

北大社史学专著提供研究领域新视角

中国出版传媒商报 日前,北京大学出版社接连策划推出了两部视角新颖的史学读物,分别是《脚注趣史》和《儿童的世纪——旧制度下的儿童和家庭生活》,受到学界和读者的广泛关注和一致赞誉。

《脚注趣史》一书匠心独运,追溯了脚注的本质和起源,将以往零散的研究线索编织成一部历史,这是一段少为人知却又趣味纷呈的旅程,充满了未可预期的人文和思想意趣。脚注不是如一些历史学家所以为的那样一以贯之或者值得信赖;也并非另一些历史学家所抵制的自负不凡、独裁专断的花招。脚注是由一个成分多样且又天才颖悟的人群创造出来的产物,在这个群体中既有哲学家也有史学家。脚注的发展变化历时甚久、波折重重,它的故事将一缕新

的光芒照向了史学史尚未被述及的部分中很多幽暗的角落。作者安东尼·格拉夫敦用不乏冷峻幽默的笔调,外科手术般的精确判断,描绘了这一转变的过程。实际上这也是关于近代西方史学重要人物和阶段最为凝练而具洞见的介绍。该书谈论的虽是西方近代的学术,却能引起浸润于中国学术传统的读书人的共鸣。《儿童的世纪——旧制度下的儿童和家庭生活》则是儿童史和家庭史的奠基之作,在学术界早已名声大噪。书中提到,在中世纪,小孩几乎一断奶,就被当作“小大人”看待,他们混入成人中间,穿着与大人相仿的衣服,与其一起劳动、竞争、社交、玩耍。从中世纪末期以来,父母逐渐开始鼓励小孩与成人分离,以儿童及对儿童的保护和教育为中心的新的家庭观发展起来了。将童年时期视为一个最特殊的人生阶段,这个观念自此扎根于现代西方思想之中,并席卷了整个现代世界,成为无可动摇的价值观。作者菲利浦·阿利埃斯通过考察四个世纪的绘画和日记,以及游戏、礼仪、学校及其课程的演变来追溯儿童的历史。(鹿目)

堵疏结合惩治盗版新乱象

中国出版传媒报记者 刘志伟

打不如防:压缩盗版利润空间

一家少儿类出版社在接受记者采访时透露,该社“印量超过2万~3万的图书都会被盗版”,不法商贩的嚣张之势由此可见一斑。尽管盗版现象猖獗,但相应的维权行为却显得并不积极,江西美术出版社第四编辑室编辑窦明月苦笑,“我们从不打击盗版,因为成本太高”,这样的无奈心声颇具代表性。尽管如此,但“作为权利人,如果连自己的权利都不去维护,还有谁来替你维权”?人民文学出版社总经理办公室主任宋强的发问可谓一语中的。

正因有所坚持,还是有不少同仁围绕打击盗版、防止盗版两个层面使出浑身解数。2013年11月,人民交通出版社联手交通运输部公安局展开了一系列打盗行动,其中《安全驾驶从这里开始》的正版使用情况得到有效保障。据了解,该社在部分省份建有属地律师监控盗版网络,并主动跟进,对重点地区开展检查与暗访工作,与各省“扫黄打非”办公室部署打击盗版专项行动,如此种种都应给人以启发。

中国建筑工业出版社则制定了明确的奖励办法,并建立专门用于打击盗版行为的奖励基金。对于协助打击盗版,及时提供印制、销售盗版图书重要线索及证据的单位和个人,给予重奖。该社就曾对一些案件的举报人颁发过几万元到几十万元不等的奖励,其中有一笔举报奖励更是高达36万元。

“打不如防”的理念同样值得提倡。针对印厂方面,不少出版单位采取分厂印刷的方式——封面、扉页、正文以及装订各个工序分开在不同的印厂完成,相互形成制约。为了避免出现盗印,人民文学出版社在印刷《哈利·波特与凤凰社》时,特别加强了胶片管理。其与印厂签

“盗版”是业内同仁头疼不已的老问题,几年间,伴随着网络技术的运用、盗版手法的升级,又衍生出不少新现象和新挑战。甚至盗版图书的销售,业已从线下转移到线上,危害日益严重。因而,新《消费者权益保护法》才会特别规定“销售平台将承担连带责任”,本报的《新消法》出台 出版社打击网络盗版迎曙光?》(链接:第2031、2032期合刊第3版)已专门对这一条款进行了解读。此次,中国出版传媒报记者将目光聚焦于业态变迁的大环境之上,并与多位有关负责人,就出版企业防盗、打盗的新举措,交换了看法和意见,希望给予业内同仁带来更多的启发。

订协议,如若后者在新书上市之前泄露机密,将要有责任赔偿300万欧元。因此,印厂禁止工人携带录音机、具有拍照功能的手机进入工厂,杜绝苗头。

北京大学出版社第五图书事业部策划编辑陆建华建议,“在制作环节和定价环节中可以最大限度降低盗版出现的可能性”。他举例,《元照英美法词典(缩印版)》在保证品质的情况下,控制成本,使盗版没有利润空间,维护了正版市场。“具体来说,《元照英美法词典》旧版本未经缩印,有3000多页,定价380元,而在法学院校广为流传的盗版不足百元。2013年年底出版的缩印版在开本、排版进行大幅改革,现在只有1000多页,定价168元,电商折扣后的价格121.8元,与盗版的价格不相上下,以前贩售盗版词典的书商现在基本上都只进《元照英美法词典》的缩印版”。相似的,不乏有出版社在装帧设计上做足功课,商务印书馆的辞书,就经常采用镭射防伪标识、水印防伪、防伪油墨等叠加的综合防伪手段,虽然不能完全防盗,但可以增加盗版的难度与成本。此外,在内文铺底纹、挂网、采用多彩版面均是防盗的有效措施。

提升“附加值”的做法,则成为了另一种常用

的防盗手段。据人民卫生出版社编辑蒋京介绍,该社的本科临床医学、高职高专护理等品教材,其配套光盘的内容均已放在网上,读者需刮开正版图书的激活卡,方可激活网上内容。此前,磨铁图书策划《诛仙6》,与腾讯公司合作,随书赠送总价高达200万元人民币的“诛仙QQ秀”,以防盗版,都是同样的道理。

值得一提的是,在利用新技术方面,广州市版权局近期力推一款名为“广州版权”的手机应用,其中的“正版扫一扫”功能,即通过摄像头扫描图书的条形码,将有关信息与正版图书数据库进行比对,从而分辨出是否为盗版。该功能的后台收录了中国版本图书馆自2006年至今共140多万条图书在版编目数据,并会不断增加,今后还会增设出版物黑名单特征资料库,可以有效地帮助读者进行正版查验。

共享误区:加剧线上盗版恶化

上文所述的盗版现象,还主要体现在传统渠道和传统手法上。近年来,利用网络传播、销售盗版图书的现象屡禁不止。由于渠道分散、手段隐蔽、取证困难,出版社想要维权困难重重,“网络盗版”对业内同仁而言已是如鲠在喉。

新书,往往成为网络盗版的重灾区,靠点击付费的网络文学首当其冲,其间也不乏卖场里热销的品种,甚至是冷门的小众读物,叫人感慨盗版的时效性之强、覆盖面之广。夸张的是,淘宝网甚至出现了“扫描图书”等名目的店家,专门提供相关“服务”,只需0.5元、1元不等就可以买到图书的扫描版。此类“扫描图书”价格比正版便宜,品质比盗版优秀,因而大受追捧。外语教学与研究出版社法律事务部主任李晶提到,对于淘宝网这种只充当第三方平台角色的情况,其通常采取直接投诉的方式;对于数字运营商本身就是侵权主体的情况,则直接采取发送律师函、诉讼等方式处理。这两种方式是各家出版单位较为常见的维权手段。

不仅仅是纸质图书,具有相似遭遇的还有音像出版物。农业教育音像出版社发行部主任王文峰介绍,“我社在央视农业频道有‘农广天地’栏目,不少网站盗播视频,甚至销售盗版内容合集的光盘”,监管和查处难度极大。特别是央视网还有“一键转载”功能,反倒为盗播提供了便利,“着实让人崩溃”。因此,“出版社正就此一功能与央视网展开交涉”,着眼于这类细节,对维权而言显然也很重要。

然而,需要指出的是,“网络盗版”、“扫描图书”、“盗播转载”等现象的出现和兴起,其中既有非法牟利的“商业行为”,也有出于私人理由(如共享)的“自发行为”。对于前者,此类侵权卖家规模小,出版社为此大动干戈打官司,反而得不偿失、进退维谷;对于后者,又极难问责,“出版社只能和提供扫描图书下载的平台沟通,最多是把侵权文件的ugc删掉,追溯根源则不可能”。译林出版社宣传主管于伊莎如是说。

谈到维权效果,众多受访者的普遍态度是“不容乐观”。以新浪网旗下的“爱问共享资料”为例,新浪网自身的监控即呈起伏状态,“我们甚至觉得它没有进行对上传文件进行过版权审核,更谈不上惩戒措施了”。而且,上海译文出版社提到,网络上流通销售着不少译文版图书,以1998年出版的《狄更斯文集》为例,参与该文集翻译的部分译者版权合同已经到期,此类图书到底是侵犯了译者的权利,还是侵犯了出版社的权利,仍需要进行仔细梳理,因而出现了维权上的新疑惑。

诚如京东集团图书音像事业部高级总监杨海峰所说,“新消法”将促使销售平台加大对盗版销售商家以及盗版销售图书的管控,将对打击盗版起到重要作用。但是,这一法律条例还主要是限制“商业行为”层面的“网络盗版”。针对“自发行为”层面的“网络盗版”无论在鉴定还是约束上仍存在许多艰难,甚至还要牵扯到网络的开放和共享等论争之中。对于出版社而言,即便某些传统利益可能受损,也应努力发现随之而来的新利益和新动向。

线实战

“国家级特色专业-东北财经大学金融学系列教材”是由东北财经大学出版社于2011年开始出版发行的一套高水平、高质量的金融学专业本科教材。针对该套教材的宣传推广,除了营销部门的常规宣传以外,责任编辑还采用了多种手段,有针对性地进行了推广工作。其中,“邮寄推广”即是一次颇具成效的尝试。

邮寄推广,顾名思义,就是通过邮寄的方式,将教材、书目和宣传资料赠送给目标院校,直接送达任课教师手中,使其有直观的印象,以实现宣传推广的目的。

出版社的前期准备是从兄弟院校名单、专职宣传推广部门的课件下载名单、区域经理提供的客户名单中筛选出金融专业具有一定规模的院校,逐个落实联系人并邮寄地址,根据春秋两季教材预订时间,分两批邮寄。

具体到邮寄推广的过程中,也应考虑多种假设和情况,从细节入手解决问题。譬如,应该以东北财经大学金融学院的名义向兄弟院校赠送教材,请任课教师审阅。因为有的目标院校不能准确区分出版社与书店,存在误解甚至抵触情绪。有时也因对个人隐私的过分保护,不愿提供收件人的姓名和联系方式,针对这种情况,经过作者所在学院领导同意,以他们的名义赠送该套教材,由此收集不足与改进意见,从而构建学术和教材建设上的交流渠道,建立长期联系。此外,还需避免寄给资料室和图书馆,因为图书一旦到了那里,就只能发挥参考资料的作用,无法达到被选用为教材的目的。

在细节方面,出版社采用了快递形式邮寄,没有用平邮,这样既可以保证邮寄速度,又可以使书的外观不受损坏。另外,还注意了细节:为保证快递的投递速度,在快递单上标明了“急件”;为保证书的外观不受损坏,发货时采用了防水防腐的包装纸包装;随书邮寄了出版社的全品种书目,顺便宣传了其他教材。后来证明上述细节的注意对宣传效果有很大的影响,南方夏季季节雨较多,由于采用了防水的包装纸,里面的教材并未被水浸湿,同期到达的其他出版社的宣传材料,很多都无法使用,也就无法达到宣传目的。不仅如此,策划编辑还随书附赠了一封情真意切的书信,说明此次赠书活动的目的、教材的特点和反馈方式、联系人等等,字体采用楷体等,所用纸张采用粉色这种柔和、亲切的颜色。

通过一系列的宣传推广工作的开展,该套教材累计销售近20万册,实现码洋4300多万,在金融专业教学提供优秀教材、为出版社创造经济效益的同时,也收获了良好的口碑、多项奖项的肯定,创造了很好的社会效益。鉴于该套教材的成功推广,相关经验将用于类似系列教材的宣传工作,如即将开展的“东北财经大学税收学系列教材”的宣传推广工作,相信也会取得很好的效果。

企业行动

浙江大学社:由点将录看钱锺书诗学取向

中国出版传媒商报 4月13日,浙江大学出版社、上海图书公司在沪主办了“海上博雅讲坛”,上海大学中文系的王培军作了题为“钱锺书与《乾嘉诗坛点将录》”的讲座。

王培军谈到,《乾嘉诗坛点将录》是古典文学批评史上的一部奇书,其将清代乾嘉时期一百多位诗人,按《水浒传》的梁山好汉的座次排了高下,极为有趣。钱锺书作为批评家,他前后阅读《乾嘉诗坛点将录》不止一次,每次阅读,都有笔记或评论。其《容安馆札记》、《中文笔记》等手稿中,涉及《乾嘉诗坛点将录》中的诗人,不下五六千家,所发论说多有尖锐、发人深省。例如,钱锺书对与舒位齐名的“黑旋风”王昶和“病尉迟”孙原湘的评价都不高。王昶为诗太过粗豪:“好填塞典故,而割裂牵强,以岸气吓人耳”,由此也可以看出钱锺书个人的诗学取向。

此外,讲座上还推介了王培军的《钱边琐》一书,该书系作者研究钱锺书著作的随笔和札记,阐发钱锺书的学术成就与贡献,对其作品中涉及的典故和史实加以考证,阐释幽微,多有发覆。(素行)

腾讯公司:互动娱乐全面启动

中国出版传媒商报 4月16日,腾讯公司举办了“UP2014腾讯互动娱乐年度发布会”。发布会上,“腾讯互动娱乐”首次作为品牌主体,将腾讯文学、腾讯动漫、腾讯游戏三大实体业务平台作为平行矩阵发布,打造明星IP的粉丝经济,全面布局互动娱乐产业。

原起点中文网创始人吴文辉在加盟腾讯文学后首次亮相,出任腾讯文学CEO。腾讯文学董事长则由腾讯公司副总裁程武担任。借助腾讯这个拥有几亿用户的核弹,网络文学在国内的发展之路将渐入主流,吴文辉还透露,跟微信的合作将会是腾讯文学今后战略的重点。

腾讯动漫平台在发布会上也正式宣布升级为腾讯动漫,此次会议腾讯动漫宣布启动首个全面打通的全产业链项目——火影官方站,发布“火影忍者OL”。(张岱)

中国质检社:持续布局童书市场

中国出版传媒商报 “熊猫墨墨成长丛书”是中国质检出版社倾力打造的亲子儿童读物,通过生动形象的卡通人物,图文并茂地向儿童传播包括安全、国学、美德等领域的知识,与此同时问世的“爱味部落系列”、“睡前十分钟系列”等50多个图书品种一同拉开了中国质检出版社儿童图书出版的序幕。在2013年7月出版的第一辑“宝宝健康性格养成系列”中,小动物们围绕分享、勇敢、自信、团结、友爱几个主题展开故事情节,一经出版就在家长、儿童当中起到了不错的反响。

近日,“熊猫墨墨成长丛书”的第二、三、四辑陆续出版,通过主人公的经历为儿童培养安全意识,讲述历史知识,传授道德标准。其中“宝宝安全系列”围绕儿童的日常生活展开,生动活泼且不乏想象力,在故事当中自然地融入了安全知识;“时光旅行系列”围绕小动物作为勇敢的时光旅行者“亲历”历史事件展开,其与历史人物展开互动,集知识性与趣味性于一身;“国学美德系列”以5个小动物一起玩拯救地球游戏的形式展开。在游戏中,为了拯救地球,他们通过一系列奇幻的现象学会了中国古代的美德,获取了美德的能量,最终拯救了地球。据悉,中国质检出版社正在逐步推进儿童图书板块的发展,将会有更多、更优秀的儿童图书上市,满足读者和市场的丰富需求。“熊猫墨墨成长丛书”制作团队也将继续出版新的系列,让家长和孩子更加熟悉并喜爱墨墨和他的小伙伴们。(鹿目)

选题攻略

法律忠诚:透视法律人道德伦理

中国出版传媒商报 用法律伦理范围内的标准论调可以说明,为什么作为一名律师做某事是被允许的,而作为一个普通人这样做就是错误的。但是按照大多数评论家的观点,这些论点未能把错误的东西转变成正确的东西,甚至许多律师认为法律伦理是有缺陷的。在中国人民大学出版社推出的《法律人与法律忠诚》一书中,布拉德利·温德尔介绍了一种对法律伦理的全新概念,而这种概念是律师同样也是评论家非常关注的一个新概念。

在书中,温德尔提出了一种基于法律政治价值

的伦理来作为集体的成就,用以解决难以对付的各种冲突,并允许有各种不同政见的人生活在一个和平稳定的社会环境中。律师必须是忠诚的和能干的客户代表,但温德尔认为这些义务必须一直在法律的范围内进行,法律构建了他们自己的角色,并对其客户赋予权利和义务。当律师把这种法律视为一种不方便的障碍时,或者当他们为了帮助其客户去做法律上不应该做的事情而把法律扭曲或歪曲时,律师的行为表现得很不道德。律师和对法律的忠诚向律师和他们的评论家发起了挑战:让他们重新考虑伦理道德表现的性质和价值。(素行)

大数据管理:解析高效团队打造方法

中国出版传媒商报 日前,中信出版社推出了《大数据管理:大数据时代如何打造高效团队》一书。在书中,作者本·瓦贝尔对比了企业团队结构和员工的实际工作情况,结果令人深思。该书将企业管理聚焦在高效团队的打造上。其认为,挖掘隐藏在企业内部的团队社交网络,是转变公司管理模式的强力“杠杆”,简单地利用大数据分析团队中员工的互动,就能极大地提升员工绩效和企业效益。大数据分析的力量还能为企业管理模式带来意想不到的多重改变:管理层可以通过大数据了解每位员工的工作情

况及团队合作方式;员工也可以通过大数据定位自己在团队中的角色并提高工作效率。作者通过大量真实案例分析,向我们展现了企业管理应该紧跟大数据的发展步伐,利用“社会传感器”搜集和汇总员工的实时工作动态并予以分析,将发现只要扫清团队内部沟通的障碍,就能增强团队凝聚力,并有助于提高企业效益。大数据已成为帮助企业优化客户服务、拓展企业研发、激发团队创造力的催化剂。无论是企业管理层还是基层员工都要重视数据的力量,努力培养自己的大数据管理思维。(山鹿)

多元化退潮:透视数据背后的经济真相

中国出版传媒商报 在多元化的发展似乎成为人们对全球经济趋势达成的共识之时,一场全球经济多元化退潮的大戏拉开了序幕:一度霸权式微的美国悄然上演经济逆袭的大戏,一度快速崛起的新兴市场经济体却面临经济跌落深渊的危险,欧日经济在危机和复苏中挣扎,国际金融市场动荡起伏。因此,中国金融出版社推出了《多元化退潮:数据背后的经济真相》一书。

该书着眼全球经济多元化发展中的退潮,通过数据分析、理论创新,对2012年以来全球经济

多元化退潮大戏的主角——美国和新兴市场经济体与配角——欧洲和日本,以及国际金融市场进行了分析,力求探寻多元化退潮的内在原因,展望未来全球经济的发展方向和在中国在其中应有的理性选择。作者程实以另类的视角、深度的思考,帮助读者挖掘通向真相的依据。其在力挺和尊重多元化历史规律下,以冷静、独特的数据分析方法,呈现多元化的复杂背景和发展脉络。他认为,理解和接受多元化退潮与蛰伏的现状,做出有针对性的调整,才能在未来期待多元化的复潮。(鹿目)

东瀛纪行:多国赞助武艺游记收获精彩奇遇

中国出版传媒商报 日前,中国人气偶像武艺推出了《别太想我哦 东瀛纪行/关东篇》(湖南文艺出版社版)一书,其集合摄影、文字、手绘、剪贴多种创作元素,促中日韩三国赞助合作,成就青春读物的全新范例。该书由天娱传媒出品,思达博格联合打造,天舟文化股份有限公司发行。

这一游记是从2012年就低调启动的系列作品策划案,在专业团队的建议和帮助下,武艺开始学习如何将“常人旅行和内心探寻”结合起

来,当做自己从“因阅历而造成的职业身份约束”中成长起来的方法。

作者武艺系天娱传媒旗下青年艺人,2010“SUPERBOY”、偶像大赛“快乐男声”全国季军。他出生于香港,在湖南就读小学和中学,高中及大学在加拿大留学,拥有海外生活、学习等背景,是90后海归类偶像典型代表。2010年,推出单曲《下雨天》,正式出道。2012年,发行个人首张唱片《见习爱》荣获“中国内地男歌手销量冠军”。(素行)