

国际化背景下外语类出版物发展现状与思考

杨娟

机械工业出版社有限公司, 中国·北京 100037

摘要: 在国际化与数字化转型背景下, 外语类出版物是我国开展国际文化与教育交流的重要载体。当前, 国内外语出版行业数字化建设提速、国际化布局持续拓展, 但存在内容同质化突出、原创创作能力薄弱、语种资源配置失衡、数字化转型流于表面、跨文化传播素养不足等问题。立足行业发展现状, 本文从精品内容打造、多语种出版布局优化、数智化转型推进、跨文化传播能力提升四个维度提出优化策略, 旨在提升外语出版物的国际传播实效, 助力中国对外文化交流高质量开展。

关键词: 外语出版物; 国际化; 数字转型; 跨文化传播

Current Situation and Thoughts on the Development of Foreign Language Publications in an International Context

Yang Juan

China Machine Press, China Beijing 100037

Abstract: Against the backdrop of internationalization and digital transformation, foreign language publications serve as an important vehicle for China's international cultural and educational exchanges. In recent years, China's foreign language publishing industry has accelerated its digital transformation and expanded its global presence, yet it still faces prominent problems, including serious content homogenization, weak capacity for original content creation, imbalanced language resource allocation, superficial digital transformation, and inadequate cross-cultural communication competence. In light of the current state of the industry, this paper proposes targeted strategies in four areas: improving content quality, optimizing multilingual publishing, advancing smart digital transformation, and strengthening cross-cultural communication capabilities. The research aims to enhance the international communication effectiveness of foreign language publications and facilitate China's cultural exchanges with other countries.

Keywords: Foreign language publications; Internationalization; Digital transformation; Cross-cultural communication

0 引言

外语类出版物是涉外教育与文化交流的重要载体, 翻译质量、内容水准和跨文化适配能力, 直接影响中外交流的实际效果。全球文化互动越来越频繁, 我国的国际影响力也在提升, 对外传播工作到了提质升级的关口。外语出版承担着语言互通和文化输出的任务, 这个角色现在比以往更重要。

这些年行业发展很快, 规模上来了, 现在正处在结构调整的阶段。以前靠数量扩张, 现在要讲品质; 以前主要盯着国内, 现在得兼顾海外; 以前把内容推出去就行, 现在得考虑怎么把价值传到位。开放政策和数字技术确实给了不少机会, 但内容雷同、结构不合理、传播效果不理想这些老问题还在拖后腿。从实际情况出发, 把外语出版国际化过程中呈现的特点梳理清楚, 找准深层症结, 再琢磨可行的办法, 对行业升级有实实在在的帮助。

1 国际化背景下外语类出版物发展的主要特征

1.1 数字化融合持续推进, 产品服务体系不断升级

数字技术把外语出版的生产和传播方式改了一遍, 纸

质书、电子读物、智能服务几条腿走路的格局已经初步形成。拿外语学习和跨文化阅读来说, 这类内容本来就适合碎片化、智能化的使用方式, 用户对数字产品的接受度比一般出版物要高。移动互联网普及以后, 外语学习不再局限于课堂, 自主学习、职场应用、跨境往来都是常见场景, 数字出版物的市场也跟着扩大了。

头部出版机构不再满足于卖书, 开始往综合知识服务平台的方向走。外研社和科大讯飞合作的 FiF 外语学习资源库就是一个例子。这个平台把智能语音评测、大数据分析用起来, 在线学习、智能测评、资源拓展这些功能整合到一起, 原先静态的图书变成了可以互动、可以更新的动态资源。从行业数据来看, 头部机构的数字业务收入占比一年比一年高, 产品覆盖了不少海外市场, 数字化正在成为推动行业变化的重要力量。

1.2 双重属性凸显, 内容规范化程度持续提升

外语出版物有两重身份——既是语言教学的工具, 又是跨文化传播的载体。这就意味着, 既要符合国内出版的规定, 也要对接国际上的出版标准, 还得照顾到海外读者

的接受习惯。经过这些年行业整改,粗放的内容生产方式慢慢被淘汰了,标准化的编审流程基本建立起来,出版物在语言准确性和内容专业性上都有了明显进步。

现在越来越多的出版机构意识到跨文化适配的重要性,选题和审校环节开始主动对标国际市场的规则。机械工业出版社就是个例子——做双语工程类丛书的时候,组织了专家审定团队对译稿进行好几轮校核,专业偏差和文化误读的情况少了很多。质量管控的范围也在扩大,不光看文字对不对,学术伦理、价值表达、文化阐释这些方面也都纳入了考量。

1.3 市场主体日趋多元,国际化产业规模持续扩大

涉外教育的发展、跨境科研合作的推进,加上国际文化交流越来越常态化,外语出版的市场需求一直在增长。参与者也不只是传统出版社了,高校科研团队、数字文化企业、涉外教育机构都进来了。参与的人多了,选题视角和运作方式自然更加多样,竞争也不光比品种数量,比的是内容质量和服务能力。

国际化方面,《大中华文库》是一个有代表性的案例。这个国家出版工程已经出了四十多种中外双语对照版本,在法兰克福书展上亮过相,有些书目已经进入了欧美和“一带一路”沿线国家市场。这说明我国外语出版已经具备了参与国际竞争的底子。“一带一路”合作铺开以后,沿线国家学中文的需求一直在涨,中文教材、双语读物、中国主题学术著作的市场空间在扩大,外语出版走出去的机会更多了。

2 国际化背景下外语类出版物发展面临的主要问题

2.1 内容同质化现象突出,原创核心竞争力不足

内容同质化是外语出版行业的老大难问题。翻翻市面上那些外语教材、教辅和普及读物,编写思路、框架结构都差不多,知识的排布方式也高度相似,缺少自己的特色和真正的原创性。多数通用语种出版物就是整理了一下基础语言知识,没有结合专业应用场景,也没有融入学科前沿的东西,跨文化传播方面的考量更是谈不上。

为什么会这样?原因是多方面的。有的出版机构只盯着短期效益,研发周期压得特别短,谁火就跟风谁;行业层面也缺少有效的原创激励机制,好的创新选题得不到足够的资源支持。从供给结构看,基础普及类的东西严重过剩,但高端学术研究、涉外实务应用这类精品却少得可怜。还有一个问题——有些出版物知识更新跟不上学科发展速度,编译质量也参差不齐。有些文化类英译读本直译痕迹很重,必要的文化背景注释却没有,海外读者读起来一头雾水,传播效果当然好不了。

2.2 语种资源配置失衡,非通用语种出版体系薄弱

语种结构失衡的问题也比较突出。国内出版资源高度集中在英语等少数几个通用语种上,非通用语种的出版能力严重不足。我国跟东南亚、中东、中亚、非洲这些地区的经贸人文交流越来越密切,相关语种出版物的需求快速增长,但供给跟不上去,产品更新也慢,供需矛盾越来越明显。

非通用语种出版物本来就少,品类也比较单一,更新频率很低,内容大多停留在入门基础层面,缺少能支撑高校教学、学术研究和跨境经贸实务的系统化专业图书。为什么出版社不愿意做?小语种人才稀缺,编审力量跟不上,再加上受众群体小、盈利空间有限,大多数出版社碰到小语种选题都很谨慎,甚至直接回避。拿阿拉伯语来说,国内每年新出版的专业图书屈指可数,连基本的交流需求都满足不了,这已经成了制约中外深度合作的一个现实障碍。

2.3 数字化转型层次偏低,产业融合深度有待加强

多数出版机构的数字化转型还比较浅,就是把纸质内容电子化,生产流程、服务模式、产业逻辑这些根本性的东西基本没动。市面上的数字产品功能普遍单一,智能适配能力和交互体验都不够好,跟纸质书的差别不大,很难满足用户个性化、场景化的需求。

中小型出版社情况更差一些——缺乏长远规划和持续的技术投入,行业内部也没有统一的技术标准和接口规范,各家各搞各的,碎片化严重。人工智能、大数据这些新技术跟出版业务的融合还比较有限,内容生产、精准推送、用户反馈的完整链条没连起来。数字版权保护也是个头疼的问题,盗版和非法篡改屡禁不止,维权成本高、举证难,企业的积极性自然受影响。目前也就少数头部机构在数字化上有了实质性进展,行业整体的数智化水平还有很大提升空间。

2.4 跨文化适配能力欠缺,国际传播整体效能偏低

外语出版物走出去,核心目标是实现有效的跨文化传播和价值传递。但从实际效果看,很多出版物海外传播的情况并不理想。大量作品是从单一的本土视角出发创作的,叙事逻辑和表达习惯跟国内语境贴合,但跟海外读者的思维方式、认知习惯之间有明显的隔阂。表述生硬、解读片面的情况不少见,有时候还会引起误解甚至反感。

这不仅仅是语言层面的问题,更深层的原因在于中外思维方式、文化预设和价值立场的差异。行业现在缺少专业的跨文化编审团队,也缺乏系统的海外传播效果研判机制,选题和内容很难精准对接目标市场的接受标准。传播渠道也单一,多数机构还是靠传统的对外发行路径,线上线下融合、传统媒体和新媒体并重的多元格局没有形成。

海外反馈渠道不畅,出版物出版后很难根据市场反应做针对性修订,传播、反馈、改进的良性循环迟迟建立不起来,国际话语权的提升自然慢。

3 推动国际化背景下外语类出版物高质量发展的对策建议

3.1 加强精品内容建设,构建差异化供给体系

要解决同质化问题,根本还是得在精品内容上下功夫。出版机构得改掉模板化、批量复刻的做法,深入调研海内外受众的差异化需求,找准自己的定位,把内容往精细的方向做。主管部门可以发挥引导作用,完善原创激励机制,对创新性强、国际适配度高的选题给予重点支持,逐步改变低水平重复的状况。

基础类读物得持续更新知识体系,对标国际通用的教学标准和学科规范。高端内容方面,要着力开发适应学术研究和涉外实务的深度出版物,把前沿理论和典型案例融进去,让内容有不可替代的价值。双语文化读物有条件做出特色,《大中华文库》在精准译介和文化深度阐释上的经验值得参考。不管做什么类型,三审三校都不能放松,翻译质量、学术规范和文化适配性要贯穿内容生产的全过程。

3.2 优化语种资源布局,完善多语种出版产业体系

语种结构失衡,需要从国家对外战略的高度来统筹资源配置,逐步形成“通用语种提质、非通用语种补短板”的均衡格局。通用语种出版物要继续提升内容品质、扩大高端产品线;非通用语种要加大政策扶持和资金投入,对接“一带一路”沿线国家和重点合作区域的语言需求。设立小语种出版专项基金或实施定向补贴,是引导资源流入小语种领域的可行办法。

高校、科研院所和出版企业之间可以建立常态化的协作机制,搭建多语种内容研发平台,系统开发适合教学、科研和跨境经贸使用的小语种教材、学术著作和文化读物。小语种出版受众有限、投入产出比不高,可以采用成套化、系列化开发模式来分摊成本。同时积极尝试国际合作出版,与对象国出版社联合策划选题、共享渠道资源,既能提高海外落地率,也能降低市场风险。

3.3 深化数智化转型,构建全链条智能服务体系

数智化转型不能停留在把纸质书变成电子书这个层面,要以技术应用为契机,推动生产流程、产品形态和服务模式的全方位革新。出版机构需要制定清晰的数字化中长期规划,持续增加技术投入,培养一批既懂出版又懂技术的复合型人才。

人工智能在多语种校对、术语管理、辅助翻译等环节能发挥实际作用,既提高效率也有助于质量把控。大数据分析可以帮助了解海外不同区域、不同类型受众的阅读偏

好,实现精准推送和产品差异化定制。交互设计是提升数字产品体验的关键,值得花力气去打磨。版权保护方面,区块链技术为内容溯源和授权管理提供了新手段,可以积极探索应用。行业层面有必要推动建立统一的技术标准和数据接口规范,减少各平台之间的壁垒,降低整体转型成本。

3.4 对接国际话语体系,切实提升跨文化传播能力

提升跨文化传播效果,需要在选题策划和内容编译的早期阶段就把海外受众的接受习惯考虑进去。要善于挖掘中外价值话题的共通之处,尽量用目标市场比较熟悉的叙事方式,在不偏离内容主旨的前提下减少文化冲突和理解障碍。邀请海外顾问参与选题评估,是从源头上规避传播风险的一个务实做法。

建立跨文化编审团队很有必要,团队成员应涵盖外语专家、国际传播学者和有海外从业经验的人士,他们的参与能帮助内容更好地适配不同国家和地区的文化规范和市场标准。渠道建设上,不能只盯着传统图书进出口路径,还要善于利用国际数字阅读平台、学术期刊合作、跨境教育项目等多元途径,形成立体的海外传播网络。建立常态化的海外受众反馈机制,根据市场反应及时调整叙事策略和内容细节,让出版物在持续优化中逐步提升传播精准度和渗透力。与国际主流出版机构深度合作,通过联合出版、版权输出、学术共建等方式,也有助于提高我国外语出版物的国际能见度和行业认可度。

4 结语

推动外语出版物国际化高质量发展,既是提升文化软实力的需要,也是深化中外文明交流互鉴的途径。下一步需要以精品内容为核心、结构优化为支撑、数智转型为动力、传播能力升级为关键,系统推进行业提升。通过精细化、体系化的调整,外语出版有望实现从规模扩张到品质提升、从本土深耕到国内外并重、从基础内容输出到深层价值传递的转变,为我国国际文化传播事业提供更有力的支撑。

参考文献:

- [1] 段鹏,苏晋.本土化与全球化的交汇:国际传播视域下国际出版的变革与转型[J].中国编辑,2024(10):4-12.
- [2] 王芳.两翼共振 互相赋能——以外研社数字化与国际化的发展策略与实践探索为例[J].出版科学,2025(2):15-21.
- [3] 黄卫,董端阳.文以载道:国际出版合作助力“一带一路”文化建设[J].出版广角,2023(24):4-9.

作者简介:杨娟(1976.11-),女,汉族,河南省项城市,硕士研究生,副编审,研究方向:外语图书出版方向。