

法国桌游开发商入局漫画书出版领域

中国出版传媒商报 有不少公司都在寻求图书的影视化发展,而法国桌面游戏出版及发行商艾姆魔袋(Asmodee)另辟蹊径,基于游戏开发图书。该公司成立 Aconyte Books 出版公司,创立 Killick novel 小说品牌,围绕瑞典 Fryxellus brothers 公司的《火星改造》(Terraforming Mars)桌游出版了名为《戴摩斯卫星下的阴影》(In the Shadow of Deimos)的漫画书,9、10月相继发布了该漫画书英语和丹麦语电子版。Asmodee 公司还与美国 Ox Eye Media 及其子公司源点出版社(Source Point Press)合作,基于《五环游戏》(Legend of the Five Rings)等三款游戏开发漫画书。

人文社开拓西语市场 3家出版社竞买残雪作品版权

中国出版传媒商报记者 渠竞帆

今年9月,在人民文学出版社的推动下,中国当代女作家残雪的《边疆》西语版由西班牙艾尔米达出版社(Hermida Editores)出版,面向西语市场发售。虽然残雪多年前已享誉国际,她的不少作品已在其他国家出版,还曾获得过美国最佳翻译图书奖及英国独立报外国小说奖提名,但是在西语市场,这是破天荒的第一次。

人文社对外合作部版权经理鲁南受访时表示,西语是全球仅次于汉语、英语的第三大语言,读者数量庞大;而且西班牙人和拉美人热爱阅读,“世界图书日”就是由西班牙政府将方案提交联合国教科文组织并于1995年设立,每年4月23日的圣乔治节也是加泰罗尼亚地区的情人节,人们互赠书籍和玫瑰。此外,中国当代文学作品进入西语市场较晚,市场缺口很大。考虑到这些因素,人文社从2014年开始有意开发西语市场版权业务。

为拓展业务,人文社多次组织中国作家参加西班牙和拉美地区书展,也为中国作家在当地举办了不少文化交流活动。2014年之前,西班牙市场上只有钱锺书的《围城》以及莫言、余华等极少数中文作品。随着中外交流的日益增多,近年来鲁迅、巴金、张爱玲、阎连科等作家的翻译作品陆续面世。人文社也先后代理并输出了贾平凹、张炜、格非、阿乙、鲁敏等作品的西语版权。

2019年至今,残雪在诺贝尔文学奖赔率榜上一直位居前列。也是从2019年开始,西班牙文学界把关注的目光投向她。鲁南表示,人文社多年来与西班牙出版圈和作者有长期联系,西班牙的出版社找到

文社,提出版权引进的想法。当时,正好人文社的编辑在做残雪最新作品《少年鼓手》的中文版,鲁南就通过编辑联系到了残雪本人。

据介绍,当时西班牙有三家出版社有购买意愿,其中两家公司想买下残雪长篇小说《边疆》的西语版权。一家是出版过斯韦特兰娜·阿列克谢维奇等诺奖作家和托尔斯泰、巴尔扎克等经典文学作品的严肃文学出版社艾尔米达,另一家是出版过莫言、贾平凹等中国作家的综合出版社凯拉斯(Kailas)。最终在与残雪本人协商后,将《边疆》和《苍老的浮云》的版权授予艾尔米达出版社。另外一家先锋文学类独立出版社 Aristas Martínez 则顺利获得了残雪短篇集的西语版权。

西班牙出版社买下这两部作品版权,是相当有勇气的。据悉,这两本书没有获得政府项目资助,这意味着他们不仅要向作者支付与其国际地位相匹配的预付金,还要承担翻译费用,是一笔不小的支出。尤其是在受疫情影响,出版业不景气的形势下,对市场有充分的信心才会买下版权。为确保翻译作品的品质,艾尔米达出版社找到曾翻译过莫言作品的资深翻译家巴拉斯·皮涅罗为该书翻译,他只用了不到一年时间就完成。这位译者还帮助联系作家采访及媒体报道,如西班牙最大的报纸——阿贝赛报(ABC)今年9月刊登了对残雪的专访文章,文中赞扬“残雪继承了但丁和卡夫卡的文学传统,又与年轻人的价值观更加贴近”。巴塞罗那孔院也对新书发布做了线上活动,在孔院网站首页还对残雪另一部作品《苍老的浮云》作了重点推介。

谈到如何与西语出版人打交道时,鲁南表示,由

源点出版社总裁雅各布·韦(Jacob Way)认为,很高兴以著名的桌游为基础讲述这个故事。出版漫画书可以让游戏玩家更深入地感受故事,丰富游戏体验,同时漫画迷也可以发现这些游戏的美妙。据悉,Asmodee 公司还与法国 Mango Editions 公司和 EscapeGame 签署协议,基于“太空牛仔”(Space Cowboys)出版的“大搜查”(Unlock)系列和 Zygomat 的社交游戏《米勒山谷狼人》(Werewolves of Miller's Hollow)两款桌游开发游戏图书,预计明年下半年将推出两部图书。Mango 公司2016年出版第一部《逃脱游戏》(Escape Game)以来,与其他两家公司共同开发了同名图书,至今该系列已售出50万册。Mango 公司近年来还与 Mediatoon 合作开发游戏图书,与 Histovery 公司合作开发的3款法国旅游景区 VR、AR 产品,目前已卖出50多万套。(陆云)

环球资讯

中国出版传媒商报 前不久,2021年德国青少年文学奖举办颁奖仪式,成千上万的观众线上观看了颁奖仪式。本届德国青少年文学奖5部获奖作品有一个共同主题:勇敢的英雄们和不同寻常的解决问题的方式。

获得最佳图画书奖的是加拿大作家西德尼·史密斯(Sydney Smith)的《大大的城市,小小的你》(阿拉丁 Aladin 出版),译者伯纳德·奥特(Bernadette Ott),小说讲述一个孩子在冬日独自穿过大城市的经历,旅程中充满了暗淡的线索。史密斯抓住构图的每一种可能性,创造出令人用全部感官沉浸其中的氛围。

玛丽安娜·考林(Marianne Kaurin)的小说《哪里都是南方》(Woow Books 出版)获得最佳童书奖。书中讲述了暑假呆在社会福利房的维尔玛和茵娜发现了一个神秘的地方,能让他们变出自己的“南方”。这个儿童游戏变成了一个与外界隔离的自主空间。孩子们可以在里面成长,使自己变得强大,来对抗现实世界。译者弗朗齐斯卡·胡特(Franziska Hüther)成功地将挪威语原文中的细腻和双关的幽默传达了进来。

获得最佳少年书的是于尔加·魏勒(Jurga Vilė)的图像小说《西伯利亚的俳句》(Baobab Books 出版)。该书从13岁阿尔吉斯的视角讲述了1941年一个立陶宛家庭被流放到西伯利亚营地的故事。译者萨斯齐亚·德鲁德(Saskia Drude)将该书翻译成德文。

最佳知识类图书奖的获奖者是克里斯托夫·德罗瑟尔(Christoph Drösser)的《100个孩子》(Gabriel 出版),由诺拉·康恩伯格(Nora Coenenberg)作插画。两位作者以100个孩子为样本,讲述了全世界20亿儿童的生活环境和日常,列举了他们的相同和差异,触及了儿童面对的问题和不公平,还报道了他们生活中的有趣事件。文字、插图和图表结合巧妙,共同促成了一种思想的实验,令人惊奇,引发对世界和最年轻居民的好奇。

青少年评审奖授予了《烈火之后》(dtv Reihe Hanser 出版)。英国作家威尔·希尔(Will Hill)从两个时间层面讲述了17岁姑娘“月光”的故事。在与心理治疗师和FBI的谈话中,她回顾了饱受创伤的过去,并开始走入对她来说十分陌生的世界。

特别奖之终生成就奖授予谷德伦·潘多夫(Gudrun Penndorf)。这是特别奖评委会首次授予一位漫画文学译者。评委评价说,“潘多夫的语言极富创造力,尤其体现在她1968~1991年间翻译的《阿斯特利克斯和幸运的卢克》上。她极富创造性地重新命名了漫画人物,一丝不苟的钻研精神,贴切精准的文字艺术直到今天都是翻译界的标杆——而且不仅限于漫画翻译。”特别奖之新秀奖授予蕾娜·多恩(Lena Dorn)。她的早期作品从一众作品中脱颖而出。评委表彰她是“语言的魔法师,从捷克语翻译成德语的作品《提波和弗莱克》(Karl Rauch)展现出了驾驭语言的惊人天赋。”

德国青少年文学奖由德国联邦家庭、老人、妇女和青少年部创立,主办方为德国少年儿童文学工作委员会。从1956年开始设立,对杰出的少儿图书予以奖励,奖金7.2万欧元;终身成就奖奖金1.2万欧元,其余奖项各1万欧元。除奖金外,每位获奖者获颁一座“毛毛奖”铜制奖杯。(陆云)

中国出版传媒商报 11月17日,第72届美国国家图书奖公布获奖名单。这是该奖项第二年线上举办。

马林达·罗(Malinda Lo)凭《昨晚在电报俱乐部》(Last Night at the Telegraph Club)获得青年文学奖,小说描写了20世纪50年代麦卡锡主义兴起期间华裔美国女孩莉莉和白人男孩凯瑟的爱情故事。

翻译文学奖授予韩国裔法国作家艾丽莎·杜萨平(Elisa Shua Dusapin)和译者阿尼萨·阿巴斯·希金斯(Aneesa Abbas Higgins),获奖作品是艾丽莎·杜萨平的《束草的冬日》(Winter in Sokeho),小说探讨了个人、文化和国家的身份,和孤独的陌生人之间可能存在的短暂的亲属关系。评委认为,译者优雅的翻译让这部温柔而神秘的小说富有韵味。

蒂雅·迈尔斯(Tiya Miles)的《她携带的一切》(All That She Carried)获得非虚构类图书奖,历史学家蒂雅·迈尔斯的灵感来自一件不起眼的物件——一位母亲给女儿的麻袋。1852年,女奴隶罗斯将绣了字的麻袋(里面装着一件裙子、山核桃和辫子)交给了9岁的女儿阿什莉。这一年女儿被卖掉,母女被迫分开。作者通过追溯这个麻袋的历史,回顾了儿代人的成长,也引导读者思考历史上非裔妇女的经历,以及女性如何表达爱、希望和延续的愿望。

杰森·莫特(Jason Mott)凭借《一本书的地狱》(Hell of a Book)获得虚构类图书奖。小说直指种族主义、警察暴力以及对美国黑人和整个美国施加的隐性成本的核心;马丁·埃斯帕达(Martín Espada)的《漂浮物》(Floaters: Poems)获得诗歌奖,这5部获奖作品中有3部都由企鹅兰登出版,另两部由Dutton出版。(乐毅)

2021年德国青少年文学奖公布获奖名单

美国国家图书奖获奖名单揭晓

尼尔森:2021年英国有声书市场将有两位数增长

尼尔森机构图书监测(BookScan)近日根据统计发布“了解有声书的消费者”报告(Understanding the Audiobook Consumer)。报告预测,2021年,英国有声书销量将同比增长13%至2500万册,收入同比增长14%至2亿英镑。这已是有声书连续7年实现两位数增长。消费者在疫情下回到数字有声书的应用场景中,消费者使用的有声书产品中,数字有声书占比达88%,同比增长4个百分点。疫情导致只听数字有声书的消费者数量大幅增长,其占比从2019年的63%增至2020年的72%,2021年1月英国第三次封城,加剧这一趋势的发展,预计2021年只听数字有声书的消费者占比将达76%;而只听实体有声书的消费者数量占比从2019年的21%跌至2020年的16%,预计2021年只听实体有声书的消费者占比只有12%。

疫情对有声书实现2亿英镑收入有推动作用。尼尔森的消费者报告预估,有声书市场近日首次重回2017年的1亿英镑高位。2021年,86%的消费者购买数字有声书,同比增长7个百分点;68%的消费者只买数字有声书,比2019年增加15个百分点,32%的消费者只买实体有声书,比2020年减少5个百分点。

各个年龄段向数字有声书阅读转移的人数都在增长,2021年,18~24岁消费者中只听数字有声书的占比达2018年增长8个百分点至75%,其他年龄段消费者均有两位数增长;35岁以上消费者增长最明显,其中,35~44岁和45~54岁两个年龄段消费者的比例达到66%,65~84岁消费者的比例较2018年增长29个百分点至61%。

有声书市场增长有方面原因:一是疫情这两年消费者的休闲时间增加,二是人们需要在隔离期间把注意力分散到其他方面,三是数字有声书便于携带,2021年听书人数较去年增长2个百分点。从消费者听书的原因来看,30%的消费者出于好奇开始听书,12%的消费者受疫情影响开始听书,这一比例增加6个百分点,7%的消费者为掌握新技能开始听书。听书的新消费者也在增加,45%的消费者在过去12个月开始听书,24%的消费者在过去6个月开始听书,而在2020年,48%的消费者开始听书。如今,随着工作、生活秩序恢复正常,通勤或旅行时听书的消费者比例也有所增加。

以订阅方式购买有声书的消费者比例,2021年将达到44%,有65%的数字有声书消费者是订阅模式。90%的数字有声书消费者都是订阅服务用户,54%的消费者通过 Audible 平台购买有声书,通过亚马逊购买的比例达50%;57%的女性愿意通过 Audible 购买,而男性消费者选择谷歌、苹果平台。男性消费者购买有声书的数量更多。

成人小说仍是最受欢迎的类别,71%的消费者购买此类图书。其中,犯罪和惊悚小说是收听最多的类别,占比达28%,科幻、奇幻和恐怖小说比2018年增

长2个百分点;青年小说在听书中占比为14%;儿童小说下滑了2个百分点,非虚构类听书者数量比例仍保持在63%,增长6个百分点。

从发现有有声书的方式看,浏览有声书网站是首要方式,通过这种方式发现有有声书的消费者比例较2020年有所增长,比2018年也增长3个百分点;第二种方式是浏览书店网站;第三种方式是获得朋友或亲属推荐,消费者比例比2018年增长3个百分点至21%。图书馆浏览以及到实体店浏览这两种方式

瑞典两大流媒体平台并购美国公司 入局英美有声书市场

有声书市场连续多年两位数增长的快速发展吸引瑞典流媒体企业入局。11月11日,瑞典流媒体音乐平台 Spotify 宣布收购 Findaway, 进入有声书领域,致力于打造成为覆盖音乐、播客、有声书等所有音频内容的全音频平台。次日,瑞典另一家流媒体平台 Storytel 宣布收购 Audiobooks.com, 向美国有声书市场拓展。这意味着目前全球最大的有声书平台——亚马逊旗下的 Audible 平台将面临严峻的挑战。

目前,Spotify 平台月活用户3.81亿,全球订阅用户1.72亿,其平台上有320万种播客内容和7000万首歌曲,Findaway 平台上有来自全球80多个国家的大型出版商和独立作者的35万种有声书,该平台还帮助自出版作者找到播音师,将其作品制成有声书传播到全球。Storytel 平台上的170万订阅用户(其中100万来自北欧)来自25个国家,收购的美国 Audiobooks.com 网站提供30万种有声书和上百万个播客。

Spotify 希望通过并购 Findaway, 借助其技术基础设施快速扩大有声书书目,而 Storytel 也希望通过收购 Audiobooks.com 杀入英语有声书市场。

面对进入英语有声书市场的新零售,英国书业人士表示担忧,不少人指出,新零售商进入这个领域,意味着消费者、出版商和作者将有更多选择。但是,流媒体作为一种发行方式可能形成市场垄断,将危及作者和零售商的利益。英国《书商》杂志总编辑菲利普·琼斯(Philip Jones)也认为,从长期看,订阅模式不利于作者,也不利于零售,对将来书业和长期阅读也不利。

Curtis Brown 出版社播客及有声书执行代理人索菲亚·麦卡斯基尔(Sophia MacAskill)表示,出版商要改变对版权的立场,因为流媒体正成为主流。尽管2020年有声书销售大幅增长,但是出版商仍固守数字版权税的观点,以收听时长和佣金形式计算。这意味

的比例分别下滑3个百分点和5个百分点,这也表明消费者从实体有声书向数字有声书转移。

在影响有声书购买的因素中,价格仍是首要因素,31%的消费者受价格影响购买有声书,占比2018年下降2个百分点。其次是对图书的熟悉程度以及图书简介,占比分别比2018年增长3个百分点和5个百分点。再次是系列出版,“哈利·波特”系列和奥斯曼的两部作品都是受此因素影响。但是,零售商的推介和有声书的增补内容对消费者的影响在减弱。



着如果消费者只听了一段有声书,那么作者将无法得到这部分版权。一些平台向消费者推销成为会员,这会导致作者分到的收入更少。英国作家协会也呼吁对作者版权体系进行改革,该协会CEO尼古拉·所罗门(Nicola Solomon)表示,担心作者从订阅中获得的收入很少,而且在计算版权时缺少透明度。

文学经纪人凯特·纳什(Kate Nash)表示,今年1月,看到 Spotify 请播音师和名人录制了9部公版经典作品并发布了第一批原创有声书,来测试其用户对有声书的兴趣,他们就开始寻找保护作者作品的办法。她认为,“有声书流媒体模式必须确保作者获得相应的收入回报,版权得到保护。”

有声书出版商协会执行总监米歇尔·科布(Michele Cobb)认为:“这两起并购将动摇许多平台现在的订阅模式。这些公司将带来不同的商业模式,如信用卡模式,对现在的模式造成冲击,但是每家出版社要作出自己的选择。Spotify 公司在很短时间就从苹果公司分走一部分播客市场份额,此次并购意味着他们将在有声书领域如法炮制。”

阿斯特英国公司有声书出版人多米尼克·格里本(Dominic Gribben)表示:“希望这些并购利于市场竞争,给出版商和消费者带来更多机会和选择。”(乐毅)