

广西师大社知名品牌“文学纪念碑”丛书又推新品

中国出版传媒商报讯 广西师范大学出版社自2010年推出“文学纪念碑”丛书以来,先后出版了30多部记述作家生平的作品。去年底该社聚焦英美浪漫主义诗人开创了子系列“浪漫星云”,到今年3月陆续推出了3部新作《威廉·华兹华斯传》《柯尔律治评传》《恰尔德·哈洛德游记》。《威廉·华兹华斯传》由牛津大学教授斯蒂芬·吉尔创作,邀请中山大学外国语学院华兹华斯研究专家朱玉教授翻译;《柯尔律治评传》由知名传记作家沃尔特·杰克逊·贝特执笔,讲述拥有不同职业特征的柯尔律治的生平;《恰尔德·哈洛德游记》是英国著名浪漫主义诗人拜伦的代表作之一,由著名翻译家杨熙龄翻译,在读者

中有很高口碑。

近年,高品质的丛书或书系涌现,这些丛书提升了各个学科领域知识更新及获取的速度与品质,成为一个重要的出版现象。“文学纪念碑”丛书体裁以作家传记、回忆录等为先导,向诗学批评扩展,旨在文学传记、诗学批评、回忆录、日记、书信等领域发掘体量丰厚、见识通透、声誉卓著的佳作,以同等的深度呈现经典作家的人生图景与艺术世界,如今该丛书已成长为广西师大社最有影响力的丛书品牌之一。该丛书得到蓝英年、徐振亚、谷羽、戴大洪、刘文飞、刘佳林、李小均等资深译者的支持。据悉,接下来还将陆续推出《雪莱传:追求》《济慈传》《拜伦传:生活与传奇》《沃尔特·惠特曼的美国:一部文化传记》,将浪漫主义群星璀璨的画卷带入中国读者的视野之中。(陆云)

(上接第38版)

中东欧及拉美市场潜力巨大

波兰地处欧洲“十字路口”,也是“琥珀之路”和“丝绸之路”的交汇点,在“一带一路”区域具有重要的战略意义。中国人民大学出版社与波兰马尔沙维克出版社的合作始于2008年,在中国人民大学原苏东所研究员苗华寿的介绍下,马尔沙维克出版社社长亚当·马尔沙维克率团访问人大社,双方开启了长期良好的合作。

人大社副社长郭晓明介绍,马尔沙维克出版社有非常专业的编辑出版团队,人大社可以放心地将图书交给对方出版,他们出色地完成了把关工作。10多年来,双方达成近120项版权协议,翻译出版了一大批中国学术领域的优秀著作,取得了不错的市场反响,至今已向“一带一路”沿线国家出版社输出20多个语种、300多种图书。

波兰马尔沙维克(Marszalek)出版社是波兰著名的人文社科出版社,出版的科学期刊受到波兰教育与科学部的高度评价。该社一直非常注重出版、印刷、版式、设计等方面的质量,翻译出版及推广中国图书也是其业务重点之一。

马尔沙维克表示,他从2005年开始与中国出版社开展合作,2007年在北京设立办公

室,至今与中国数十家出版社开展合作,通过高效、紧密和活跃的合作推动中国出版物在波兰出版和广泛发行,该社未来也将出版更多的中国图书。

中国社会科学出版社近年来与西班牙、墨西哥、阿根廷等拉美国家的出版社开展广泛合作,于2016年成立智利分社,深入挺进西语市场,目前共签约出版西文版图书14种。该社国际合作部版权经理张冰洁表示,该社在参与文化部的“中拉思想文化经典互译工程”工作中结识了阿根廷布宜诺斯艾利斯大学出版社,随后拓展了与阿根廷 Alción 出版社等知名学术出版机构的合作,签约多部主题类西语图书,未来将进一步拓展同阿根廷及拉美其他国家和地区学术出版机构的合作。

多年深耕俄罗斯图书市场的尚斯出版社,每年出版百余种中译俄图书,在哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦也翻译出版了百余种中国图书,在白俄罗斯的分社虽仅成立1年多,也出版了10余种白俄语中国主题图书。该社总裁穆平表示,10几年前他在俄罗斯的书店里很难看到中国主题图书,这激发他产生了做中国主题图书的想法。穆平最初与俄罗斯东方图书出版社合作,4年后,他成立了自己的出版社和发行团队。为做好新书推广,他在俄罗斯、吉尔吉斯创办中国主题书店,举办新书及版权推荐活动,这些书店很快成为当地

年轻人的网红打卡地。

他还透露,尚斯出版社未来将成系列地翻译出版习近平总书记的相关著作,还将出版多语种的《王蒙著作选》及中国非虚构作品。此外,为促进中国文学和俄罗斯文学的交流互融,他们还将与莫斯科成立“中俄作家俱乐部”,同时积极筹备在莫斯科尚斯书店内开设“中俄文学交流展览馆”。

在众多有情怀、有实力、有担当的中外出版人的共同努力下,“一带一路”沿线国家的出版交流合作日益增多,成果日益凸显,“一带一路”沿线国家的读者对中国文化中国故事产生了越来越强烈的兴趣,由此增进了相互了解和彼此认同,促进了民心相通,我国在“一带一路”国际出版合作领域正迎来更加广阔的未来,这对于提升我国文化的国际影响力,推动文明交流互鉴,共同构建人类命运共同体发挥着不可替代的重要作用。

袁蓉(二十一世纪出版社编辑)

第一次读《瓷魂》,我便有一种被带领着游览瓷都各地、了解陶瓷文化的身临其境之感。在此之前,我从未去过瓷都,也对瓷器知识一无所知,我和书中的小主人公一样,对瓷器的认知仅限于日常生活中使用的“花瓶罐罐”,对于陶瓷艺术不感兴趣,更不懂得欣赏。这样一部弘扬瓷都千年窑火文明,普及陶瓷文化和历史的书,本该是枯燥乏味的吧!但是我一开始就被吸引住了,这要得益于作者绝妙的讲故事才能和抓人眼球的科幻元素。这到底是一部怎样的儿童文学呢?

其实故事框架很简单。小主人公丁一丁和同班同学小美不小心打碎了爷爷心爱的青花瓷艺术品。为了弥补过错,两个小伙伴根据青花瓷瓶所显现的景象,即“瓷魂”,深入瓷都,展开了一场寻找替代品的旅程。然而就是一个如此简单的故事,却蕴含着深刻的内涵。首先,最值得一提的就是“瓷魂”所折射出的工匠精神。工匠精神是当今最热门的词之一,在国家层面上,“基建狂魔”这个称呼将中国人追求卓越的工匠精神展现得淋漓尽致。而在陶瓷艺术层面,工匠精神可以说是所有艺人的“魂”。书中爷爷珍视的青花瓷瓶之所以珍贵,就在于其创作者投入了无限的热情、心力、感悟和情怀,才有了这样一件珍品。小主人公正是因为看到了这件艺术品折射出的瓷魂,或者说工匠精神,才被深深震撼和打动,并不自觉地爱上了陶瓷。

这本书想要表达的另一个内涵,就是关于中国文化的传承。青少年无疑肩负着传承中华文明的重任。而咱们的小主人公和绝大多数青少年一样,并未建立起这样一种文化自觉。爷爷的谆谆教诲并没有起到太大作用,直到打碎的青花瓷瓶引领着小主人公深入瓷都,走进了所有重要的文化场所,包括瓷都陶瓷博物馆、民俗古窑博览区、陶溪川陶瓷文化创意园、三宝国际陶艺村等,在短暂的七天之内,沉浸式地学习了与陶瓷有关的知识,领略了瓷都千年窑火的文化盛况,体验了制作瓷器的乐趣,感受了陶瓷艺人精益求精、追求卓越的工匠精神。在见识了这一切后,丁一丁改变了对陶瓷艺术的看法,甚至喜欢上了这种艺术。这种改变是不自觉的,更是深刻的,这就是润物细无声的力量所在。

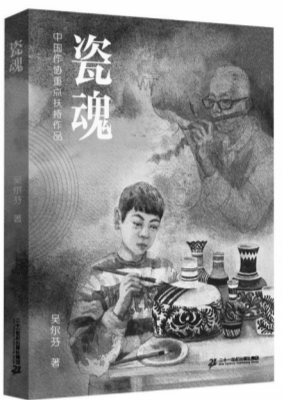
作为一部儿童文学作品,这本书绕不开的另一个主题就是成长。小主人公丁一丁和爷爷的矛盾从开篇就已明确:爷爷热爱陶瓷,孙子却觉得那只不过是一堆“锅碗瓢盆花瓶罐罐”。对于孙子的这一认知,爷爷哭笑不得却也无可奈何。让丁一丁改变并且获得成长的正是爷爷珍藏的青花瓷瓶。当然,这种改变要基于一个前提,那就是爷爷与孙子之间深刻的情感。打碎青花瓷瓶后,因为害怕爷爷会“血压飙升”,尽管知道希望渺茫,丁一丁仍然踏上了弥补之旅。即使经历了一个又一个挫折,丁一丁始终没有放弃,有弥补过错的动力,也因为在这次旅程之中,丁一丁终于明白了爷爷的苦心。在故事的最后,丁一丁不再害怕,他勇敢地承认了自己的错误。出乎丁一丁意料的是,爷爷并没有责怪他,因为丁一丁的改变和成长爷爷看在了眼里,更让爷爷惊喜的是,他怎么也没办法让孙子喜欢上的陶瓷,孙子居然也深深地爱上了。这样意外的收获,比他珍藏的艺术品还要珍贵。故事圆满落幕,丁一丁获得了成长,爷孙之间获得了和解。不得不说,丁一丁和爷爷之间的情感互动,赚取了我不少的感动。

最后,我还要说一说这部作品注入了想象的元素——科幻。想不到,在这样一部弘扬工匠精神和传统文化的作品中,科幻元素却一点都不突兀。可以说,如果没有神奇的DR眼镜(类似VR眼镜)和机蛋(一种高科技的机器人),小主人公的寻找之旅无法开启,更无法圆满落幕。最重要的是,无法达到吸引读者不断读下去的目的。

这是一部值得所有孩子一读的好作品,因为它既能让孩子体验到阅读的乐趣,又能收获珍贵的陶瓷知识。

让陶瓷之美铸入少年之魂

评吴尔芬儿童文学作品《瓷魂》



《瓷魂》吴尔芬著/二十一世纪出版社2021年3月版/25.00元



·市场新动态·

中方出版人为策划选题及确定书目建言

广西出版传媒集团:一般会先根据对方市场特点,制作专门的版权书目,有针对性地推荐图书,然后主动与外方出版社取得联系;外方会根据出版社的推荐书目给予反馈或提出其它要求,经过双方协商、讨论共同确认合作的图书品种,并签订版权输出协议。

广西出版传媒集团所属广西科学技术出版社的做法是,版权输出图书首先是从符合该社专业定位的重点项目入手,发挥科技出版引领作用,邀请行业专家出谋划策,根据不同国家和地区的市场特点,有意识地打造外向型精品选题。同时,虚心听取海外合作出版机构的建议,立足于外国读者的阅读需求,在保留中文版图书文化特色的同时,优化内容及呈现形式,聘请优秀翻译专家,保证翻译质量,在装帧设计上融入国际化的设计理念和元素,努力消除不同国家间文化差异所带来的理解困难,使外国读者更容易理解和接受图书内容,对我国传统文化有更进一步的认知。

中译社:丝绸之路沿线各国的风土人情、民族习惯、文化渊源、审美趣味和时尚潮流各不相同,在当地策划、出版中国主题图书时,中译社与合作伙伴沟通,充分考虑不同受众群体的文化传统、价值取向和接受心理,找到他们的关注点和兴趣点,有针对性地推出适销对路的图书。

例如,印度的种姓制度和多如牛毛的党派及利益之争,导致当地腐败严重,为此,中译社与印度普拉卡山出版社共建的国际编辑部推出了中国作家协会副主席何建明创作的反腐题材报告文学《根本利益》,翻译出版后在当地取得了良好的销售业绩。又如,斯里兰卡是个佛教国家,绝大多数人信仰佛教,当地的出版物也带

有浓郁的宗教色彩。因此,中译社与斯里兰卡海王星出版社共建的国际编辑部选择了藏族作家阿来的《尘埃落定》。因为文化契合,当地经销商对该书的销售和发行都非常有信心。

人大社:人大社主要是通过和对方的版权经理对接、高层互访交流、书展期间收集读者反馈、市场调研等方式来了解对象国读者和市场,从而确定推荐书目。在向对方推荐时,通常有两种方式:一种是人大社主动推荐,每个月整理一批新书书目,包含作者、内容介绍和目录等信息,将其翻译成英文后推送给外方,外方从中选择感兴趣的图书,人大社再根据外方具体要求提供更详细的内容,如翻译章节、学术特色简介等;第二种方式是外方主动询问某个主题或者某个作者的图书,人大社根据外方需求,整理出适合的图书,提供有关的作者介绍和内容介绍,并进一步提供和完善相关信息,以便外方能挑选到适合的图书。

外研社:外研社一直遵循“国际化操作、本土化运营、规范化管理”的合作原则。中国主题编辑部的主要工作集中在中国文化、汉语学习和主题类图书的翻译出版方面,同时会优先选取能够生动体现当代中国价值观及展现中华文化思想精髓的图书。外研社推荐产品时会注重产品的体系化,从长远考虑进行规划。

在与外方出版社合作时,从沟通合作项目、签订版权合同到项目实施,外研社严格遵守版权贸易国际惯例,提升合作质量;同时聘用本地化团队,例如各中心主任都是当地人员,这样非常有利于与合作出版社共同进行市场运营工作,保证图书真正进入当地主流销售渠道,与读者见面;同时对本地团队和工作流程进行规范

化管理,包括选题备案、文字与封面审核、数字文件管理、工作绩效评价等制订了一套管理制度,提升了专业管理水平。外研社由此也在国际合作伙伴中赢得了良好的信誉和口碑。

社科社:选题策划有几种方式:一是参加国际书展,与新老客户约谈,了解当下选题方向及市场需求。二是积极参与一些国际论坛、研讨会,与国际学者建立联系,把握学科的最新研究动态,为选题策划提供作者资源的支持。三是定期选派策划编辑赴海外进行短期工作、调研,通过与译者、作者、出版社面对面沟通,了解什么是目标国读者最感兴趣的选题,从而讨论出契合当地读者需求的图书。

各个国家的经济发展水平不同,不同民族文化习惯不同,针对不同的国家市场和受众,要采取差异化的合作方案,全面调研海外读者的阅读需求,做到走出去图书选题的“精准策划”“精准营销”。同时,应进一步实践联合策划模式,强化外方项目负责人、策划编辑的作用,保证海外出版本土化的落实,让中国学术图书真正走进海外市场。

华文社:在引进出版“丝路文库”时,与阿拉伯国家出版商协会负责人协商,以阿拉伯国家作协共同推选的“20世纪105部阿拉伯最佳小说”为基础,选出适合中国读者阅读的文学经典,以及对中阿文化交流有深远影响的游记等作品。

东南大学出版社
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS



微信公众号 天猫官方旗舰店



DRG入组错误百例详解



O'Reilly 计算机引进图书



区块链的未来:
新技术的“希望”还是“泡沫”



东南学术文库



“物型课程建设的研究与推广”
成果系列丛书



新型建筑工业化丛书