

国家新闻出版广电总局原副局长、中国出版协会常务副理事长邹书林认为,中国学术强是中国出版“走出去”的基础,否则“走出去”就是无本之木。

科技出版无国界

■本报见习记者 张文静

乘着“高铁风”

“中国高铁集成了43000项关键技术,行车时速达到350公里以上,这方面的学术出版大有可为。”国家新闻出版广电总局原副局长、中国出版协会常务副理事长邹书林认为,中国学术强是中国出版“走出去”的基础,否则“走出去”就是无本之木。

国际知名科技出版商爱思唯尔也看到了中国高铁出版的潜力。在今年8月举办的第二届中国学术出版“走出去”高端论坛上,爱思唯尔集团中国区政府关系总监张玉国透露,爱思唯尔很快将与上海交通大学出版社合作推出“中国高铁”系列。“我们要做的就是将中国最需要的科研信息‘引进来’,再让中国最优秀的科研成果‘走出去’。”张玉国说。

作为近年来合作出版了大量中国学术出版物的国际出版商,爱思唯尔一直关注中国科技的发展。张玉国认为,近年来中国的科研实力上升飞快。从学术论文的发表数量来看,从2004年开始,十年间中国的学术论文发表量迅速攀升到国际第二,仅次于美国,约占全球全部学术论文的15%;从质量上看,2013年,中国C9高校联盟发表的论文被引用的频次和科研影响力已经超过了日本的RU11(日本顶级高校联盟)。

中国科研竞争力不断增强为中外出版机构在科技出版“走出去”方面的合作奠定了基础。早在2012年,上海交通大学出版社就与爱思唯尔签订了“大飞机出版工程”版权输出协议,一次性输出“大飞机出版工程”五种精品学术专著。爱思唯尔很快将与上海交通大学出版社合作推出“中国高铁”系列。

科学普及出版社(暨中国科学技术出版社)副总编辑单亭近几年也在操作出版“走出去”的国际合作,对中国当前科技实力变化对出版“走出去”的影响有着切身感受。“从大的环境来说,随着我国经济和科技实力的增强,整个科技出版‘走出去’要比以前活跃得多。而且,国家又有一些政策鼓励,比如‘经典中国国际出版工程’‘中国图书对外推广计划’等。现在,许多科技类出版社都在做科技出版‘走出去’。”

在合作中,单亭发现,现在的国外出版商主要对中国科技实力较强的领域或有一定中国特色的科技领域感兴趣,这些领域的出版合作也比较顺利。比如,《中国机械工程路线图》以及展现我国近年来科技传播与普及发展情况的《科技传播与普及概论》等就与国际知名科技图书出版集团施普林格合作出版,颇受欢迎。

挑战很大

近年来,包括科技类出版社在内的整个中国出版行业都在进行转企改制。“虽然没有最终完成,但生产关系的调整使整个出版行业的生产能力得以解放和提升。”全国政协委员、中国新闻出版研究院原院长郝振省说,“出版行业生产力的发展必然要求与其匹配,所以‘走出去’是必然的,特别是大的出版集团都把‘走出去’当作重要的发展战略之一。”

在上海交通大学出版社社长韩建民看来,当前的中国科技出版“走出去”必须讲求效益,包括经济效益和社会效益,不仅要积极开拓国际和国内两个市场,还要创造出可持续发展的模式。

但与“走出去”的迫切需求相比,当前我国的科技出版却存在着诸多问题。与爱思唯尔、施普林格等国际知名科技出版商相比,国内科技类出版社在国际方面也有不小的差距。

郝振省认为,中国科技出版与中国整体出版“走出去”在面临的问题上有一致性。“从版权输出和引进的比例上来说,差距虽然大大缩小了,但我们输出的不少出版物在国外的市场份额却很不理想;从区域结构上看,很长时间以来,我们的‘走出去’多在中国港澳台地区、东南亚国家等华语圈内打转,这几年我们走进发达国家份额在不断加重,但规模化和高质量的输出还处于刚起步阶段;从内容上看,以前



蒋志海制图

我们输出的主要是四大名著、武术、医药等传统内容,现在中国模式、中国道路等出版物输出明显加强,但真正原创、叫座、有影响力的出版物还不够;从渠道上来说,我们传统的是实物‘走出去’、版权‘走出去’等,数字出版‘走出去’有一定势头,但与国外出版集团数字化50%、甚至90%的‘走出去’份额差距也很大。”

“我们现在有3000万在校大学生,根据科技部最新的统计,我们有350万研究人员。这是把纯粹从事研发的人作为一个人,两个大学教授算一个当量,这样加起来有350万。高校科学和社会科学有58万研究人员。加起来有400多万人在从事研究工作,这是一笔巨大的资源。”邹书林说,“如果这400多万研究人员作出的成果是高水平的,并且是按输出规范作出来的,那就是对世界文明的贡献。如果反过来像现在这样学术腐败、互相抄袭,好的论文拿到国外去发表,就无法提升中华民族当下的学术文明规范和道德。”

对于一流科研论文“出口转内销”的现状,郝振省认为主要是国内的一些科研评价体系的导向需要调整。“现有的某些评价标准实际上要求科研人员在国际知名刊物上发表论文,才能获得某种资质。这样,国内一流的科技文章往往首先发表在具有国际影响力的刊物上,然后被收录到他们的数据库,我们再去购买。”郝振省说,“同时,我国科

技的原创力还有待提高。现有的各种考核要求科研人员每年都要出成果、发文章,这就迫使科研人员穷于应付,其实,并不利于科技创新。”

在科学普及出版社引进的图书中,来自美国的科技类、学术类图书数量最多。“从宏观的层面讲,中国科技整体实力还没有达到世界领先的位置。而从出版角度来说,制约科技出版‘走出去’的障碍主要在语言翻译和国内外学术规范标准不同上。”

数字出版

在科技出版“走出去”取得的成绩中,郝振省尤其提到了国内的“数字出版四大名旦”:同方知网、万方科技、龙源期刊和重庆维普。“我国的科技期刊占有期刊的一半,这四家数字出版机构在技术渠道方面一定程度上实现了科技出版‘走出去’的目标。他们通过将发表在刊物、重要会议和论坛上的知识经过数字化处理,变成数据库,通过搜索输出给客户,将知识产品销售往全球。”

“数字出版,无论你想不想做,它都是今后出版的发展方向。”单亭表示,“美国很多期刊现在很少有纸质的,尤其是学术期刊。”在电子出版方面,单亭的团队也在探索新的“走出去”

学术出版作为小众的畅销书,非常适合以数字出版和按需出版的方式“走出去”。

众书网的探索

■本报见习记者 张文静

开始输出到美国出版,并在美国亚马逊网站开始发售。

众书网出版“走出去”的具体操作模式就是首先与国内出版社或作者合作,将作品版权上传到网络平台,由平台进行编辑出版,并将产品信息在美国亚马逊等国际发行体系进行征订,获得订单后直接在当地进行按需印刷和配送,同时用户也可以通过亚马逊Kindle、苹果iPad等阅读器进行下载阅读。众书网平台在获得图书销售收入后按协议比例转交中方合作出版社与作者。

“目前,众书网已经与美国亚马逊网络书店、英格拉姆、贝克泰勒、巴诺书店,英国的布莱克威尔、水石书店,韩国教保文库等多个国际出版物发行网络建立了合作关系。这样,众书网就不再需要单独开辟国际发行渠道,节约了成本。”郝振省说道。

“学术出版作为小众的畅销书,非常适合以数字出版和按需出版的方式‘走出去’。”郝振省说道,“在数字出版和按需出版条件下,小众书可

以变成大众书,畅销书可以变成长销书,因为每时每刻都有不同的学术书在销售。按需出版突破了实物出版‘走出去’的时空限制,其本性就是大信息、大市场、大消费、大资本、大运作。”

郝振省介绍,目前很多国际知名出版商在国际化方面都采取了按需出版的模式。“比如剑桥大学出版社,每年出版数百种学术专著,平均销量只有几百册,而这几百册库存还需要很长时间才能消化掉。”郝振省举例道,“但按需出版模式将这些困扰传统学术出版的问题解决了。剑桥大学出版社的学术著作项目原来每年需要数百万英镑的补贴,现在反而能够为出版社贡献数百万英镑的利润。我们从中可以看到按需出版推动学术出版转型的力量。”

现在,众书网正在发起建立一个名为“中国学术精品文库”的项目,将中国的学术成果向国际主流渠道进行推广和传播。“中国科技出版‘走出去’也同样符合国际按需出版的模式。未来,在科技出版‘走出去’方面,众书网也有可能成为一支重要力量。”

不过,在科技出版“走出去”方面,郝振省并不认为数字出版能够完全替代传统的实物出版。“未来,还是应当多种‘走出去’模式并存。在与我们的语言、文化和生活习惯接近的邻国进行贸易时,以实物出版物直接打入这些市场也是可以的。只不过,我们正处于数字出版的时代。”

文化微议

《现代汉语规范词典》增补热词

国家语言文字工作委员会重点项目《现代汉语规范词典》完成新一轮修订,推出第3版,增补上百条新词,“微信”“失联”“正能量”“吐槽”“拍砖”“接地气”“细颗粒物”高频热词都被收入其中。“屌丝”“白富美”“喜大普奔”等词汇未被收入。

一些词语的新义项、新用法也被增补到新版中来。例如,“土豪”一词,原指农村中有钱有势的恶霸地主,现补充了新的义项:“今也指富有钱财而缺少文化和正确价值观的人”。另外还对热点新词进行了准确、实用的解读,如“网购”等。

点评:新词的出现频率越来越高,增补新词、补充新义项大概会成为每次词典修订的重点工作。

盘点“博物馆生僻字”

去过博物馆的人都会觉得,通过参观展览,可以学到很多课本上学不到的知识。可是,对于一些陈列在展厅里的文物,不少人都叫不出它们的名字。

最近有不少文物爱好者转发“学会这些字,到博物馆轻松变学霸”的微信,把“博物馆里那些你不认识的字”做成了大图,罗列并介绍了“薰”(rū)“鬯”(yān)等26个生僻字。

看了对这些字的字音和字义的解读,不少网友笑称,有些像小朋友看图识字的感觉,但能增长不少知识。有网友称:“再也不用担心一进博物馆就变文盲了!”

点评:如果每家博物馆都在醒目位置放上这样的挂图,是不是大家会更有兴趣、有信心进到博物馆呢?

上海删除小学一年级所有古诗

今年上海小学一年级语文课本比原来轻薄了很多,不仅删掉了旧版本中全部8首古诗,7个单元45篇课文也缩减为了6个单元40篇课文,篇幅总量减少了,识字量和写字量也减少了。

不过部分家长对此也表达了疑虑,他们认为从8首古诗到一首不剩,有些矫枉过正,“古诗是很好的文学形式,如果能保留一两首,让孩子适当学习,并不会增加多少负担”。

但相关负责人介绍,现在用另外一种形式呈现古诗教学,即以听诵古诗的方式学习,因为这样的古诗学习既没有识字、理解诗句意思的要求,更没有抄写、默写的要求,只是引导学生在听听读读、诵读的过程中积累古诗。

点评:本来不以考试为目的的学习会是愉快的,可问题是一旦不进入考试环节,不为老师和家长重视,其学习效果就会打折。其实,启蒙阶段是否应该增加传统文化的学习而不是减少?

襄阳“伏羲石雕”停工

因要修建高70.5米、长230多米的伏羲摩崖石刻雕像,湖北省襄阳市这个号称全国最大石刻雕像工程遭多方质疑。迫于各方压力,近日当地政府暂时叫停这项工程。

对于此事,网友们认为在山上雕刻石像,不仅破坏环境,且这样的人造景观无法带动旅游,是劳民伤财。

相关公司负责人解释:“我们不是在破坏环境,而是在改善环境并制造艺术品。”而且,这项工程耗资约2.5亿元,全部由公司出资。建最大雕刻石像就是为了吸引眼球。现在他们正停工调整施工方案。

点评:虽然是公司行为,但涉及到一个地方的文化和环境,就不得不慎重。这件事给人们的提醒是,在建设一个大项目前,也应该充分听取大众的意见。

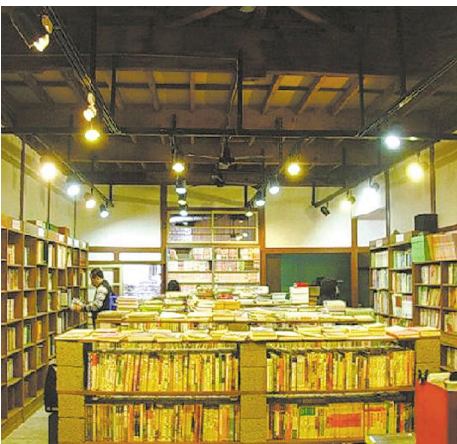
实体书店“复兴”

近日,开卷图书发布了《2014年上半年中国图书零售市场报告》。报告显示,相比于近两年图书零售市场的成长乏力,2014年上半年,全国实体书店图书零售市场同比增长率达4.22%,结束了过去两年的负增长现象。

进入2014年,多个月份市场同比出现明显上升,上半年同比增长幅度已经接近2011年同期水平。开卷实体书店图书零售综合指数也在2月创出历史新高,地面渠道图书零售市场回暖成为现实。

报告分析,近几年来,更多的书店卖场开始思考在互联网影响和体验经济背景下的卖场优势及适合自身的顾客定位,而店面升级、品类扩展也成了很多实体书店的调整举措。最终带动了实体书店经营理念的提升和经营业绩的改善。

点评:国家政策的扶持是一方面,实体书店自身的调整自然也很重要。希望这一“复兴”能走得更好。



实体书店 图片来源:百度图片

栏目主持:喜平

文化资讯

中国中外文艺理论年会召开

本报讯 近日,中国中外文艺理论年会第十一届年会在河南大学召开。来自国内外的500余名专家学者以“面向时代的文学理论与批评”为总议题,结合当代文坛面临的困境与机遇,针对“大数据时代”下,文学理论与批评的研究现状及发展前景各抒己见。

当前文学理论与批评处于尴尬境地,但也面临着机遇。在“大数据时代”背景下,需要文论工作者创新研究方法,积极做好大数据时代下文化

与科技的融合

鉴于当下各种学术研究呈现出的“计算”趋势,有学者以弗兰科·莫莱蒂的文学定量分析法为例,提出讨论大数据时代文学研究方法的一种可能性。

契合文化体验和美学需要建立中国文论话语,是会议的一个热门话题。这一方面要求融入本土的中国文化经验,又要研究者跳出中国文化事实、与此保持一定的距离,并找到二者之间的平衡点,并以此来构建一个中国文学批评的价值平台。(谭永江 王凤一 董兰兰)

第三届《歧路灯》海峡两岸学术研讨会召开

本报讯 日前,第三届《歧路灯》海峡两岸学术研讨会在河南平顶山学院召开,来自海峡两岸的50余名专家学者出席了会议。《歧路灯》是清代康熙时期河南宝丰人李绿园所著的长篇小说。本次会议收到论文30余篇,与会学者就李绿园与《歧路灯》相关新文献的发掘与利用、《歧路灯》电视剧本的改编与拍摄、《歧路灯》文

化价值、语言学价值、李绿园的人生阅历与小说创作的关系等问题展开了讨论,并对以后如何展开《歧路灯》研究、如何宣传推广《歧路灯》达成共识。

《歧路灯》研究作为平顶山学院伏牛山文化圈研究中心的重点研究领域,在近五年取得了重要进展,召开了3次海峡两岸学术研讨会,组建了《歧路灯》与李绿园研究所、《歧路灯》研究资料中心,成立了“《歧路灯》研究会”等,并取得了重要学术研究成果。(史俊庭 曹萍)