



裝幀師

作者：布莉琪·柯林斯
出版：野人文化



一封神秘的邀請函，硬生生把艾墨特和家人拆散，被迫成為「女巫」的學徒。女巫其實是位手工書裝幀師——這是個喚醒恐懼、迷信與偏見的謎樣職業，因為在看似尋常的書頁上，可能是你最黑暗的秘密。艾墨特將學到如何製作精美的手工書冊，而每一本書都是心靈的獨特印記：回憶。不論想忘卻某事或抹滅過去，裝幀師都可以幫忙。在裝幀師不見天日的地窖中，成排書籍藏著無數故事，也引來有心人的覬覦。就在危急時刻，艾墨特意外發現一本書上竟寫著他自己的名字。艾墨特何時走進這裏？而他的書又藏了什麼難以啟齒的痛苦回憶？

門

作者：瑪格達·薩柏
出版：啓明



一扇大門隔絕了秘密與真相，也深鎖著塵封已久的愛與渴望，匈牙利國寶級作家瑪格達薩柏的經典作品，終於推出繁體中文版。一位渴望全心投入寫作，無暇兼顧家務的女作家，在朋友推薦下聘來一位工作能力超乎常人的老太太管家。老太太平時獨居在一間大門始終上鎖緊閉的公寓裏，任何人來訪都只能停留在門廊，且屋子裏總是飄出消毒漂白水的氣息。一個是目不識丁的農民階級管家，一個是信仰著文字的知識分子作家，個性與觀念天差地遠的兩人之間衝突不斷，卻仍在延續了近二十年的主僕關係中發展出一份相互依賴的愛。但隨著女作家期盼已久的文學成就與名望突然降臨，一場毀滅性的風暴也在上鎖的大門後悄悄成形……

誰殺了約翰藍儂

作者：萊斯莉·安·瓊斯
出版：周出版



本書中，作者瓊斯以從未曝光過的藍儂採訪、最新的一手研究資料與未公開的影像，精準客觀地架構起這位傳奇人物的生平，探索故事的最深處，細密地追索藍儂人生的重要事件和他的性格特徵。她獨家訪談了最熟識藍儂的舊識，包含第一任妻子辛希亞、長子朱利安、同為披頭四成員的羅傑·麥卡尼、前女友龐鳳儀、最後一位訪問他的英國廣播節目主持人安迪·皮博斯等，以真實的故事與軼聞，立體描繪出藍儂的個性與樣貌。書中還特別收錄32頁照片收藏。

艾倫·克魯格：搖滾吧，經濟學！

「枯燥」的經濟學和「狂亂」的搖滾樂，兩個看似毫無關係的領域，被普林斯頓大學經濟學教授艾倫·克魯格（Alan Krueger）找到了其中的內在關聯：「到音樂產業的後台轉一轉，我們便能窺見經濟學以及生活的門道」。

在《搖滾吧，經濟學：披頭士、流媒體和經濟學的故事》一書中，他以搖滾樂為切入口，發現音樂產業正是研究經濟學相關問題的理想實驗室。從「搖滾經濟學」的比喻出發，他進而論述了近年來發生在美國乃至世界各地的一系列經濟變化，以及我們每個人應該做好哪些準備，才能創造一個惠及每個人的更公平的經濟。文：潘啟雲

克魯格教授終其一生都致力於研究如何切實改善普通人的生活，因此被譽為「幸福經濟學」研究員。在奧巴馬擔任美國總統期間，克魯格教授擔任白宮經濟顧問委員會主席，推動了一系列關於勞動和收入分配的研究，其中包括「了不起的蓋茨比曲線」（The Great Gatsby Curve），即社會公平程度與代際流動性的關係。克魯格教授有次做了一場題為「搖滾經濟學」（Rockonomics）的演講，以音樂產業為例對美國經濟發表看法，奧巴馬對演講內容大加讚賞。克魯格教授此後對「搖滾經濟學」這一概念作了進一步的拓展延伸，寫就了《搖滾吧，經濟學：披頭士、流媒體和經濟學的故事》（Rockonomics: A Backstage Tour of What the Music Industry Can Teach Us about Economics and Life）一書。

音樂與市場脫節

音樂人靠什麼賺錢？克魯格教授調查研究發現，在當今音樂產業的核心存在著一個根本的脫節之處：藝人收入的主要來源與大多數粉絲消費和欣賞他們的途徑截然不同。換言之，大多數音樂人的絕大部分收入來自現場演出，而非唱片的銷售。

具體來說，從唱片中賺到的大部分錢並未創作的音樂人得到。通常，唱片公司簽署之後，唱片公司會給音樂人一筆預付金，後者則同意在音樂未來的版權收入（扣除成本）中只拿10%至12%的份額。這種不均衡的收入劃分原因很簡單：絕大多數唱片都是不賺錢的。唱片公司發行的唱片每十張中只有一到兩張能夠回本。唱片公司需要面對巨大的市場風險。他們類似於風險投資人，將賭本押在眾多新人和新音樂上，期待他們當中有幾位能夠大紅大紫。唱片公司必須用少數能賺錢的唱片來抵付其在許多虧本的唱片上花費的成本，至少在那些終於成名的明星重新談判並達成他們的新合同之前是如此。

礦工們常用金絲雀來探測礦井中有無危險，音樂產業正是這場變革中的「金絲雀」。雖說從擴音器、收音機、黑膠唱片、八軌磁帶、盒式錄音帶，到音樂視頻、激光唱片、MP3播放器和流媒體……的技術變革，讓藝

人能覆蓋到更加廣泛的聽眾群體；但技術進步也有意想不到的後果。按照克魯格教授的分析，複製和傳送音樂錄音的成本變得極其低廉，對未經授權的音樂複製的監管又難以實施。這便導致那些最成功的藝人的版稅收入下降，也使得他們不得不轉而提高現場演唱會的票價。

這也是自20世紀90年代末以來，演唱會票價上漲勢頭一見兇猛的最主要的原因。從1981年到2018年間，演唱會的平均票價上漲了400%以上，遠遠高於總體消費物價指數160%的漲幅。

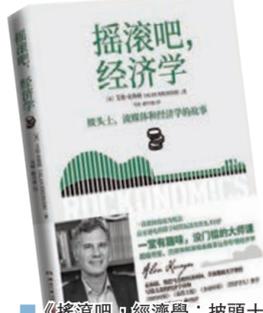
搖滾明星兼經濟學的先驅大衛·鮑伊，多年前就預見到了這一趨勢。他當時說：「音樂這東西將變得像自來水或電一樣方便可用……你們得作好要辦很多巡演的準備，因為那真的可能是剩下的唯一還帶有人類特色的東西。」鮑伊這番話絕好地闡述這樣的一個趨勢：除了唱片，你還需要有其他能拿來推銷和兜售的產品——經濟學家稱之為「互補商品」。

在克魯格教授看來，從鮑伊理論的角度來審視音樂產業，發現其有一系列「互補商品」的名單：現場演出、周邊商品、書籍、音樂視頻，迪倫和金屬樂隊推出的威士忌、邦·喬維樂隊的紅葡萄酒、藝人奎斯特拉夫的爆米花調味料，以及吻樂隊推出的棺材等等。成功的公司對鮑伊理論的重要性早已心知肚明。比如，蘋果公司通過銷售手機、平板電腦和電腦賺錢，同時虧本運營著蘋果音樂服務，目的就在於用它來推動音樂設備的銷售。

鮑伊理論也正越來越多地被應用於音樂以外的行業，比如報紙、書籍、雜誌。《華爾街日報》、《紐約時報》、彭博社和《經濟學人》雜誌都在越來越多地通過現場活動和論壇來實現增收。如今，新聞可以從不計其數的在線資源中獲取，而且許多時候還是免費的。很顯然，與現場活動和論壇相比，報紙和雜誌很可能會成為賠本生意。

如何造就超級明星

零售店裏沒有超級明星收銀員，也沒有超級明星保險員，或者超級明星護士。為什麼音樂產業更易形成超級明星現象呢？



《搖滾吧，經濟學：披頭士、流媒體和經濟學的故事》 湖南文藝出版社

對超級明星經濟的嚴肅研究，始於19世紀末偉大的英國經濟學家阿爾弗雷德·馬歇爾。馬歇爾認為，在決定誰是經濟上的贏家和輸家方面，技術起着關鍵作用。具有諷刺意味的是，馬歇爾將音樂視作這一現象的反例，他認為超級明星的效应在音樂市場是有限的，因為只有那些能聽見「歌手真實歌喉」的人才能真正欣賞其表演。如果歌手無法讓更多的聽眾聽到自己的聲音，市場規模決定了其無法成為超級明星。

舍溫·羅森(Sherwin Rosen, 1938—2001)是芝加哥大學的一位經濟學家，他講求實際、風趣，並有著敏銳的頭腦。多虧了他的研究，人們才得以了解，要造就超級明星，規模是必須的，但單是規模本身還不足以造就超級明星。羅森構建出一個超級明星的經濟模型：要想市場被極少數超級明星主導，還需第二個基本要素，即盤踞在市場頂端的競爭者必須是非完全替代品。這意味著每一位超級明星都必須擁有自己獨特的風格和技能，這會影響其盈利能力的低高。

按照羅森的分析，這種非完全替代品會受到來自一種叫「競賽效應」的深刻影響：某個稍稍「優秀」一點的人能夠輕易贏得整塊蛋糕，使其他人什麼也得不到。人們寧願花10.99美元購買世界最負盛名的鋼琴家霍洛維茨的音樂，也不願意花0.9美元購買某個掙扎中的鋼琴家的音樂。知名作家也是如此，眾多讀者願意花13.99美元看知名作家米蘭·昆德拉的小說，還是願意花1美元看某個不知名的作者的小說呢？所以這就像一場競爭，贏者獲得一切，而且他（她）並不需要勝出很多。



艾倫·克魯格 (Alan Krueger)

規模和獨特性缺一不可

站在馬歇爾和羅森這兩位經濟學家研究的基礎上，克魯格教授進一步研究發現，只有當某個頂級競爭者能在某些相關方面脫穎而出，市場才可能被超級明星所支配。

克魯格教授由此認定：「最重要的主題是美國就業市場已成為一個超級明星或者贏家通吃的市場，這正與音樂產業的狀況一模一樣：少數幾位頂級藝人日進斗金，而其他所有人卻只能勉強維持生計。」音樂產業是由超級明星操縱整個市場的典型範例，少數參與者吸引了絕大部分的眼球並賺走了絕大部分的錢。

這個市場有兩個重要特徵。首先，那些最成功的藝人、專業人士或者客戶往往能接觸和覆蓋巨大的受眾和公司群；這便是人們所說的規模。其次，在超級明星市場中銷售的那些聲音、服務和產品都必須獨一無二，並且具有鮮明的特徵。對消費者而言，它們不存在其他替代品。即使市場上排名第二和第三的優異者合起來也無法打造出能與最優秀者相媲美的聲音、服務或產品。正如羅森所說：「一幫平庸的歌手輪流登台獻唱，並不能讓演出變得精彩。」

換句話說，要想造就超級明星市場，規模和獨特性二者缺一不可。互聯網、數字化和社交媒體正日益將市場改造成超級明星市場，這反過來導致了中產階層的萎縮，並給工薪階層、消費者以及整個政治、社會和未來帶來了嚴重的後果。而對此所進行的思考，不僅適用於音樂產業，也適用於我們經濟生活的方方面面。

破譯人類學密碼的文學嘗試——讀短篇小說《人類的算法》

書評
文：趙陽

如若不是刊載在純文學期刊上，並冠於「短篇小說」的欄目名之下，我一度疑心《人類的算法》是一篇科普文章，畢竟，英國牛津大學的人類學家羅賓·鄧巴（Robin Dunbar）早有一本同名著作，闡釋了他於上世紀九十年代提出的人類社交「一五〇定律」。顯然，活躍在當下中國文壇的小說家弋舟不但深諳「一五〇定律」，更通過一個職場女性經歷的感情糾葛，深刻地揭示出在社交網絡盛行的今天，都市人對「真心」和「真情」比以往任何時候都更有更強烈的追求與渴望。

故事的女主人公劉寧，一次偶發的微博互動，讓她結識了年輕男子譚展。隨著交往的增多，一向對「出軌和背叛」嫉惡如仇的劉寧，與譚展產生了愛情的火花。譚展在第一次親密接觸中為劉寧講了「一五〇定律」的含義：「數字一百五十代表了人類認知能力被允許承載的極限，只有在這個極限之內，你才能以一種富有社會效益的方式記憶和回應他人，因此，這個定律是人類社交野心的掣動器。也就是人類的算法。」當與譚展的交往最終無疾而終，劉寧亦明白所謂「人類

的算法」，與其說是對網絡時代人類社交規律的深刻總結，不如說是時刻提醒人類更應該關注並珍惜現實世界真實的親情、友情和愛情。故事的結尾頗有反諷意味：成為心理諮詢師的劉寧一方面用純粹理性的數學方法為病人運算出解救之道，一方面教育女兒要「真實又熱氣騰騰地長大」，不要受到「數學算計」的窺絆。

我認為，短篇小說《人類的算法》，是破譯人類學密碼的一次文學嘗試。它用文學的方式，提醒現代人：不論科技如何進步，社交平台看似如何喧囂、目迷五色，真實的「線下」交際和情感體驗依然無可替代，而在理性的「密碼」之外，始終有感情的元素，影響著人類的生活、左右著人類的判斷。小說的敘事技巧很有特色，始終將女主人公置身於一個「真實」與「虛幻」、「感性」與「理性」的矛盾抉擇中，增強了可讀性：劉寧孕期時丈夫身軀出軌，丈夫選擇坦白，這是一種真實，劉寧無法原諒這種「真實」；與譚展的交往，起源於網絡交際的互動，劉寧雖然隱約意識到這並不是「真實的全部」，卻心

甘情願體驗著未知的事物，以獲得「嶄新的安慰」。小說對女主人公心理變化刻畫得自然又入木三分，這實際上是對大多數現代人網絡社交體驗的典型總結和高度提煉，讀罷讓人驚歎於作者對生活的敏銳觀察和體察。

小說用文學的形式破譯了人類學密碼，正是在於它用鮮活生動的故事，闡釋了感性和理性的關係，豐富了文章的主題。它讓讀者在閱讀中體味到：不論我們如何理性，由我們共同構成的生活也總是會呈現出近乎曖昧的一切狀態。比如，即便現代法制對婚姻的一切做了那麼多明確的條分縷析，但制度性安排的背後潛藏的是道德，道德的背後還隱藏著性愛意義上的深植於我們體內自然意志的編碼。

於是，生活一層層地包裹，最終還是成為一個感性的整體。——這應該是對「人類的算法」一種深刻的文學解讀和體現。

（《人類的算法》，作者弋舟，刊載於《野草》2020年第二期，《小說月報》2020年5月號轉載。）

百花文藝出版社 盼與香港作家真切交流



百花文藝出版社總編輯汪惠仁 攝影：記者和向紅

香港文匯報訊（記者和向紅 雲南報道）天津出版傳媒集團旗下的「百花作家麗江古城創作基地」日前在世界文化遺產地雲南麗江揭牌，並同時舉行了《小說月報》創刊40周年之「文學與地理——當下中國文學與城鄉生態」論壇。「創作基地」集團內文壇享有盛譽的「百花」文學品牌及文學展示、文學創作、文化交流、文學教育等功能為一體，每年將不定期舉辦若干場文學活動，邀請包括香港在內的知名作家、評論家、藝術家進行文學交流，舉辦新書發布會、讀者見面會等。

百花文藝出版社總編輯汪惠仁介紹，百花文藝出版社一直與香港文學緣分匪淺。從前輩作家饒宗頤、金庸、古龍、曾敏之、劉以鬯到鄭培凱再到新一代作家周潔茹等，都是百花的作者。具體而言，百花與香港文學界的密切交流開始於上個世紀八十年代。1982年，《香港紅學論文集》在百花出版，這是香港紅學在內地學界面前第一次整體亮相。其後，百花市民小說通俗小說的板塊中，迎來了武俠小說的一代宗師金庸，百花曾出版《書劍恩仇錄》等多部金庸作品。金庸多次說過，內地出版社第一個與他簽訂正式出版合同並支付稿酬的，就是百花文藝出版社。劉以鬯是香港現代主義文學的旗幟，百花的「中國文庫」叢書，收納了劉以鬯的小說自選集，這也是香港現代主義文學的標誌

人物的代表作在內地的第一次集中展示。百花又是中國散文出版的重鎮，從《中外散文選粹》到「百花譯文叢」，處處可見香港作家的作品。古龍在百花出版了內地的第一本散文集《誰來跟我乾杯》；曾敏之、黃維樞、陶然等先生本身也是百花《散文》《散文海外版》雜誌多年的作者。1995年，百花文藝出版社推出《香港散文選》，收錄近六十位香港散文家的作品，一時文壇震動。汪惠仁十分欣慰於過去百花與香港文學有很深的緣分，有真切的交流。

「百花作家麗江古城創作基地」址設麗江王丕震先生紀念館，王先生被認為是納西文學的奇才，退休18年間創作了142部長篇歷史小說。汪惠仁稱，百花的書刊，其致力於文學出版的初衷未變，其致力於人的內在價值的重新發現之索求精神不改。百花文藝目前擁有《小說月報》《小說月報原創版》《小說月報大字典》《散文》《散文海外版》《科幻立方》六種文學刊物，陣容強大，影響深廣。百花文學獎，則是中國文學界有影響力的大獎之一。百花文藝出版社總經理薛印勝表示，「以文塑旅，以旅彰文」，百花將充分發揮自身作家資源和出版資源豐富的優勢，將繼續為繁榮文學創作貢獻更多的力量。