

■产经视线

中国科学技术出版社不断加强与国际出版机构之间的交流合作——

用版权输出讲好中国科技故事

□本报记者 李婧璇 实习生 张晓哲

“水知识读本”丛书实现多语种版权输出,目前已在东非各国中小学投入使用;《流感病毒》和《数据之道》两种图书的英文版已面世,并由世界科技出版社负责图书的全球发行销售;《中国农业的四大发明》波斯语版由伊朗丹尼斯什内加出版社签约引进;《见证百年的科学经典》意大利语版和《中国手作——瓷器光华》俄语版均入选2023年丝路书香工程……近年来,中国科学技术出版社通过不断加强与国际出版机构之间的交流合作,用版权输出讲好中国科技故事。

以主题图书为重点 输出多种中国特色出版物

多年来,中国科技社注重发展版权贸易,与许多国家及中国香港、台湾地区的出版公司合作,引进出版了大量的科普科技著作,输出了多种具有中国特色的出版物。今年在第三届“一带一路”国际合作高峰论坛民心相通专题论坛上,中国科协“一带一路”科技人文交流有7项成果被纳入成果清单进行发布。据中国科学技术出版社副总编辑焦健姿介绍,在中国科协的引领下,中国科技社10年来坚守初心、与合作伙伴携手同行。在落实“一带一路”倡议和“讲好中国故事,传播好中国声音”方面,中国科技社以版权输出为核心业务,以队伍国际化能力建设和沿线语种翻译资源汇聚为两翼,以中华优秀传统文化和当代中国科普、科技精品

原创为突破口,讲好中国科技故事。有10余年海外版权拓展经验的中国科学技术出版社国际出版合作部副主任姚勇表示,10年来,“一带一路”倡议为出版社的版权“出海”搭建了平台、创造了条件,使得该社与“一带一路”沿线国家和地区有了更多实质性合作,众多优秀科普、文化出版物借助“丝路书香”等政府项目平台走向世界。近年来,中国科技社积极做好重点主题图书的海外推广,出版推介了一批具有中国特色、凸显中国精神、宣介中国道路、体现中国价值的图书。在不断积累优质翻译资源的同时,该社结合自身资源优势,创新内容表达和呈现形式,实现了精品原创图书的高质量输出。

版权输出有挑战 争取输出成果最大化长效化

在国际交流和版权输出过程中,出版社往往面临着多方面的挑战。结合中国科技社面临的挑战,姚勇向《中国新闻出版广电报》记者分享道,当下,相关国家出版业的地区冲突效应凸显,导致项目合作的不确定性整体增加。“各国出版业仍面临数字化转型、实体销售下滑、市场政治性增强等不利因素,使得各国出版社在选择版权引进选题时格外谨慎,增加了我社推荐选题输出的难度。”版权输出过程中要转变思维、换位思考,立足出版传播对象的特点,根据不同国

家的文化特点、社会舆论接受度,最大程度实现我国输出图书的本土化。比如对于友华国家,可优先开展中国主题的优质选题合作;对于部分滋生反华情绪的国家,可加强阐释、消除隔阂,讲好合作解决方案。“这就要求负责版权输出的经理入不能只是熟悉自己的产品,还要格外关注谈判对象的背景和需求。”“多语种翻译是面向‘一带一路’沿线国家和地区开展版权贸易的必要前提,也是出版社面临的难点。”姚勇坦言,优质小语种译者匮乏,同时,从汉语到英语再到其他语种的转译导致内容和信息偏差,使得寻找译者也成为版权经理人的必要技能之一。“在版权输出过程中要坚持市场化输出和政策化输出相结合,考虑不同国家市场和不同图书种类的现实需求,争取输出成果的最大化、长效化。”焦健姿说,这就要求版权经理团队开展工作时,要兼顾政策和市场,既要熟悉相关版权输出的国家政策,特别是扶持项目的申报重点和难点,又要了解当地市场和外方出版社的出版发行能力,有的放矢地选择合作形式。

适应数字化发展 推进“一带一路”版权合作

随着技术和数字化环境的发展,版权保护面临新的挑战。图书编辑如何应对这些变化?姚勇从四个方面给出了自己的思考。

第一,数字版权意识。面对国内外不同的作者和出版社针对选题引进或输出的不同需求,编辑或经理入洽谈版权合作之初就应具备数字版权意识,要将纸质书、电子书、音频书的版权及信息网络传播权通盘考虑,经谈判同意后授权条件落实到协议之中。第二,编辑流程优化。在审稿和稿件编辑过程中,编辑应主动适应信息化系统升级带来的改变,适应ERP或内容编辑平台带来的效率提升。第三,立体营销思维。编辑应运用立体营销思维,参考产品矩阵并与融合出版部门配合,力争实现最优发行效果。第四,国际活动组织。在数字化时代背景下,国际出版活动的线上组织形式愈发多样,活动频率越来越高,编辑应立足产品需要,多方借力,寻求宣传机遇,促成合作。

据焦健姿介绍,围绕讲好中国科技故事的总体思路,中国科技社将在以下重点方向推进与“一带一路”沿线国家和地区版权合作。一是以参加区域性国际书展和高校多边合作机制为主要方法,加强与“一带一路”沿线国家和地区出版机构的直接联系;二是立足该社特色出版领域,力争实现“一带一路”沿线国家和地区在版权输出、实物出口、版权引进等方面的多层次、立体化国际合作格局;三是加强汉外、外汉双向翻译力量建设,以海外汉学家和国内知名译者为突破口,汇聚“一带一路”沿线主要语种的翻译资源;四是以中国科协“一带一路”多边合作机制和项目为框架,丰富合作类型,扩大合作成果。



国风日历书 火热迎新年

为迎接即将到来的2024年,不少出版社创新形式,推出功能多样、款式丰富的日历书。12月24日,记者在北京市朝阳区中信书店(合生汇店)看到,《敦煌日历》《红楼梦日历》《故宫日历》等传统文化主题的日历书吸引不少读者驻足选购。北京市民陈先生告诉记者,他平日里很喜欢国风主题的文创产品,来到书店,很难不被精美的国风日历书吸引。 本报记者 李美霖 摄

纪录片《这一站,贵州》第一季研讨会举行

本报讯 (记者杨雯)由贵州广播电视台卫视中心、中国社会科学院新闻与传播研究所广播影视研究中心联合主办的纪录片《这一站,贵州》第一季研讨会暨第二季发布会日前在京举行。专家们围绕文艺作品如何助推赓续中华文脉、推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展等话题展开研讨。贵州广播电视台总编辑哈思挺用三个关键词总结了《这一站,贵州》第一季的经

验:“一是重塑。纪录片提炼贵州最具特色的在地文化元素,并通过人的活动进行发掘和阐释。二是传播。主流媒体实现优质文化产品的‘破圈’传播,需要加强与公域流量平台和达人的合作。三是扎根。从《这一站,贵州》到‘村超’‘村BA’,都是贵州台扎根本土深耕、依托文化赋能、传播策略升级的标志性成果。”中国社会科学院新闻与传播研究所党委书记方勇说,《这一站,贵州》以文化

赋能,通过小故事讲述中国精神,展示贵州美丽的自然景观,使得该片具有强大的传播力和影响力。国家非物质文化遗产展览展示研究中心专家委员会主任马盛德表示:“《这一站,贵州》有着鲜明的贵州文化特色。在认识遗产、打造或传播地域文化时,需要考量如何在众多的文化思想当中去选择文化遗产,如何使其更多地契合人类的精神价值和精神追求。”

在国家广播电视总局发展研究中心国际传播研究所所长朱新梅看来,《下一站,贵州》把镜头对准普通老百姓,深入生活、扎根人民。片中的人物有着千锤百炼、百折不挠的精神,这种精神不仅是贵州人的精神,更是中国人的精神,体现了可信、可爱、可敬的中国形象。据悉,《这一站,贵州》第二季以贵州文物和历史文化为主线进行创作,已于12月23日在贵州卫视首播。

湖北广播电视台举办“2023世界超级球星足球赛暨湖北行”系列活动

以球为媒 开辟国际传播新模式

□本报记者 汤广花

由湖北广播电视台主办的“2023世界超级球星足球赛暨湖北行”系列活动近日在武汉举办。活动期间,湖北国际传播中心打造了国际IP“2023世界超级球星足球赛”,共有100余个话题登陆各大互联网平台热搜榜单,全网传播量超10亿次。作为此次活动的具体执行方之一,湖北国际传播中心在活动伊始,以“青春回忆”召唤球迷,接连发布《两位超级巨星能不能来汉,看你了!》《巴乔要来武汉!视频为证!》《“战神”巴蒂也来汉!惊喜还将继续……》《金球奖得主,要来武汉了!》等数篇报道,以图文、视频、阵容剪影海报、话题互动等多形式预告,节奏感强,悬念十足。

本次活动球星阵容豪华,涉及13个国家和地区的36位球星,横贯1994年、1998年、2002年、2006年四届世界杯冠军队主力球星。湖北国际传播中心提前征集了4万余条球迷的“青春告白”留言,比赛当晚,著名足球评论员黄健翔除现场解说外,还精选留言播报。这些留言或喊话20年前的自己,或表白绿茵场上的超级球星,“人面桃花相映红,青春不老笑春风”成为打动全网的话。广东籍运动员何忆义从“2023世界超级球星足球赛替补队员征集”活动中脱颖而出。比赛中,他在巴西球星卡卡的助攻下攻进一球。颁奖仪式上,卡卡把自己“最佳球员”的奖牌挂在何忆义的脖子上。美国最大的通讯社美联社和意大利国

家通讯社安莎通讯社等媒体称,在湖北举办的这场足球赛让人们看到了“足球该有的样子”。湖北国际传播中心还将球赛与湖北文旅深度融合,用赛事“流量”引来文旅“留量”。例如,将巴乔、巴蒂斯图塔、卡卡的3件代表球衣,以1:2000的比例放大成巨型球衣悬挂于武昌滨江高楼上,成为武汉江滩独特风景,成为球迷争相打卡的目的地。巴西足球名宿里瓦尔多在东湖绿道漫步,称赞空气好、风景美;“战神”巴蒂斯图塔等球星在张之洞体育公园与足球少年互动;国际足球发展联合会主席马西和巴蒂斯图塔等打卡黄鹤楼,登楼品尝恩施玉露、利川红;坎德拉等球星登上龟山塔观看武汉

两江四岸夜景,惊叹城市夜色“科技又浪漫”。湖北国际传播中心相关负责人介绍说,在2023世界超级球星足球赛活动中,湖北台一方面深耕行业媒体和圈内大V,打造了一场在足球圈层狂欢的精彩赛事;另一方面,联动央媒、省市媒体、全国各地媒体以及各商业平台进行全过程、全方位、有重点地宣推传播,推动赛事精彩“破圈”。与此同时,数百家外媒关注报道,让世界的目光聚焦湖北武汉。据统计,共1000余家中外媒体报道赛事,数万达人、大V和数以百万的自媒体用户发布相关信息,全网阅读量超10亿次,助推湖北、武汉国际形象和知名度、美誉度持续提升。

■时讯

2023网络文学 十大关键词发布

本报讯 (记者赖名芳)12月27日,澎湃新闻与阅文集团联合发布2023网络文学十大关键词。非遗、AI金手指、考研、种田、无CP、坐忘道、全员上桌、智商在线、短剧、霸总全球化等热词榜上有名,从网络文学的内容题材、行业趋势、文化使命等维度,全面展现了2023年网络文学发展的重要变化与趋势特点,呈现出我国网络文学正在向精品化、高质量发展趋势延伸。

2023年,我国网络文学在高质量传承传统文化脉络方面继续发力。京剧、木雕、造纸技艺、狮舞……上百个非遗项目尽在网文,掀起新一轮传统文化热,“非遗”跃升为阅文女频标签TOP1。在第一届“阅见非遗”征文大赛中,参赛网文达63974部。当前,网络文学已成为大众参与创作、推动全民阅读的一种潮流,其题材内容创作的年度特点也是时代特色的生动写照。今年现实中的“赶考热”带动了《重生的我只想专心学习》等一批“考研文”“考公文”网文的创作。此外,今年“种田”等题材作品的火爆,无疑满足了年轻人“轻减压”的诉求,这也是网络文学与年轻人情绪共振的体现之一。例如,今年改编自起点中文网作品《重生小地主》的业内首部网络电视剧《田耕纪》只播出3天,站内热度就突破25000,将“种田文”概念带入大众视野。值得注意的是,“短剧”成为了2023年热度最高的一个文化热点。由于短小精悍、爽点不断的短剧内容都源于网络文学作品,因此,“短剧=网文MV”也成为网文一大发展趋势。中国社会科学院文学研究所研究员陈定家就本次发布表示,在中国文学源远流长的脉络里,只有20多年历史的网络文学还很年轻,但呈现出不同于以往的文学新气象和新使命。

中华书局与北京文艺广播 开展栏目合作

本报讯 (记者章红雨)中华书局与北京广播电视台文艺广播联合举办的“打开文化之门采访空间”揭牌仪式和《冬至大如年》文化讲座近日在北京市东城区灿然书屋举行。中华书局总经理叶冰表示,中华书局一直致力于传承和推广中华优秀传统文化,本次与北京文艺广播《打开文化之门》栏目合作,旨在进一步推动文化事业的繁荣发展,为大众的文化体验提供更好的平台和资源。受邀出席的文化学者、作家崔岱远与现场读者一起书写消寒图,吟诵数九歌。中华书局最新推出的文创产品《印蒙里的中国·消寒迎春套装》也首次亮相,中国红的套装里内含著名篆刻家、西泠印社名誉社长韩天衡亲自撰写的消寒图年历卷轴、韩天衡书画印纸等,为热爱篆刻艺术的读者带来惊喜。

精装绘本《毛毛》中文版 纪念原作出版50周年

本报讯 (记者杨雅莲)12月22日,精装绘本《毛毛》中文版在京首发。《毛毛》曾荣获德国青少年文学奖,精装绘本《毛毛》为纪念原作出版50周年而作。《毛毛》的作者米切尔·恩德是德国著名作家,以独特的叙事风格和对奇幻世界的深刻洞察而广受赞誉。精装绘本《毛毛》中文版由天天出版社推出,意大利艺术家、博洛尼亚最佳童书奖得主西蒙娜·切卡雷利绘制插画,原作译者李士勋翻译,让这一经典作品焕发了新的光彩。国际安徒生奖得主曹文轩表示,《毛毛》的可贵之处,在于用图画书的方式,让小孩去了解基本的哲学命题。国际儿童读物联盟前主席张明舟也表达了对精装绘本《毛毛》的喜爱:“书中的画面既写实,又富于幻想,营造了一种空灵、悠远、诗意的氛围。”

学者称赞《阮元集》的 整理出版嘉惠学林

本报讯 (记者章红雨)由江苏省扬州市委宣传部主办,广陵书社、扬州市邗江区委宣传部、广陵区委宣传部承办的清代扬州学术暨《阮元集》出版研讨会近日在广陵书社召开。《阮元集》总规模近500万字,是对清代经学家、训诂学家阮元学术成果的细致梳理和认真总结。全国古籍整理出版规划领导小组成员、南京大学古典文献研究所所长、《阮元集》主编程章灿在会上认为,阮元这样的人物之所以能够产生,之所以能够成为扬州学派的领军人物,与其所生长的环境即扬州是密不可分的。阮元的学术贡献不仅在于典籍整理,更在于人才培养,其传承文脉之精神值得世人铭记、学习。与会学者认为,《阮元集》涵盖了经史子集四部,将中国传统学问作为一个整体进行整理和传承,内容浩瀚广博,对于一般读者和研究者了解阮元生平及其学术成果十分有益。