中国出版传媒商报

2017年7月4日 星期二 第2345期

CHINA READING WEEKLY

中国阅读周报

关注文化 倡导阅读

全民阅读 报刊行

●精彩导读

读书人的家国情怀与责任担当 P6

从《一辆自行车》看北京的历史、生活变迁 P7

读这本书，是一次思想的洗礼 P8

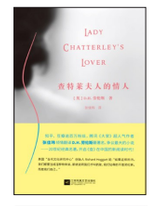
●好书探

中国阅读周报

微信公众号，欢迎关注！

●特别关注

张佳玮：写字这件事，真好！



中国出版传媒商报讯 被粉丝亲切地称为“张公子”的“知乎”红人、自由撰稿人张佳玮近期推出首部译作《查特莱夫人的情人》和小说《飞越玫瑰园》。《查特莱夫人的情人》在美国的出版历程，被誉为“一场性运动革命”，这也是英国作家D.H.劳伦斯最著名、争议最大的小说。张佳玮试图尽量还原原作诗意风格，破除译文翻译腔，以晓畅的中文进行表达。《飞越玫瑰园》是他的首部魔幻现实主义作品，也是向马尔克斯的致敬之作。他以玫瑰花为道具，书写热血、真挚的少年追求自由与飞翔之旅。张佳玮一直勤于创作，谈及这两部作品，他说自己爱写字，会一直一直写下去。（欣 欣）

《查特莱夫人的情人》[英]D.H.劳伦斯著、张佳玮译/江苏凤凰文艺出版社2017年7月版/45.00元；《飞越玫瑰园》张佳玮著/北京联合出版公司2017年8月版/39.80元

香港，一座城的文化力量

关键词 香港 文化 吴文芳 武侠 多元气质

■中国出版传媒商报记者 夜 雨

藉香港回归20周年，本报记者重温香港文化旧梦，发掘香港精神。尤其内地和香港之间经贸与文化交流日益频繁之际，当我们谈论香港这座城，谈论香港文化，会发现什么？

港人吴文芳的好奇心

他要用10年走遍130个国家，用白发体验五彩斑斓的世界。他也期待，香港会更好。

7月1日，香港回归祖国20年。当天，北京侨福芳草地中信书店，环球旅行者吴文芳的新书**《不假思索贪看天下》**（化学工业出版社2017年版）分享会在这里举行。这位越活越随心的老顽童，有一个愿望：10年内行走130个国家，这样，在生命尽头的最后5分钟对人生作回望时，不会有遗憾。

事实上，吴文芳的人生非常精彩。他出生于中国福建晋江，11岁随家人移居香港。1979年加拿大留学归来后，加入香港智威汤逊担任美术创作总监，后晋升执行创意总监，是国际4A广告公司出任此职务的第一位华人。在职业最辉煌时期，又跑去做广告导演，其作品在1990年代家喻户晓。并为香港2007年特首候选人曾荫权提供连任竞选策略咨询，提出口号“我会做好这份工”，民望大幅提升。吴文芳热衷旅行与品味异国文化，更在2012年创立“40urs”（四十小时）品牌，以旅行专栏、旅游书、电视节目等方式，推广旅游文化。也因此，这位拥有无限活力与创意的环球旅行家、WPP集团亚太区战略顾问，荣获有媒体颁发的“25年来塑造亚洲创意行业传奇人物”的称号。

新书分享会现场，摆放有吴文芳的多幅黑白摄影作品，与书店迎面而来的**《人情之美》**（丘彦明著，中信出版社2017年版）绿色的主题招贴画相得益彰，穿行其中，令人有悠然从容之感。在众多年轻读者的关注中，吴文芳与《中国国家旅游》杂志主编刘天北、去哪儿网的任芬，关于旅行展开轻松坦诚、脑洞大开的对谈。

吴文芳戏称，他可能会自导自演一个罗曼蒂克的告别仪式。“黄昏时分，换上干净的白T恤、牛仔裤和棉袜，穿上Paul Smith皮靴，车箱里播放着梅艳芳的《似水年华》，或Joe Walsh的Life's Been Good，全速冲下山崖……”他坦然面对正在走向的生命终点，而现在，他只想看尽天下，到尽可以到的地方，领略到可以领略的人情世故，满足更多的好奇心。这也是他创立的“40小时”旅游生活方式所强调的——每个人都有限制，比如生命就是限制；在限制面前，他好奇人会爆发怎样的潜力。

在吴文芳的旅行随笔集《不假思索贪看天下》中，不难一窥这位老顽童旺盛的好奇心，从披头士音乐到伍迪·艾伦电影、从住满昆虫的土耳其房间到欣赏北极光的冰块酒店……他用眼界丈量世界，带读者贪尽世界各地的喜怒哀乐，并写下对世界的宽容与接纳。

活动现场，吴文芳还回忆了20年前的7月1日，五星红旗和特区旗帜代替了米字旗，他抱着出生3天的小女儿迎接香港回归，跟全香港、全中国、甚至全世界的观众目不转睛地看着，想着，憧憬着自己一家人的未来，兴奋中不期然夹杂了陌生。20年很快过去，中国的很多变化令人振奋，棒得不可想象。“很多1997年前担忧的并没有出现，移居海外的香港人回来了，金融风暴平息了，港人治港还在学习，一国两制还在优化。习主席将责任交给新特首，寄望香港市民全心全意支持她，香港特首不容易当，如果没有一颗为人民服务的心，不会做得了。”

香港文化：念念不忘，必有回响

内地和香港之间的文化交流，从未像今天这样密切而频繁过。

吴文芳有着天马行空的创意力和不断将生命活到极致的活力；而这，其实也是香港文化的特质。

香港曾是内地民众向海外张望的一页门、一扇窗。要说香港文化对内地的影响，首当其冲是其流行文化，五光十色，自由新潮。既有描写兄弟情谊或争夺地位财富的香港黑帮电影，也有星爷周星驰的无厘头幽默喜剧，还有风格独特的王家卫电影以及其中摇曳生姿的各色魅力女星，乃至蝇营狗苟的娱乐圈八卦更是成为人们茶余饭后的谈资。那些曾印刻在一代人记忆里的电影、音乐、明星、文学……成了很多人深刻的青春记忆，以及过去时代的一个璀璨而寂落的梦。

其中，以武侠文化的影响力为最登峰造极。金庸、梁羽生、古龙、温瑞安、黄易……，这些武侠大家书写的通俗小说极大丰富了中国改革开放后市民和青年的精神生活。虽说网络兴起后独霸天下的是奇幻文化，但玄幻小说的源头，由黄易而来。阅文集团CEO吴文辉曾说过，说黄易是网络类型小说的鼻祖，一点也不为过。比如讲述特种兵项少龙穿越时空回到战国时代的《寻秦记》，就是一部现在网络上流行的历史穿越小说。今年4月黄易病逝，更是引发诸多网络文学作家悼念，可见黄易之影响力。除了写武侠的金庸，香港“四大才子”还有写科幻的倪匡、写流行歌曲的黄霑与写美食的蔡澜，他们，早已成为香港文化的时代缩影。香港的读书人，擅长文化与娱乐的跨界，既是严肃知识分子，又是传媒明星；并利用影响力，启发大众思考。

除了商业文化和流行文学，香港文学还有严肃的另一面，即“阳春白雪”的精英文化。在与内地日益频繁的文化交流中，同样被出版、被阅读。其中有诸如曾获香港“年度作家”的刘以鬯的小说《对倒》和《酒徒》，王家卫的电影《花样年华》和《2046》便由这两部作品改编而来。像“香港五大家”刘绍铭、董桥、林行止、李欧梵和陶杰，均有作品在内地出版，每位作家身后都有大量拥趸追随。此外还有独具个人气质的诗人也斯，写下《我城》的作家西西，坚守纯文学创作的小说家董启章，文化学者马家辉，作家陈冠中，诗人叶辉、黄灿然，作家黄碧云，以及青年作家葛亮等等。他们如群星，照亮了香港文化的夜空。

香港文化影响和丰富着内地文化，中国传统文化与西方文化融合生长，也形成了香港的多元气质。就像香港散文作家小思说的，爱香港，是因为香港是中国的香港。“中国文化、中国传统一直都在融合于香港本土文化，一直都在教养着香港人。”

不过，作为曾经熠熠生辉的“东方明珠”，香港经历了回归、亚洲金融危机、SARS事件、CEPA签订、香港影人“北上”等诸多事件，在内地大城市的衬托下，似乎已不再独一无二。近期亦有一系列作品出版，解析香港困局，思考香港何去何从。譬如**《香港治与乱：2047的政治想象》**（阎小骏著，人民出版社2017年版），从心理、社会、政治原因和历史脉络，思考在“一国两制”五十年不变的2047年，香港路在何方。还有如**《熟悉的香港，陌生的Hong Kong》**（兰月著，上海社会科学院出版社2017年版），从文化考察的方法，描画和摹写香港的人情市声。

就像作家西西把香港骄傲地称为“我城”；就像陈冠中在**《我这一代香港人》**（中信出版社2013年版）中自诩的，香港是“杂种世界主义的文化”，而且“越是有这种多文化杂种世界主义精神的，越尊重和欣赏其他地方的文化和生活方式”；也正如吴文芳所做的，“希望消除人与人之间的刻板印象，消除隔膜从认识多一点，了解多一点开始”；在香港回归20年写下此文，并非仅仅重温旧梦；香港精神，仍以其特有的方式在影响、在延续。

●重磅推荐 winshare文轩

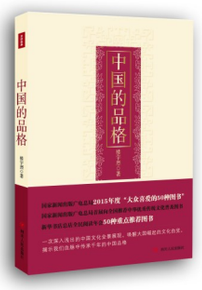
北京大学哲学系、宗教系教授楼宇烈以一本传统文化普及读本《中国的品格》纵论上下五千年，详解中国文化精髓，带领读者进行了一次深入浅出的中国文化全景探寻，唤醒国人在大国崛起中的文化自觉。

学者楼宇烈在传统文化中寻找国人精神之出路

■中国出版传媒商报记者 青 芒

“一个国家、民族的品格，是其文化的外化。近百年来，人们自觉不自觉地在借用西方的思维方式来看待我们的传统文化，这使很多人心中的传统文化已失去了本来的面貌。”有感于此，著名学者、北京大学教授楼宇烈以50年的中国哲学研究为底蕴，厚积薄发，书写他生平第一部传统文化普及读本《中国的品格》。他用平实的语言，深入浅出地介绍了整个中国传统文化的精髓，详细梳理了中国文化发展的脉络与体系，引导读者去关注、了解中国传统文化，去发现中国文化内在的品格与精神。

《中国的品格》开篇便询问：“中国文化何去何从？”伴随这个问题，楼宇烈讲述了中西文化之争和文化的全球化，继而探讨中国文化发展“路在何方”。自西方一百多年前用坚船利炮强行打开中国的大门，中国承受着一波又一波的西化浪潮。现在，经济全球化的趋势带动着文化向全球化发展，一些世界强国的强势文化又深刻影响着中国文化的传统。今天，“中国文化何去何从”的问题值得我们深思。温故中国传统文化思想，探讨中国人的精神品质，对增进国人的文化认同有着巨大的作用。因为，只有在全面了解自己民族文化的基础上，才能有真正意义上经济的自信、做人的自信和国家的自信。



《中国的品格》（精装版）楼宇烈著/四川人民出版社有限公司2015年4月版/48.00元

《中国的品格》分为八篇，其中第二篇的人文精神为全书核心。从某种意义上说，中国文化所特有的品格就是“人文精神”。中国文化的核心，强调人在天地万物中的核心地位，突出了人本主义精神，这一特征又是通过人文教育形成的。中国文化虽然突出人的地位，但也非常尊重人生存的环境、尊重万物。因此，中国文化讲究“重天道”和“法自然”，又崇尚“人道”，重视礼乐教化。这些都是中国文化的特征和品格。而现代社会最缺乏的就是人文精神。楼宇烈怀着对中国文化的挚爱，总结出了中国文化的内涵与核心精神，展示了我们今天和平崛起的文化支撑。回归中国传统文化，重新唤起中国的品格，正是我们现在的社会所急需的。

除了纵论中国传统文化的百年沉浮，提倡中国文化的人文精神，《中国的品格》还反思与展望中国传统，推动中国人的精神发展。随着经济的不断发展，财富的不断积累，中国人唯物质为高，趋之若鹜。但一个健康民族的发展犹如天平，物质与精神不可倾斜。正如楼宇烈所言，物质发展了，精神也要发展，在发展精神文明的时候，传统文化便可以为我们提供丰富的资源。回过头在历史的沉淀中寻找今日精神之出路，绝非逃避现实抑或故弄玄虚。传统文化主要由儒、释、道三教组成，三者都提倡人要反省自我、提升自我，讲求将经验与理性完美地融合在一起，“自然无为，因势利导”，推自然之势，用自然合理的思维方式来看待世间万物，这与现代人的追求不谋而合。

也正是如此，《中国的品格》出版后，反响强烈，并入选多个国家图书项目，赢得广泛社会口碑，值得我们一读再读。

一周观察

■马光磊（编辑）

山寨书为何屡禁不止

近日，一本在2016年5月出版，作者署名“亚特伍德”，豆瓣评分2.5分的《人类简史——我们人类这些年》被义愤填膺的读者口诛笔伐，并由此开启了新一轮讨伐山寨书的浪潮。不难发现，这本书山寨了由中信出版社出版的、以色列作家尤瓦尔·赫拉利的《人类简史——从动物到上帝》。不仅是书名，封面也与之相似。从评论来看，不少读者被相似的封面和书名晃点，大呼上当。相对激愤的读者，笔者问及的不少出版业同行，似对此已有“见怪不怪”的无奈。10年前，以姜汝祥为代表，我们就曾大批以经管类为代表的伪书；10年后，山寨书为何仍屡禁不止？

笔者对此想提出一些浅见。首先，在中国当下的国情下，很多人对法律认识不到位。像媒体报道里《人类简史——我们人类这些年》的策划人说的：“自己所做的事情是在法律范畴之内的”，这是对法律的误解。与畅销书原作比较，山寨书的书名通常相同或相近。按照我国《著作权法》的规定，这种山寨书和跟风书，在图书以及宣传资料中会不可避免地进行搭车式虚假宣传。这并非法律真空，而是当下知识产权法管理的范围。

虽说书名仍无法获得《著作权法》的保护，但图书名称和相关的图案、字体、颜色是可以按照商标法进行注册的。如果因为书名相同或相近，给读者造成误导，这种虚假宣传会面临不正当竞争的指控，原书出版社可以向出版该书的出版社起诉，要求法院裁断，进而进行经济赔偿。商人逐利，以及对法律的无知以及侥幸心理，使得山寨书无法消停。

其次，是部分读者选择了山寨书，不管是主动还是被动。山寨书之所以屡禁不止，除了在当下的法律框架下无法作为，还有一个原因是有销路，市场销售情况良好。当然，首先是部分读者被书名所骗，想买以色列作家尤瓦尔·赫拉利的《人类简史——从动物到上帝》，却一不小心买成了国内山寨版。这一类读者没有区分山寨书与原版书的能力，属于“受害者”，但我认为这一类读者属于少数派，大部分读者是能区分“原版”和山寨的。一个重要原因是，山寨书相比原作，通俗易懂，贴近普通读者的阅读习惯。就像新闻报道里说的，山寨版《人类简史》更像百度百科的组合。读者为了更容易地获取知识，在有意无意中，选择了山寨书。客观上，山寨书对知识的普及是有帮助的，对正版的销量带动也有帮助。反倒是买山寨书的读者可能不一定会购买在他们看来有些深奥的“原版书”。不过，随着读者教育水平的提高，正如前几年铺天盖地的“大全集”慢慢在市场消失，了无踪影，我认为山寨书的逐渐消失也是大势所趋。

当下靠行政手段打击山寨书，从业者欢迎，但恐怕只是治标不治本。出版有文化和商业两大属性，让制造山寨书的书商以道德约束而不去生产山寨书是不现实的。只有随着读者知识储备和欣赏水平的提高，读者真正不需要山寨书的时候，市场才会自动淘汰山寨书。法律的归法律，道德的归道德，市场的交给市场去调节。用一句流行语来形容山寨书和“原版书”，那就是“撞衫不可怕，谁丑谁尴尬”。

■主管主办：中国出版传媒股份有限公司 ■出版：《中国出版传媒商报》社有限公司 ■地址：北京西三环北路19号外研大厦北楼 ■邮编：100089 ■传真电话：(010)68403022 ■网址：http//www.cpmj.com.cn
■订阅电话：(010)88817687 ■营销中心：(010)88810715 ■本版编辑：任志茜 ■总体设计：岛 石 ■排版：艾 林 ■电话：(010)88817690