

上野千鹤子是日本著名社会学家、日本女性学/性别研究的代表人物、东京大学名誉教授。日前,B站UP主“全嘻嘻”发布名为《北大宿舍聊天X上野千鹤子》的视频,其提问引发争议。#北大宿舍聊天上野千鹤子#词条连续多日登上微博热搜,阅读量达5.8亿。此后不久,上野千鹤子与北京大学人文特聘教授戴锦华的对谈再次引发关注。

断货、加印! 上野千鹤子火了! 出版市场迎来性别题材热潮

■中国出版传媒商报记者 张晓晓

上野千鹤子火了,编辑忙“加印”

“这本书刚印出来两天就发光了,我们立刻紧急加印”“现在没货了,在重印中”“舆论热点出现后,图书销量和关注度都有所上升”……

距离上野千鹤子在中国互联网掀起一波舆论热潮半个月左右,商报记者询问了相关出版社、图书策划公司,大家无一例外搭上了顺风车。热点出现后,上野千鹤子多部著作进入当当社会科学畅销榜前列。时间回溯,上野千鹤子上一次在国内引发较为广泛的舆论关注,还是因为2019年她在东京大学的开学演讲。当时使得上野千鹤子代表作《厌女》(上海三联书店2015年版)进入更多人视野。

多位图书编辑直言,《厌女》一开始的市场表现“不温不火”“并未引起太大波澜”,直到近年性别讨论大热,上野千鹤子受到更多国内读者关注,该书与《父权制与资本主义》等上野作品一道,成为网络上口耳相传的“必读书”。相关信息显示,国内出版市场2011年起就开始引进上野千鹤子的作品,目前累计已近20种。

有趣的是,《厌女》加印20多次,成为著名的女性主义入门书籍,这次舆论中却因版权更替闹了“乌龙”。据了解,因上海三联书店《厌女》版权到期,很多渠道“不再销售”。然而,热点流量“裹挟”着大众急于了解更多上野千鹤子的相关信息,遍寻不到便有了多种猜测。#厌女下架#冲上微博热搜、“《厌女》绝版”等消息在自媒体平台流传,引得新的版权归属方读者文化不得不发声,表明新版将于4月推出。

《厌女》版权变更后,是上野千鹤子作品版权竞争的热度升级。如果说东大演讲让出版人看到上野千鹤子作为作者的社会影响力,那么,《从零开始的女性主义》则让大家看到上野千鹤子作品更大的市场潜力。该书是上野的第一本女性主义普及读物,出版仅一年多,已发行超20万册。

即便上野千鹤子在日本出版过100多种书,可选择性较多,但随着越来越多出版方将注意力投注过来,版权费也“水涨船高”。有出版人直言,“她关于女性的作品版权被卖到了‘天价’”。无论是《厌女》“加价了好几轮,都跟不上节奏”的遗憾,还是“还好我们签得早,再引进新作品版权费可能无法负担”的庆幸,都是上野千鹤子热在出版圈迅速扩散的力证。

2022年,上野千鹤子的《始于极限》《为了活下去的思想》《女性的思想》等7种作品先后在中国出版,被称

踏实做好“上野千鹤子思想系列”

■谢焕(浙江大学出版社编辑)

上野千鹤子热潮,真不好说是谁推动的,毕竟她的书早有简体中文版出版。我们刚接手《父权制与资本主义》时,也丝毫不敢往畅销书方向考虑,首印只有4000册,初衷是老老实实做几部轻学术作品。没想到,没多久这本书上了畅销榜。目前,《父权制与资本主义》销量近20万册,《一个人最后的旅程》近5万册,《女性的思想》近3万册。热点出现后,3种书先后进行了加印。

我们之前就准备将上野作品有延续性地做下去,热潮到来之前,已经签署了一系列版权。相较其他出版机构争抢的普及性作品,我们更侧重上野思想最原创、最深邃、最富思想性的部分,希望踏实做好“上野千鹤子思想系列”。我们拟与各个平台开展合作,邀请相关专家,利用直播、对谈、领读等方式使这些作品让更多人认知。

我们长期规划性别史、女性史方向,对女性主义图书热还是应付裕如的,接下来,将推出已策划5年的由史学巨擘乔治·杜比领衔主编的《女性史》五卷本,其他上野作品以及性别题材图书也会不断出版。

“青春版《厌女》”已迎来新一轮加印

■张静乔(上海三联书店编辑)

《女生怎样活?》于2022年9月上市,其内容与《厌女》相似,但采用让十几岁女生讲出实际困惑,上野千鹤子作答的形式,深入浅出地引入女性主义概念,让十几岁的青少年也能读懂,被誉为“青春版《厌女》”,逐步打开了市场。

上海三联书店向来有围绕女性主义、性别研究相关题材出版作品的传统,曾出版现代女性主义思想代表人物朱迪斯·巴特勒的《性别麻烦》《消解性别》《身体之重》,李银河的《性学入门》等。搜集这类选题的同时,我们注意到部分国家已开始通过绘本等方式,向十几岁甚至更低龄的孩子讲述何为女性主义思想、宣传平权思想。我们国家虽已起步,却相对有些迟。恰逢上野千鹤子在日本发行了以青少年为主要阅读人群的《女生怎样活?》,联系版权代理并阅读样书后,我们判断该书适合作为青少年的“女性主义学习入门书”,于是确定引进。该书出版后,我们也在不同场合询问了若干青少年读者,他们(包括且不仅限于女生)都表示该书容易理解。

从编辑角度来看,上野千鹤子和女性主义图书大热能让更多人听到学者以心血总结的社会问题,只有更多人听到了,相关问题和论点才能得到解决,最终使得所有人受益。

为出版界的“上野千鹤子年”,《始于极限》一书更成为豆瓣年度书单TOP 1。该书也是北大女生与上野千鹤子对谈的核心或者契机,于2022年8月出版,半年左右发行超30万册。有种说法是,从《厌女》到《从零开始的女性主义》再到《始于极限》,代表上野千鹤子在中国出版的三个阶段。此次围绕北大女生对谈上野千鹤子的舆论争议,被视为上野千鹤子走入大众读者的“亮相”。

刚进入2023年第3个月,已有《快乐上等》《上野千鹤子的私房谈话》《身为女性的选择》等上野千鹤子的新书上市,也有一些作品在准备中。值得注意的是,还有《开场:女性学者访谈》《在东大和上野千鹤子学“吵架”》等相关图书陆续上市。出版圈的上野千鹤子热显然还会持续。

女性主义图书迎来新高潮?

上野千鹤子长期关注性别议题、社会不平等现状、养老话题等。她的作品可以分成两类,一类是学术文集,另一类是相对轻松的对谈和书信体。不可否认,即使上野千鹤子在国内火了,更受关注的仍是女性主义相关著作。

“现在上野的火热在意料之中,在日本,上野的火起也有一个过程,中国现在逐渐抵达那个阶段——年轻人对女性主义的接受度升高。”广西师范大学出版社上海分社“小阅读”品牌主编刘玮谈道。在她的感知里,国内女性主义成为显性力量是从#Metoo运动开始的。#Metoo运动让女性看到站出来大声控诉自己所受侵扰的举动是有力量的。刘玮说:“如果我们去看更早一些年代女性写的书,比如这两年很火的《秋园》,会发现上一辈女性的生活更加令人愤怒,她们的处境更为糟糕,但当时没有机会为自己发声,社会舆论牢牢‘扼死’了她们。所以,这几年出现了很多老年女性写作者,她们似乎比男性更有倾诉欲望。因为她们被压抑太久,连诉苦的正当机会都没有被给予。”

上野千鹤子及女性主义图书今天的热度,与社会环境、文明程度提高等分不开。商务印书馆编辑卢煜认为,男女平权不再是各自半边天,不再是逞强,而是不恐弱,是互相扶持,是自由选择。这些变化和进步以及更加包容,是上野及女性主义图书有如今热度的原因。译林出版社编辑黄文娟则提到,上野千鹤子的热度高,可能与国内并没有与她相似的作家作品有关。并且,她不同于书斋型学者,不管是女性主义研究还是老年生活方面的研究,上野都是从一己体验出发,是为了解决具体现实问题、改变社会环境,因此容易引发共鸣。



实际上,上野或女性主义图书热经过了近5年的发酵。磨铁·文治图书主编于北提到,2018年左右,大家开始关注女性主题图书。经过3年多时间,文学小说类作品出版很多,读者开始呼唤女性主义理论作品出现。上野千鹤子的出圈恰逢其时。“出版界在与时代共震。通过出版相关图书及时跟上读者阅读趋势。”

《厌女》出版前后的不同市场情况,也从侧面说明出版市场如何反映了社会思潮的变迁。新经典文化九月工作室编辑欧阳钰芳认为,当下,中国确实迎来了性别题材的出版热潮。伴随几十年经济的高速发展,女性比以往得到了更好的教育机会和就业岗位,开始有能力主导自己的生活。女性的独立意识也进一步觉醒和发展。加之网络信息传播迅速,扩散全球的#Metoo运动、在阴暗角落发生的性暴力事件等都第一时间进入每个人的视线,使得性别议题成为中国当下最热议的话题之一。得益于这种社会氛围,图书市场上女性主义题材也如井喷般出现。

上野作品还让中国读者更多注意到对话或书信体形式。她的图书虽然偶有部分话题重叠,但讨论主题广泛,且对谈嘉宾不同,碰撞观点也不同。在于北看来,这也是中日出版界策划和读者阅读习惯差异。对话和书信这种形式更易传播观点,也更易理解,比起纯书面作品,这种形式其实是国内欠缺的。

出版是商业行为,会明显受到市场趋势影响,在于北看来,女性主题图书市场向好,出版方都投入精力。这种现象未来2~3年还会持续,因为这股热潮仍在高峰期,很多议题还有待发掘。

“女性主义图书热度起来,肯定是一件好事。”明室主编陈希颖坦言,回想起来,女性主义图书才热了几年,还是占很小比例。从图书市场整体来看,影响力依然有限。并且面向女性受众、更吸引女性读者的图书或者女性主义图书,销量上百万册的大畅销书依然很少。只是在舆论关注的阶段,“声量”会比较大。对此,未读编辑邵嘉瑜也有一样的观点:“女性主义图书这两年可以说是大热了。虽然从销量上看,和畅销小说等不是一个量级,但是关注度和讨论度很高。”

显然,无论热点持续多久,编辑要充分关注社会动态、市场动向以及作者动态,更要做到预判趋势。只有这样,热点来了,才能有产品。陈希颖提到,做书要提前,判断大家当下在关心什么、未来一两年会需要什么。热点可能转瞬即逝,做书周期又比较长,图书跟热点的成本比较大。做出版还是要有创新意识,要把目光放向空白市场或者潜力市场。”

出版幕后揭秘

第一时间就决定做这本书

■黄文娟(译林出版社编辑)

《在熟悉的家中向世界道别》版权页上出版时间是2022年5月,因为疫情,实际上市是2022年7月。舆论热点出现后,图书销量和读者关注度有所提高,我们紧急加印,销售已有1.5万册左右。

上野千鹤子在该书中有不少猛一听语出惊人,但细想又合理甚至坦诚的观点。比如,她通过多方走访调查,得出“晚年的時候,独居者是最幸福的”“老两口家庭的生活满意度是最低的”等结论。2020年下半年,版代推荐该书给我时,我第一时间就决定做。首先是因为自己喜欢。从小到大,衰老和死亡的问题总是能轻易引起我的兴趣。其次,单身社会已经变成现实,老龄化更是。理论上,该书在中国的受众很广,尤其是单身或者准备单身的年轻人,以及中老年人会比较感兴趣。事实确实如此。

热点出现后,我们也在译林出版社公众号更新了两篇推文《上野千鹤子:她是女人,也是老人》《你有一份上野千鹤子书单,请查收》,并再次在小红书和B站做了相应推广。

上野相关图书没出厂就加印

■陈希颖(明室主编)

2021年9月,我们推出了《从零开始的女性主义》,一上市就获得较好的市场反馈。之前,上野老师在国内也有《厌女》等出版,但并没有出现火爆。该书之后,大家对她的价值也有了重新的评估和认识。《从零开始的女性主义》的内容比较普及,能定义为国内首部普及女性主义的书籍。中日韩3个国家的背景、思考问题的方法很像,而且对谈的方式加上书中有很多漫画,便于读者理解内容。一年后,我们又推出了《为了活下去的思想》。目前,《从零开始的女性主义》发行超20万册,《为了活下去的思想》发行近3万册。

我们近日还推出了一本虽不是上野千鹤子写的、但与其相关的作品《在东大和上野千鹤子学“吵架”》。该书在预售阶段,就有很多渠道提出需求。书还没出印厂,货就发完了,紧急加印2万册。该书作者遥洋子是日本艺人、综艺节目主持人,是上野千鹤子的学生。遥洋子为了解决自己遇到的一些疑惑,也为了能在综艺节目的唇枪舌战中胜出,从1997年开始的3年时间,以特别研究会成员身份参与了东京大学的上野千鹤子研究会,向上野千鹤子学习女性主义社会学。她以这段经历为蓝本写出了《在东大和上野千鹤子学“吵架”》。

发行也直观认识到作者价值

■刘玮(广西师范大学出版社上海分社“小阅读”品牌主编)

在出版圈,上野从去年开始已经很红了。去年中买她的版权就已经很难,听说有同行出了天价。这次热点,让上野破圈了。《上野千鹤子的私房谈话》下印时,我们的发行不了解上野千鹤子,没有充分认识作家的价值,这次的热度让他们有非常直观的认识:这是一个火得不得了的畅销书作家。

上野千鹤子写过很多书,在日本非常畅销。我先把她代表性的学术著作都问了一遍,早已被签掉了。后来选中《上野千鹤子的私房谈话》,一是看中外网的好评,该书日文名字更有趣,叫《我来回答你的下半身问题》,我们做了柔化处理。另一个原因是顺利就报价成功了。

该书也是“对话体”,不过对话对象是普通读者。它是上野在《朝日新闻》“烦恼树洞”栏目的读者问答。读下来让人感叹:不愧是上野千鹤子。有读者说,这本书才是上野的女性主义著作里“最基础的基础”。因为是从女性在日常生活中遇到的日常问题出发,给出建议对策。

一次女性主义与心理学的精彩碰撞

■于北(磨铁·文治图书主编)

《身为女性的选择》刚好2月中旬下印,相关舆论热点出现以后,我们立刻完善图书资料,及时和电商渠道沟通,传递了该书即将上市的消息。热点的出圈和持续讨论出乎大家意料,可以说这次是上野老师走入大众读者的一次绝佳亮相。

我们一直有女性主题产品线,所以会注意到这类作品,从《房思琪的初恋乐园》到《坡道上的家》,近几年女性主题出版趋势也从文学小说转向社科理论,上野老师开始进入读者视野。《身为女性的选择》就是上野谈论婚姻、亲密关系、男人、父权、家暴等女性生活中紧密相关议题的一本书。而且对谈人是心理学家、婚姻咨询师信田老师,可以说是一次女性主义与心理学的精彩碰撞。我们邀请了《从零开始的女性主义》译者吕灵芝担纲翻译。吕老师还从亲身经历出发写了一篇译者序言,直陈在婚姻存续状态下遇到的社会现象。

突破性别议题局限,抵达更广大读者

■欧阳钰芳(新经典文化九月工作室编辑)

《始于极限》日文原版2021年7月出版。几乎第一时间,我们就关注到了这一讯息。虽然在中国出版市场,书信对话体图书有广泛影响力者寥寥。但阅读日文版后,我们被文本的力量打动。两位作者犀利的观点与绝佳的语言表达,让我们没有丝毫犹豫,签下了选题。

此后不久,上野老师另一本面向普通女性的大众读物《从零开始的女性主义》上市,很快占据当社科图书榜单第一名。这加固了我们对《始于极限》的信心,证实市场需求的存在;也一度让我们紧张,《始于极限》要如何再攀高峰。编辑过程中,激动、热忱与信心日渐在团队中高涨。基于文本质量和主题跨度,我们判断该书不仅是一本关注性别议题的人才会阅读的图书,于是将其定位为“12大主题聊透女性内心深处纠葛与矛盾”,受众是关注内心声音和自我成长的广大女性。在恰当的营销带动与强有力的发行支持下,该书抵达更广大的读者,快速建立起口碑。上市半年左右,该书发行超30万册。

出版时间巧合,上市一周便加印

■邵嘉瑜(未读编辑)

这次舆论热点发酵是在2月18日、19日左右,那时,《快乐上等》刚上市不到1周。热点事件一出现,各渠道的需求一下子就增加了。

上野千鹤子在日本出版的图书很多,版权比较分散。版代公司推荐该书后,我们当即就很重视。审读后觉得,《快乐上等》的内容与现在的社会环境非常契合,并且上野千鹤子的对谈对象汤山玲子是日本文化领域的意见领袖,对话内容质量很高。做选题报告时,我们翻译了目录和部分内文,大家被深深吸引。多方综合,我们决定引进该书。书中,两位成熟女性的辛辣对话,涉及面非常广,可读性强且比一般普及读物有深度。

热点事件前,上野千鹤子虽然在出版圈已经开始火,但对于大众读者而言仍稍显陌生。《快乐上等》出版前的调研发现,国内对她的报道出乎意料得少。现在围绕上野千鹤子的报道全方位袭来,媒体、KOL、读者等都更加关注,带动了各界对其作品的极高关注度。