每天去医院报到,《心术》剧情因为涉及多个科室,她也经常去不同的科室,去医务处了解如何处理医务纠纷,采访患者,了解医生私人生活等。

通过《安娜与王贵》《双面胶》和《蜗居》,六六将婆媳关系、饮食男女、都市情感等一幅幅鲜活的社会生活画卷展现在荧屏上。对于《心术》,六六表示:“我没觉得这一题材敏感。我有困惑,我通过这样一种方

式去寻找答案。我的母亲早上被诊断是癌症,下午就通知开刀,这个过程跟我想象的完全不一样,不同的医生给出的答案也不一样。我意识到医学里有伦理道德的成分,不是纯理科的问题。”

六六说,自己并非追着热点写,她只是敢于把生活中的普遍问题放大:“饭馆里很多菜的作料都是家常能买得到的,为什么饭馆做出来的味道就会不一样?我只是以艺术形式把生活放大,就像平时素颜的女孩化妆上镜,但她还是本色的。”至于《心术》前,国外已有不少成功的医疗题材电视剧,六六表示自己并不需要刻意回避:“社会环境不同,人物架构不同,风格不同。我只写我要说的话。衣服不是还有撞衫吗?但是不同的人穿上气质就不一样。”

本报记者 俞亮鑫

[在正大广场今天盛大开幕!]

7大风格、20余间实景样板房亮相正大广场
8大实景体验区 装潢设计 软装设计 陶瓷卫浴 庭院景观
电器橱柜 地板门窗 智能家居 商业空间

2012上海装潢设计博览会暨

家装实景体验文化节

实景体验
谨防假冒
021-65018587

5月4-6日

周五-周日 10:00-22:00

十二小时超长体验时间 夜场时间至晚上22:00

正大广场9楼

陆家嘴西路168号 东方明珠对面

咨询电话: 021-65018587 索票网址: www.591zh.com

