

少儿图书出版观察与思考

刘一鸣,罗雪英^①
(湘潭大学 公共管理学院,湖南 湘潭 411105)

[摘 要] 近年来,少儿图书出版呈现出快速发展、极度繁荣的局面,我国也成为了少儿图书出版大国。然而,在表面的繁荣下,少儿图书出版隐藏着种种问题与危机,文章分析了少儿图书出版面临的危机,并提出了相应的改进与发展对策。

[关键词] 少儿图书; 图书价格; 跟风; 原创

[中图分类号] G230 [文献标识码] A [文章编号] 1673-0755(2013)05-0137-04

少儿图书是少年儿童图书的简称,是供 0~18 岁少年儿童读者或者亲子共读的图书。少儿图书可以分为十大类,包括少儿文学类图书、少儿知识类图书、低幼儿图书、连环画和卡通动画类图书、少儿教学辅导类图书等^[1]。近年来,我国少儿图书出版呈现出快速发展、极度繁荣的局面。然而我国少儿图书出版在繁荣兴盛的背后,也存在不少的问题与隐患,本文试图通过对我国少儿图书出版现状的观察与分析,思考与探索我国少儿图书出版的发展对策。

一 我国少儿图书出版的成就

(一)形成了格局与体系完备合理的少儿出版文化产业

受到我国建国前整体社会环境的影响以及建国后特殊国情和文化大革命的冲击,我国真正意义上的少儿出版是从改革开放后才开始快速发展起来的。改革开放前我国仅有少年儿童出版社和中国少年儿童出版社两家少儿图书出版社,从业人数也只

有 400 人左右。改革开放后不仅专业的少儿图书出版社迅速发展,参与到少儿图书出版的其它出版社也成倍增加。至目前为止,全国专业的少儿出版社就有 35 家,全国 580 多家出版社参与到少儿出版领域的出版社就达到 530 多家^[2]。各种少图书管理协会也布置有序,各类少儿图书评奖活动此起彼伏。我国少儿出版从“小出版”变成了“大气候”,俨然形成了一个体系完备合理的文化产业格局。

(二)少儿图书出版种类和数量激增,我国成为少儿出版大国

改革开放以来,尤其是 21 世纪以来我国少儿图书出版发展繁荣,在整体图书市场萎缩的情况下,我国少儿图书市场一直有增无减,增长指标远远高于同期全国图书出版增长平均值(见表 1)。以 2006 年—2011 的 6 年为例(见表 1):从 2006 年至 2011,少儿图书从 9376 种增至 22059 种,数量翻了二番以上,少儿图书出版发行工作取得的巨大成就,由此可见一斑^[3]。

表 1 2006—2011 年全国少儿图书出版情况

年份	种数	种数增长率	印数(万册)	印数增长率	印张(亿印张)	印张增长率
2006	9376	/	20000	/	9.73	/
2007	10460	11.56%	24400	22.00%	11.54	35.65%
2008	11310	8.13%	25400	4.10%	12.32	17.41%
2009	15591	37.85%	28400	11.81%	14.94	20.39%
2010	19794	26.96%	35800	26.06%	18.77	37.34%
2011	22059	11.37%	37800	5.64%	21.38	13.92%

二 我国少儿图书出版存在的问题

尽管我国少儿图书出版在数量上和质量上都取

得了长足的进步,然而,从各地书店、少儿图书馆、中小学家长及少儿本身的呼声来看,我国少儿图书的

[收稿日期] 2013-09-12

[作者简介] 刘一鸣(1980-),女,湖南长沙人,湘潭大学公共管理学院讲师,中南大学博士研究生。

^①湘潭大学公共管理学院讲师,博士。

出版发行还存在一些严重不足。在表面的繁华景象下,少儿图书市场隐藏着严重的亟需解决的问题。

(一)重复出版、盲目跟风

市面上的少儿图书粗看起来内容丰富,琳琅满目,稍作观察却发现同质化现象严重。虽然变着花样包装,但题材重复、内容重复,跟风严重。任何一本书,只要在市场上受到了欢迎,马上就会有一系列跟风作品出现。《哈里·波特》在中国出版后,马上就在少儿图书市场掀起了一股魔幻风,在它的带动下,国内的出版界闻风而动,纷纷推出了《幽灵街》、“鸡皮疙瘩”丛书等一批幻想小说,一时间,在各书店的少儿书架上,“妖魔鬼怪”可谓“成群结队”。一本《唐诗三百首》受到市场的欢迎后,市面上马上就出现了一系列“语文类”读物,如《100 首少儿必读古诗》、《幼儿语文常识》、《名言 300 句》、《五经 300 句》等,这些书内容大同小异,只是在包装上稍有不同。就拿百科全书来说,市场上就有《中学生百科全书》、《世界历史百科全书》、《中国少年儿童百科全书》、《21 世纪少年儿童百科全书》等数十个品种,体侧基本相同,内容似曾相识^[4]。甚至同一本书就有很多不同版本,包括幼儿版、小学生版、21 世纪版、最新版等多种,一套内容完全相同的《上下五千年》则分平装、精装、豪华版等等。当然,这些书中也不乏精品,但也有很大比例都是跟风之作。

(二)引进版图书占据大部分少儿图书出版市场

随着改革开放的深入,近些年来,我国的少儿图书呈现出引进版少儿图书占据大部分市场的格局。2000 年《哈利·波特》版权引进,在我国创下销售奇迹,此后引进版图书大增。《窗边的小豆豆》、《夏洛的网》、《不一样的卡拉梅》、《神奇校车》等都是从国外引进版权的畅销少儿图书。在当当网上的童书中,各门各类的热购图书几乎都是引进版图书,在实体店,引进版图书几乎占据了少儿专柜的“半壁江山”。从科普、历险到少儿文学、幼儿日常生活认知等引进版图书无不占据巨大市场。相比而言,国内原创的少儿图书就有些“相形见绌”,《哪吒传奇》、《神脑聪仔》、《蓝猫淘气 3000 问》、《花季·雨季》、《男生贾里》、“杨红缨校园系列小说”等书在青少年中产生了广泛影响,取得了较好的社会效益和经济效益,可是相比引进版图书如“哈里·波特”、“鸡皮疙瘩”系列,差距仍十分悬殊。虽然这两年原创有所回暖,但原创少儿图书市场品种仍不够丰富,销售业绩也远不如引进版图书。

(三)部分图书充斥不雅内容,低俗化倾向明显

现在市面上流通的绝大部分儿童读物都是健康向上的,然而也有部分出版商为了吸引眼球标新立异,甚至不惜加入色情、暴力等脱离少儿阅读范围的元素。走进书店,细看一下少儿图书架,会吃惊地发现书架上竟充斥着魔幻、恐怖、斗士、怪兽、暴力甚至是色情等题材。有的图画书把小女孩画得成熟丰满袒胸露背;有的书中反复出现贪污、洗钱、包二奶等社会不良现象;一本《男生女生脱颖而出 108 招》里还写了些“男人都喜欢年轻的女子,女人都喜欢成熟的男子”等内容;江苏省某出版社的《脑筋急转弯》中竟然设计了这样的问题:“避孕药的主要成分是什么?”而答案竟然是“抗生素”^[5];一本《小学生好词好句好段》选摘中,编者居然将“玉腿”、“粉臂”、“美腿林立”等也作为“好词”向学生推荐;在一本标榜为“益智”的《脑筋急转弯》中,竟有这样一些急转弯:小偷对社会有什么“好处”?答案是“给警察增添了就业机会”,刘备为什么三顾茅庐才请到诸葛亮?答案竟然是“因为前两次没有送礼”^[6]。如此种种,不一而足,可见,相当一部分少儿图书中包括导邪不雅内容,低俗化倾向明显。

(四)农村儿童阅读资源匮乏

2011 年第六次全国人口普查数据显示,我国 0 至 14 岁的少年儿童有 2.28 亿,一半在城镇,一半在农村。然而据相关资料显示,无论是从图书销售还是从图书的选题策划来看,少儿图书出版都大幅度倾向于城镇少儿人群。首先,从图书选题策划来看,绝大多数少儿图书选题偏向“城镇化”,从创意、内容、环境上都忽略了“农村元素”的加入,以至于农村少儿读者对这些图书存在隔阂感和距离感;其次,从图书销售额来看,占我国少儿人口半数的城镇儿童,其图书消费额占我国少儿图书资源的 88.9%,而同样占半数人群的农村少儿读者的图书消费额只占 11.1%^[2]。一些偏远地区的农村少儿除了课本,基本上接触不到任何课外读物,在广西的贫困地区有的农村小学甚至有全校师生共用一本《新华字典》的现象,农村少儿图书资源的匮乏程度,由此可见一斑。

(五)少儿图书书价昂贵,定价混乱

相比于其它图书来说,少儿图书价格明显偏高,一项抽样调查表明:85% 的读者认为书价贵,并有 25% 的读者认为已难以承受。现在市面上少儿图书单本定价低于十元非常少,通常定价为十几甚至几十元,一本由华夏出版社出版的《泡泡鼠历险记》彩页图书的售价为 32 元,一本由安徽少年儿童出版社出版的《动物农场奇遇记》的售价为 35 元。精装本

的《西游记》、《水浒传》每本29元。而成套书的价格则更加不菲,一套《未来看世界》每本6页,一共8本,定价40元。《动物知识百科图典》标价为38.6元,而《少年彩图版中国通史》6本售价为180元;一本不到二三十页的少儿读物卖到20元以上的比比皆是。全套的《加菲猫全集》标价超出六百元,打折之后价格也在四百元以上……^[7]许多家长感慨:少儿图书定价随意,书价高得令人咋舌,儿童图书成了贵族消费。

三 我国少儿图书出版发展对策分析

(一)注重原创,遏制跟风

少儿图书不要盲目跟风,归根结底还在于加强选题开发,提高图书自身的质量。那么,要提高图书品质,从出版流程上来说应该注重以下几点:

第一,敏于观察,勤于思考。事实上,当代社会是信息的社会,当代社会也面临着更丰富的信息,更精彩的生活,以及更多的文化选择,多元的文化环境会传达给编辑更多有价值的选题,只要少儿编辑做个有心人,随时注意捕捉来自各种媒体的信息,经常进行深入市场调查,了解市场动态,并科学的分析预测市场趋势,就可以不断开发出有价值的新选题,而不必跟着别人的风向转。

第二,挖掘作者资源,提高作者创新能力。为图书提供内容的最终还是作者,盲目跟风,图书内容同质化的根本原因还是没有好的原创内容。出版社应多途径挖掘出更多的原创作者,提高现有作者的创作能力。

第三,基于目前农村少儿图书资源缺乏的状况,少儿图书应从选题策划和内容编辑制作上注重向农村题材倾斜,从源头上改善少儿目前农村少儿图书严重不足的局面。

此外,国家新闻出版署和各级出版主管部门也应加强对少儿出版的宏观调控,提高对少儿图书出版的指导,尽可能地避免恶性竞争,有效地扼制跟风现象。

(二)加强监管,提高品质

从上文分析可以看出,儿童图书的娱乐化、低俗化倾向相当明显。那些打着“玄幻”旗号的作品,那些宣扬穿墙术、超人的故事会让孩子们产生心理和精神的障碍,不利他们的身心健康。而那些所谓的脑筋急转弯和一些充满色情、暴力的图书则更会对少年儿童成长造成十分恶劣的影响。少年儿童的心理可谓一张白纸,正是模仿能力最强的时候,他们还没有形成正确的世界观和是非观,而他们所能接触

到的图书对他们的人生观和世界观的形成的作用是不言而喻的。随着社会文化多元化,价值取向多元化的进一步发展,少年儿童也面临着越来越复杂的社会环境,社会各界也更关注少年儿童的道德、思想、品质状况。甚至有人提出,现在的少年儿童普遍缺乏理想与追求,越来越倾向个人主义和自私堕落,这在当前大学中学中都不乏一些典型案例。这种情况的出现,也从另一个侧面印证了少儿图书教化作用的缺位。

这些情形的出现不是偶然的,有着其深层次的原因。或出于大意无知,对少年儿童成长以及对未来社会的发展影响缺乏考虑;或出于利益驱动,眼睛只管盯着金钱,有了钱就是娘,管它国家民族或者什么前途呢。这些现象都应引起出版界人士和相关管理部门的高度重视。儿童是民族的未来和希望,所以对他们的教育和训导应该是政府、社会、家庭所共同关心的问题。在西方,出版业很重视自律和规范,因此与图书出版有关的行业协会很多,儿童图书由于其重要性和特殊性,成了行业协会管理的重点。图书馆协会、学校校董会、各社会团体和儿童基金会都对儿童图书的出版发挥着相当重要的监督作用。西方对儿童图书保护的法律条文也非常多,如英国就有《青少年有害出版物法》、《儿童保护法》等。美国有《反猥褻法》,在德国《传播危害青少年之文学作品法》。这些法令在很大程度上保护了儿童出版物的健康发展^[8]。我国新闻出版署虽然也越来越重视对全国少年儿童图书质量的检查,新闻出版总署2005年对全国少年儿童图书质量专项检查就查检出86种不合格产品,但从现在少儿图书的现状来看,管理的力度和广度还应加强,应增强少儿图书的法制化管理。

(三)合理定价,理性消费

儿童图书为什么价格如此之贵?首先当然与制作成本有关系,现在的童书做工精美,通常都以优质纸张印刷,图文并茂,彩印多。其次是因为出版社瞄准父母们望子成龙的心理,想在少儿图书赚取超额利润。现在的孩子基本上都是独生子女,家长望子成龙心切,自然重视对孩子的教育投入,出版社抓住这一商机,利用少儿图书获取利润。但这种高价定位对于整个少儿图书出版都是一种恶性循环,严重影响了少儿图书市场的正常健康发展。高定价的少儿图书首先令一些城镇家庭无法承受,更别说农村家庭了。我国农村人口占全国人口80%,儿童图书高定价几乎等于剥夺了农村孩子阅读课外读物的权利。根据我国目前的消费水平,针对目前少儿图书

定价混乱的现象,降低儿童图书价格,刻不容缓。因此,笔者认为,我国出版主管部门应该依据《价格法》制定适用于少儿图书的价格管理法规。法规要明确以下几点:一是明确少儿图书价格制定的原则和宗旨,引导少儿图书出版单位和图书经销商自觉遵守图书价格法规;二是对少儿图书定价方法和细节进行相关的规定,引导出版单位依法核算出版发行成本费用,科学合理制定图书价格;三是加强少儿图书明码标价制度管理,规范图书降价销售行为,尤其要重点规范经销商的低价倾销行为,也即制定图书“限折令”;四是依法界定图书市场中各种不正当价格行为及相应处罚办法。只有通过相关的法规管理,少儿图书才能实现合理定价,理性消费。

(四)拓展农村少儿图书流通渠道

农村儿童阅读资源匮乏与农村图书流通渠道不畅也有着重要关系。解决农村儿童阅读资源匮乏问题,关键还在于疏通农村图书流通渠道。笔者认为应从以下几个方面进行改善:第一,出版发行企业应充分认识到农村图书市场的可发展性,根据农村地区的少儿阅读需求多出版定价较低的图书,并妥善处理图书经销商、媒体、政府部门等与图书发行相关者的关系,加速少儿图书在渠道中的流通;第二,政府部门对经济欠发达地区的提供少儿图书绿色通道,通过邮政的配送系统使流通渠道的覆盖面积最大化;第三,可借助教科书的流通渠道,使少儿图书全面覆盖,在教科书征订发行的同时提供少儿图书的征订服务,并通过教科书的发行让少儿图书一并送达;第四,近几年来全国都在建造农村书屋,农村书屋在各地都取得了很好的反响,可以借助这个平台,加大少儿出版物在农村书屋中所占的比重,让更多童书和更多的孩子见面;第五,在有条件的农村乡

镇可以增建新华书店,在暂时不具备条件的地方,可以把图书放到小卖部、卫生室等地方销售,以求尽量让少儿图书深入到广大农村地区去。

四 结语

图书出版发行是一项经济事业,更是一项文化事业,图书发行必然要获取经济效益,但更不能忽略其社会效益,少儿图书出版尤其如此。少年儿童是国家和民族的未来,而图书对儿童的思想形成、性格塑造起着不可替代的作用。我国少儿图书市场虽取得了较大的成就,但存在的问题也是有目共睹的,种种不足,应该引起出版界人士的高度关注,并同心协力戒之改之。

[参考文献]

- [1] 海飞. 童书海论[M]. 济南:明天出版社,2001:20-24.
- [2] 海飞. 中国少儿出版进入“童书蓝海”时代[N]. 中国新闻出版网/报,2011-09-05.
- [3] 历年. 2012年中国少儿图书出版与发行行业研究年度报告[R]. (2012-09-11) [2013-08-12]. 中国出版网. <http://www.chuban.cc/>
- [4] 夏爱华. 期待儿童图书市场回归理性与质朴[EB/OL]. (2013-06-07) [2013-08-12]. <http://www.yjrb.com.cn/web/news/shipping/webinfo/2013/06/07/1369711330037195.htm>.
- [5] 价高书重、成人化低俗化,少儿图书繁荣背后泡沫多[N]. 中国青年报,2010-01-24.
- [6] 华夏文化—少儿图书:价廉物美何处觅?[EB/OL]. <http://big5.chinabro.com/show/jmfmMcgSfDJ0ZEABwuuBeg...html> from = my&show=1&li=uploaded&user=7282674.
- [7] 少儿读物贵得离谱[Z]. 酷6网视频: <http://v.ku6.com/show/jmfmMcgSfDJ0ZEABwuuBeg...html> from = my&show=1&li=uploaded&user=7282674.
- [8] 陆本瑞. 国外出版概况[M]. 大连:辽海出版社,2008:50-52.

Observation and Reflection of Children's Book Publishing

LIU Yi-ming, LUO Xue-ying

(Xiangtan University, Xiangtan 411105, China)

Abstract: In recent years, children's book publishing has shown rapid development of extreme prosperity, and China has also become a big country of Children's book publishing. However, in apparent prosperity, there are hidden problems and crises. The paper analyzes the crisis, and puts forward corresponding improvement and countermeasures of development.

Key words: children's books; book prices; to follow suit; original