

广西科学技术出版社:

以版权为桥梁 促进中国—东盟文化合作

□何凯俊 朱杰墨子

随着中国与东盟的经济关系快速发展,双方的交流与合作越来越密切。在中国—东盟自由贸易区建成的有利条件下,广西科学技术出版社建设运营“中国—东盟版权贸易服务平台”,该项目旨在为中国与东盟各国提供版权产品展示、资讯交流、版权代理、版权交易等专业综合服务,促进中国—东盟出版产业的交流合作,响应“一带一路”倡议,推动中国出版走出去,平台助力讲好中国故事,传播中华文化。

线上线下同步推进

线上方面,“中国—东盟版权贸易服务平台”充分利用数字化技术、数字渠道,积极探索和推动走出去的数字化转型。平台网站采用汉、英、越、泰、马来、印尼、缅甸、老挝、菲律宾、高棉共10种语言建设网站主要界面,展示信息以汉语、英语为主,提供中国和东盟版权作品的多语种信息发布与推送服务。网站面向中国与东盟各国的著作权所有人、版权代理商、出版商等用户群,设有图书、影视、动漫、文创等贸易服务专区。平台依托门户网站资源,开发一系列多媒体矩阵,同时借力各媒体及书展进行宣传,提高平台影响力,扩大跨区域的市场规模。

线下方面,平台围绕重大展会和时间节点举办了一系列版权活动。例如,2020年、2023年世界知识产权日版权座谈会,国际图书版权圆桌对话活动,中马知识产权交流座谈会,中国—东盟传统文化的传承与传播分享会,“一带一路”版权贸易交流暨《中国种子》新书推介会,“开放合作·共享共赢”版权贸易交流会,中越版权贸易座谈会暨合作签约仪式,2024年广西优秀版权登记作品展,越南、马来西亚工作室签约授牌仪式以及多场版权沙龙,并组织赴越南、老挝、马来西亚的交流拜访活动。通过这些线下活动,平台影响力得到进一步提升,更多版权单位和机构关注到了平台的建设,促进了版权信息交流和人员交流。

目前,平台已与越南芝文化股份公司合作成立越南工作室,与马来西亚城市书苑合作成立马来西亚工作室。平台以海外工作室为基点,开拓当地版权贸易服务市场,联系外方文化机构或文化友人,瞄准国际受众需求,把优秀传统文化中具有当代价值、世界意义的版权图书对外展示,把反映当代中国发展进步的文化成果推向世界,大力推动中华文化走出去。

平台建设初见成效

“中国—东盟版权贸易服务平台”于2018年9月在第二十五届北京国际图书博览会上启动,网站于2019年9月在第二十六届北京国际图书博览会上正式上线。目前,入驻平台的国内外优秀出版机构逾百家,上线版权产品超3000种(含中文、英文及东盟小语种)。

平台以东盟国家为重点,积极开展版权输出业务,并把版权业务拓展到了欧美国家、“一带一路”沿线国家,实现了一批优秀图书输出美国、德国、法国、加拿大、哈萨克斯坦、越南、马来西亚、缅甸等国家和地区。

其中,版权输出美国的《打败新型冠状病毒——要让孩子知道的卫生好习惯》(英文版)入选中宣部对外推广“外文版科普作品库”,《海上丝绸之路》《神奇的中医推拿》分别入选“中国图书对外推广计划”、丝路书香工程,《遇见白头叶猴》(英文版)入选第四届“一带一路”出版合作典型案例,《电化学还原的理论基础和应用技术》《随机漫步与壁虎胶带:象牙塔里走出来的石墨烯》分别入选第21、22届输出引进版优秀图书推介输出优秀图书。

建设至今,平台荣获多项荣誉,获中国出版协会颁发的“出版融合创新优秀案例暨出版智慧推优”荣誉,入选中国出版协会“一带一路”出版工作委员会主办的第二届“一带一路”出版合作典型案例(国际营销和渠道),获广西壮族自治区党委宣传部评选的第三届广西对外传播奖对外传播项目类三等奖,获2022年度广西壮族自治区文化产业发展专项资金扶持。平台越南工作室入选中国新闻出版广电报社评选的2023年度出版发行行业创新案例。通过建设平台和扩大版权影响力,广西科学技术出版社入选2022年广西壮族自治区版权示范单位和2023年中国图书海外馆藏影响力出版百强单位。

版权贸易促进文化交流

图书、动漫、影视、文创等版权产品作为文化的载体,担负着文化传播、传播、交流等职责,版权贸易无疑是扩大版权产品影响力,向世界传递中国声音、传播中国智慧的重要方式之一。版权贸易的发展与扩大有助于加强中国与各国的政治互信、经贸互惠和文化交流。广西与东盟国家海陆相连,在中国与东盟的合作交流中具有区位优势,是中国新闻出版业向东盟走出去的前沿和窗口。

平台立足广西、服务全国、对接东盟,充分发挥“广西出版”文化传播影响力,打造广西对外传播的走出去品牌,更好地对外讲述中国故事,有助于促进中国与东盟国家之间的文化交流,打造中国—东盟命运共同体,推进文化产业整体发展。

未来,平台将与更多国内外版权机构开展合作,在数字平台基础上,通过线上线下互动,以东盟国家为重点,借助区位优势,实现版权输出与引进,促进中国与东盟国家、“一带一路”沿线国家甚至欧美国家出版机构达成长期版权贸易合作,搭建图书和版权人员走出去的新渠道,助力中华优秀传统文化的传承与发展。

(作者单位:广西科学技术出版社)

北京大学出版社:

《全球通史》新译本令经典焕发时代活力

□邬海澄

提到世界史入门图书,相信很多人会想到斯塔夫里阿诺斯的《全球通史:从史前史到21世纪》。这本风靡半个世纪的世界史奠基性杰作,简体中文版累计印刷百余次,销量突破500万册,影响了一代又一代的中国读者,可以说是历史类畅销书中的“常青树”。

今年,《全球通史》将正式发布全新译本,距离2004年简体中文版首次出版已过去了整整20年。在这期间,世界史入门读物层出不穷,原创、引进双轨并进,但斯塔夫里阿诺斯的《全球通史》始终稳居历史类图书销售的前列。这是北京大学出版社的头部图书,更是成功的版权引进案例。从获得版权到维护版权,一路走来,离不开《全球通史》项目团队的努力、版权方的信任,以及广大读者的厚爱。

名家新译经典焕新

《全球通史》是一部富有时代感和现实感的著作,其英文版经历7次修订。中文版面世后亦经历过数次规模较小的修订,每次修订,译者和编辑都反复推敲。近些年,出版社陆续收到读者来信和留言,他们对译文提出中肯的建议和意见。我们深知,这本经典著作应当顺应当代读者的需求,根据时代发展和时代生活的变化,与时俱进地作出修订。

前版《全球通史》已经深入人心,新旧译本的替换过程绝非坦途,推出新译本需要坚定的信念和决心。为了赋予《全球通史》崭新的面貌,编辑团队特邀中国人民大学历史系教授王皖强重译全书,清华大学历史系教授刘北成审校。这两位学者长期从事世界史、西方思想史的教学与研究,多年来在译介经典和前沿史学著作上倾注了大量心力,积累了丰富的翻译经验,有着极高的文字水平。邀请两位学者强强联手,体现了我们对图书品质的极致追求。



《全球通史》新校本新书分享会现场。北京大学出版社 供图

两位学者在翻译和审校的过程中始终秉持严谨的学术态度,细致审慎地选择每一个词语,不断打磨和优化译文。《全球通史》新译本全书逾120万字,翻译、审校和编辑工作耗时近3年。此外,译文还增添了65条详尽的译者注释,努力消除翻译可能带来的阅读障碍,力求译文既“原汁原味”又饱含韵味。

重视发挥读者主体作用

新译本的推出并不是编辑团队单方面的决定,而是顺应时代和读者需求的产物。在过去的20年里,读者一直在为这本书的发展提供宝贵的意见和建议。因此,在启动重译的时候,我们就希望新译本能更加紧密地链接读者与图书,希望该书真正的“主人”——读者能参与到某些出版环节中。请读者参与图书封面设计是我们最先想到的。封面是最直观的视觉展示,可以激发阅读兴趣,传达作品的核心价值,是图书品质必不可少的一环。如果能让读者参与其中,

那么读者拿到的不仅是一本质量上乘的好书,更是一本有温度、充满亲切感的好书。

新译本封面设计之初,我们广泛收集读者的建议和想法,最终设计出三款风格迥异的封面:由代表生命活力的绿与历史沉淀的红所碰撞出的红绿封面;以金属色为基调,体现传统与未来的金银组合;与旧版一脉相承,彰显历史温度的暖色封面。我们将3个备选方案发布在官微上供读者评选,经过激烈的投票,最终红绿封面胜出。

实现多媒体融合出版

《全球通史》中文版上市20年,一直以纸质书的形态“独步天下”。但如今的市场,更迫切地需要多形式、多功能、多载体的阅读形式。这本书能否“与时俱进”是我们面临的巨大挑战。如何让平面化的图书变得立体,让单一的文字巧妙地与新媒体技术结合,通过声像模式呈现,更是迫切需要解决的问题。

清华大学出版社:

“小众”《别慌》的国际化成功之路

□余晓瑾

《别慌》是一位特殊教育教师的日记,详细记录了一名患孤独症的少年,在老师们的引领下,立志为社会服务,投身养老事业,实现人生价值的传奇故事。该书由清华大学出版社于2021年出版,2023年由《别慌》改编的同名话剧在清华大学大礼堂首演,2024年《别慌》(英文版)出版,并在新加坡南洋理工大学举办新书发布会。

《别慌》的作者并非公众所熟知的畅销作家,书中探讨的是特殊教育议题,受众群体相对较小,看似并不具备明显的市场优势。然而,这部看似“小众”的作品却成功跨越国界,以英文版形式走向世界,并在当地引发热烈反响。《别慌》(英文版)新书发布会现场,多位读者登台分享阅读感悟,引发到场嘉宾的深度共鸣。发布会吸引了全球百余媒体高度关注,美联社、华尔街日报、时代财经、新华社等国内外权威媒体对新书发布会进行了报道与转发。

面向英语读者的内容重构

在中文版筹备之初,编辑团队于2018年获取了原始书稿,但彼时书稿内容呈现零散、深奥、近似哲学随笔的状态。编辑团队敏锐洞察到,尽管该书结构和行文规范性欠佳,却蕴含着极其珍贵的原创资料。他们通过与作者深入交流,逐渐理解了作者的独特思路和表达。最后,历经10余轮严谨的修订与打磨,书稿终于呈现出符合出版规范、易于被读者接受的形式,并于2021年出版。

英文版在确保与中文版主题一致的基础上呈现显著差异,以更好地符合海外读者的信息需求。具体而言,英文版选取了一系列更具普适性与国际关注度的情境,加入了解决网瘾、叛逆、黑社会背景问题的案例,将中文版附录中关于自闭症应对策略的内容予以删减,力求与英语世界读者的



《别慌》(英文版)新书发布会现场。清华大学出版社 供图

社会关切紧密相连。

在至关重要的翻译环节,清华大学出版社成功邀请到美国某知名学府的一位硕士研究生高赫飞担纲译者。高赫飞凭借扎实的语言功底和精益求精的工作精神,高质量地完成了书稿的英译任务。此外,《别慌》(英文版)采用质地轻盈、触感舒适的轻型纸张,体现出对海外读者阅读习惯的深入理解和尊重。

紧扣全球家长关切热点

图书出版虽然以解决社会问题为初衷,不以单纯迎合市场需求为导向,但《别慌》(英文版)所关注的议题——自闭症、网瘾、厌学、抑郁等青少年心理健康问题,恰恰与全球范围内众多家庭的实际需求不谋而合。

《别慌》(英文版)记录的教育创新之路为许多家庭提供了宝贵的经验和指导,满足了他们迫切的需求。不仅新加坡家长有此困扰,国内诸多家庭同样深受其苦,特别是高净值人

群家庭,由于资源相对充足,他们深知一个孩子的问题可能给整个家庭带来深远影响。因此,他们对寻求专业、有效的解决方法抱有极高的热情。

此书也符合教育工作者的需求。妈妈别哭基金会聚集了许多有类似问题的家长,旨在通过公益活动解决问题,并且扩大基金会影响力,不仅解决中国、新加坡家长的问题,也能让美国、加拿大的家庭受益。高质量的教育内容既要为读者服务,也要作为一项慈善事业服务所有受心理问题困扰的家庭。目前,新加坡家族传承学院正考虑将《别慌》(英文版)列为教材,此书的教育理念与学院致力于提升下一代教育质量的工作需求相吻合。

话剧艺术撬动国内市场

《别慌》定价较高,首发印量仅3000册,上市半年内市场反应平淡,销售乏力。然而,在话剧版《别慌》公演后的一个月,图书竟

在短期内以原价售出超过2000册,话剧艺术推广策略的威力由此可见一斑。

《别慌》一书虽文字深奥难懂,但对话生动且富有话剧语言的特点,编辑团队决定打破常规,大胆尝试将书籍改编为话剧的形式进行推广。值得一提的是,妈妈别哭基金会的创始人冯岚就是通过话剧版《别慌》了解到原著书籍,进而主动联系清华大学出版社,成功将话剧艺术与图书推广紧密合作,离不开多方力量的合作与高效的资源融合。

清华大学出版社和妈妈别哭基金会合作,在海外举办《别慌》(英文版)读书分享会以及新书发布会,采用多元化手段,增强了图书的国际影响力。其中,新书发布会精心策划了嘉宾参与的活动环节,也邀请到青年教师刘平,她就是帮助书中主人公友庆成功收获爱情的“红娘”老师。发布会还设置了作者与记者、读者互动提问环节,让读者有机会与作者进行面对面的交流。而图书分享会则在一个温馨而充满书香的环境中拉开帷幕,现场为读者准备了舒适的座椅和精美的茶点,营造出一种轻松愉悦的氛围。几位读者在分享会上讲述了自己孩子成长过程中的艰辛与不易,以及新书给她们带来的启发和帮助。

出版社要提升国际影响力,需深入挖掘特殊教育等热点领域,结合国际市场需求,推出具有针对性的图书产品。《别慌》的国际化之路表明,内容国际化不仅需聚焦优质内容的创作与打磨,更要注重资源整合、媒体融合等多元化推广手段的运用,以及对目标市场趋势与读者需求的敏锐洞察。同时,在内容加工过程中,我们还应注重目标读者的需求,打造适应国际市场的产品,适销对路才能真正让图书“走出去”“走进去”。

(作者单位:北京大学出版社)