

# “一带一路”背景下学术图书的开发与走出去

辛颖

(国家开放大学出版社, 北京 100039)

**摘要:**学术图书是我国学术研究活动最为重要的载体之一,是中国社会发展中的重要资源,具有重要价值。“一带一路”倡议背景下,中国文化的传播影响力逐渐扩大,因此,我国政府高度重视学术图书的开发与“走出去”。然而,当前我国学术图书的开发与“走出去”仍存在问题,如话语权缺失、开发和传播渠道单一等。如何对接国际学术图书出版标准,为中国文化和研究成果的国际化传播提供有效途径,提高中国学术话语权,是我国学术图书策划和出版者需要考虑的重要问题。

**关键词:**一带一路;学术图书;开发;“走出去”

**中图分类号:**G239

**文献标识码:**A

**文章编号:**2096-5079(2021)02-0095-02

## 一、引言

2013年,习近平总书记提出了建设“一带一路”的倡议,提出依托古代丝绸经济之路,打造高效的区域经济、政治、文化合作交流平台。文化部特制定了“一带一路”文化发展行动计划,旨在助推“一带一路”沿线国家和地区积极参与文化交流与合作,促进文明互鉴,实现亲诚惠容、民心相通,推动中华文化“走出去”。2017年,人民大学出版社发起的“一带一路”学术出版联盟,正式在北京成立,成立之初就已有29个国家地区的90多家出版企业、学术研究机构、专业学术组织等参与,这对于推动我国学术图书“走出去”,加强“一带一路”沿线国家和地区的学术文化交流,具有重要意义。在此背景下,本文将结合“一带一路”倡议的发展背景,分析中国学术图书开发和“走出去”的必要性,探究其“走出去”所面临的一些困境,并以国家开放大学出版社组织开发的“世界开放大学案例研究丛书”(第二批)为例,针对性地提出相应措施。

## 二、中国学术图书开发与“走出去”的必要性

改革开放以来,我国社会经济发展迅速,群众对于精神文化的追求也越来越高。随着教育的普及,人们对于知识的追求也呈现多元化的发展趋势。学术图书作为社会发展中重要的知识和信息资源,是教育和学科研究活动最为重要的载体之一,也是文化传播的载体之一。中国学术图书彰显了我国在学术方面的基本素质和修养,呈现了研究者的学术意识、学术知识、学术能力以及学术伦理道德,更是我国重大研究成果和新知识的组成。因此对学术图书进行选题开发和出版有重要价值。

党的十九大报告明确指出要坚持文化“走出去”战略,加强我国文化传播建设,增强我国文化软实力。中国五千多年的文明历史孕育了多彩的文化和思想,要想将中华民族优秀、独到的思想和最新的研究成果传播到世界各地,离不开学术图书的“走出去”战略。只有坚持学术图书开发和“走出去”,才能使得国外的学者和文化喜爱者能够通过学术图书,了解中国文化、思想见解、研究水平,扩大中国文化和学术研究的国际影响力,提高中国文化和学术界在世界上的话语权,为中

华民族的全面复兴提供有利的国际文化环境。如今,我国的很多出版社认识到了学术图书开发和“走出去”的重要价值,在引进世界经典理论论著的同时,也将我国学术界的声音传播给世界。而“一带一路”倡议的提出,又为我国学术图书提供了选题开发的新思路,以及对外宣传和学术交流的新方向。

## 三、“一带一路”倡议背景下学术图书开发与“走出去”面临的困境

### (一)中国学术话语权缺失

由于历史长期闭关锁国及战争影响,改革开放落实也才四十多年,中国文化在国际文化上的影响力相对较低,中国学术研究也呈现一种“学徒状态”,中国学术话语权式微。新中国成立以来,随着我国政府对于学术研究的重视,投入了大量的资源建设学术研究,已经形成较为复杂的学术发展体系,我国学术出版的规模也越来越大。但出版社作为一个实行企业化管理的经营单位,越发重视自身的经济效益,因此我国学术图书出版或多或少地会受经济效益的绑架,导致高水平的学术著作、具有创新意义的学术出版成果不是很多,学术含量较低,影响了我国学术图书的话语权,学术图书的公信力不足。

另外,我国对学术图书的标准较宽,缺乏严格的学术出版评审制度,绝大多数图书是以中国读者和国内市场为对象,其内容结构、写作方式与国际通行的学术写作标准有差距,直接影响了我国学术出版物的严谨性和权威性,也影响到国际上对我国学术图书的接受和认可。

### (二)学术图书的开发和运营模式单一

在“一带一路”倡议背景下,我国学术图书出版行业已经基本上达成了“走出去”的共识,各大出版社纷纷响应号召,加强与海外一流学术出版社联系,努力寻求合作,从而使中国学术图书的海外传播获得一个较高的起点。然而值得注意的是,我国当前的学术图书开发和传播渠道仍然较为单一,仍然以版权输出为主要的开发和传播形式。造成这一结果的主要原因是中国学术出版的“内功修炼”不足,自身学术出版水平和能力不够,无法吸引海外出版社前来与国内出版社

**作者简介:**辛颖,女,汉族,北京人,硕士研究生,编辑。研究方向:高等教育教材、英语考试、远程教育、学术出版。

协同出版。

此外,一些学术图书出版商仍以传统经营理念为主,并不主动开发学术图书的国际传播价值,还是立足于国内的资源和市场,缺乏获取全球优秀学术内容资源的能力和开拓海外市场的动力,缺少全球化运营、国际市场开拓的竞争力。

### (三) 学术图书的翻译问题

学术图书开发和“走出去”的关键在于图书内容质量,然而基于文化和语言体系的差异,国外学者对于中国学术图书的理解难度较大,学术图书翻译工作显得尤为重要。

一直以来,翻译问题是影响我国图书“走出去”的重大因素,国家有关部门也意识到了翻译人才培养的重要性,投入了大量资源,建设了中国文化图书相关的翻译项目,然而对于学术图书翻译项目的投入较少。

通常情况下,学术图书的翻译往往是由中国作者进行初步翻译,再由出版社双语编辑进行润色,以尽可能保留本土化特点。然而,我国的学术图书翻译涉及一些特色词汇,编辑受到自身语言修养的限制,翻译往往会偏离词语本身的内涵,影响了学术图书的翻译质量。

### 四、“一带一路”倡议背景下学术图书开发与“走出去”有效路径

“一带一路”倡议背景下,中国的学术出版单位应针对性地采取以下措施,以提高我国学术图书的话语权和影响力:

#### (一) 创新国内外学术图书的合作方式

“一带一路”倡议背景下,国内学术图书出版单位应更加积极主动地与国外具有行业权威的图书出版社开展合作,构建国际化的学术图书出版交流合作平台,共享优质的学术资源。我国学术出版社可在“走出去”的过程中创新布局,放眼全球,通过与国外学者或出版社“合作组稿”的方式,探索一条“国际组稿、全球发行”的新路。

以国家开放大学出版社策划开发的“世界开放大学案例研究丛书”(第二批)为例,本丛书是国内外第一套对世界开放大学进行全景式介绍和研究的丛书。为响应国家共建“一带一路”倡议、让中国远程教育研究“走出去”,丛书面向“一带一路”沿线地区,并与国际开放与远程教育协会、亚洲开放大学协会、非洲远程教育协会、澳大利亚远程开放学习协会合作,通过相关国际平台面向全球招募案例,同时在中国开放大学体系内广泛征集。这种合作方式既保证了选题的国际视野,又丰富了作者库,使图书在出版前就收获了一定国际知名度。

#### (二) 提升学术图书内容质量

由于我国当前的学术图书开发和传播渠道仍然采用单向翻译输出的旧模式,因此要想推动学术图书开发与“走出去”,应以图书质量为核心。

首先,应严格执行学术出版的技术规范,尤其在引文、注释、参考文献、索引等要件的处理上尊重国家标准和国际规范,以此提高我国学术图书的国际认可度。

同时,应加强学术职业道德建设,坚决打击学术不规范行为,营造良好、和谐的学术图书开发生态体系。

其次,应建立多层次的严格审稿制度和专家监督机制,严格把控学术图书内容和翻译水平,尽可能实现学术价值和本土化的双赢。以“世界开放大学案例研究丛书”(第二批)为例,本项目采用了“五审三校”的审稿制度,除了“三审三校”的编辑流程外,还组织业内双语专家对书稿样章、架构和初稿进行两至三次的严格把关、修正、补充和完善,从而保证图书质量。

最后,出版单位应创新学术图书项目的管理机制,通过在作者团队建设、合作模式、财务支持等方面进行科学组织和安排,在稿件“出厂”时就保证图书质量。再以采用双语形式呈现的“世界开放大学案例研究丛书”(第二批)为例,该项目要求构建由中外学者共同参与的开放的研究团队,并要求中外团队成员通过实地考察、访谈交流、学术互访、讲座报告、国际会议等多种形式开展研究,保证了学术图书资料的真实性、可靠性和及时性,外方研究者的加入也同时保证了英文版本的语言质量。

### 五、结语

综上所述,学术图书是我国图书的一个重要分类,是当前我国学术研究价值的集中体现,我国学术出版机构和学术编辑应借助国家“一带一路”倡议的重要发展机遇。因此,我们应采取积极有效的措施提升中国学术图书话语权和影响力,让中国声音在向外传播时“发出洪亮的声音”,迈入全球化新阶段。同时,应建立学术图书的联合翻译合作和监督机制,严格把控学术图书走出去的翻译质量,避免因翻译质量问题而影响学术图书公信力。

#### 参考文献:

- [1]王璟璇,潘玥,张何灿,刘琦.“一带一路”主题图书海内外出版现状对比及海外出版启示——基于当当网中国站点与亚马逊美国站点的实证分析[J].出版科学,2020,28(04):112-122.
- [2]林郁.“一带一路”背景下出版企业的机遇和发展策略[J].出版广角,2020(13):34-36.
- [3]邵磊,魏冰.创新求变,推动“走出去”高质量发展[J].出版参考,2019(12):27-31.
- [4]刘叶华.走中国高端学术国际出版道路[J].出版参考,2019(12):32-36+53.
- [5]赵强.政策扶持助力中国出版走出去[N].中国新闻出版广电报,2020-08-27(003).
- [6]吴尚之.共同开创“一带一路”出版合作新未来[J].中国出版,2017(19).
- [7]“一带一路”大数据报告[M].商务印书馆,国家信息中心“一带一路”大数据中心,2018.
- [8]徐丽芳,赵雨婷,田峥峥.出版学学科建设回顾与展望[J].图书情报知识,2020(05).
- [9]习近平.决胜全面建成小康社会夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利[M].新疆人民出版社,2017.
- [10]孙惠玉.学术出版理念从树立到践行[J].科技与出版,2019(02).
- [11]闫卫平.王云五的出版理念及历史镜鉴[J].出版科学,2017(04).