

法兰克福书展亲历记

文 / 曹元勇 上海文艺出版社

图书是人类文化与精神创造最值得信赖的载体之一。从事图书出版工作的人最大的精神追求和满足，应该也是在人文精神上获得一种认同和肯定。因此，每个敬业的图书人来到法兰克福书展，就仿佛来到了图书行业的圣地，候鸟般地聚会相约，沟通信息，寻找商机，同时又积极寻求和汲取文化创造的精神力量。

版权代理卡密拉女士

10月4日，德国国庆节的第二天，第58届法兰克福国际图书博览会正式拉开帷幕。根据预先拟好的计划，4日上午一早，我和出版社特别邀请的参展嘉宾、澳大利亚籍的华人作家欧阳昱先生径直来到八号馆，拜会英国Marsh版权有限公司的版权主管卡密拉女士。

卡密拉女士是许多英国有实力的年轻作家的版权代理。我们出版社今年出版的英国作家托比·利特的三部长篇小说《《杀人》《死孩子之歌》和《阴魂》》，就是我在去年的伦敦国际书展上与卡密拉女士谈定的中文版版权。稍许寒暄，卡密拉女士就热情地告诉我，他们已经收到了托比·利特小说的中文版样书，觉得非常满意。然后，她又热情地拿出他们公司代理图书的目录，希望有机会进行更多的合作，并希望明年在伦敦国际书展上再能见面。我拿出准备好的一盒月饼送给她，告诉她6日就是中国人的中秋节，祝愿



搜寻，看哪本书打动了你；然后让咖啡伴着我们的交谈。版权交易的盛宴其实就这么简单。

中国月饼给她的版权工作带来“圆圆满满”。卡密拉女士是第一次见到月饼，所以十分激动。她不无幽默地说：“可惜托比·利特没有机会吃到这些美食了。”这次见面，卡密拉女士和我都感觉很轻松，如同老朋友见面。做版权工作，某种程度上就是与版权代理人交朋友，与对方形成彼此信赖的朋友关系。看着卡密拉女士真诚的笑容，我知道，今后只要我们想引进Marsh公司代理的英国作家作品的中文版权，她会尽力理解并满足我们提出的条件的。

热闹有加的中国展区

从去年开始，中国展区的位置从底层移到了两层，与法国展区处在同一个层面，而且面积也相应增加，到今年，展区面

积与以往相比几乎翻了一番。另外，这届书展，中国展区还特别搭建了新闻发布和举办区，大大丰富了展区的功能性。

走进中国展区，迎面而来的就是中国人最喜欢的火红色调。每个中国展台上悬挂的红红的“中国结”、“中国灯笼”，给人留下强烈的张灯结彩的醒目而热烈的印象。参展的各大出版集团和出版社也都各出高招，以五彩缤纷的形式展示自己，展示中国的民族文化。有的社的工作人员穿着唐装举行签约仪式；有的社请来书法家当场向法兰克福大学的学生挥毫泼墨，表演中国书法艺术；有的则现场教外国人学说汉语。有的把中国式的红木签约桌搬到了现场，也有的把木板画艺术带到了展台，还有的则摆出了中国式的茶具。有些考虑周到的出版社，在自己的中文封面贴出了简短的英文内容简介。

然而，中国展区的一些老毛病依然没有什么大的改观。其中最一目了然的还是在中国展区聚集着成群成群的参展人员。这些人往往长时间地聚集在中国展区，给人的感觉仿佛是在开会，或是与熟人相会，或是来充当无所事事的、自娱自乐的看客。这种现象非常不利于外国出版商和版权代理前来参观和洽谈业务，也常常致使我们一些出版社“走出去”的努力事倍功半。在这方面，许多国家展台前那种真正职业化和专业化的情况确实值得我们借鉴和学习。比如在英美展馆，许多展台摆放的图书并不多，而供客户进行业务洽谈的桌椅却准备得很充分；走过他们的每一个展台，你能看到的基本上都是人家在商谈业务，根本看不到闲人聚集的现象。另外，欧洲一些国家的展台处理得非常人性化，比如中北欧的一些国家的展台，布置得犹如家庭图书室，色调温馨的桌椅、书架，表明主人热情好客的咖啡、茶

饮，这一切让客户一落座就油然而生回到家的舒适。

在法兰克福这样的国际大型书展上，如何合理、有效地弘扬我们热情好客、讲究礼仪的传统，以达到让我们的民族文化走出去的目的，的确值得业界人士深思。

全力以赴展示自己的主宾国

今年的主宾国是印度，这也是印度继1986年后第二次成为这一文化盛会的主要客人。印度和中国一样，属于发展中国家。近年来，印度的社会经济也在发生着巨变。本次书展，印度作为主宾国，不仅拥有1400平方米的主展区，还拥有专为他们的IT业设置的联合展台。可以说，这一切给印度提供了充分展示自己的文化与社会发展的机会。

但是在印度展区，参观的人并不是很多。虽然最近十多年，印度裔的作家在国际上不断给人留下一些深刻的印象，比如萨尔曼·拉什迪，阿伦德哈蒂·罗易等，但这些作家写作使用的一般都是英语，而不是印度的地方语言。语言和文化的巨大差异，把很多参观者挡在了印度展区的外面。在很多人眼里，印度仍然是一个洋溢着异域情调的、落后的神秘国度。

尽管这样，印度人还是投入了极大的热情，来全力以赴展示自己的文化和社会。据资料显示，有70多位印度本土作家和400余印度出版社参加了这次书展。而且，这些作家将在书展期间用自己的语言朗诵自己的作品，参加各种讨论活动。另外，在主体展馆外面的广场，印度人还摆出了各式各样、五颜六色工艺品和首饰挂件等，来充分展示他们的民族文化。

令人期待的是，2009年，中国将首次

成为法兰克福书展的主宾国。相信，届时我们一定能够圆满地展示好自己。

版权谈判高手: 卡门女士

10月5日，法兰克福当地时间下午一点差五分，我和欧阳昱先生来到五号展馆卡门女士的摊位，比预约时间提前了五分钟。卡门女士是某位世界著名文学大师（以下简称M先生）的版权代理。她刚好结束了与一位客人的商谈，快速喝了口水，就马不停蹄地接待我们，表现出的职业化素质和敬业精神令人敬佩。

落座之后，我首先介绍了我们出版社的基本情况和优势，然后向卡门女士赠送我们出版社近两年出版的最成功的两部书

长篇小说《兄弟》（上下）和大众文化读物《品三国》（上），并且拿出预先准备好的有关这两部书的海外媒体英文的报道给她参考。接着，我们就转入正题，谈起了M先生作品的中文版问题。

卡门女士绝对称得上是一位经验丰富的谈判高手。虽然来之前我就已经了解到，M先生对中国正规（加入伯尔尼著作权公约之前）或非正规地出版过他的许多中文版作品却从未支付过一分钱版税深为不满，并且不愿和中国人谈他的作品的中文版版权，但没有想到，卡门女士对该作家著作在中国的出版状况简直是了如指掌。所以，虽然她非常清楚，迟迟不把M先生的作品授权中国的出版社出版，实际上是给一些不法书商侵权、盗版提供了空间，但是每当我们谈到应该尽快在中国出版他的作品的中文版等问题时，卡门女士只是报以微笑，而不作任何深入的探讨。然后，她又不失时机地把话题转到她所代理的其他作家的版权上，并且积极向我们推荐了几位新秀作家的作品。我知道，国

内有几家出版社为了能够有机会拿到M先生作品的中文版权，已经接受了卡门女士推荐的不少图书选题，但这些出版社什么时候才能与她正式进入关于M先生作品中文版的谈判，连他们自己都不知道。按照卡门女士所说，她这样做是为了观察我们国内出版社的各方面情况（经销能力、行业规范等）。这种处理问题的方式给人的感觉就像是放长线钓大鱼。因为不想盲从，我客气而真诚地告诉卡门女士，我相信她所推荐的那些作家和作品一定都非常优秀，并非常感谢她的推介，但是作为一家出版社，我们必须先对那些作家和作品进行认真的了解，然后才能决定是否引进那些作品的中文版。

与卡门女士的交流进行了一个小时。临结束时，我拿出一盒中国月饼相赠。我告诉她再过几个小时就是中国的中秋节，并希望月饼所代表的“圆圆满满”的良好祝愿能够让M先生的作品早日正规地来到中国。我还顺便提到了中国神话中与中秋满月相关的嫦娥，并特别讲到：嫦娥飞升月亮，就像M先生在某部长篇小说里写的一位姑娘大白天坐着床单升天。以这种方式提到M先生作品的细节，让卡门女士非常愉快，也使她意识到我们期望引进他的作品的中文版绝非一时冲动，而是有对他的作品的深入了解为前提的。

结语

在法兰克福展览中心大门前的广场上有一座黑色雕像，那是一个不停地用锤子进行敲打的劳动者。这座雕像仿佛在告诉所有来参加书展的人，创造和追求永远是没有止境的。所以对出版人而言，每年对法兰克福图书盛会的告别，其实也意味对来年参与的兴奋与期待。