特色图书与座谈会双渠道打通阿布扎比书展

中国出版传媒商报讯 在日前举办的第24届阿布扎比国际书展上,中国展团携传统文化、少儿读物、美术经典、语言教学等200种图书亮相,所选图书以适合阿拉伯及北非地区的图书销售市场需求为主。

参展现场,国内相关机构重点推介了其语言教学类图书、历史图书、中国传统文化艺术图书等。环球新闻出版发展有限公司和五洲传播出版社共同选送了一批介绍中国政治、历史、文化、艺术等方面的阿拉伯语版专业图书。据了解,阿布扎比国家图书馆已决定购买部分图书,其中汉语学习类图书占绝大部分。

环球新闻出版发展有限公司和组委会共同组织举办了中阿出版人座谈会,中国展团代表还参加了"阿拉伯地区图书发行所面临的挑战"、"第六届教育出版论坛"等一系列研讨会。

阿布扎比国际书展创办于1991年,由阿布扎比文化部主办。作为中东地区的大型书展,该书展每年能吸引大量来自全球各地的图书作者、编辑和出版商,也成为中国图书走向中东地区的一个重要版贸平台。 (文 冀)

出版社推动 作家"走出去"新谋略

■中国出版传媒商报实习记者 杜萍萍

中国出版传媒商报记者通过采访了解到,一批出版机构在推动中国作家、作品"走出去"方面正在转换思路,从以往被动接受国外版权代理商、出版社的挑选,到如今主动带领中国作家开展推介交流活动。国内相关出版机构从作家作品选择、推介平台搭建、对外战略经营等角度探索,着力提升中国作家的海外知名度及国际影响力。

外推作家如何选择

如何选择作家合作成为出版机构最为首要的问题。多家出版机构负责人认为,选择作家最关键的一点就是考量其作品在国内具备的知名度和影响力。

在文学领域,茅盾文学奖等国内权威文学奖项的获得者往往会成为出版社的首选合作对象。如人民文学出版社与国内知名作家、茅盾文学奖获得者贾平凹合作。格非、冯唐、贾英华等作家也都与人文社签署了海外版权合作协议。五洲传播出版社依托2011年开始申报的"中国当代作家及作品海外推广(西班牙语地区)"项目,与国内一大批顶尖作家合作,如刘震云、麦家、路遥、迟子建、周大新等。上海九久读书人文化实业有限公司(简称"99读书人")也与毕飞宇、阎连科、迟子建、小白、张炜等作家签下了海外版权的代理权。

据悉,目前国内出版机构与作家进行海外版权合作大多为部分版权代理,如代理某一作家的部分作品或某一作品的部分语言版本。人文社探索出了一条签约非本版作家海外代理权的模式——"《山楂树之恋》模式",如与冯唐等作家的合作。国内出版机构还在不断谋求与作家个人进行深层次的海外版权合作,通过与作家建立合作信任逐步参与到作家多部作品的海外代理中。

从翻译难易程度、海外读者接受程度等方面考虑,一些出版机构根据"先易后难"的标准选择作家作品。例如五洲社在刘震云作品选择上,最开始选择其都市题材小说《手机》,而非他最为著名的乡土题材作品。这部作品的西文版被古巴图书委员会评价为,"集中体现了中国从乡土社会向现代都市社会转型的思潮,对当前古巴社会转型也有借鉴作用"。

多角度搭建推介平台

网络平台展示作家、作品成为推动作家"走出去"不可或缺的一步,多家出版社已经将网络推介平台建设纳入日程。为了让海外出版社的编辑能在第一时间了解作家和作品,人文社在搭建网络推广平台方面作出了积极尝试。2013年,人文社建立海外版权推广专属英文网站,将作家个人资料、翻译作品样章等予以展示,并制作采访视频链接到网站对作家进行宣传。此外,作家出版社也与译言网合作,于2013年推出了"中国文学走出去译介平台",依托作家出版社自身的文学作家资源,加之译言网内部庞大的活跃译者群,从网络上推广优秀的中国文学作品。

国际性书展能够为作家提供与海外出版商、读者近距离交流的机会。99读书人利用伦敦书展、法兰克福书展等展会契机,举办了一系列"中国作家推广酒会活动",通过与全球各大出版机构和版权代理机构的负责人、版权经理近距离交流和沟通,达成包括《租界》在内等多项版权合作意向。出版社在会展推介方式上也不断创新,在2014年意大利博洛尼亚童书展上,多家少儿社首次组团参展。其中,中国少年儿童新闻出版总社在中国少儿出版展团中发挥"火车头"作用,在去年书展邀请儿童文学家高洪波、曹文轩等参展的基础上,今年再次邀请曹文轩、金波等到会展现场,通过作家推介会、中外专家交流会等方式进一步参与到中国与世界儿童文学共融平台建设中。接力出版社也利用各大书展契机,通过精心制作中英文图书目录、外文试读本,举办版权推介会、作者的作品诵读会、签售会等,促进版权洽谈的顺利开展。该社今年在博洛尼亚童书展上成功举办了"秦文君'小鸟公主'系列版权推介会",得到外界广泛关注。

聘请书探也成为不少出版机构拓展版权输出途径的重要手段。99读书人版权负责人表示,"在版权输出方面,除了定期与海外版权负责人接洽会谈,公司在英美等国家聘请了书探,比如公司在美国聘请的书探在当地出版圈小有名气,他的推荐能够得到美国主流出版机构的认可,在大多数情况下,这也是英美国家寻找合适的海外图书进行版权引进的最主要方式。"该公司签约版权代理的迟子建的《晚安玫瑰》等都通过类似途径进行推广。

与国际接轨的运作思路

摸清国际市场特点能够确保推广策略更加有效。一些文化多元性的欧洲国家和价值观、文化相似度较高的亚洲国家成为首推市场。鉴于法国引入中国当代作品的历史较为悠久,中国作品在当地具备了一定的市场认知度,人文社在进行海外版权输出时有不少作品考虑先出版法语版,其他语种版本会参考法语出版的法语文本及出版情况再考虑出版。99读书人在推广作家小白作品《租界》一书时也最早从意大利版开始,进而再推广至其他欧洲国家。

英国企鹅出版社编辑部主任亚历克斯·克里斯库本曾表示,对于一般的外文图书来说,想要在英语国家建立读者群是件很困难的事情,而对于那些外国的出版商和书商来说,中国当代小说存在的挑战是相当艰巨的,较难挖掘相应的商业价值。不过,近期海外市场掀起的"《解密》效应"让不少国外出版商认识到中国作家也能够带来世界性的影响力。此次麦家作品《解密》热销英美等国,除了"运气",还得益于优秀的翻译、内容上的"突破"。有海外媒体甚至评论称,《解密》的可读性和文学色彩兼容并包,暗含诸如切斯特顿、博尔赫斯、意象派诗人、希伯来和基督教经文、纳博科夫和尼采的回声,真正符合小说"NOVEL"原意——新奇独特。

推动作家"走出去"意味着国内出版机构需要在版权交易方式上与国际接轨。据了解,英美等国出版商更加重视国际版权代理人的作用,在版权输出业务上,他们的判断直接影响国外出版社对作品的整体印象。

五洲社图书出版中心副主任郑磊提出了"国内出版社、作家、国际版权代理人"三者合作模式,一方面国际版权代理人从当地市场的角度有效推进作品的海外落地,另一方面国内出版社可以依托政府的相关项目基金支持,从对外文化传播角度让更多的中国作家被外界熟知,成为展示中国形象的"窗口"。

"只有真正深入对方,才能敲开对方市场的大门"。人文社对外合作部主任刘乔如此描述作家推广的战略思路。2013年,人文社以更加符合国际市场规律和各国市场特点的方式推介中国作家作品,与驻地法国的欧洲版权代理公司Sapere Critico SARL签署了战略合作协议,启动了人文社中国作家版权在欧洲大陆(个别作者限制国别)的独家代理销售机制。五洲社则利用小语种版权输出优势,与阿拉伯国家、法国、越南、韩国等多家出版商建立了合作关系。2014年6月至7月,五洲社还将与西班牙普拉内塔集团共同推动《暗算》、《解密》西文版在西语国家的巡回宣传活动。

"主宾城市" 强效拉动国际合作

在2014年巴黎图书沙龙上,上海主宾城市展团共达成版权交易(含意向)173项,其中上海参展单位输出项目39项、引进47项、合作出版1项,上海以外的参展单位输出项目25项、引进项目61项。4天展期内,上海主宾城市展团销售图书3.3万欧元。除了这一凸显"实效性"的成绩单,上海以"主宾城市"的独特角色在国际书展平台上,为法国乃至国际读者打开了一个感知上海和中国的新窗口,为上海乃至中国的优秀出版作品和作家走向世界提供了新契机。而这些,也得益于主宾城市参展在多个方面的精当设计。

2014年正值中法建交50周年、中法战略合作伙伴关系建立10周年,两国将举办400多场文化活动,上海受邀以主宾城市身份参加今年第三十四届巴黎图书沙龙是其中重要一项。在巴黎图书沙龙开幕前夕,上海作为主宾城市在中国驻法大使馆文化处举办了新闻发布会,向中法政界、文化艺术界、图书出版界人士以及中法媒体进行预热宣传,上海主宾城市活动承办单位中国图书进出口集团总公司对相关设计进行了亮点性介绍。书展开幕当日,"魅力·上海"暨2014年巴黎图书沙龙上海主宾城市活动开幕式在凡尔赛门展览中心举行,开幕式结束后东方出版中心即组织开展了以《画说中国文化》为主题的漫画表演,迅速聚拢人气和关注度。据悉,法国总理让-马克·艾罗在活动开幕式之前参观了上海展区。

书展期间,作为主宾城市,上海以"魅力上海,美丽中国"为主题,在300平方米的特装展区,展出近800种、2000册精品图书,其中部分图书为法文版或英文版。展区中特设有中法出版交流区,集中展示中国出版特别是上海出版对外交流的成果,共计图书279种,其中上海新闻出版发展公司组织编写、翻译"文化中国"系列丛书近50种,分为画册、文化、中国印象、人文地理、学术、儿童绘本等十大系列。

除了功能与展示特性兼具的展区设计,40场丰富多样的活动更是从多个层面展示了主宾城市展团的风采。国内机构充分利用主宾城市的有利机会,举办新书首发或版权合作签署活动,提升产品在国际出版舞台上的曝光率,如华东师范大学出版社《谢阁兰与中国百年》中文版新书发布暨法文版签约仪式、上海交通大学出版社《远东国际军事法庭庭审记录》全球首发式、上海人民美术出版社就连环画《红楼梦》与法国合作方签约仪式等。这些活动不乏互动性、参与性,如在少年儿童出版社《三毛流浪记》活动现场,该书法文版出版方法国Fei创世人徐革非与资深记者Nicolas Finet以问答形式为读者讲述"三毛"的故事,探讨《三毛流浪记》这部"没有文字的文学巨作"带给世界读者的共鸣。此外,上海交大社的《莫言研究指南》、《沈从文研究指南》,少儿社的《三毛新生记》、《三毛解放记》等均签订了版权输出合同,上海九久读书人文化实业有限公司与法国独立出版社菲立普·毕基耶出版社就《桃之夭夭》、《晚安玫瑰》、《苏北少年"唐吉诃德"》、《炸裂志》签订版权输出协议。上海音乐学院出版社、上海故事会传媒有限公司、东方出版中心等均与法方达成版权输出项目。

值得一提的是,此次上海主宾城市活动以作家和文学为核心的交流活动占了近一半。参展的作家王安忆、赵丽宏、秦文君、孙甘露、金宇澄、陈丹燕、程小莹、小白、袁筱一、朱晓琳、路内、滕肖澜、周嘉宁等十余位上海本土作家,还有来自上海之外的名作家刘震云、毕飞宇、黄蓓佳、李洱等。这些作家中,王安忆、孙甘露、刘震云、毕飞宇、黄蓓佳、李洱等的作品已先后进入法国图书市场,拥有了多个法语翻译版本,作家小白以上海为背景创作的小说《租界》正在进行法语版的翻译,年内有望与法国读者见面。对上海国际文学交流活动的推介也是一个亮点,如由上海市新闻出版局和上海市作家协会联合发起、依托于上海书展的上海国际文学周已连办三届,今年鉴于中法建交50周年的背景将增加"法国元素"的比重,因此特别安排在巴黎图书沙龙现场推介,希望更多法国出版人、作家和图书于今夏亮相上海。此外,今年将大大扩充展览面积的中国上海国际童书展以及于2008年发起的上海写作计划都是重点推介对象。

上海出版代表团还专门为中法出版人策划了围绕中法版权合作与数字出版展开的"上海-巴黎出版人5+5座谈会"以及上海九久邀请30余家法国出版商参加的"上海99巴黎之春酒会"。此外,在书展现场内外举办的文艺演出、民俗文化展示、专题美术和摄影展览等则从多个角度展示了上海城市文化和城市形象。少儿社围绕其图书《魅上海》邀请法国建筑师盖当·科雷等畅谈巴黎和上海两座城市地标建筑的异同和魅力。

(刘海颖)

●图片新闻

国图公司在曼谷书展向诗琳通公主赠送中国图书

近日,中国国际图书贸易集团有限公司参加第八届泰国曼谷国际书展,联合泰国南美有限公司进行图书展销,并在书展上向泰国诗琳通公主现场赠送了中国图书。泰国诗琳通公主出席开幕式,并停留在国图集团公司展台阅览图书。展台工作人员向诗琳通公主赠送了《中国古村落》一书,她表示今年计划去山东和山西。

此次泰国书展期间,国图集团公司展示了品种丰富的中国图书,涵盖汉语教材、中国文化、美食食谱、养生保健、美术画册等类别,吸引了许多泰国读者选购。此次书展上,国图集团公司还现场演示推广了自行开发的中国汉语水平考试(HSK)APP应用,目前该程序已在苹果手机官方应用商店上市。(文)

●资讯动向

中韩出版机构就《中国现代美术之路》达成合作

中国出版传媒商报讯 今年3月,北京大学出版社与韩国知名学术出版机构——SOMYONG出版社就《中国现代美术之路》一书正式签署韩文版版权转让协议,为中国美术领域优秀学术研究成果在韩国传播打开了通路。

《中国现代美术之路》由我国著名国画家、美术史论家潘公凯率领课题团队经过十年时间策划,透视了1840~1999年中国美术及中国社会的发展进程,提出中国"现代主义"美术基本形态的理论构想。该书自2012年12月出版以来,得到各界广泛关注,2013年相继获得第三届中国出版政府图书奖提名奖、三个一百原创图书出版工程奖、第三届中国大学出版社图书奖优秀学术著作一等奖。该学术巨著在为促进我国文化艺术在全球范围内的传播将起到不可忽视的作用。北大社和韩国SOMYONG出版社作为中韩两国具有代表性的学术出版机构,为这部学术巨著韩文版的推出提供坚实有力的保障。 (张 娜)

《国际汉语教学研究》创刊号正式出版

中国出版传媒商报讯 日前,由北京语言大学出版社历经多年酝酿、面向国际汉语教学研究与事业发展的专业学术期刊——《国际汉语教学研究》创刊号正式出版,该刊物由教育部主管、北京语言大学主办、北京语言大学出版社承办。

据悉,《国际汉语教学研究》以促进国际汉语教学研究与事业发展为目标,秉承汉语作为第二语言教学学科建设的传统,践行跨学科研究的理念和方法,研究学科理论问题,探讨教学实践中各种"接地气"的问题,力求建设成本学科的专业研究园地,引领国际汉语教学的发展。《国际汉语教学研究》为季刊,目前开设本期话题、学科专论、教学研究、基于教学的汉语研究、教材研究等多个栏目。 (文 冀)

东财大社《向老子学管理》在韩出版发行

中国出版传媒商报讯 2014年年初,《向老子学管理》韩文版由韩国易金莎出版公司UI印制公司出版发行,成为东北财经大学出版社"走出去"战略的又一个成果。

据悉,UI公司之所以选中《向老子学管理》,一方面道家处世哲学不仅为千百年来的中国人所承袭,也为韩国人所称道。德国著名哲学家尼采说,老子思想"像一个不枯竭的井泉,满载宝藏,放下汲桶,唾手可得"。《向老子学管理》韩文版的出版,对于向海外传播老子深邃的思想具有重要的现实意义和理论价值。另一方面,在当今竞争激烈的形势下,各国的企业或企业家在解决复杂多变的矛盾中,必须有"软"的方法。该书从现代管理学的角度对老子思想进行的全新解读。道家的柔性思考问题的方法,将为管理者学会权变管理提供思想启迪。为此,UI公司对《向老子学管理》韩文版的引进及图书市场前景充满信心。 (文 冀)

国家形象画册《美丽中国》全球发行

今年4月,首部国家形象画册、国礼图书《美丽中国》中、英文版由红旗出版社在全球范围内同步出版发行。据了解,2013年红旗出版社参与了国务院新闻办公室"《美丽中国》国家形象画册"项目招标,最终与《中国国家地理》杂志社联合成功中标。这也是红旗出版社联合重组以来竞争力大幅提升的一个表现,是该社参与走出去项目的重大突破。

作为首部大型国家形象画册,《美丽中国》由求是杂志社总编辑陶骅任总策划,中科院院士、中国科普作家协会理事长刘嘉麒任主编,中宣部副部长、中央对外宣传办公室主任、国务院新闻办公室主任蔡名照作序。据悉,该书区别于单纯展示自然美景或人文的画册,是一部集中展示我国自然之美、历史人文之美、科学发展之美的一个窗口。

图书在选题立意上推陈出新,采用中国传统文化中"五行"、"五色"与"五方"的观念,以中部黄色、南方红色、北方黑色、西方白色、东方青色来统领中国典型地理景观、文化传统、人文特色、生态文明、科学发展等一系列话题。话题的选取紧紧围绕"天人合一"思想,每部分4至6个话题,以展现"自然、人文与生态文明建设"三者之间的紧密联系。

在项目推进过程中,红旗出版社在审稿、校对、编辑加工、监督印制等环节严格把关,加上合作方中国国家地理杂志社在图片资源方面的权威性,从而保证了这一国家形象画册的精良性。目前,《美丽中国》国家形象画册正借助新华书店、网络书店等多种渠道进行推广发行。 (刘海颖)