

在德国很多地方都会举办朗诵会：书店、剧院、学术协会、中小学或俱乐部。20 世纪 80 年代年中期，新兴的文学馆成为文学活动的理想平台。1986 年柏林建成首家文学馆，接着许多大中城市相继建立文学馆。“文学馆”一词几年前才被收入杜登字典，但是这个概念在某种程度上已经是一个品牌，它的影响巨大。2005 年，丹麦首都哥本哈根建立文学馆，在名称中直接引入德语词“Literaturhaus”，这标志着一个概念已经自然而然地代表了特定的含义。

至今为止，德语区有 15 家文学馆以及相应的文学机构——柏林(文学馆和 LCB 文学学会)、慕尼黑、哥廷根、威斯巴登、罗斯托克、汉堡、科隆、斯图加特、莱比锡、格拉茨、萨尔斯堡、苏黎世和巴塞尔——加入了文学馆的网站(www.literaturhaus.net)，以加强自身的重要性，安排朗诵会行程和其他活动，颁发每年的文学馆奖项。德法电视台 Arte 是网站的媒体伙伴。

各类文学作品的汇集地

各文学馆尽管紧密联系，但是自主运作且各有侧重。它们有两个共同理念：一方面，文学馆要确立在各自城市中的文学中心地位，并通过举办国内外活动引起更广泛的关注。另一方面，所有文学馆都要以远离市场的经济规律为己任，为将质量置于纯商业销售之上、不一味迎合主流的文学开路。换言之，文学馆要顾及被忽视的、处于边缘的作品，让观众关注一些使用实验性、先锋性的形式涉足新领域，也许不能一下子被人理解的作家及文章。另外，很多文学馆不仅关注新作，还举办“文学史之夜”，回顾那些作品可能被遗忘的作家。

克里斯蒂娜·威斯(Christina Weiss)是汉堡文学馆的第一位馆长，后担任文化部长。她当时就坚信：“文学馆是各种形式的文学作品的汇集地，包含当代文学和过去文学的所有。”重点是“汇集”一词。每个文学馆都要将自己作为汇集地，作为文学交流、文化及美学讨论的平台。只举办知名作家的朗诵会还不够，要成为多样化文学生活的中心。所以一些大的文学馆设有餐厅和书店，为人们相聚在一起，也为朗诵会后的交流提供了便利。

幸好人们不能用数学方法计算或“证明”文学的好坏，这让文学馆的工作充满吸引力，也解释了文学馆提供的文学作品虽然有一致的方向，却很丰富多彩。人们可能因各自的理解，对小说和诗歌的质量高低有不一样的意见。馆长并不会解答美学判断的相关问题，相反他们会优先邀请来访者一起探讨文学作品的成败。

文学总需要年轻的力量。因此，许多文学馆专门为青少年准备了各种活动。只要能读书，就有机会在文学馆中感受文学的魅力。除了为六岁以上的小读者提供下午的文学活动，有些文学馆还为新一代作家安排写作工作坊或者创作课程。参与者可以在名师指导下，逐步地学习写作技巧。可以看到，文学馆活动不仅是新作展示——当然这也可能很重要。做客文学馆的作家代表了同时代的文学生活以及德国文化的多样性。因此这也不难理解，文学馆会定期参与国内重要的文化讨论，或者邀请参加过专家论坛的嘉宾。如果场地允许，比如在斯图加特、柏林或慕尼黑，文学馆还为个别作家或重要的文学主题安排展览。

精神食粮的赞助者

举办大量的文学活动自然需要花钱，因此财政问题是文学馆工作的重要部分。虽然有国家的资助，比如汉堡文学馆每年预算的 1/5 左右来自汉堡市文化部的补贴，但是文学馆还是要费一番功夫，才能满足增长的开支：付给作家报酬、报销差旅费或是维护保养建筑。

有的文学馆，如慕尼黑文学馆以基金会的方式运行，其余的则依靠协会及其成员。当然也不乏私人赞助者，他们知道，文学不仅是日常工作的装饰品，更是关系(文化)民族福祉的不可或缺的“食粮”。德语区的文学馆每年都需要寻找经费来支持项目和机构运行。最重要的是出资者不能试图影响项目的主题。当然，文学馆乐于接受基金会的建议和其他的支持，共同开展项目。不过，保持项目工作的独立性对维护文学馆的声誉十分重要。有些行为需要抵制，比如邀请某些作家参加文学之夜，只因为出版社给了赞助——这样的诱惑也许很大。“文学馆”这一品牌很大程度上依赖于独立性和自主性。

汉堡文学馆在阿尔斯特河畔一幢美丽的 19 世纪的别墅内。这里每年举办大约 120 场文学活



动，旨在展示对文学新趋势、陌生演讲形式、创新的开放接受——即使某些在以后可能被证实是错误的。不过，开放不等于随意。文学馆项目的确定也包括排除不合适的内容。也就是说，文学馆的决策者也是“守门人”。他们做出评判，排除、否定、阻止或者拒绝。他们并不对所有人或事开放，他们帮助制定规则，拒绝一批心怀不满的、在美学评判上和馆长有分歧的人(包括作家和出版社)。

身在城市中，心怀全世界

大都市的文学馆在一定程度上反映了所在城市的社会生活。它们尝试报道有争议的重大话题。移民运动使整个欧洲发生巨变。汉堡是港口城市，又被称作“通往世界之门”，因此常需处理移民潮引发的有关现象。汉堡文学馆也在努力增强国际化定位。文学是外来文化的一部分，所以文学传播的任务包括展示这种多样性——在考虑美学重要性的前提下。

文化、文学与城市的紧密程度与历史传统有关。比如两德统一后，柏林成功地吸引了大批作家，为文学发展提供了一方沃土。反之，汉堡一直以来都被视作不热衷于艺术的城市。作为贸易城市，尽管人们乐于见到文化机构蓬勃发展，但是并不代表他们积极推动文化机构并为它们自豪。逐步改变这一现状是汉堡文学馆的日常任务之一。

来访者平均年龄较高，他们的社会身份也很难代表整个(汉堡)社会。这些是许多文化机构要面对的事实。固定访客们期望文学活动能够体现当代文学生活，在满足他们的同时还急需开拓新路。具体来说，比如在“中小小说创作”项目中(www.schulhausroman.de)，汉堡中学生与经验丰富的作家一起，创作自己的故事和文学形象——该项目的举办地常设在所谓的问题地区的学校中，在那些地区艺术很少得到关注。通过这种方式接触忽视文学馆及其活动的年轻人。这种多样化的努力不限于儿童和青少年文学。向其他形式的艺术及其代表机构开放也同样重要。多年来，汉堡文学馆一直与汉堡艺术馆合作。比如“描述图像”系列，他们邀请作家选择艺术馆中的一幅画作进行阐释，之后开展讨论。

越执着地推行这种跨界，人们才越有可能注意到这些形式，甚至可以获得汉堡之外的关注。传统的朗诵会也许无法再给整个文学生活新的推动力。因此有必要不断开发新方式，至少在一定程度上吸引区域外的注意。

举两个例子，第一个是：2010 至 2014 年，汉堡文学馆每年组织为期两天的“汉堡邂逅”。每次到场的作家和文学评论家约有 30 名。他们讨论最具争议的美学问题，私下之间轻松地推广新作。

另一个是：德语区的人们最近才承认漫画或漫画小说的确具有极高的美学潜力。它们曾被视作雕虫小技。汉堡文学馆从 2012 年起举办“漫画小说日”，在晚上安排活动或者工作坊，推介国内外的艺术家。作为高水平的试验项目，它做到了两点：接受长期以来被低估的艺术形式，吸引至今为止将文学馆视为早餐地点的公众的注意。

一直以来，文学馆旨在为文学提供一个有活力的平台，接受新发展，不跟风社交媒体中的流行现象，因此它对文学的影响是长远的。

对德国作家来说，受邀参加朗诵会是件很正常的事。对此感兴趣的人们聚在一起聆听作家朗诵新作，常常一听就是一个小时。在德国，大家对此习以为常。但法国或英美作家会感觉很陌生，因为他们没有这种「经典」方式的朗诵会，只有签售会，最多谈论一下新作。

■莱纳·莫里茨 Dr. Rainer Moritz，教授，任职于汉堡文学馆

德国文学馆：推动文学发展的中流砥柱



书通中德

德国图书信息中心

Buchinformationszentrum (BIZ) Peking

德国图书信息中心作为法兰克福书展的海外办公室，由德国外交部资助，1998 年成立于北京。从 2016 年起德国图书信息中心正式更名为书通中德，并继续使用德国图书信息中心这一品牌。德国图书信息中心不仅是德中出版传媒业之间的桥梁，也是连接中国和世界出版传媒业的平台。

中心的日常工作包括介绍德语图书和出版社，为德中书业企业的交流提供信息和服务，服务参加法兰克福书展的中国展商和专业观展人，定期发布全球书业资讯等。作为一个开放的平台，中心与德中出版社、图书策划人、版权代理、书店、

文化机构、政府、媒体及专家学者广泛开展合作。

2016 年中心的重点项目包括：故事驱动大会、法兰克福书展记者团、德国出版研修之旅(10 月 14-23 日，报名 wang@biz-beijing.org)、版权新书推介会、翻译工作坊、阅读推广及法兰克福书展上的一系列德中交流项目。中心还会把不同主题的“法兰克福书展全球推荐版权书”带到中国各地展出。今年的版权书涉及 7 个主题，分别为：德国最美的书(24 种)、德语文学新书(83 种)、德语少儿新书(60 种)、插画绘本(85 种)、啤酒文化(41 种)、战后传记(38 种)、最佳建筑。



GOETHE
INSTITUT

歌德学院翻译资助计划

Übersetzungsförderung des Goethe-Instituts

歌德学院“翻译赞助计划”旨在对外国出版机构翻译出版德文图书提供赞助，将德国重要的学术著作、优秀纯文学书籍、少儿图书及有价值的通俗读物介绍给非德语区读者。该项目服务于文化政策，是德国政府调节对外文化与教育政策的一个重要工具。如果申请获得批准，外国出版机构将在译作发行之后获得翻译赞助资金。一般情况下

歌德学院不对翻译费用进行全额赞助，该译作的出版发行不在赞助之列。该项目自设立以来的 35 年中，共赞助了大约 5000 本图书 45 种文字的翻译出版。具体申请办法请咨询：ningxin.jiang@peking.goethe.org。

歌德学院是德国在世界范围内积极从事文化活动的文化机构。其主要工作是促进国外的德语语言教学并从事国际文化合作。

KNV 图书中盘及进出口公司

Koch, Neff & Volckmar GmbH



Copyright KNV Logistik

KNV 图书贸易公司是一家引领市场和创新导向的德国大型图书贸易公司，拥有 480 名员工，6000 家客户遍及德国和世界各地。KNV 的媒体数据库中有来自 4700 家供应商的 54 万部作品，涉及各种媒体形式，客户可以通过检索器轻松查询。此外，数据库中还包含了 48 万种按需印刷的作品，可以通过物流中心的印刷中心直接印刷，并与库存货物一起寄出。KNV 通过莱比锡和法兰克福机场将图书运送到全世界 70 余个国家。KNV 的媒体数据库总共有 533 万部作品，另外还有来自全球数据库的 950 万部作品。

为了满足客户未来更高的需求，KNV 团队建立了一个全新的物

流中心，2016 年初全面投入使用。新的物流中心占地面积相当于 44 个足球场，可以容纳多达 100 万件媒体商品和各种高效的物流业务往来。该物流中心是目前欧洲最大、最现代化的媒体物流设施之一。位于德国中心的区位优势 and 优秀的物流基础设施保证了我们能够快速地将货品寄送给全球的客户。

无论在创新理念，还是经验传承方面，KNV 团队都有卓越的表现。2007 年开始，该公司成为第一个推行“企业持续改善理念”的媒体物流企业。KNV 将会不断追求改善每一个运营环节，继续完善客户至上和质量至上的理念。