

中国原创儿童文学出版有效性提升研究

刘颖

北京出版集团

摘要：儿童阶段是价值观和世界观初步形成的重要时期，符合儿童心理特征和成长需求的读物不仅能够满足其摄取知识的需要，还有助于儿童的身心健康发展。儿童文学具有认知、教育和培养审美等功能，对于儿童健康成长和品质塑造具有重要作用。当前我国原创儿童文学在创作和出版过程中，还存在儿童本位缺失、导向性不强以及创新性不足等问题，这就要求图书编辑要立足儿童视角，精心策划选题，与作者一起打造精品图书，满足新时代读者的阅读需求。本文分析了儿童文学的审美特征及作用，梳理了当前原创儿童文学出版过程中存在的问题，并就如何提升其出版有效性提出了具体的措施。

关键词：原创儿童文学；出版社；选题策划；图书编辑

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2022.05.060

一、引言

儿童文学是指在文学艺术领域，专门针对少年儿童而创作的具有适应儿童本位审美意识的文学作品，旨在提升少年儿童鉴赏文学能力和价值观养成，在提高儿童的素质，塑造品质方面有着极其重要的作用，是儿童不可缺少的精神食粮^[1-3]。儿童文学是作者与儿童读者在审美领域的生命交流，产生共鸣，从而共同编织的人生梦想。随着国家对儿童教育的重视，众多优秀的原创儿童文学作品成为义务教育阶段的指定必读书目^[4-5]。但是还需要指出，我国原创儿童文学在创作出版过程中还存在导向性不强、本位性缺失、创新性不足等问题，这就需要出版单位严把质量关，深入分析研判市场需求，从读者本位出发，精心做好选题和策划工作，打造精品图书，提升图书的市场竞争力，进而提高出版社的经济效益。

二、儿童文学的特征及作用

（一）儿童文学的特征

儿童文学具有很强的美学特征，深受儿童和家长们的喜爱。一是纯真：体现为一种童真美，作者通过语言、行动及心理活动刻画作品中人物的性格特点，表现出真善美。儿童世界天然就是纯真的，无论是孩子的心灵、语言还是情感，都拥有着“纯真”这一生命的原质，而儿童文学作家也常常喜欢以一种纯真的眼光来艺术地表达自己的审美观；二是稚拙：儿童文学作品往往通过人物的神态、动作等，体现出儿童的稚气和憨态，构成的是大巧若拙、浑然天成的艺术景致，让读者活灵活现地感受到有趣的儿童世界；三是欢愉：儿童文学往往采用幽默、滑稽和夸张的语句，描绘出儿童无忧无虑，天真无邪的特性，使人遐想；四是质朴：儿童文学采用简洁、朴素的文字形式，表达儿童纯洁、朴实的内心世界。

（二）儿童文学的作用

儿童文学以儿童为中心，以儿童为主体，服务于儿童，陶冶儿童的心性，具有很强的认知、教育、审美以及娱乐功能^[6-7]。一是认知功能：儿童文学能拓宽儿童读者的视野、增长见识，帮助他们感知生活中的酸甜苦辣，更好地品味人生；二是教育功能：儿童文学能够潜移默化地对儿童进行思想启发和品德教育，引领其形成正确的人生价值观，从而帮助儿童健康向上地成长。三是审美功能：儿童文学具有丰富的美学特性，陶冶儿童的情操，并通过文学作品产生共鸣，从而让孩子获得精神上的愉悦和满足，提高欣赏美、创造美的能力；四是娱乐功能：儿童文学寓教于乐，能够使儿童在阅读中愉悦身心，并在喜悦中感知道理。

三、当前儿童文学出版现状及存在问题

（一）规模扩大，需求性旺盛

在国家政策的支持以及优秀文学创作者的自觉追求下，中国原创儿童文学迎来了发展的黄金时代。据相关数据显示，截至目前，我国原创儿童文学书籍的种类不断增加，暑假期间最受欢迎的图书种类中儿童文学也升至第三位^[8-9]，可见儿童文学越来越受到读者的喜欢和青睐。市场需求的不断扩大，一是源自于近年来儿童文学作品质量的进一步提升，儿童读者不仅可以在文学作品中得到教育认知，收获审美的能力，还能在其中享受属于儿童的趣味和童真。二是源自于各出版社严格的把关和科学的出版态度，进而打造出很多精品图书，一经问世就抢占读者市场，很多还被列为基础教育的必读课外图书。

（二）价值有限，导向性不强

儿童文学应具有很强的价值引领作用，《儿童文学》甚至成为部分学校的专业课程^[10]。作为人类文化的重要组成部分，儿童文学与儿童的成长相伴随，其美好

的情感、想象丰富的语言对少年儿童的素质养成、情感教育以及道德培养都有重要的意义。但是还要指出，由于一些出版社为了追求经济利益，对儿童文学作品的审查把关不严格，降低了出版标准，因此导致一批批不合格的少儿图书被曝光，少儿图书存在的种种质量问题也成为社会热点。如果作品没有良好的价值引领作用，如出现不端正的生活态度、低级的思想动态等，将严重影响儿童的身心健康。这些低质的作品若不经曝光，便混杂在市场上很难被发现，而一些出版社为了让图书得到读者认可，往往不在内容、质量上下功夫，而是用低价吸引读者，这样便容易导致恶性竞争，让出版社的持续发展能力受到损害，原始创作的投入必然受到削弱，最后会致使市场与产品同质化加剧。

（三）盲目跟风，本位性缺失

儿童本位是原创儿童文学创作和出版的核心内驱力，本位缺失的作品就相当于失去了灵魂。随着网络的兴起和发展，儿童文学作者数量激增，甚至出现了很多网络作家，使儿童文学的数量和种类也如雨后春笋般不断涌现。但是从当前原创儿童文学市场来看，虽然大部分作品都以中国元素为素材进行创作，具有鲜明的中国特色，有一定的原创性、文学性和艺术性，但是部分作者并没有对原创与中国元素之间的关系进行深入的认识与理解，而将其简单地等同于“中国风”，导致题材选择的思路较为固化，或片面地将“中华文化”窄化为“原创”，或对“传统”进行放大，而对“文化”加以缩小，由此忽略了文化的精神内核。另外，一些作品与儿童读者切合度不高，作者不能从儿童认知角度写作，不能真正反映中国儿童现实生活，儿童本位缺失。而个别出版社为了增加出版数量，选题盲目，对作者要求不高，图书粗制滥造，难以制作出好的作品。

（四）不善创新，业务水平低

随着儿童文学作品的激增以及读者阅读需求的变化，给图书编辑的自身能力提出更高要求。但是部分编辑由于个人能力有限或者一味地追求出版效率而弱化了图书的质量审查，尤其在审读、编校等关键环节上，不严格把关，导致图书出版质量难以保证。具体表现如下：一是工作不够认真细致。个别图书编辑在审读中不认真研读，对一些注音、注释、配图等内容马虎大意，对部分成语、典故也没有进行深入了解，使图书中存在很多偏差和错误，导致图书质量良莠不齐，粗制滥造现象时有发生；二是不注重新理论学习。有的编辑不注重融媒体技术的掌握与应用，不善于利用现代技术进行选题策划，不掌握市场动态和读者需求，工作比较盲目，无法有效提升图书市场竞争力。还有的编辑平时不注重

知识的学习和积累，喜欢临时抱佛脚、现学现用，或者对存疑问题不较真，过分倚重于经验。

四、提升原创儿童文学出版有效性的措施

（一）培养儿童文学创作人才

目前，创作儿童文学的中青年作家不断涌现，不过还存在有“高原”缺“高峰”的现象。出版单位可以通过举办创作比赛、学术论坛、培训班、研讨会、作家工作室等形式，鼓励和培养优秀的儿童文学作家。出版单位可提供专门的培训和指导，帮助他们打磨创作技巧，并与其他作家交流经验，以促进原创作品的产出。

出版单位可建立一个严格的质量评估机制，确保原创儿童文学作品符合相应的标准。这包括故事情节的吸引力、语言表达的适应性以及教育价值的准确性等。通过认证和评审，确保作品的质量得到保证。

（二）要区别年龄层次，精心策划选题

儿童对文学的阅读需求是一个不断变化和循序渐进的过程，与儿童年龄的增长有一定的关联，因此儿童文学编辑在选题策划时也应该按这个原则进行。要以读者需求为着眼点，细化目标读者年龄层次，遵循由浅入深、由简至繁的进阶过程。作为一名优秀的儿童图书选题策划编辑，必须要紧密地围绕儿童的实际阅读需求与阅读心理开展工作。在选题过程中，还要听取家长的声音，兼顾不同人群的购买心理，从而提高图书销售数量。比如针对年纪较小的孩子可以开发趣味性较强的文学作品，让他们在作品中提高认知，找到快乐和童真；而年纪大些的孩子可以开发一些教育性较强的文学作品，让他们在作品中强化品质、培养品德。

（三）要严格审查作品内容，实现价值引领

儿童处于知识启蒙阶段，对陌生事物会产生好奇心，从而打下爱好科学、热爱读书的习惯，因此儿童文学要具有重要的教育作用，这也直接决定了图书在市场和读者心中的竞争力。图书编辑在选题过程中，要注重儿童文学的价值引领作用，一方面以浓厚的兴趣和宽容的态度，保护、调动儿童审美方式的积极性，另一方面努力提高、深化和引导儿童审美意识往成熟方向发展。文学题材要来源于生活，作者应有一定生活积累，要有艺术创造力、艺术表现力，从而才能在情节结构、细节描写、形象刻画、语言运用等方面打动小读者。所以，作者和编辑只有完全走进儿童的内心世界，从儿童文学的特征和作用出发，才能开发出真正适合儿童阅读的作品，使他们能够分辨什么是“真、善、美”，在学习知识的同时，陶冶情感、树立理想。

（四）要提升作者水平，坚守儿童本位

儿童作家想要创作出好的文学作品，要不断提升个人的能力水平，就应该始终保持一颗童心，要有独特的

儿童审美感受能力,更应具有适应儿童接受的艺术表现力,即坚持儿童本位。优秀的儿童文学作品应当贴近现实中儿童的学习和生活,拉近儿童与作品之间的距离,让儿童从文学作品中感受亲切感,引起读者的共鸣,这才是儿童文学创作最基本的题材库。

作家可从自身的生命感受出发,从童年记忆中探寻人生的意义,由此引领孩子感受世界的多样性,获得丰富的生活智慧和人生经验,并且塑造健全的人格。如叶广岑创作的“耗子丫丫三部曲”,便是作者将那些深藏的童年记忆,与颐和园的历史知识、老北京的风情文化等熔铸在一起,既呈现独具特色的地域人文风貌,又蕴含浓郁的儿童情趣。作者用富有生命力的语言活画出人生的百态和天地的宽广,使作品文学性更强,思考更深入。

而赵菱的《大水》《梨园明月》等图书,则植根于作者熟悉的故土,深挖中国传统文化、民间文化。作家用清新活泼的语言,多角度地反映新时期的乡村少年儿童生活,既呈现了崭新的时代精神,又反映了当下孩子的情感、思想与梦想,艺术地呈现中国孩子的童年面貌,从而讲好中国故事,为时代发声。

(五) 要布局出版创新,打造精品图书

打造品牌图书、精品图书是每个图书出版单位的发展目标,以此丰富当下儿童文学的内容和题材,满足国内阅读的需求,拉动国内图书市场。虽然儿童文学作品不像漫画、绘本等儿童读物表现形式那样灵活,但还需主动适应市场需求,在表现形式和出版方式上加以创新,以更有效的吸引读者。一是出版形式创新。当前图书出版形式仍以传统的纸质为主,大多采用文字为主要表达方式,如果作品内容吸引力不足,读者在阅读过程中会觉得比较枯燥。因此,出版编辑要适时转变出版理念,深度媒体融合,使图书出版与数字技术相结合,将单一、平面、静态的呈现形式转化成为多元、立体、互动的呈现形式,通过不同的内容载体和技术加工为读者带来丰富的阅读体验和感受;二是选题策划模式创新。新媒体的发展,使传统图书选题策划模式已无法满足行业发展需求,图书编辑已经不再是独立的个体,从图书选题策划,到内容制作各环节都相互关联、相互制约。因此各图书编辑要以立体化思维模式代替平面化思维模式,选题策划编辑要与时俱进,借助大数据的数据挖掘、数据分析作用,全面分析不同层次读者的兴趣爱好,选择出版适合儿童需求的文学作品;三是营销策略创新。图书编辑应根据市场需求制定个性化的宣传推广方案和营销策略,及时掌握热点问题及儿童关注问题,把握好图书发展的风向标,收集和搜索儿童文学出版中存在问题和发展变化,从而了解市场动向。另外,阅读

不仅仅是一种单向的知识、资源输出,而是双向的互动交流。因此,编辑要借助APP等多种信息化载体,将图书内容、形式、模式等多项内容与儿童文学作者及读者进行需求对接,更好地满足用户的个性化需求,以此提升用户的阅读体验,最终为自身在激烈的市场竞争中站稳脚跟打下基础。

五、结语

儿童是一个国家的未来和民族的希望,社会各界应当了解、尊重、关心少年儿童,为他们的成长提供良好的社会环境。儿童文学作为孩子了解世界的窗口,应当发挥其审美、教育、认知的积极作用,帮助儿童积累知识、增长见识、锻造性格及培养品德,形成自主探索意识和健康的价值观念。随着信息化时代的发展,传统儿童文学图书在创作、选题、策划、设计以及制作中存在的局限性不断显现,给图书出版企业提出很大挑战。在保证儿童对知识需求的基础上,图书编辑和创作者应该坚守儿童本位,精心策划选题,不断创新图书出版模式和表现形式,提升图书出版的价值引领作用,出好书、出精品,为促进少年儿童的智力成长及身心健康打下良好基础,将阅读的乐趣和教育价值传递给下一代。

参考文献

- [1]张旭.新形势下图书编辑创新能力的培养策略和提升路径分析[J].新闻研究导刊,2017(17):238.
- [2]李蕊.新形势下图书策划编辑对出版行业的转型策略分析[J].新闻文化建设,2021(04):111-112.
- [3]方卫平.当代原创儿童文学中的童年美学思考——以三部获奖长篇儿童小说为例[J].当代作家评论,2015(03):83-93.
- [4]刘雅铭.新媒体时代儿童文学IP品牌的传播路径和发展趋势——以“皮皮鲁总动员”为例[J].出版广角,2019(22):61-62.
- [5]韩雄飞.大众传媒语境下中国原创儿童文学出版的对策思考[J].湖州师范学院学报,2021,43(05):41-46.
- [6]陈莉.当代儿童文学发展的社会价值与现实意义——评《新世纪中国儿童文学现场研究》[J].领导科学,2021(04):129.
- [7]范丽.儿童文学数字化出版存在的问题及其对策[J].新媒体研究,2020,6(12):72-73+76.
- [8]魏洁.图书的精品与品牌建设探索——以河北少年儿童出版社为例[J].产业与科技论坛,2019,18(13):283-284.
- [9]张怡.儿童文学理论研究的“匠人匠心”——《儿童文学的中国想象——新世纪儿童文学艺术发展论》编辑手记[J].出版广角,2019(03):61-63.