

(上接第4版)



少年儿童出版社成立于1952年12月28日,1979年图画书《宝船》输出日本,拉开了少年儿童出版社版权输出的序幕,这也是中国儿童图书走向世界的起点。40

加强选题开发、IP授权、融媒体项目合作

■冯杰(少年儿童出版社社长)

多年来少儿社已向美国、英国、瑞典、意大利、法国等国家及中国港澳台地区输出版权达2300种。少儿社版权授权也由单纯的纸质图书领域扩展到电子书、动漫、舞台剧、影视APP等,不再局限于图书出版。

与大家分享一下我们和东盟童书出版合作的一些建议:第一是同步出

版,在合作双方的统筹下,中文版和版权引进国同步出版。第二是定向出版,深化版权合作机制,合作双方基于本国阅读市场需求,结合各自拥有的版权优势,为彼此提供定向出版服务。第三是搭建线上版权信息共享平台。第四是打造版权合作新模式,积极拓展版权合作新领域。

中国与东盟童书出版合作的多种可能

■丹尼斯·库拉顿加(国际儿童读物联盟斯里兰卡分会主席、斯里兰卡海王星出版社社长)

中国与东盟童书出版合作有多种可能,希望参加论坛的各位嘉宾和我一起去实现。第一,也是最重要的一点,在各个联盟成员国积极开展阅读推广活动,活动细节可由联盟成员共同商讨,建议活动每年举办一次。第二,尝试开展翻译培训。这项举措将有利于图书内容翻译质量标准化。第三,开展不同国家作家和插画家之间的合作,或是由2个或3个国家共同创作新的故事,也可以由每个国家推荐一本图书,在联盟其他成员

的国家进行翻译和出版。第四,进行主题调研。我建议每位联盟成员至少每2年开展一次阅读相关主题的调研。第五,推动新媒体(如增强现实技术)与出版业融合发展,这也许会成为未来行业发展的新趋势。第六,发展电子书与有声书。第七,设立童书奖项。奖项评选对象可以指定为论坛框架下翻译、出版的图书。第八,为儿童提供免费的阅读资源获取平台,这是可以提升企业社会责任感的活动。第九,为有特殊需求的儿童

提供适合的图书,这也是我们作为出版人应该加强关注的。第十,鼓励联盟成员与当地图书馆合作创建阅读俱乐部,并开展除阅读之外的活动。第十一,开展线上国际书展。可以成为一个商业性书展,同时也可以设置版权中心,举办阅读活动,组织作者、编辑研讨会及学术研讨等。



不断探索“走出去”新方式

■邵若愚(浙江少年儿童出版社社长)

国儿童文学作家陆续走向海外。除了常规的版权贸易外,浙少社正在积极探索“走出去”的新方式。

2016年,浙少社“买船出海”,通过在新加坡成立的浙少海外管理(新加坡)有限公司,收购澳大利亚新前沿出版社,并于2017年在英国成立新前沿出版社(欧洲)公司。新建主体和收购完成后,浙少社逐渐建立起一套“出版业务互通,国际化经营管理”的跨国管理新模式,在海外子公司实行“本土化”战略,实现从出版内容到专业团队再到

整体机构的本土化,努力制作出符合国外读者阅读习惯、消费习惯的产品,真正走入当地市场,走入读者心中。

我们希望通过以下几方面加强沟通。首先,定期进行版权互荐,更好地发现合适的作品。其次,双方可以在合作申报各类资助项目方面多沟通,推动更多好作品在全球传播。再次,数字产品开发、IP类图书授权也是值得合作的板块。同时,希望有更多机会与东盟国家的出版社开展线上线下各种形式的交流,促进业务沟通,探寻合作契机。



浙江少年儿童出版社的版权贸易和国际交流工作始于上世纪90年代,经过30多年的探索和发展,如今海外合作已遍及除南极洲以外的六大洲,主要合作国家有美国、英国、法国、西班牙等。在引进海外优秀童书资源的同时,我们通过各个渠道和平台,积极做好中国童书的对外推介工作,一批有实力的中

童年阅读会塑造孩子的一生

■凯兰·高塔姆(尼泊尔当代出版公司总经理)

有人曾经问我:“作为一个尼泊尔人,你为什么要推广中国图书?”

我很早就受到了中国文化的影响,我的父亲总是对我说,报纸就像慢性药物:你在早上读到的东西,会持续地影响你的一天。按照他的逻辑,我认为,孩子们在童年时期读到的书会塑造他们的一生。所以现在的我更加关注童书。

我们引进中国的故事还是比较顺利的。过去8年时间里,尼泊尔当代出版公司已经出版了近300种中国图书。我和中国的77家出版社都有合作。我发现有一点很有意思,中国很

多出版社都在和同样的作者合作类似的图书。我希望,中国的出版社在未来能更有创造力。

我很喜欢图画书,也很喜欢“中华先锋人物故事汇”系列。这套书讲述了中华先锋人物在各个领域作出的突出贡献,孩子们可以通过学习这些榜样,成为更好的自己。



互相取长补短,促进中国和东盟少儿出版合作、繁荣与发展

■白冰(接力出版社总编辑)



中国—东盟少儿出版阅读论坛是接力—东盟少儿图书联盟组织举办的重要交流项目之一,目前已成功举办两届。2019年10月,来自东盟6个国家的10家出版机构代表,来自南亚的2家出版社代表和12家来自中国的少儿出版社代表参加首届中国—东盟少儿出版阅读论坛,以“当下少年儿童的阅读需求和童书出版现状”为主题展开热烈讨论。2021年9月,来自东盟6个国家的13家出版机构和来自南亚的2家出版机构代表与中国童书出版人,就“后疫情时代中国和东盟童书市场的变化及合作策略”进行深入探讨。在前不久举办的第40届马来西亚吉隆坡国际书展上,由中国图书进出口(集团)有限公司、国际儿童读物联盟马来西亚分会与接力出版

社共同主办,生命树文化促进中心协办的“中国—东盟少儿出版研讨会”以“少儿图书——共同的需求,共同的爱”为主题,是第三届中国—东盟少儿出版阅读论坛的系列论坛的第一场。

今天举办第三届中国—东盟少儿出版阅读论坛的第二场论坛,邀请大家共同探讨“中国与东盟童书出版合作的多种可能”,希望加深中国与东盟少儿出版界之间的了解,深化和细化中国—东盟少儿出版合作。习近平总书记曾强调,不同文明要取长补短、共同进步,让文明交流互鉴成为推动人类社会进步的动力、维护世界和平的纽带。中国和东盟各国少年儿童出版机构的交流互鉴,能够互相取长补短,推进我们的共同合作、共同繁荣和发展。童心没有国界,各个国家的孩子对童书的阅读需求,既有不同之处,也有相同之处。作为为孩子服务的童书出版人,为孩子提供丰富的阅读资源是我们的责任和使命,让我们共同携手,推动中国和东盟的少儿出版走向更加美好的未来。

咬文嚼字益处多——读汪惠迪新著《语言的魅力》

■李智初

语言无处不在,我们每个人都需要用语言来思考、记录和表达。有的人说话时不仅表达流畅,用词丰富、准确,还会巧妙地借用成语、谚语、歇后语来打比方、说道理;会及时运用既新颖又有一定流通度的新词新语或新用法;会恰到好处地运用夸张、拟人、双关等修辞手法,让人听之有味,轻松理解,开心接受,让语言更具魅力。

时隔十载,再次读到汪惠迪先生的语言散文集《语言的魅力》,依然眼前一亮,就像10年前读到他的《语言的风采》一样欣喜。全书收录作者最近10年撰写的71篇文章,平均每篇3700字,其中最长的《新加坡华语特有词语探微》3.3万余字,洋洋洒洒,娓娓道来;最短的《白字谁不念,公仆也难免》只有约800字,字字求真,句句犀利。文章都是对语言生活中的点点滴滴的捕捉,往往针对一句话的说法、一个新词的出现或一个字的读音,紧“咬”不放,细细咀嚼,析精剖微,从多角度进行分析,小中见大,针砭语情。通篇读下来,受益匪浅,“益”至少有以下四个方面。

普及语言知识

《心系榴槿27载》一文对“榴槿”的译名用字作了调研和考证,从“流连”到“榴莲”,再到“榴槿”,厘清了这种植物名用字的源和流。《老皮,皮特斯》借新西兰中文媒体对人名的汉译一事,讲到汉语吸收外来词的方法,讲到“非词素词素化”这一语言现象。《“土豪”还乡啦》让我们了解到,今日之“土豪”非昔日之“土豪”,如今的“土豪”指那些暴富的文化素质不高的人,特点是虽“豪”却“土”。《熊猫基地看猫熊》从“熊猫”和“猫熊”的不同称名,讲到两岸差异词的“独有”和“独用”语言现象。《日子过得很茶楼》一文从广州人和香港人的饮茶文化,引出一条文章标题就叫“日子

过得很茶楼”,并进一步分析了标题的语用问题,对于这些语言现象,作者作了专题研究,并提出了自己的看法。《当演员被叫做“戏子”的时候》一文中,指出“演员”和“戏子”含义的同和异,“戏子”旧时含轻视义,是贬称,而当有人在文章中对那些道德沦丧、人设崩塌的演员称作“戏子”时,作者认为,一方面媒体应该关注舆论导向,新闻报道不能失衡;另一方面演艺界的艺人必须自爱,希望“戏子”这个词尽早弃用,不要让它满世界乱窜,丢人现眼。

书中所收文章,大多从小的语言现象说起,而反映的是语言知识、方法论意义和理论价值,小文章大道理,作者把深邃、抽象的道理说得浅显、简单、形象生动,真正起到了普及作用,打破语言专业界限,让更多读者了解语言知识,热爱语言生活。

提倡语言规范

《圈、饭圈、饭圈语》一文,从环状物的圈讲到与“粉丝”有关的饭圈,又从饭圈讲到饭圈用语中的怪圈,提出“现实世界和虚拟世界都要天朗气清,惠风和顺,使用正确、规范、健康的语言文字”。《标语口号务须规范》一文中,强调“‘奇葩标语’严重污染语言环境,务须严加整治才好”。《大浪淘沙,金子留下》,对四组不同程度的个性张扬的网络词语进行了分析,认为不同性质的网络词语应该分别对待,严禁那些说不出口、不堪入耳、不伦不类、粗鄙、低俗的网络词语进入现实世界的大众传媒,不能让这类词语渗透进校园,学生作文应严禁使用,并批驳有些报纸和刊物自我矮化,把这类词语挂在出版物上,把肉麻当有趣。《推进语言文字规范化标准化》一文从党和国家领导人对推广国家通用语言文字工作的高度重视开始,讲到教育部语言文字信息管理司组编的《语言文字规范



《语言的魅力》
ISBN:978-7-100-21298-4
作者:汪惠迪
定价:76.00元
出版时间:2022年11月

标准》一书,并结合语言文字和语言生活中出现的诸多不规范、不标准、不一致、不合理的语言现象,认为规范化、标准化的空间很大,强烈呼吁必须以国标为准。而《白字谁不念,公仆也难免》一文说的是,有时候念白字也需要宽容对待,不是所有的不规范现象都要采取零宽容的态度。

这些文章旨在告诉我们,在纷繁的语言现象面前,我们应该持什么样的规范观。语言规范的目的,主要是便于人们使用语言交际、思考和认知,让语言生活更加和谐。语言只要在使用中,就会有语言变异和不规范现象,而语言规范具有滞后性,对于“巨好看、幽它一默、很

男人、很治愈”等新的语言现象,需要先观察再定性。

展现语言活力

改革开放以来,社会发展日新月异,新事物、新理念、新思想不断产生,新技术、新方法不断迭代,乘着互联网这个数字高速公路,新词新语新用法、网络用语、流行语大量出现,从专业领域到语言生活,呈现出蓬勃生机,展现语言活力。《反腐斗争孕育热词新语》一文列举了“老虎”“苍蝇”“打虎拍蝇”“打虎灭蝇”“塌方式腐败”“前腐后继”“断崖式降级”“雅贿”等与反腐败斗争有关的新词新义,这些词语的使用准确、形象、生动。《读懂媒体上的中国》一文,关注到中国国家语言资源检测与研究平面媒体中心每年发布的“中国报纸春夏季流行语”和“中国媒体年度流行语”,认为“流行语比一般词语更直接、更敏锐地反映社会生活”,“域外人士若想读懂媒体上的中国,了解并研究中国国情,途径之一便是关注、跟踪中国流行语的发展变化”。该文还对近些年来一些属于新词语性质的流行语进行了解读,如“创客”,作者认为“创客”依次是随着国家文化创意产业蓬勃发展“脱颖而出”的,而且不是一般意义上的创业者。“颜值”一词产生后,所指的主体从人物迅速延伸到事物,甚至一道甜品做得靓,也可用“颜值高”形容。对于“duang”这样的新词,作者预测它的“词命”长不了,要不了多久就会淡出人们的语文生活。《顺口溜:民间文学的宝藏》一文列举了与恋爱、婚姻、饮食、保健、养生有关的顺口溜,还有与学习汉语拼音、英语语法、各地方言有关的顺口溜,这些顺口溜通俗、幽默,普遍具有一定的教育意义。顺口溜是中国老百姓喜闻乐见的一种文学样式,涉及社会生活方方面面,作者强调,顺口溜是中国民间文学的宝

藏,值得深入研究。

在关注语言文字规范,避免字、词的音、形、义以及语法、语用的误用的同时,我们应该充分利用好新词、新语、新用法,恰当使用各种熟语、顺口溜,运用好夸张、拟人等修辞方法,练就好口才和好的笔杆子。

传播语言文化

语言文化内涵丰富,博大精深。《“碰肘”与“拱手”》一文从“碰肘”“撞肘”产生的背景,讲到古已有之的拱手礼,并指出拱手礼是左手压掌还是右手压掌男女有别,而且在不同场合使用不同的方式会有不同的含义。

中国古代经典诗文名句的巧妙运用,凸显了中国语言文化的强大功能和力量,在新的历史阶段实现以情感人,传递温暖,增进友谊。《抗疫粤语激励斗志》讲到武汉遭遇疫情期间,一些外国友人援助物资时在包装箱上写的捐赠粤语大多来自中国古人的说法,让人看后印象深刻。中国政府随后也向相关国家和地区提供物资援助,同样赋予捐赠粤语,如“青山一道,同担风雨”,化用唐代诗人王昌龄《送柴侍御》;“尼莲正东流,西树几千秋”,引自玄奘诗《题尼莲河七言》;“二人同心,其利断金”,引自《周易·系辞·上》。

语言文化的传播,应该有全球视野。作者放眼华语圈,关注汉语在海外的使用状况,如《新加坡华语特有词语探微》《香港再出发,推广普通话》《马来西亚华语规范方略》《异彩纷呈学术路,南国之梅吐芬芳》等文章,让我们看到了汉语在海外的影响力。

《语言的魅力》全书70多篇文章,看似杂谈,其实不杂,作者用一则语言故事、一个语言话题或一个字一个词的语言现象引出一篇千字文,不仅阐释了语言的魅力,还告诉我们在新时期的语言生活中应持有怎样的语言观,如何让我们的语言更加规范、雅正、和谐、优美,让我们的表达更加准确、恰当,富有魅力,妙语连珠。

从《语言的风采》到《语言的魅力》,作者从不同角度给我们展现了语言多姿多彩的魅力,下一本会是什么呢?是《语言的秘密》还是《语言的万花筒》?期待读到汪惠迪先生更多更精彩的语言散文和语言故事。