

# 基于“超星发现系统”论华文出版的国际出版格局

文 / 金强

**【摘要】**文章探讨了华文出版的国际出版环境,认为要提高华文出版的国际出版地位,一方面要提升我国出版企业的综合实力,另一方面要全面、准确地把握国际出版信息。笔者研究发现,“超星发现系统”有助于出版企业对不同国家的华文出版特点进行分析,考查华文出版的发现结果数和总被引频次,可得知该国出版业界对待华文出版的态度。在掌握海量信息的基础上,华文出版可以做到有的放矢,提升自身的国际出版地位,形成新的国际出版格局。

**【关键词】**华文出版;国际出版环境;“超星发现系统”;国际出版格局

**【作者单位】**金强,河北大学新闻传播学院。

田建平先生2012年提出:“所谓华文出版,指的是主要承载中华文化,以传播人类文明为宗旨,并以中华民族的任一民族语言文字作为出版语言的出版。”<sup>[1]</sup>要谈华文出版,首先要把握国际出版格局。出版格局即对出版业局势、态势的理解和把握。我国的国际出版格局对提升我国政治、经济、文化、外交整体实力有较大影响。在我国国际出版格局中,华文出版的自主性和适应性较弱,有待提高。

## 一、提高华文出版的地位,首先要提升出版企业的综合实力

要提高华文出版在国际出版格局中的地位,首先要强化出版企业的内功。出版企业应努力提高综合实力,进一步熟悉国际出版规则,增强困境适应能力和危机化解能力;在对外业务拓展方面,要尽力避免因国内外不同出版管理体制造成的信息和业务交流障碍。

十几年来,我国出版企业在提升综合实力的道路上从不懈怠。首先,转企改制后,很多出版企业的中高层管理人员主动了解国内外各种出版体制机制,经常出席国际出版研讨会,多次参与国际性出版和版权交易盛事,在国际视野有了较大提升的同时,积极推动国际出版合作。其次,出版企业开始聘用有国外留学或工作经历的高级出版管理人才,从整体上提升出版企业人才队伍的水平。再次,很多出版企业坚信内容为王,坚持读者第一、服务第一的原则。由此可见,出版企业综合实力的提升,不是“画格子、建房子”这么简单,而是要将相关工作落到实处,才有机会改变华文出版的国际出版格局。

## 二、提高华文出版的地位,应全面、准确、及时地把握国际出版信息

全面、准确、及时地把握国际出版信息,是提升华文

出版国际出版格局的关键。国内出版企业要想实现出版国际化,必须充分了解国际出版信息。

第一,对外应关注《全球出版企业排名报告》。该报告由法国《图书周刊》于2007年发起,其委托Rüdiger Wischenbart公司进行专业调研,然后由中国百道网、英国《书商》杂志、德国《图书商报》、美国《出版商周刊》、巴西《出版新闻》等专业出版类媒体联合发布。该报告由西方国家主导,汇总全球主要国家和经济体的出版企业,分析它们的官方年报和官网公布的业务信息。报告分析了表现突出的出版企业的盈利模式,其关注重点在于国际排名前40位的大公司的具体年度收入及名次变化,其中,关于这些公司具体业务的精准数据非常有参考价值。该报告于2011年开始加强对中国、巴西、韩国及俄罗斯等国的出版调研和统计工作,中国出版企业的资料于这一年首次被收入。笔者认为,与其要求国外数据统计机构对中国出版企业做精准的数据调研和记录,不如我国出版企业主动建立方便国外出版公司和数据统计机构查阅信息的外文平台,及时、准确地发布可对外公开的数据,这也是出版“走出去”战略措施之一。

第二,对内应关注《国际出版业发展报告》(报告亦称为“国际出版蓝皮书”系列)。该报告自2003年推出,14年内出版了7部,是国内唯一一套介绍和分析国外出版现状的丛书。该报告包括主报告、研究成果和业界观点三部分。以2015年版的《国际出版业发展报告》为例,其主要从传统出版、新兴出版、阅读状况和国际大型出版传媒集团四个方面,分析了2014年的经济、法律以及技术合力影响下的出版业。《国际出版业发展报告》将重点放在美国、英国、法国、德国、俄罗斯、日本和韩国7个国家的出版相关数据统计和出版企业分析上,其在业界观点板块增加了巴西、西班牙、巴基斯坦和哈萨克斯坦4国的内容,介绍这些国家

出版业的发展历史和现状。总体来说,《国际出版业发展报告》的代表性和全面性仍有待提高。

第三,通过国内专业出版网站了解国际出版信息。目前国内没有专门的国际出版网站,要了解国际出版信息,多通过百道网等专业出版网站。但笔者研究发现,很多专业出版网站的国际出版栏目目前处于停运状态。比如中国出版网的“国际出版频道”下设“国际聚焦”“国际研究”“美英动态”“德法动态”“日韩动态”“区域聚焦”“国际数据”“国际视点”等10个栏目,但只有“美英动态”和“德法动态”两个栏目的信息在更新,其他栏目均已停止更新。这从另一个侧面说明,国内对国际出版的关注视野主要集中在英美德法等国,国际出版观察的全面性和深度不够。

第四,从实际业务对比中寻找差距。以2016年的全球出版企业排名<sup>[2]</sup>为例。在世界年收入排名前20位的出版公司中,美国占6席,中国占5席,德国占3席,英国占2席,其余法国、加拿大、荷兰、西班牙各占1席。我国的中南出版传媒集团、凤凰出版传媒集团、中国出版集团、浙江出版集团和中国教育出版传媒集团分列第6位、第7位、第17位、第18位和第20位。排名第20位的中国出版传媒集团年收入为115.4亿美元,占第1名培生集团662.5亿美元的17.4%,而2014年这一比例为15.7%。从数据来看,我国出版企业与国外出版企业的差距在缩小,但出版企业的实际国际传播影响力和全球文化贡献力并非简单的营收水平能够衡量,我国出版企业仍需努力。笔者认为,要尊重出版文化的多样性,提高文化因素在评介中的权重,在进行出版能力测算时,谨防数据决定论和经济决定论。

### 三、基于“超星发现系统”的国际出版格局分析

国际出版格局可通过大数据进行分析。比如超星公司的“超星发现系统”,其通过分面聚类、引文分析、知识关联分析等方式,可实现高价值学术文献发现、纵横结合的深度知识挖掘和可视化的全方位知识关联,集成并整合近10亿条的海量元数据。这个系统有助于出版企业对不同国家的华文出版特点进行分析,考查其发现结果数和总被引频次,得到该国出版业界对待华文出版的态度,进而调整自身的国际出版布局。“超星发现系统”大数据分析主要考量以下四个变量,即外交关系、国民贫富、国力强弱、人口和市场规模。

首先是外交关系考量。截至目前,与中国有伙伴关系的国家可分为三个层级。第一层级9个,其中全面战略合作伙伴关系1个,全天候战略合作伙伴关系1个,全面战略合作伙伴关系7个。在这一层级中除了俄罗斯没有西方发达国家。第二层级49个,其中全面战略合作伙伴关系27个,全方位战略合作伙伴关系1个,战略合作伙伴关系4个,战略伙伴关系17个。第三层级19个,其中全方位合作伙伴关系2个,全面战略合作伙伴关系11个,友好合作伙伴关系2个,友好伙伴关系1个,重要合作伙伴关系1个,新型合作伙伴关系1个,创新

战略伙伴关系1个。只有基于外交关系和国家战略高度构建出版版图,才符合国家利益和行业发展要求。

其次是国民贫富考量。以人均GDP为考量标准,笔者通过“超星发现系统”查询可知,人均GDP排名较高的国家依次为德国(第17位)、日本(第10位)、美国(第8位)、荷兰(第8位)、新加坡(第6位)、比利时(第6位),人均GDP排名较低的国家依次为卢森堡(第19位)、卡塔尔(第13位)、阿联酋(第11位)、挪威(第9位)。从信息总被引频次来看,美国、日本、德国、加拿大、新加坡、荷兰、奥地利、比利时等国较高,瑞士、挪威、卢森堡、卡塔尔和阿联酋等国较低。

再次是国力强弱考量。按经济总量排名,人口数量不占优势,但经济总量占据优势的国家有法国、英国、意大利、加拿大、澳大利亚、西班牙、韩国、荷兰、沙特阿拉伯、瑞士等。从“超星发现系统”上发现结果数与经济总量排名的对应关系来看,发现结果数比经济总量排名高的国家为韩国(第7位)、瑞士(第6位)两国,发现结果数比经济总量排名低的国家为巴西(第6位)、墨西哥(第3位)。其他国家的发现结果数与经济总量排名的差距均在两位以内。从信息总被引频次来看,韩国、荷兰、瑞士三国较高,而巴西则明显偏低。

第四是人口和市场规模考量。“超星发现系统”上的发现结果数排名比国家人口总数排名明显偏高的国家依次为德国(第12位)、伊朗(第9位)、日本(第7位)、越南(第4位),发现结果数排名比国家人口总数排名明显偏低的国家依次为尼日利亚(第10位)、孟加拉国(第10位)、巴基斯坦(第9位)、印度尼西亚(第7位)。从信息总被引频次来看,越南、泰国相对较高,而尼日利亚、巴基斯坦和孟加拉国明显偏低。

基于以上四方面的考量,笔者认为可借助“超星发现系统”研究华文出版的国际出版格局。中国出版业界应与与中国外交关系亲密的国家,尼日利亚、孟加拉国、巴基斯坦、印度尼西亚等人口大国,巴西、墨西哥等经济大国,卢森堡、卡塔尔、阿联酋、挪威等较为富裕国家,进一步达成出版合作,因为其中蕴藏着巨大的出版商机。总之,国家较为富裕、国力相对雄厚、人口基数大、市场体量大、外交关系好等应成为我国华文出版合作的重要考量因素,而不应该只考量国家GDP总量的排名。在大数据基础上以海量信息做精准分析,实施可行战略,构建国际出版蓝图,唯有如此,我国华文出版发展才能越来越好,国际出版地位才能进一步提升。❏

### | 参考文献 |

[1] 田建平. 华文出版之“嫡”与出版教育的迷思[J]. 出版广角, 2012(11).

[2] 吕迪格·魏申巴特. 2016全球出版业排名报告概述[EB/OL]. <http://www.bookdao.com/article/268260/>, 2016-08-26.