

探讨我国少儿出版“走出去”的策略与意义

陈虹余

(吉林美术出版社有限责任公司 吉林 长春 130000)

【摘要】在“一带一路”倡议的带动下,图书出版“走出去”成为促进我国与丝路国家相联系的文化桥梁。少儿图书因为文化壁垒较小的特质,成为出版业“走出去”新的增长点。少儿图书版权贸易的本质是文化的传播与交流,中国文化的辐射力与中国少儿图书的版权输出更是相辅相成。本文从我国少儿图书版权贸易的现状出发,从在文化层面对少儿图书的版权输出进行对策性分析。

【关键词】出版;版权贸易;少儿图书

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2019.12.295

“一带一路”正式进入全球行动阶段以来,我国在积极发展与沿线国家经济合作伙伴关系的同时也在深化与沿线国家的文化融合。少儿出版“走出去”推动了我国及世界儿童教育的发展,有利于加深其他国家对中国文化的了解,展现中国经济快速发展所带来的社会变化。少儿图书易传播、文化差异较小的特质使得少儿图书出版“走出去”成为我国出版产业“走出去”的重中之重。在此政策环境和整个行业的共同努力下,我国少儿出版“走出去”在推广区域、营销渠道和品牌建设等方面取得了发展,但是贸易逆差仍然存在,如何扭转现状,笔者认为,可以从以下几个方面入手。

一、积极寻求版权贸易合作

1. 参加国际书展

参加世界范围内的少儿图书展会,寻找合适的对接出版商,通过参加国际书展,探测世界出版气候、沟通出版信息、了解出版界的最新动态以及预测国际出版趋势,实现有效、优质的版权输出。

世界著名书展如下:

博洛尼亚国际童书展 Bologna Children's Book Fair

伦敦国际书展 London Book Fair

美国书展 Book Exposition of American

法兰克福书展 Frankfurt Book Fair

日本东京国际书展 Tokyo International Book Fair

北京国际图书博览会 Beijing International Book Fair

阿布扎比国际书展 Abu Dhabi International Book Fair

开普敦国际图书展 Cape Town Book Fair

2. 与版权代理机构合作

出版企业应与版权代理机构密切合作,通过国内外各种途径,寻找外国出版公司,开拓国际市场。具体方式有:派遣推销小组,在国外建立相应代理机构,以及通过我国驻外商务机构,协助开展对外宣传等工作。

3. 利用对外推广网站

出版企业可以通过国内国际性推广网站宣传适合版权输出的原创图书,使得国外出版机构能够快速地掌握国内出版机构的图书信息,以便达成图书版权输出贸易。

二、加强对版权贸易的监管力度

我国少儿出版企业在版权引入的过程中切忌盲目跟风,不能单凭国外销售排行榜等简单的衡量指标就争夺热门书籍的版权,而是应该选择当地有影响力的出版机构进行合作,进而培养专业的版权贸易人才队伍。

另外,版权输出虽然应该成为我国少儿图书海外推广的主要形式,但不应该成为主要目的。提高中国少儿出版产业在国际上的影响力,传播中国文化才是最终目的。在版权输出协议达成后,出版商还应该加强对版权输出的管理工作,认真履行合约,及时督促书稿对接和图书制作工作,调整输出品类结构,实现高质有效的输出。

三、版权运营与品牌建设相结合

版权合作的一个重要目标就是打造品牌产品,实现效益的最大化。我国少儿出版企业应积极学习国外出版业的版权运营手段,强化优质品牌的再生能力。

少儿出版的品牌建设首先在选题上要注重趣味性,淡化教育性和文化差异性,寻找文化的共通性。儿童爱冒险、好奇心强、探索欲望强,喜欢活泼可爱、形象鲜明的人物形象,这在任何一个国家都是共通的,所以,我国出版企业与合作方的合作策划一定要抓住这个共通点。

四、提高少儿图书的原创水平

决定少儿图书“走出去”成功与否最重要的因素在于选题的策划,从选题内容定位、作者选择、编辑团队组建等方面下功夫,才能让“走出去”图书获得较好的社会效益和经济效益。高品质的内容资源是版权输出的基础,也是品牌经营的基石。目前,我国少儿出版“走出去”已经不满足于对经典作品的改编输出,而是致力于打造优质原创内容。

1. 储备优质的作者资源

优秀的作者不仅仅是高品质图书的创作者,还有多种潜力资源。编辑不仅要善于发现,培养,维护优秀作者资源,还要善于挖掘其潜力,并且用好每一位优秀作者的潜力资源,才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟。

2. 培养优秀的编辑团队

如果作品只是写得好是不够的,好的原创作品还需要一支优秀的编辑队伍来打磨、包装。我国的出版企业应该加强少儿图书编辑的专业素养和文化素养,培养少儿图书编辑对儿童心理和优质选题的洞察能力。

3. 培养合格的翻译队伍

“丝路书香工程”也提出打造精品翻译的理念。在此政策环境下,少儿出版“走出去”首先要做好翻译这项基础工作。出版企业可以积极寻求政府的政策支持,如申请翻译基金、出版基金等。

4. 精心打造选题

出版企业应充分尊重幼儿的具体形象思维特征,善于运用形象化的方式表现抽象内容,牢牢把握幼儿心理发展的条件和基础,为儿童提供所需的高品质的精神食粮。

五、少儿出版“走出去”的深远影响

1. 助力我国儿童教育的发展

青少年是祖国的未来和民族的希望,对青少年阅读的培养关系到我国新一代社会力量的道德成长、文化层次以及价值取向。少儿出版“走出去”有利于加强我国与国际儿童教育界的联系和沟通,少儿图书市场的繁荣能够丰富儿童的阅读资源,进而带动我国儿童阅读能力的提高。少儿图书出版“走出去”还能带动国际先进教育理念的引进,从而推动我国儿童教育的深化改革和发展。近年来,我国儿童教育界所提倡的“分级阅读”“亲子阅读”“深阅读”等教育理念都与少儿出版业“走出去”分不开。

2. 助力世界儿童教育的发展

“一带一路”倡议下,伴随着跨界融合的大潮来袭,我国少儿出版“走出去”势必成为我国文化传播的重要渠道,中国也将由出版大国向出版强国升级。我国少儿出版成功“走出去”有利于展现近年来中国经济快速发展所带来的社会变化,让更多国家的新生代了解中国的文化。今后,我国少儿出版“走出去”将逐步转向文化产业“走出去”。

我国出版企业只要坚持立足国内、充分竞争,就一定会越来越有优秀的原创作品涌现出来,就一定会越来越多的少儿图书走向世界,更好讲好中国故事。少儿出版“走出去”推动了我国及世界儿童教育的发展,有利于加深其他国家对中国文化的了解,展现中国经济快速发展所带来的社会变化。

参考文献

- [1]田又萌.“一带一路”战略下我国出版产品“走出去”的机遇及策略研究[J].出版广角,2016(16):61-63.
- [2]张楨.从看客到主宾,中国少儿出版国际影响力日益增强[N].国际出版周报,2017(04):17.