

第60届博洛尼亚童书展再现鼎盛规模 童书的春天又来了!

■ 中国出版传媒商报记者 陆云

3月6日~9日举办的第60届博洛尼亚童书展,吸引了来自90个国家和地区的1456家参展商,数量较2019年鼎盛之年多了6家。

童书展主席埃莱娜·帕索里(Elena Pasoli)表示,从参展规模看,“我们真正回归到了正常水平”。书展各方面的变化也令人耳目一新:主办方对展馆进行了重新设计,将童书展、成人书展和版权交易会三重功能融为一体。此外,书展期间恰逢“三八”国际劳动妇女节,书展举办了“女性角色在国际出版界”研讨会,以及关于伟大女性的百种图画书展览。主办方还提前公布了博洛尼亚最佳童书奖首奖(Bologna Ragazzi Award Winners)和特别提名奖(Special Mentions)名单,在书展上举办了“博洛尼亚最佳童书之百本优秀童书特展”(BRAW Amazing Bookshelf),将年度童书出版商奖授予非洲、亚洲、欧洲、北美、中南美洲和大洋洲6个地区的出版商。

值得一提的是,本届博洛尼亚童书展公布的最佳童书名单中,有3种中国原创童书入围或获奖,分别是《噔噔噔》(二十一世纪出版社出版)、《谁的袜子》(明天出版社出版)和《Night Night》(香港Studio MARY出版)。其中,《谁的袜子》荣获漫画类作品奖——中低年级组首奖,《噔噔噔》荣获虚构类作品奖——特别提名奖,《Night Night》荣获漫画类作品奖青少年组——特别提名奖,是历年来入围及获奖数量最多的一年,也是“中国原创作品在博洛尼亚最佳童书奖评选中的最好成绩”。此外,还有15位中国(包括香港、台湾地区)插画师的作品入选本届博洛尼亚插画展,中国插画师的获奖比例逐年升高。

上海言长文化传播有限公司创始人谢逢禧参加过10余届童书展。她表示,本次参展期间总是听到国外同行说,在今年博洛尼亚童书展的获奖名单上,看到了更多中国原创童书。能从激烈的竞争中胜出,每种获奖童书都有着独特的叙事视角、视觉表现形式。“这表明部分中国童书和国外出版的优质童书有相似的特质:图文俱佳且立意独特,甚至中国童书在艺术性、内容主题的多元化上已超过不少国外童书。”

中国少年儿童新闻出版总社、中国科学技术出版社、新疆青少年出版社、广西师范大学出版社、北京蒲蒲兰文化发展有限公司、汇瑞时代文化公司等出版、文化机构单独设立展台,展示了近300种中国原创童书,也售出不少童书版权。如中国科学技术出版社售出《中华造物记》《二十四节气大冒险》《中国国家公园》等10个套系的俄语和葡语版权。博洛尼亚童书展主办

方在华代表柴成炜表示,近年来,中国少儿图书发展迅猛,以其独特性成为出版“走出去”的“排头兵”。中国原创童书实力正日益增强,中国童书出版已经从海外内容版权的买方变为原创内容版权的卖方,正不断走向世界。

看童书风向标

童书展已成为全球童书出版的风向标。各国出版人都要由此了解哪些类型、题材的童书将在今年流行。据《书商》杂志报道,图像小说和青年小说,尤其是爱情小说和奇幻小说,成为国际出版商和版代争抢的目标。英国布鲁姆斯伯里童书出版总监瑞贝卡·麦克雷(Rebecca McNally)表示,对青少年爱情小说的需求很大,尽管这个板块已到饱和临界点。抖音火爆也带动出版商对青少年小说的兴趣增加。

奇想国童书创始人、总编辑黄晓燕发现,大开本、以大量手绘插图为主的非虚构类童书这几年很流行,同时图像小说呈现低龄化趋势;而出版人最为珍视的,仍然是童书拥有独特的内容和艺术表达方式。此次参展,她除了推荐奇想国策划的低幼图书《理发》,还重点推荐了与UCCA Kids公司联合推出的、向儿童介绍国际知名艺术家的系列图画书。今年该系列将推出2种分别介绍中国当代著名艺术家徐冰和马蒂斯的新作。

谢逢禧也注意到图像小说市场在升温。“国外近几年的图像化叙事趋势越来越明显,图像小说向小学低龄段发展的趋势越来越明显。”相较而言,国内出版的关于民间神话、传统故事类的故事书,显得较多且风格比较类似。

生命树文化促进中心创始人张明舟从2003年到疫情前的2019年,已连续17年参加童书展,是书展上的“老面孔”。他认为,中外童书在品类和内容上存在差异,一是中国童书缺少对残障及弱势群体的关注。目前国外对弱势人群、残障儿童较为重视,此类原创童书相对较多、品质较高。中国虽然也开始重视这个层面,但重视程度远远不够。二是开发多样性童书市场广阔。多样性是国际通行说法,有助于国际交流。中国的原创童书越来越多,多样性也日渐凸显,有些作品把传统和当代结合得很好,这是推动中国原创童书走进海外市场的契机。随着中国原创童书品质不断提升并受到国际关注,很多国外作家、插画家都有与中国创作者合作的兴趣,这有助于从国外读者视角讲述中国

故事,中外合作童书可能更有市场潜力。

但是在黄晓燕看来,中国每年出版的童书新品数量和种类不够丰富,内容仍缺乏独特性和多样性。虽然国际出版界普遍认为,中国童书市场读者众多、潜力巨大、成长迅速,但近几年随着引进图书数量和种类大幅减少,国际童书出版商对进入中国市场有所担忧。

国际合作稳步提升

中外合作在国内原创绘本领域并不少见,张明舟为此做出了许多努力。他介绍说,参加过多届童书展后他发现,国外流行的中外共同创作的模式在中国很常见。2012年,受中少总社邀请,他为中国作家曹文轩推荐国际顶级插画家——巴西插画家罗杰·米罗,双方共创绘本《羽毛》。《羽毛》于2013年出版,2014年米罗获安徒生奖,2016年曹文轩获安徒生奖,可谓“一根羽毛托起两座高峰”。张明舟表示,中外合作能够碰撞出不一样的火花,“这种中外合作出版的绘本蕴涵着对文学、艺术的理解,有人类共通的东西,很丰富很多元,而且中外合作绘本出版后,国外版权很快可以售出,国外作者也很愿意在当地广为宣传。”目前海外市场适合给孩子看的关于中国的内容不多,但潜在需求巨大而旺盛。有趣的内容可以为海外读者提供丰富的养料,还可以帮助他们学好中文。孩童更容易接受童书里的内容,从而跟中国结缘,在他们心底埋下中国情的种子,搭建起沟通心灵的‘心桥’。”张明舟表示,今年参展,他除了与老朋友见面,还发现了来自希腊、伊朗的新作者,为生命树与书香文雅文化传媒合作、邀请世界优秀作者创作“绘本里的世界”系列开发提供后续动力。

“近些年来,国外出版人对中国原创绘本越来越感兴趣,尤其是对传统与现代结合,图文并茂且兼具儿童视角,以及科普等非虚构类的绘本越来越有兴趣,希望与中国创作者开展合作。”张明舟说,今年的童书展还举办了中国原创科普图书海外推广活动,他十分期待在非虚构类,特别是科普童书走向世界有更大力度的推广活动。因为科普童书没有意识形态的障碍,更便于国际传播。

汇瑞时代文化公司董事长樊亮表示,国际市场越来越重视中国市场、认可中国内容,在向中国推荐内容的同时,也希望了解并引进中国童书。汇瑞通过多年为国际出版商提供从图书印刷到包含创意内容的成品书的服务了解到,国外童书按照3~5岁、6~8岁、9~12岁分段,针对不同年龄段的特点开发童书,如针对处于视觉和触摸认知关键期的2岁宝宝,出版商多用简单的内容配上简单的创意机关;针对3岁和4岁宝宝,则设计成帮助认识周围生活和世界的益智型内容及设计精巧的立体玩具书;3~5岁幼童的阅读需求主要是互动类,近几年保持稳定增长,汇瑞依此需求进行选品,选品时更注重趣味性、创造性和互动性,帮助国内出版社输出了不少童书。

他认为,国际市场对童书仍然保持乐观态度,预计未来5年内将继续增长,尤其是低龄段的互动类童书近几年表现抢眼。小学阶段的插图虚构类、漫画类童书,自2021年以来迎来了快速增长。对于低龄段的互动类童书来说,创意设计、精美插图、生产质量是关键;而虚构类内容,除了需要配有创意插图,还要有过硬的



本报策划推出的博洛尼亚童书展英文专刊在中国展台亮相。

翻译,将中文内容翻译成适合当地文化的本土语言和故事。

汇瑞去年采访了近20位全球知名出版人,做了“外国出版人眼中的中国出版”访谈。受访者普遍认为,中国童书出版处在非常高的水平,但适合国际市场销售的童书不多。他发现,文化差异会造成对故事内容尤其是故事寓意的不同理解,对于低年龄段童书,国外出版商更愿意选择能与本土文化匹配的内容,及具有创意设计的广泛内容。因此他建议,原创童书应以选择适合全世界小朋友的内容为重要标准。此外,汇瑞正在从策划源头探索中外合作出版模式,包括在策划之初吸收国际出版方意见,同国外编辑合作讨论,参考国际市场对同类产品的需求,综合考虑国内市场,控制成本,同步营销,争取全球发行,多语种合版印刷。这样不仅能大幅节约成本、降低风险,还能促进各国际市场销售,实现互利共赢。从去年开始,汇瑞还在和博洛尼亚童书展组委会积极沟通,共同策划为中国优秀童书作品提供展示平台,以此增强与国际出版商的交流,为国内作家创作提供新思路。

为推动中国原创童书,言长文化童书版权工作室精选了38种中国原创图画书参加本届童书展。谢逢禧介绍,她独立投资、2021年启动的Pictures and words from China网站致力于向海外推介中国原创图书版权,每周或每月发布新闻通讯,同时每周至少更新2次照片墙账号上的内容。近3个月,她收到国外同行的大量反馈,申请给他们发送PDF审读。在英国dPictus平台上,言长工作室还上传了16种原创图画书,其中7种入选优质绘本书单,12种获得专家评委的好评。“我们向国外优秀的版权代理机构看齐,努力把版权销售服务做到位、做到极致。”她透露,“最近即将完成大吴的《散步三部曲》、孙YU《臭脚怪》英文版、《夏天的故事》德文版等图画书的海外版权签约,这次书展带来的原创童书已收到来自英国、法国、德国、瑞士、瑞典、土耳其、印尼等国家的出版社代表的关注,他们对我们的作品表示惊喜和赞叹。”

为促进中外合作,张明舟还建议,国内出版人应用国际通行的分类方式与国外同行交流。例如国外非常重视非虚构类童书出版,中国的科普童书发展很快,但科普童书不能代表整个非虚构板块。中国出版人在对外交流时,应使用国际通行的非虚构的概念,用对方习惯的、听得懂的语言去交流才更有效率,也有助于国际双向交流与合作。

不少出版人都认为,中国童书出版虽然发展很快,也取得了一定成就,但相比国际同行还有很大提升空间。为此,国内创作者和出版人需保持谦虚谨慎的态度,进一步开阔国际视野,提升创作出版水平,借助国际书展和各类研讨会的契机,多与国际同行交流切磋,提升选题策划能力及出版水平。相信在出版人的共同努力下,面对生机无限的全球童书市场,中国在不久的将来会成为国际重要的童书原创高地。

链接

参展人谈感受

张明舟(生命树文化促进中心创始人):

博洛尼亚童书展已举办60年,至今仍然充满活力。书展的版权及书业论坛、研讨会人潮涌动,各项活动都非常值得关注,参展商、作家、插画家和版权人员的脸上和眼中都洋溢着幸福的光芒,充满希望和热忱,大家都觉得童书的春天又来了!同时大家又有隐隐的担忧,如气候变化、和平的挑战,但是儿童世界要给孩子更多希望。国外出版人非常关切中国童书的发展情况,希望明年再到中国大展台上看书、小聚,并促成合作。

到书展主要是和国外的老朋友见面,老朋友中许多是有世界影响力的出版家、作家、插画家、主要国际奖项和国际组织的负责人,我也结交了许多才华横溢的新朋友。

本届书展上新成立的“女出版人”机构令人印象深刻,该机构由国际出版商协会原主席阿联酋公主宝杜儿创建,举办了相关的图书展览和论坛活动,从这些活动中可以清晰地看到,女性出版人不仅是做虚构类图书的好手,也是设计、艺术、摄影、建筑类图书越来越重要的参与者,展现出自信昂扬的姿态。

陈璐(中国科学技术出版社版权经理):

今年给我最直观的感受是更加多元、更加多样。虽然童书展未能完全恢复到疫情前的盛况,但仍然吸引了很多来自世界各地的出版社、插画师、印厂等。大家仍然饱含最初那份对内容的极致追求,对插画师和作家的无限珍视,以及对童书的赤子热忱。最让我印象深刻的随处可见的东方元素,有很多代理公司的工作人员甚至会说简单的中文,说明他们越来越重视中国市场。现场虽然拥挤,但每个人都双眸明亮、笑容洋溢,期待在国际童书市场“风向标”中施展拳脚,汲取最新的前沿趋势,同时也通过中国童书展现

可信、可爱、可敬的中国形象,不断推动中华文化更好地走向世界。

黄晓燕(奇想国童书创始人、总编辑):

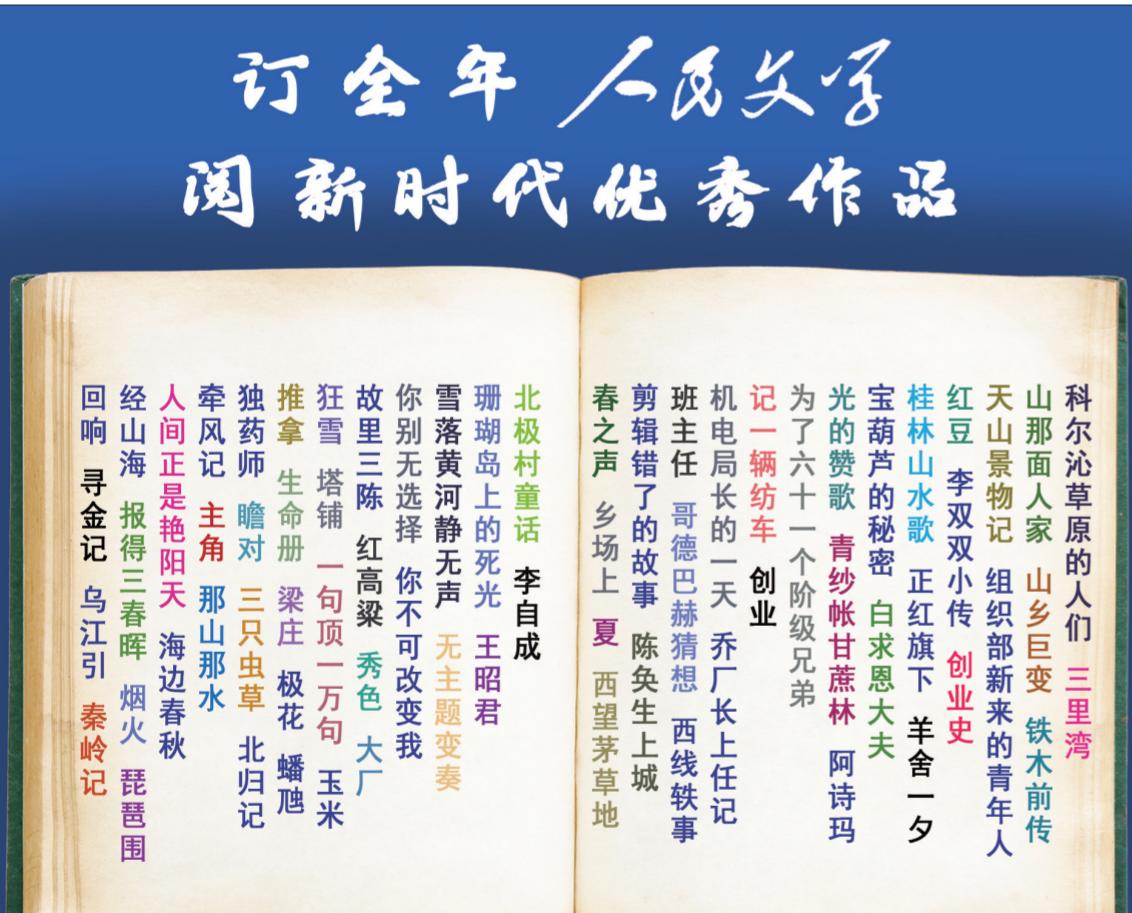
我参加童书展的一个主要任务是会见国际出版界的主要合作方和老朋友,吃饭、喝酒、拥抱,聊天,面对面进行交流;另一个主要任务是观察,亲临现场,看各个大小出版机构重点主推的图书,从中发现珍宝和趋势。

博洛尼亚童书展已走过60周年,非常了不起。一件事坚持60年,而且没有显现出暮气沉沉的迹象,反而生机勃勃,实在令人倾佩。今年童书展有很多新突破、新项目,如女性出版人项目、新的漫画中心等,都令人耳目一新。60高龄仍能焕发不竭的生命力和活力,是很动人的。

谢逢禧(上海言长文化传播有限公司创始人):

在版权引进方面,我们主要是观摩和跟踪、研判国外的最新趋势,寻找一些角度新颖、又能与国内读者产生共鸣的作品。在版权输出方面,我们不计一时回报,尽全力做到最好。我相信我正在做的事,也是很多童书出版人的心愿,要把我们最好的原创童书实力展现在一流国际平台上。当一个专业童书出版人遇到绝佳选题时两眼发光的神采,是无论如何掩饰不住的。疫情已经结束,我对未来的版权销售很有信心。

如今,国内出版机构更加重视参与国际童书各个平台和机构的奖项申报。我们相信,这是好的开始,第一批作品和部分插画家、作者已开始进入国际童书出版人的视野,未来几年期待国内更多作家、插画家、出版人,还有各种形式的高质量展览、讲座等,也能多多“走出来”。



创刊于新中国成立的同年同月

承载文学史 书写新时代

每期定价: 20.00 元 全国各地邮局订阅
全年定价: 240.00 元 邮发代号: 2-4



中国作家协会主管
中国作家出版集团主办
综合性文学月刊
地址: 北京市朝阳区农展馆南里10号
邮政编码: 100125
电话: 010-65030264 65003876