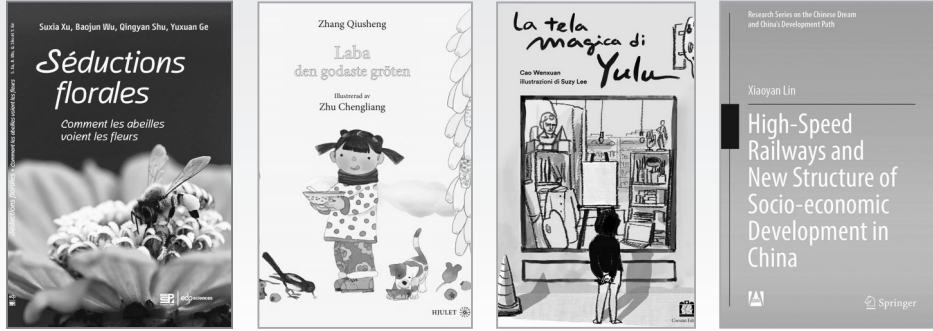


出版“走出去” 拓宽门类 加强合作

■中国出版传媒报记者 渠竞帆

编者按 年初至今,科技、文化、学术、少儿类图书有哪些“走出去”新成果?出版人在实现图书“走出去”方面又积累了哪些新经验和新体会?继上期《文学图书“走出去”闯出新路径》之后,本期刊发采访稿,分享各家不同类型图书“走出去”的成功经验。科技、学术类出版社发挥各自的渠道和合作方优势,拓宽“走出去”图书的门类和效果,而少儿出版社在对外合作中相互助力从而实现了合作的不断深入。



围绕四项方针 拓宽“走出去”图书门类

■王璐(科学出版社国际业务部主任)

科学出版社2023年的“走出去”工作确定了4项指导原则。首先,利用好自有的海外出版传播平台,推动更多高质量学术研究成果“走出去”。科学社东京分社成立14年来,已在日本建立了大型专业图书的个性化发行渠道和较高水准的译者队伍,还与日本多家学术机构保持良好的合作关系。该分社共出版近200种日文图书,仅2023年就出版近10种学术图书,同时也在调研并策划新的业务板块,如利用积累的学术资源举办中日国际学术会议,进而聚集更多优质的译者资源。科学社自2019年收购法国EDP出版社以来,双方合作出版29种英文图书、2种法文图书。2023年双方将进一步扩大合作出版规模,科学社优先向EDP推荐高质量选题,计划合作出版学术专著、高校教材、科普读物等类别共25种图书。未来,EDP将继续与国内外出版机构和专家学者深度合作,出版更多外文图书。此外,EDP还与国内学术及出版机构合作,探索出全新的世界一流期刊建设模式。

其次,继续以重点产品和系列图书带动一般产品和单本书输出。在与EDP的图书出版合作中,我们推荐的高质量教材类选题引起关注。双方决定,在国内优质教材资源的基础上,利用EDP海外平台优势,今年推出“未来科学家”(Textbooks for tomorrow's

scientists)英文版系列教材,EDP结合国际教育体系及学生需求对科学社的教材内容深度改编,以前瞻性教材服务国际学界。丛书第一本《有限元法基础理论》英文版已于7月出版。这套教材填补了当前科技类教材在时效性、全面性、多元文化方面的缺失,同时将中国的科技教育成果融入书中,未来还计划结合创新技术和数字化手段,探索立体化、互动化的学习环境和路径,提升知识服务水平。今年,科学社还将与EDP合作推出更多重点图书,如中国博物馆协会主持的“当代中国博物馆”英文版项目第一卷,计划于11月首届中国博物馆学大会期间在中法两国举办新书首发式。

再次,顺应开放科学趋势,积极尝试创新的图书出版模式,借助开放获取(Open Access)提高图书的国际能见度与可及性,进而提升国际学术影响力。如科学社与施普林格·自然集团合作出版的《宜居地球的未来》(The Future of Habitable Earth)一书,成为其具有里程碑意义的第2000本OA图书。从2020年起,科学社每年与EDP合作出版一卷“中国科技期刊发展蓝皮书”英文版,得到海外读者和专家的高度评价。自2021年该系列转为OA出版后,全球使用量和引用率大幅提高。此外,科学社也尝试对其他语种的图书采用OA

出版,以获得更好的传播推广效果。如EDP根据法国市场文化和学术需求对《蜜蜂眼中的花花世界》法文版进行本土化改编。通过与法国植物学专家合作确保科学名词翻译的准确性,调整原作的编排,增添新的花卉图片并重新解释部分内容,进一步提高了作品的学术价值。为更能打动海外读者,在选题策划时双方确定,选取蜜蜂与花的互动这一环境生态为主题,在科普内容与学术知识之间取得平衡,使其既适合大众阅读,又具有学术创新性。该书定位为“轻学术”图书,将采用OA及按需印刷形式出版,以获得更大范围的传播。

最后,在做好学术专著版权输出的同时,兼顾主题类和科普类图书的对外推介。在推介学术专著选题时,我们发现国际市场对优质的主题读物和科普类图书也有需求。如中国科学院策划的“科学与未来:院士科普丛书”之《征程:人类探索太空的故事》输出法文版和土耳其文版,目前正在文本翻译中。我们也在筹备其他主题类重点出版物的版权输出,力争年内与国际合作伙伴达成协议。

2023年,科学社获得了诸多来自海外的肯定:《中国葡萄酒》英文版荣获2023年第28届“世界美食家大奖”(GWCA),在国际出版界获得高度认可,该书英文版出版后,还与韩国出版社达成版权输出意向。此外,我社合作出版的《东南亚及周边地区气候变化》等4种图书获得了施普林格·自然集团颁发的“中国新发展奖”。

将三苏文化传播至全球

■幸敬杰(四川新华文轩版权和国际出版中心主任)

苏文化的独特魅力。

挖掘作品情感共鸣的秘诀 四川文艺出版社近年来在名家文学、小说和社科类图书版权输出方面成效显著。以现象级IP《琅琊榜》的衍生作品《琅琊榜漫画》为例,近年来中国国漫以及中国文化在海外越来越受到关注和喜爱。该漫画改编自同名小说,作品中人物形象和精美画面充满了中国传统美学质感,在漫画这一呈现方式的加持下,吸引到海外出版人关注并最终购买该书海外版权,版税收入已突破百万元。2023年,该部作品又输出德文和越南文版权。

海外推介最有效的方式 过去数年中,新华文轩通过“线上+线下”方式不断丰富对外推介渠道,每年参加外向型书展近10场,做到了在重要国际书展不缺席。在展场内外,旗下出版单位充分利用线上沟通、在线展贸平台和版权代理,不断调整优化推介策略,例如在书讯中补充成品尺寸、用纸规格参数、拍摄视频等,用丰富的基础性

资料和尽可能多的拓展性内容在较短时间内吸引版权购买方。

如何争取外方支持 在项目输出过程中,我方出版单位往往会要求外方提供整体的出版和营销方案,通过合理的版权授予安排和分工,充分调动双方积极性,以效益为导向驱动外方高质量完成整个出版流程。

推进国家级重点项目的经验 新华文轩近年来积极参与各类对外出版项目申报,每年入选和获得约50个国家级和30余个省级奖项。近年来在执行各类项目过程中,新华文轩旗下出版单位均按时高质量完成。多年实操经验告诉我们,图书的内容和价值、外方出版方向匹配度、外方效率和能力、我方对进度的把控是保证项目成功落地的关键要素。这需要参与方之间建立紧密沟通、相互信任和专业协作,在第一时间对项目推进过程中的任何问题进行响应并积极解决。这样才能确保“走出去”工程项目按时、保质实施并结项。

瞄准国外需求 助推中国学术“走出去”

■高靖(社会科学文献出版社国际出版分社社长)

年初至今版权输出成绩 2022年以来,社会科学文献出版社近70种图书入选国家、社科院的各类“走出去”出版工程。取得这些成绩要归功于我社进一步完善国际出版平台建设,提升国际出版能力。以亚洲经典著作互译为抓手,促进中外文明交流互鉴;以国外出版社需求为导向,主动发掘有价值、有市场的内容资源,挖掘有“走出去”价值的选题;利用线上线下资源沟通中外学术界和出版界,搭建新型“走出去”交流平台;继续探索期刊以及连续性出版物“走出去”的路径,以更多合作模式促成社科文献社的合作出版项目。

挖掘作品情感共鸣的秘诀 我们会对重点产品从海外读者角度进行修订,对作品中的中国元素增加译者注释,以便海外读者理解。

海外推介的有效方式 一般是参展和发

电邮。国际出版工作者要习惯海外机构的工作流程和习惯,电邮是日常工作交流方式,展会是大家遇见新朋友、会见老朋友的重要场合。

翻译、编辑、出版等环节对新技术的应用 在翻译过程中,有些领域的个别项目语料丰富、术语统一,如理论经济、社会学等,我们已开始尝试AI技术与人工翻译校对结合。而有些领域,如历史、文献等,仍依靠专业领域的翻译人才。

如何争取外方支持 以两个系列来讲,一是中国道路发展到今天,越来越需要从文化、文明角度提炼其内容规定性。“中国共产党与人类文明新形态”项目从历史高度、思想深度和实践广度上加快推进人类文明新形态研究,社科文献社筹划出版“人类文明新形态研究丛书”多语种出版项目,英文版与施普林格·自然集团

合作,俄文版与涅斯托尔出版社合作,日文版与京都大学出版合作。二是考虑到城市化、工业化和全球化引发的各种“城市病”,阻碍了城市的可持续协调发展,如何从社会政策、公共政策等方面保证改革开放成果为大多数社会成员所共享,减少社会不平等,消解社会区隔,减缓社会压力,缓解人口老龄化问题,寻求有效的社会治理之道,成为近年来我国社会学普遍关心的问题,社科文献社由此推出“特大城市社会治理研究”丛书,有助于深入开展城市研究。该丛书出版后引起强烈反响,吸引了施普林格·自然、劳特里奇等国际知名学术出版机构关注,并签署了合作出版协议,此系列部分著作获得了中华学术外译项目资助。

推进国家级重点项目的经验 社科文献社在选题策划之初就紧密围绕国家外宣方向,提前着手。在项目立项时,社科文献社制定详细的项目计划书,对项目全流程管理,包括书稿修订、译者选拔、稿件终审及编校、海外出版、宣传推广等。

年初至今版权输出成绩 在保证原创图画书和卡通动漫类等版权输出优势板块持续发力的基础上,中少总社加强主题出版、原创儿童文学和科普类图书的选品及版权输出力度,寻找更多数字产品版权输出机会。年初至今,版权输出近300种。

挖掘作品情感共鸣的秘诀 版权输出要克服的一个问题是历史背景的隔阂和文化差异等因素,具有普遍文化价值的内容较容易获得海外出版人和读者的情感共鸣。另一个问题是少儿图书的趣味性,这是作品能否被海外小读者接受的因素之一。

海外推介的有效方式 开展是非常好的推介方式,面对面交流非常重要,这种交流是有温度和有感情的。而且优秀的少儿图书,印刷和装帧等也是其特色之一,读者需要亲自触摸、阅读才能感受到。朋友引荐和参加行业会议也是有效方式,尤其对于初次接触的海外机构,是一种信任的背书。电邮也是推荐版权书的一种方式,但这种推荐对方获得的信息量会大打折扣。向海外推介时要充分了解对方需求和自己的产品,以对方能接受和喜欢的方式进行推介。此外,版权人员对所推介图书有发自内心的热爱和了解,也是影响推介效果的重要因素。

翻译、编辑、出版等环节对新技术的应用 我们曾尝试将AI技术运用到中文图书的翻译中,但目前接触到的AI翻译在准确性、文学性上有明显欠缺,效果并不好。不过AI翻译对于我们理解小语种国家的图书内容,有一定帮助。

如何争取外方支持 2020年4月我社推出《我是花木兰》丹麦、瑞典语版权,外文版新书均在2021年出版。“花木兰”虽在国际上有一定知名度,但要在丹麦和瑞典这样的“童书王国”

从「花木兰」到「腊八粥」 海外合作不断升级

■刘波(中国少年儿童新闻出版总社国际合作部副主任)

落地并受到读者青睐,还具有很大挑战性。我社版权经理与外方社长多次通过邮件、视频沟通,提供中文版图书的宣发资料和国内销量数据等信息,商议疫情下的推广方案,并建议外方凭借其在国际儿童读物联盟丹麦分会、丹麦行业协会以及与报刊的合作优势,在多个国际书展、行业会议等场合推介新书,在丹麦国家级报刊《Politiken》发表积极书评,在丹麦-中国友好协会期刊发布积极书评,带动了外文版新书销售;丹麦文版新书还在丹麦主流图书馆官网(www.litteratursiden.dk)发布积极书评,提升该书馆藏率,惠及更多当地儿童;瑞典文版新书入选瑞典艺术委员会优秀图书资助项目,该机构采购300册投放到当地图书馆。此外,我社还与外方合作,借助Facebook、Instagram等社交媒体平台,提高曝光率;与线下连锁书店商议折扣促销、节日礼品套装促销等方式,积极推广该书。通过多方面合作加深双方沟通和信任,进一步达成意向,继续出版我社《香香甜甜腊八粥》等中华传统文化绘本的瑞典和丹麦文版。

推进国家级重点项目的经验 中少总社出版的《习近平讲故事》(少年版)、“伟大也要有人懂”系列及《伟大是怎样炼成的》等少儿主题图书版权输出至德国、意大利、捷克等西方主流市场,同时向斯里兰卡、泰国、沙特阿拉伯、俄罗斯等“一带一路”沿线国家推广。这些项目在国家级及北京市出版工程的支持下,在海外顺利落地。为保证项目顺利完成,我社在前期合作阶段选择了信誉好、规模大的海外合作方;在图书编辑出版过程中与出版方密切沟通,在图书内文翻译完成后,聘请国内专家对内文翻译进行审核,并积极配合出版方举办各项宣传活动。

深挖创作故事 助力外文版更“接地气”

■闫安琪(接力出版社国际合作部副主任)

年初至今版权输出成绩 习近平总书记提出共建“一带一路”倡议以来,中国与东盟各国在多领域开展合作。在此背景下,接力出版社响应国家号召,凭借地处广西南宁的优势,着眼于“一带一路”陆海交会地带的东盟地区,建立“接力-东盟少儿图书联盟”,发布了“中国-东盟童书合作计划”。至今已陆续向马来西亚、新加坡、泰国、越南、印度尼西亚等国7家出版机构输出35种图书版权。首批图书纸质版首印量共计2.5万册。接力社目前正在积极组织童书合作计划第二批图书的遴选与出版工作。

另外,“娃娃龙原创图画书系列”是接力社历时10年打造的中国原创图画书精品书系,文本上大胆创新,艺术上大胆探索,提倡体现时代精神和民族文化特色,将文化元素和艺术元素完美结合,将中国的绘画技法和世界最新绘画技艺完美结合,提倡童心童趣。该系列已出版的76个项目中57种图画书已授权到27个国家和地区。今年1-8月,“娃娃龙”系列输出10个语种的95种图书版权;接力社共输出11个语种的169种图书版权。

挖掘作品情感共鸣的秘诀 接力社积极寻求新的合作模式,促成中国作家的喜爱和好评。该书于2021年获得博洛尼亚童书展最佳童书奖“虚构类特别提名奖”。细腻的文字配以木炭线条恬淡的描摹,让海外读者能够迅速、自然地融入故事情节,去面对这种“无时无刻不在我身边发生的事”,实现自我成长。目前,该书版权

已输出至美国、法国、意大利等国。

海外推介的有效方式 除积极参加海外书展外,接力社也积极探索多种版权推介形式,力求建构立体的版权推介体系。如举办海外版权推介及外文书出版座谈会,加强与各国图书馆的合作,组织图书共读活动、借助融媒媒体设立电子书专架展示等。

翻译、编辑、出版等环节对新技术的应用 暂时没有在外文版图书出版的各环节应用AI技术,接力社邀请国内外专家进行审稿,以保证翻译出版质量。

如何争取外方支持 接力社积极配合海外出版社进行外文版图书的宣传推广,组织多种多样的图书宣传活动,增加图书曝光度。例如《鄂温克的驯鹿》法文版由法国世界之路出版社出版后,该社总编辑阿兰·塞尔两次向接力社约稿,进行媒体线上采访,深挖作者、绘者的创作故事。同时,接力社将编辑手记翻译为法文,供海外宣传推广使用。在接力社与世界之路出版社的通力配合下,法国多家媒体撰写专业书评文章推荐《鄂温克的驯鹿》,不少普通读者也在社交媒体发布视频推荐。该书很快走进法国中小学,成为青少年阅读平台的竞赛选段内容。世界之路出版社在充分了解作者的创作经历后,开创性地出版了“四季日历特别版”,丰富图书产品线,在法语区取得了可观销量,并获得了法国广播电台的栏目推荐。

推进国家级重点项目的经验 接力社定期与海外出版方沟通出版需求与进度,制作“走出去”出版工程进度表。通过实时更新、汇总进度表内容,掌握外方需求,及时向外方提供所需信息与素材作参考。图书出版后,结项责任人主动收集外文版图书的销售情况、宣传信息、新闻报道与获奖信息,并建立图书资料库,按时按期完成结项材料提交工作。