



結合科技 大師品牌保證？

2011-05-21 記者 劉芮菁 文



文學，是經驗的累積，更是作者的內心世界。閱讀，是隨著作者的漫漫文字經歷世事。透過閱讀，讀者能一窺作者的情感、思想、生活經驗，而當文字轉換成影像，又是另一翻形式的追尋了。

六大師齊聚 文學影展受矚目

今年4月9日至5月6日，「他們在島嶼寫作——文學大師系列電影」在國賓長春影城展出，這場由目宿媒體舉辦的文學影展，以余光中、周夢蝶、王文興、鄭愁予、林海音、楊牧六位文學巨擘為主角，展出《逍遙遊》、《化城再來人》、《尋找背海的人》、《朝向一首詩的完成》、《兩地》、《如霧起時》六部紀錄片，追尋作家們的生命與創作理念，並搭配六場作家與導演的映後座談會。此影展一推出即獲得不少矚目，引來許多新聞媒體的報導；而觀眾熱烈的反應，也使有關單位決定延長展出時間，加映至5月26日止。透過文學影展，作者的生命經驗藉由影像呈現在觀眾眼前。而影像媒介讓文字的想像空間變得具體，一般社會大眾也能跨越「純文學」一詞築起的藩籬，使原本遙不可及的「文學大師」變得平易近人，除更貼近群眾外，也讓他們的生命經驗更廣為人知。

「島嶼寫作——文學影展」總預告片，展出六位文學作家的創作生命。

(影片來源/youtube網站)

確實，周夢蝶、余光中等人在台灣文壇上貢獻極大，作品的文學價值也受到高度肯定。然而，將此六位作家冠上「文學大師」之名，並分別為他們拍攝紀錄片，無形中也成為一種品牌形象的塑造，讀者在挑選書籍時，會優先認為他們的作品具備一定水準，值得閱讀甚至購買。將作家視為選購書籍的準則，其實不能以「毫無可信度」一言以蔽之。選擇特定作家，至少代表讀者對該作家的寫作風格或主題有一定偏好，選擇他們正是省去了搜索新書的時間。而以打響作家知名度做為一種銷售手法，也非現代社會才有的現象。魏晉時代左思受當時著名學者皇甫謐、張華推崇，使其作《三都賦》在洛陽轟動一時的典故，就說明了這種「品牌形象」對於文學作品的推廣在古代就已有實質效益。只是現代社會藉著新傳播科技的扶持，加上行銷手法日新月異，Facebook、噗浪、部落格等各種各樣的網路媒介，都成了宣傳途徑。

文字結合科技 宣傳新助力

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物

由此觀之，在新傳播科技的推波助瀾下，對作家的重視是有過之而無不及，尤其現代社會以影像媒體為主流，連捍衛文字的最後堡壘——文學作品，也必須依賴影像進行傳播。此時，作家形象就為出版社所運用。撇開上述的文學影展，以最近再版的張曼娟散文集為例，作家衣著華麗，被印製在精緻的書籍封面上，彷彿張曼娟成為作品的代言人。又如吳淡如、侯文詠等作家不僅成為作品封面的圖像，也因為在電視節目曝光率較高，而有一定知名度。更甚者有網路作家九把刀，不僅參與廣告代言、親自執導電影，更不時透過媒體針砭時事，種種作為已然脫離了「作家」的本業，走向名人化的趨勢。在資訊迅速流通的社會下，新書發表會、四處演講早已不稀奇，有些跨越各種領域的作家，受媒體關注的程度不遜於政治人物或明星藝人。



書籍封面上，身為作者的張曼娟衣著華麗，儼然是此書的代言人。

(圖片來源／皇冠閱讀網)

對於這般景況，《聯合文學》總編輯王聰威對九把刀的跨領域經營抱持肯定：「他可以做得好，是人家才華的展現，那他變成名人也是應該的。」王聰威也表示，在國外許多作家也都是知名人士，例如作家苦苓也曾擔任電視節目、廣播節目主持人。九把刀的跨領域經營，是個人能力的展現。而書籍作為媒體形式之一，透過這般媒介來傳遞思想，向來就是作家創作的目的。好的作品若能藉由Facebook、噗浪、部落格等新傳播科技，使更多人有接觸的機會，增加年輕讀者的人數，也不是件壞事。將文字轉為影像，使文學有了新詮釋，更是另一種創作。作家的「品牌形象」對文學活動的推廣，仍有其正面意義存在。

品牌形象？優秀作品遭埋沒

然而，文學之所以為文學，內容仍是真正價值所在。探討議題的深度、思想層次或情感刻劃等，才是決定文學價值的關鍵。良好的行銷策略或許會使書籍大賣，但能通過時間篩選、在成千上萬的書籍中經千錘百煉而不朽的卻屈指可數。因此，不論行銷策略如何轉變，不論想藉作品帶給讀者什麼，身為一名文學創作者，內容的品質仍是最重要的。當作家為追求名聲而忽略創作的本質，而使其知名度與作品價值不成正比，作家就再也不是「文學創作者」，僅僅是一個活躍的媒體寵兒罷了。因為作家的知名度仍須建立於作品之上，沒有好的著作，自然也撐不起「知名作家」的聲名。

此外，這般「品牌形象」的操作手法雖能使不少優秀的作品為人所知，然而，有些優秀卻不被出版的作品將可能被埋沒。即使拜科技之賜，作家能透過網路公開作品，但在網路資訊快速、多變的情形下，若無特定宣傳，該作品也很難受到重視。更甚者，是被埋沒在網路世界的一角，只能期望偶然闖入的旅客，能欣賞其內涵進而推廣；再者，並非所有作家都能進行跨領域的經營，活躍的作家可能在銷售量上佔盡優勢，作品的品質卻不如默默無名者，這般景況，將可能讓讀者選擇時，忽略某些有相當價值的書籍。

因此，如何有效運用傳播，將優秀的文學作品傳遞給更多人，或許才是當今媒體應思考的方向。「島嶼寫作——文學影展」固然使社會大眾更接近「文學大師」的生命，同時也達到了推廣文學活動的作用，但在這些知名作家之外，必然有更多其他優秀的作品等待被發掘，這更是出版業者及文壇人士必須關注的面向。



恐怖情人 當深愛變成殺害

近年來，情殺案件頻傳的現象，來自於社交媒介轉換、媒體的連鎖效應及教育體制的根源，情感問題是大眾關注且必須學習的議題。

多元創意 單一主題同人展



臺灣的同人誌販售活動日益興盛，更出現限定特定主題的「單類型同人誌販售會」，顯示同人活動的多樣面貌。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們

© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0