

## 尚斯东方文艺社在吉举办《狼王梦》阅读活动

中国出版传媒商报讯 近日,尚斯东方文艺出版社在吉尔吉斯斯坦托古斯-托罗区举办了第一届阅读比赛,比赛以中国儿童作家沈石溪的动物小说《狼王梦》为主题向参赛者提出20个问题,当地千余名文学爱好者积极参与比赛。赛后尚斯店店长向3位参赛者颁奖,奖品分别为笔记本电脑、Redmi手机和自行车,奖品由赞助商 Talant Uzakbaev Makishovich 提供。

《狼王梦》讲述的是一匹充满智慧的狼,用一生的时间来完成自己的梦想,希望自己的丈夫、儿子、女儿登上梦寐以求的狼王宝座,为此它浪费了大量青春,葬送了美好爱情,放弃了宝贵生命。去年2月东方文艺出版

社出版了《狼王梦》吉尔吉斯语版,因新冠肺炎疫情延续一直没有举办线下活动,但在2020年间,尚斯通过吉尔吉斯广播电台做了《狼王梦》的专家采访节目,吉尔吉斯共和国经济部部长国务秘书、吉尔吉斯共和国国家语言委员会首席专家还在去年10月参加了该书在吉尔吉斯国家民族语言日举办的展览活动。

吉尔吉斯斯坦托古斯-托罗区政府官员及教育界领导出席阅读大赛颁奖活动,托古斯-托罗区国家行政管理总局局长古尔贾马尔·苏尔坦加济耶娃在致辞中表示,《狼王梦》具有深远的教育意义。当地教育部门负责人表示,将与东方文艺出版社继续合作,出版儿童文学类书籍。吉尔吉斯共和国科学院通讯员、教育学博士埃森别克·马姆特库诺夫表示,多年来,他一直在研究青年人的教育问题,对父母、兄弟、姐妹在儿童成长中的作用也很感兴趣。读《狼王梦》时,让他更加相信母亲对孩子的爱以及对孩子未来的关注不仅适用于人类,同样适用于所有动物。(陆云)

# “一带一路”国际出版合作五大要领

中国出版传媒商报记者 渠竞帆

从多位受访出版人的实践经验可以看出,出版社开展国际合作想要取得成效,与经验丰富、有信誉、重视出版质量的国外出版社合作是必要前提,此外,还有五大要领值得借鉴。

## 要领1

### 与名社与资深译者合作

广西出版传媒集团非常注重通过各种渠道积极开拓各国的优质出版社。该集团党委书记兼董事长覃超表示,该集团旗下各出版社通过与国外优质出版社合作,逐步扩大合作规模,优化合作管理机制,争取向国外推荐更多优质作品,促进版权贸易对象国和语种的多元化。

他还指出,与国外出版社打交道时,首先要提前了解该国的文化习俗、跨文化的差异,这样有利于掌握沟通的主动性。其次,要对该国的图书市场进行充分的调研,从多种渠道主动出击,进行精准营销。另外,要遵守该国版权贸易市场的价格原则,不搞恶性竞争。最后要在合作中坚持“尊重、信任、细节、简单、高效”的沟通原则,这样才能取得更大效果。

人文社在寻找张炜的《古船》意文版合作方时,找到了有40年翻译出版中国文学经验的知名出版社 Einaudi 和意大利最资深的译者之一塔·娴熟的出版、翻译经验为《古船》锦上添花,意文版在出版1年内就售出近3000册。这在中国文学平均销量只有几百册的意大利市场非常罕见。

人文社国际合作部资深版权经理刘乔表示,人文社非常注重与国外知名出版社及译者合作,Artemide、L'Erma 等意大利著名出版社都成为该社的合作伙伴。虽然这需要投入更多时间和精力,但只有这样才可能在目标国市场上产生令人满意的效果。而且意大利读者比较开放、包容,对中国图书的接纳度相对较高,这也是中国文学能够成功进入意大利市场的原因之一。

意大利东方出版社(Orientalia Editrice)是人文社新近开发的合作伙伴。专注于亚洲研究的东方社近年来翻译出版了不少中国作家的作品,该社社长安德来(Andrea Marcelloni)表示,除了与人文社合作外,还有其他中国出版社与他联系,开展了合作。他与国内出版社合作的3部小说将于明年问世。

安德来认为,出版中国图书最难的是翻译,他们为此要耗费很大时间和精力与译者磨合。但他很庆幸认识很多意大利译者,他在大学期间学汉语和中国文学,因此认识一些意大利高校的译者,他还通过过来中国遇到以及译者主动与他联系的方式认识了一些译者,他自称“很幸运能够与意大利最好的译者合作”。

“与意大利出版社合作没有什么秘籍”,他表示,“首先要开展合作的意愿,中国有许多值得关注的‘好作家’。但是他也提醒中国出版人,出版是一场赌博,难免会有失败。“我们要做的是带着热情,对翻译倾注心血,并且双方保持良好沟通,这才是成功推动合作的必要元素。”

外研社也一直致力于开拓海外优质出版社资源。该社国际业务中心总经理彭冬林表示,与东西方出版社建立合作后,近几年,外研社相继和保加利亚畅销书出版社、法伯尔出版社建立了合作。今后还将继续挖掘保加利亚图书市场的各类优质合作资源。

他认为,每个国家和民族都有独特的文化与传统,相互尊重是开展合作的前提,互惠共赢是深化合作的条件。2020年,新冠疫情肆虐全球,正常的国际合作出版放缓了步伐,外研社通过远程沟通守望相助,相互支持,这为今后的国际化发展创造了新的合作机会。

## 要领2

### 真诚相待 互联互通

在人大社副社长郭晓明看来,以诚相待应是双方长期密切合作的秘籍。每年人大社都会与国外合作伙伴进行互访,在彼此国家的书展上共同举办图书活动。他们还会参加彼此举办的学术会议,通过频繁接触增进互信,同时达成新的合作意向。

华文社社长宋志军表示,在国际合作中,双方要立足彼此的真实需求,不断沟通、细化需求,诚恳合作,用心做事。埃及希克迈特文化投资公司总经理白鑫也有相同的感受:“和任何国家的出版社合作,真诚、踏实永远都应是第一位的。只要双方真心想合作,并且都能够真诚付出,合作就一定可以有成效。”他补充说,如果真的有什么秘诀的

话,就是还需要练好阿拉伯语或英语,再多一点沟通的耐心。

他透露,未来他将继续精选最新的中国书籍,让中国的优秀文化和文学作品高质量地翻译出版,在阿拉伯国家传播。随着其公司在埃及以及阿拉伯国家的知名度不断提高,他也愿意把从事翻译工作的经验感受分享给有兴趣的人,培养出更多的中阿翻译人才。

## 要领3

### 语言沟通 相互尊重

社科社国际合作部版权经理张冰洁也认为,语言是开展合作的敲门砖,用本土语言同对方出版社交流,能够迅速拉近彼此距离,因此出版社为开拓西语市场,需要配备相应的西语人才。在合作中坚持诚信为本、合作共赢的理念,用真诚的态度、专业的水平赢得对方信任,这样才能维系双方的长远合作。同时她也提醒同行,拉美国地区的工作节奏相对较慢,可以通过约定 deadline 等方式推进出版合作。

尚斯出版社总裁穆平也表示,因为当地文化与中国不同,想找到在效率和契约精神方面都值得信赖的合作方非常难。在同俄罗斯以及中亚、东欧各国出版社交往的过程中,最重要的是诚实守信、守土互利;要入乡随俗,按照他们的慢节奏,不要试图改变他们,否则会引起不必要的排斥;更不要在出版细节方面急功近利,事无巨细地制约对方。这样的话,会造成糟糕的结局;也不能为了达到出版的目的,采取一些不恰当的欺骗手段。

他强调,选择好合作伙伴非常重要,由于文化和习惯的原因,选择具有契约精神、同时在政治立场上没有问题的当地出版社非常重要。此外,还有重要的一点是,“在合作过程中还需使用母语化、专业化的翻译,这要求译者首先要懂中文,其次必须是该领域相关的学者,或者具有该领域专业背景的译者才行。”

## 要领4

### 实地参展 良性互动

五洲社目前与十几家阿拉伯出版机构建立了合作,该社国际合作部副主任杨雪表示,每年他们都会参加1~2个阿拉伯国家和地区的主要书展,通过参展结识阿语地区出版社,了解当地市场需求,并逐渐开展合作。她介绍说,阿拉伯地区书展是展销型书展,许多机构、家庭都把每年采购图书放在书展上进行。五洲社每年也会把阿文、英文及中文图书带到展会现场,以售卖方式寻找当地读者对中国主题图书的兴趣点。

出版过程中非常重要的一点,要尊重阿语地区读者的阅读习惯,翻译好、转化好中国图书的内容。杨雪说,五洲社已形成了中文专家和母语专家相配合的模式,二者查漏补缺,相互弥补语言和文化带来的差异。同时也会请当地少量熟悉读者试读图书内容,根据反馈信息继续修改文本,使阿语图书更符合本土读者的阅读习惯。

她还表示,跟阿拉伯国家出版行业协会和出版社打交道要建立在良性互动的基础上,每项合作都会尽力促成双方最大化的双赢。在推荐中国文化和中国图书的同时,也需要向中国市场引入对方的文明、文化。一年多来,虽然国际合作受全球疫情影响很大,但他们与阿拉伯出版商的联系一直在继续,他们会在原有合作的基础上,重点开拓与沙特、科威特、卡塔尔、阿联酋、阿曼等几个海湾国家优质出版社合作。

## 要领5

### 制度保障 共享共赢

彭冬林表示,近年来,外研社海外中心的各项业务逐渐上了轨道,趋于成熟,对当地情况的了解也更加深入。海外中心逐渐向专业化、职业化、规范化、制度化方向发展。从2020年开始,外研社加大对海外机构规范化和制度化管理的力度,采取了多方面的规范管理措施,包括人员管理、制度管理、沟通机制管理、工作流程管理、内容资源管理等。从2020年开始,因为受到疫情的影响,海外中心的管控难度加大。然而,得益于他们建立了这样一套完备的管理体系,各项国际合作才能够顺利推进。他认为,只有实现规范化和制度化管理才能逐渐增加业务量,提高专业程度,创造发展新前景,实现海

外中心的可持续发展。

中译社中国作品对外翻译推广中心主任范伟表示,秉承共享共赢的理念,双方要保持经常性的业务联系,例如,中译社安排懂当地语言的版权经理定期与海外国际编辑部负责人保持顺畅的沟通及工作机制,并尽可能利用一切书展、出访的机会进行实地考察和调研;在双方调研市场的基础上,做好年度选题规划,制定中长期出版和营销计划,尤其是针对重点图书做重点营销;在合作初期,中译社的国际编辑部可以把收入转入再投入,协助国际编辑部申请国内相关的翻译资金,实现业务的可持续发展。

波兰马尔沙维克出版社社长亚当·马尔沙维克(Adam Marszałek)近年来不遗余力地出版、推广中国图书,包括借波兰和其他国家举办书展及学术会议之机组织活动宣传中国图书,他本人也因此荣获中华图书特殊贡献奖。他为中国出版社提出了一些建议:对每个项目都有一个清晰的书目和预算规划;在挑选合作伙伴时,应考虑其可信度、国际合作经验以及在当地出版市场的地位;一定要警惕与波兰不熟悉、不可信的出版社建立合作。

范伟认为,图书海外传播的方式和方法要多样,内容选择上要精准得当,讲好和平发展共赢的中国故事,避免传递僵化教条的内容,要化解阿语国家读者对中国和平发展政策持有的误解和疑虑,消除各种版本的“中国威胁论”,让更多的海外民众真正客观地理解中国,赢得他们的普遍认同。同时,要使传播渠道多样化,扩大文化辐射面。通过新媒体平台传播时,要对读者群体进行精细划分,提高传播的有效性。

杨雪提出,国内出版社

应多关注阿语出版社出版的图书,特别是他们的图书内容、封面设计和装帧风格等等,知己知彼才能在阿语地区更好地推行中国图书。同时,国内出版社在与阿语出版社合作输出中国图书时,应在图书出版后更多地对外方出版社和读者做调研,这样才能确保今后策划选题更满足市场需求。

## 实用贴士

广西出版传媒集团党委书记、董事长覃超表示:“在与国外出版社合作时,要提前充分了解该国在宗教上的禁忌,避免向该国推荐不符合其宗教信仰的图书。在签订版权贸易合同中涉及到的法律法规等条款,要以国际出版的法律法规为基础,根据各国法律条款和准则,注意规避法律盲点和潜在风险。”

他还指出:“全球消费者的阅读习惯都呈现出新的趋势,这让图书出版市场比以往任何时候的竞争都更激烈。比如从纸质书到电子书,再到有声读物,呈现了互联网时代阅读的重大变迁,有声读物市场正在腾飞,有声读物用户群体正在逐渐壮大。出版社要根据目标国的市场需求,做好前期调研和分析研判等工作,向版权对象国推荐适合当地市场的销售品种,提升版权贸易成交率,促成更多精品图书的版权输出。”

埃及希克迈特文化投资公司公司总经理白鑫表示:“阿拉伯地区有自己的宗教信仰,在合作时不可避免要有所忌讳。在具体合作中我们会针对具体遇到的问题去具体解决。有一点值得注意的是,阿拉伯国家的图书装帧是从右至左,这与中国的图书装帧设计不同。还有一点是,与中国的出版社合作时,有些问题在合作前不能预知,所以在合作之初尽量不设限制,而是在合作的过程中去发现问题,解决问题。毕竟,办法总比问题多。另外,阿拉伯人做事物的风格和中国人差异非常大,有很多流程需要不断打磨和完善。”

五洲传播出版社国际合作部副主任杨雪表示:“阿拉伯国家人民大多数信奉伊斯兰教,因宗教、政治和地域原因,与中国有着完全不同的风俗习惯和文化背景。对图书内容要求颇多,对意识形态控制也比较严格。但每个国家对宗教具体拿捏的尺度也不太一样。如沙特这个历史上受伊斯兰保守主义影响较深的国家严格按照伊斯兰教教义要求来规定社会规范和行为准则,而黎巴嫩、摩洛哥这些受欧洲文明影响较深的国家则相对开化,对事物的接受度和包容度更广。对此我们总体上要做到‘不懂就问,不踩雷’。”

俄罗斯尚斯出版社总裁穆平指出:“在遵守当地市场规则 and 法律法规方面,中国出版社要遵循当地的行业规则,切忌用国内的习惯和审美来约束对方。在俄罗斯,签订出版合同有非常严谨且详细的约定,要遵守每个条款的规定。”



## 案例解读

### 洽谈合作时如何打破僵局?

2016年6月,外研社派出代表团访问保加利亚,深入了解了保加利亚汉语学习市场和主题出版情况。代表团先后拜访了中国驻保使馆、索菲亚大学孔子学院、出版商协会、出版社等机构,与索菲亚大学出版社签署了双方合作的首部图书——《保加利亚民族:想象与再想象》(保文版)的出版协议。东西方出版社是外研社代表团此次考察的最后一站。由于保加利亚出版社当时对中国出版业的总体情况并不熟悉,前两家社会谈也没有做充分准备,双方合作意愿不是很强烈。

代表团到达东西方出版社时已是黄昏时分,双方各自介绍自己业务后,感觉没有马上能实施的合作项目。在参观完对方的书店后,双方又坐下来继续会谈。代表团成员好奇地询问对方:“东西方出版社这个名称有没有什么特定意义?”东西方出版社社长柳本·科扎雷夫解释道,保加利亚站在东方和西方文明之间,东西方出版社的目标是向读者介绍世界文化,他们不仅出版了《红楼梦》《七侠五义》《三十六计》《围炉夜话》等中国经典著作以及《生死疲劳》等中国现当代文学作品

品,还出版了莎士比亚、歌德等西方文豪的著作,而外研社以“记载人类文明,沟通世界文化”为使命,这两家出版社的宗旨不谋而合,于是双方迅速达成了共建主题编辑部的合作意向,外研社帮助对方制订了长期产品线规划并共同运营当地市场。

2个月后,在2016年BIBF期间,外研社与东西方出版社签订了双方共建“中国主题编辑部”的协议。这也正式开启了两国的出版合作,双方商定互相推荐优秀图书,并依据各自图书市场的情况翻译出版相关作品。双方还约定定期交换两国艺术、历史、语言、文学、文化等领域的出版信息,通力合作,促进中保之间文化对话,探索可能的合作方式,推动中保经典文学作品互译出版。

2017年3月,经过编辑部标识及标识设计、明确工作人员等前期准备工作后,“中国主题编辑部”在东西方出版社正式挂牌成立。双方共同决定,聘请青年汉学家韩裴担任编辑部主任,有计划地组织中国文学、文化的翻译出版,共同经营本土市场。如今,该社已成为保加利亚出版市场第五大出版社。

### 中少总社“走出去”的生意经

“十三五”期间,中国少年儿童新闻出版总社累计输出版权2009种,其中大部分合作出版社为“一带一路”沿线国家出版社,形成了以主题出版图书、原创图画书、卡通漫画图书三类图书为主的产品线。

该社国际合作部主任沈利娜表示,中少总社始终将版权输出作为国际业务的工作重点,积极利用国际书展等平台拓展外方合作伙伴,双方建立起以版权贸易为核心的合作关系,业务合作是双方关系持续深入发展的基础。

她表示,通过与沿线国家的交流及业务往来,逐步发掘各国对图书内容的不同需求,比如越南出版社倾向于引进功能性强的图书,泰国和马来西亚出版社会

引进卡通漫画类图书,他们会针对不同合作方的需求,精准推送内容。

沈利娜认为,适合海外市场的优质图书+图书英文资料库+优秀的版权经理是实现版权输出的关键。更为重要的是出版社要有海外市场意识,对原创图书“走出去”的未来有规划,有蓝图。

她还介绍说,在合作中,外方出版社会在翻译出版过程中根据当地市场情况进行一定的本土化改造,比如根据当地的阅读习惯对开本大小做适当调整、对故事开放的结尾改为确定性的结尾,等等。外方出版社在做本土化调整的过程中也会与原创版权方进行沟通,并获得作者认可。