

## 朱学东新作记录或已消失的江南故乡

**中国出版传媒商报讯** 近日,在广西师范大学出版社“每只往来的云雀都是我的故知——朱学东《江南旧闻录:故园归梦长》新书分享会”上,作者朱学东与作家杨葵、袁梅以及主持人王姝蕲,从美食、文化、风俗、童年往事等方面畅谈关于故乡的记忆。

据悉,《江南旧闻录:故园归梦长》是“江南旧闻录”丛书系列之一,是一本兼具社会学、民俗学史料和文献研究价值的怀乡思故之作,是朱学东对江南故乡已经消失和正在消失的生活方式和场景的记录和回

# 学会像商人一样思考， 做有情怀的国际出版人

日前,笔者有幸参加了“2020年国际图书编辑能力提升线上培训班”,培训班由中宣部进出口管理局指导,邀请“中华图书特殊贡献奖”得主理查德·查金等多位国际知名出版人、学者授课。几天的学习,使我对国际出版业务、版权销售工作有了全新认识和感悟,在此特分享学习体会。

■张云芳(崇文书局)

### 学会像商人一样思考

国际出版人给我最深的印象是,他们是出版人,但同时也是商人,后者的比重占得更大一些。他们考虑出版时始终以市场前景和经济效益为出发点。值得注意的是,几乎所有授课者都提到新冠肺炎疫情给出版业造成巨大影响,都在思考数字化转型,提出多形式出版、多渠道发行,探索新商业模式,最大可能提高利润。可见,转型发展是全球趋势。

目前国际市场上儿童图书的出版和版权销售相对较多,主要因为儿童图书的利润较高。另外还有大众出版、教育出版和学术出版。各类型的图书在对外推广时都面临同一个问题,即如何突破语言文化壁垒,实现有效收益,当然这里的收益是指国内外出版者都能获得的。对我们来说有几种合作方式:一是传统的销售版权。该方式对国内出版者而言风险较低,但利润率也低。由于内容翻译工程较大,如果没有足够的翻译基金支持,仅依靠国外出版商为翻译费买单,那这种方式基本只适用于畅销书。二是我们自己出版外语书,与国外出版商合作,由对方销售。这种方式风险适中,最大问题在于国际出版商更倾向于选择外国作家创作或翻译的图书,所以我们在出版时要避免语言文化差异,寻找合适的外国作者。三是成立海外运营中心,聘请当地出版人,持续输出知识产权,掌握绝对控制权。此方式风险较高,需投入大量资金。

在市场竞争中,图书、版权皆是商品,在坚持社会效益优先的同时,我们也要学会用商人的头脑去思考,毕竟要先解决生存问题,才能去寻找“诗与远方”。

### 始终保持对出版的热情

韬奋基金会理事长聂震宁在写给新人行

的编辑的信中说:“要成为一个优秀的编辑和出版人,首要需要的是出版情怀。那么,什么是出版情怀呢?我以为,其基本点是喜爱好书,追求的是多出好书,而最重要的精神向往就是有更多的人欢迎我们做好书,而且这些好书能够在书架上一直留存下去。”

书不仅仅是装订成册的纸,它可以记录历史与文化,传承知识与思想,用书的形式固定下来的东西,是可以一直流传下去的。尤其看到中国传承千年的经典古籍,突然就得很理解,为什么有那么多的文学爱好者想要出版他们的作品,虽然他们的创作水平也许不够,但是他们对图书的坚持与热爱却是真的。

新加坡大学王庚午先生曾说:“你的事业意义非凡。世界需要更多地了解中国。”随着我国综合国力不断增强,国际影响力越来越大,中国在想什么做什么、中国为什么能,日益被国际社会所关注,做国际图书推广,能够让外国的读者通过我们的书,认识中国、了解中国,这样一想就觉得外向型图书推广是一件十分有意义的事情。

### 注重团队合作

丽贝卡在总结“哈利·波特”系列取得成功的原因时说:幸运是一部分的原因,但更多的是团队合作和编辑对图书的重视程度。从其公司决定要做这个系列开始,公司上下就对这个系列高度重视,通力合作,最终实现了版权转化,获得了巨大的利润回报。丽贝卡总结,图书编辑在出版过程中有29个职能角色,包括成本会计、合同助理,设计助理、销售助理等,完成每一项职能工作都需要与他人悉心合作,制订合理的工作计划,有效解决各种突发问题。在国内出版工作中,加强团队合作也同样重要。出版不是一个人的“单打独斗”,编辑要与作者和设计师建立坦诚稳定的合作关系,帮助他们尽可能地产出更好的图书;要为销售和营销团队提供他们所需

要的,让他们充分了解图书的特点与优势,从而提高图书的销量;要协调出版印刷的时间,做好精确的成本预算。

### 做好外向型图书推广

要做好外向型图书的版权推广,我们应该从以下几方面入手。

**首先,明确版权交易的目的。**是为作者和公司创收,还是为最大限度地提高作者形象和声誉,或是为了在海外弘扬中华优秀传统文化和成就?当然,也有可能上述几方面都是目的。

**其次,要制定版权销售策略。**一是要仔细思考主要授权目标市场,是向以英语为主面向全球的出版商授权,还是向毗邻的亚洲出版商授权?二是要切实评估真正具有国际吸引力的项目,就目前市场情况来看,过于专业的项目吸引力有限,同时翻译成本也较高,在没有翻译基金支持的情况下,版权销售较困难。三是要认真开展市场调研,寻求合适的外语出版合作伙伴。

**再次,要选择具有国际吸引力的选题。**考虑到文化因素影响,推广外向型图书时不需要提供太多选题,应该高度聚焦包括传统医学、中国历史文化图解等题材的重点选题,尤其是外国学者对传统文化的解读和研究,更容易吸引外国出版商。

**最后,要准备好销售推荐材料。**推荐材料最好用英文单页,描述图书的作者、内容、基本信息等,如果是以图为主的书,还可以提供部分样章,让外国出版商更直观地了解图书内容。需要特别注明的是被推荐的书是否出售了其他语言的版权,如果出售了可能会刺激出版商的购买欲;该书作者是否获得过国际文学奖,名家作品往往更受欢迎;如果推荐的书是中文版,可以考虑提供部分翻译好的外语样章,也可以帮助外国出版商更直观地了解该书的内容。

### 学之中,提倡国学教育时代创新。

**三是坚持抓核心、贴近生活、思想创新及德育美育化的原则。****第一,注重经典的核心理化。**以点带面,把握传统文化精神内核,让受教育者自主完成举一反三的学习提升,更有效地掌握中华优秀传统文化的精神内涵。**第二,注重传承的生活化。**将新时代的德育体系构建要求与中华优秀传统文化结合起来,将“感知—运用”统一起来,将传统文化内容所传达的精神品质在生活实践中寻求对接,实现古为今用。一是激活经典,让传统德育回归生活,将传统经典文本“活起来”,变成日常生活的指导内容。二是多学科渗透,润物无声,实现“大文化”教育,在课程建构上有机地将多学科渗透于传统文化内容当中。**第三,注重思想创新,以人为本。**以中华传统美德涵养现代公民意识,确保中华民族精神代代传。**第四,注重德育美育化。**尊重受教育者主体,创新传统文化学习方式,如以经典诵读和诗词歌赋创作活动等系列活动,构建“善—美”价值观。《中国优秀传统文化教育全国中小学实验教材》(广东版),从《弟子规》《三字经》《千字文》,到《声律启蒙》《中国古典诗词欣赏》《论语》《孟子》《大学》《中庸》,再配合《孙子兵法》《道德经》《古文观止新编》和《中国传统文化与艺术》等内容,并将中国京剧脸谱、传统书法、传统绘画、二十四节气、玉文化、瓷文化等传统文化模块精简,配在每册书的每一页,以渗透式教育的形式展现给学生,形成体系完整的中国传统文化教程体系,抓住核心、贴近生活、做到思想创新和德育美育化。

中华优秀传统文化教材编写与编辑还需要与地域文化特色相结合。从身边可以感知到的传统文化元素,生动地展示中华文明的繁荣。以《中国优秀传统文化教育全国中小学实验教材》(广东版)为例,以岭南特有的动植物、粤菜、广东建筑、广东历史人物、广东曲艺、传统手工等,学生喜闻乐见的地域文化特色为切入点让受教育者更加深刻地理解中华优秀传统文化,滋养其文化内涵,培育其民族认同感。

忆。该书以散文的形式,形象生动地再现了江南水乡的饮食、习俗、风土、物产、生产生活等,使江南质朴的乡间文化跃然纸上,为读者开启追寻故园文化之旅。

朱学东是传媒专家、学者,曾任大学教师、中央国家机关公务员、新生代市场监测机构董事、《南风窗》杂志总编辑、《中国周刊》总编辑、新京报传媒研究院副院长等,著有《江南旧闻录:故乡风物长》《江南旧闻录:故乡的味道》《黄金般的天空—我的读书笔记》等作品。他表示,《故园归梦长》的写作是基于内心的爱和记忆,不需要刻意设定角色,所以自然而然。朱学东的每一本书都是写给自己亲人看的,无论是父母、弟弟或者孩子,他希望能为他们在情感和记忆里构建出曾经存在于故土上真实的生活场景。 (吴言)



■吴 敏(经济科学出版社)

新时期,随着社会发展进入新常态,出版业面临一系列新挑战,对编辑工作提出了新的任务和更高要求。编辑要居安思危,以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,牢记出版使命,积极开拓创新,用新的思路、新的战略和新的举措应对新的挑战,从多个方面提升自身的职业素养和能力,更好地发挥编辑的价值,推动新时代中国文化繁荣发展。

### 新时期形势和挑战

今年是“十三五”收官之年,是确保全面建成小康社会的决胜之年,是实现第一个百年奋斗目标的关键之年。在这个新中国历史上的关键时期,社会主要矛盾、发展任务、目标等都发生了重大变化,加之新冠肺炎疫情的影响以及国际社会不确定因素的存在等等,新时期社会发展面临前所未有的新挑战。

**第一,新时期社会需求呈现出新特征。**新时期人民群众对美好生活的向往不仅体现在物质方面,更主要的是精神文化方面的需求。为人民提供更多优秀精神文化产品是习近平总书记对出版业发展提出的要求。

**第二,新时期社会主义现代化发展持续推进,新技术层出不穷。**传统的出版模式和生产方式已随传播技术、传播方式、消费者行为模式的改变而发生变化,不同媒体之间的界限已被突破。随着互联网、大数据、区块链、5G、虚拟现实和增强现实等高新技术的进一步发展并开始进入商用领域,迫使出版行业进行新的变革,探索新的出版形态,寻找融合发展的新模式。

**第三,新时期社会发展步入新常态。**受新冠肺炎疫情影响,阅读需求和行为习惯发生了变化,出版形态更加趋向于数字化和碎片化发展,出版业销售渠道格局加速转变。其中,线上销售、在线教育、电子书(尤其是有声读物)获得了巨大的发展和繁荣,网络直播带货等新兴事物出现并流行,逐渐成为未来发展的新模式和路径。目前虽然国内疫情已经得到了很好的控制,但国外疫情仍然严峻,而且未来很长的一段时间内防疫工作仍将延续,新的常态已经形成。

此外,新时期国内外形势的变化也使出版业面临了新的挑战,包括气候变化的加剧将促使出版业进一步缩减纸质图书,加强和拓展数字化领域的发展;国际形势的不确定性、贸易保护主义的抬头、中美关系的变化等等对图书的国际贸易,包括版权贸易,也产生了很大的影响。

### 编辑应具备的职业素养

编辑要适应中国特色社会主义新时期发展的新形势,建立符合时代发展的职业素养,履行时代赋予的新职责,积极应对新挑战。

**第一,要有大局观。**面对新形势和新挑战,编辑要勇于肩负起新时代赋予我们的责任,在习近平新时代中国特色社会主义思想的指引下,始终将社会效益放在首位,以满足人民群众对美好生活,特别是对精神文化生活的向往为目标,进一步优化图书出版结构,出版优质精品,在弘扬中华优秀传统文化的基础上,宣扬我国新时代、新思想、新成就,并为我国的进一步发展壮大助力。

**第二,要有创新精神。**融合出版、融合营销、融合渠道进一步发展,已成为新时期出版业发展的必然趋势。在此背景下,编辑首先要更新思维模式,扩宽产品线,除传统图书、电子书外,适当发展影、视、听类多种产品,通过多种介质、多个平台、多种场景呈现,以实现价值最大化,并最终形成稳定的经济效益;随着营销和销售渠道的多元化,结合不同平台流量和人群定位,对产品进行差异化营销,并对渠道进行细分,结合自身产品的特点,选择适合的多种渠道。其次,编辑要创新工作流程和模式,善于利用新技术来优化工作流程,提高工作效率。

**第三,要有信念感。**社会主义核心价值观和新时代的发展要求编辑要支持对出版工作的信念,发挥奉献精神 and 敬业精神,十年如一日,磨练扎实的业务功底,以社会效益为重,坚守初心,服务于人民。编辑肩负着传承人类优秀文化和知识的责任,在工作中要有对知识的敬畏之心,对待每个环节都要精益求精,提升出版品质和质量,全心全意服务于作者、读者,服务于社会文化的繁荣与发展。

### 编辑所需技能的转变与提升

新时期的编辑必须具备全面的知识,掌握各种不同的技能。但无论所需的知识和技能如何改变,编辑都要始终保有持久的学习能力、创新能力、信息整合能力、组织沟通协调能力等。通过不断的学习,吸收新的科学技术,提升编辑的素养和技能。

**第一,加强学习。**政治性、思想性、科学性和专业性强是编辑工作的特点,因此编辑首先要加强对党和国家政策的学习,坚持正确的政治方向 and 舆论导向,坚持把社会效益放在首位,实现社会效益与经济效益的统一结合,不断提高自己的政治素养;其次要学习和掌握专业领域内的知识、前沿研究和新的发展动向,包括出版行业的各类规章制度政策、编辑和语言文字方面的知识,以及工作所涉及专业的各类知识。

**第二,利用新技能提升自身能力。**随着科技的发展,编辑需要重视和培养新的能力。一是不断学习掌握新技术和新知识,包括大数据、人工智能、区块链等。通过习得的新知识和技能,分析市场、受众和自身的经营情况等。二是借鉴企业产品生产和管理的模式,学习掌握经营管理、市场调查、销售、财务、法律等方面的知识和技能,增强组织协调沟通能力和品牌建设能力。三是创新能力,通过新的方式对现有的知识内容进行整合,创新其内容形式,并通过研究和探索新的营销模式,扩展发展空间。

**第三,注重积累。**功夫在平常,编辑要培养自身敏锐的洞察力,尤其是对新事物的敏感度,并善于从日常生活和工作中发现和积累。对新鲜事物的好奇心有利于编辑随时关注相关领域的新动向,掌握行业发展新趋势。而广泛的兴趣爱好也是提升编辑基本素养的有效途径。

**第四,编辑的成长和发展离不开出版单位的培养。**编辑是出版业态中的核心力量,编辑队伍是出版单位的核心资产。面对新挑战,出版单位应该采取新的战略和新的举措,发挥其在整体管理、组织协调方面的作用,包括加强制度建设,制定合理的人才培养机制,创新激励机制和考核机制多样化等。通过增加对编辑的继续教育,鼓励编辑参加在职教育,建立容错机制,鼓励编辑跨界发展等,增强编辑的专业性,提升编辑的技能、激发编辑的创新能力,从而打造一支专业过硬、技术全面、富有创新性的编辑队伍。