

融合出版视域下少儿主题出版发展研究

王佳一

北京印刷学院出版学院, 北京

收稿日期: 2024年5月9日; 录用日期: 2024年6月20日; 发布日期: 2024年6月28日

摘要

随着信息技术的快速发展, 出版行业正经历着前所未有的变革, 融合出版取得了长足进步, 为少儿主题出版的发展开创了新的局面。弘扬主旋律, 将红色基因的传承、国家及社会的重大变化和重要事件融入童书出版具有十分显著的意义。目前少儿主题出版仍面临着主题和载体单一、角度过于宏大, 以及技术和成本难以平衡等问题, 打造数字阅读空间、开发多元选题、延伸出版价值链、拓宽传播场域等四种发展路径将有利于少儿主题出版在融合出版视域下探寻破局之路, 推动少儿主题出版高质量发展, 培养少儿主题出版新质生产力, 推动党和国家意志的传递, 培养少年儿童对中华优秀传统文化的自信心和自豪感。

关键词

融合出版, 少儿主题出版, 互动性, 中华优秀传统文化

Research on the Development of Children's Theme Publishing from the Perspective of Integrated Publishing

Jiayi Wang

School of Publishing, Beijing Institute of Graphic Communication, Beijing

Received: May 9th, 2024; accepted: Jun. 20th, 2024; published: Jun. 28th, 2024

Abstract

With the rapid development of information technology, the publishing industry is experiencing unprecedented changes, and fusion publishing has made great progress, creating a new situation for the development of children's theme publishing. It is of great significance to carry forward the

main theme and integrate the inheritance of red genes, major changes and important events of the country and society into the publishing of children's books. At present, children's theme publishing is still faced with problems such as single theme and carrier, too grand perspective, and difficult balance between technology and cost. Creating digital reading space, developing multiple topics, extending the publishing value chain, and broadening the communication field are four development paths that will help children's theme publishing explore a way to break the current situation in the perspective of integrated publishing, and promote the high-quality development of children's theme publishing. It cultivates the new quality productivity of children's themed publishing, promotes the transmission of the will of the Party and the state, and cultivates children's confidence and pride in the excellent traditional Chinese culture.

Keywords

Fusion Publishing, Children's Theme Publishing, Interactivity, Fine Traditional Chinese Culture

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

目前各行各业都在通过全面的数字化转型推动生产、生活及治理模式的革新，新兴产业和新型商业模式的涌现为经济增长注入了新动力。出版行业同样正在借助元宇宙技术，构建全新的元宇宙体验场景，促进出版行业在元宇宙中获得多元发展，拉动融合出版。

2021年由国家新闻出版署印发的《出版业“十四五”时期发展规划》[1]提出了“高质量出版”的发展理念，提出了“做强做优主题出版”、“推出精品少儿读物”等任务。为了助力出版强国的建设，出版主体必须顺应时代变化，掌握最新的阅读风尚，钻研读者心理，创造时代精品。随着数字时代不断推进，数字融合的概念逐渐深入出版领域，AI阅读、MR体验等新型阅读形式层出不穷，进一步推动了出版行业的创新，现在的出版形式已不止囿于传统出版与数字化的简单结合。与此同时，读者的阅读期待也在不断攀升，为出版主体带来了更为繁重的任务。在出版业数字化转型的关键时刻，少儿主题出版的融合发展亦已成为不可逆转的必然趋势。

2. 少儿主题出版与融合出版

2.1. 少儿主题出版

1) 少儿主题出版的概念

习近平强调，“宣传思想工作是要做人的工作的，要把培养担当民族复兴大任的时代新人作为重要职责。要抓住青少年价值观形成和确定的关键时期，引导青少年扣好人生第一粒扣子。”[2]。落实到出版实践中即意味着出版主体需要响应国家号召，通过多出优质好书为少年儿童打好思想成长的地基。出版主体应自觉承担举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，将社会主义核心价值观融入故事情节和人物塑造中，注重从中华优秀传统文化中提取营养，通过生动活泼的故事和形象鲜明的角色，让少儿在阅读中潜移默化地接受和领悟正确的价值观念。

主题出版是社会主义文化建设的重要组成部分，是指以重大时间节点的重大事件或重大理论等特定主题为出版内容，服务党和国家工作大局的出版活动，其成果以图书出版物为主，也包括音像等各类电

子出版物[3]。少儿主题出版是主题出版在少儿阅读领域的延伸和应用，专注于为少儿读者群体提供与党和国家工作大局、社会发展重点议题、重大节庆日、重大事件以及重大理论问题相关的出版物。少儿主题出版承担着更为深远的社会文化责任，相较于其他的少儿出版物，更加注重传递国家意志，培养读者对中华优秀传统文化的自信心和自豪感，弘扬中国特色社会主义核心价值观，帮助年轻一代建立起对国家的深厚感情，激发少年儿童的爱国热情，从而在未来成为国家的建设者和中华文明的传承者。

2) 少儿主题出版发展现状

少儿主题出版既是主题出版的重要组成部分，也是少儿图书出版领域不容忽视的细分市场。据开卷数据分析，2018至2021年少儿主题出版市场在少儿出版市场的册数占比、码洋占比和品种数占比逐年上升，但占比不足1% [4]。2020~2022年，主题出版中少儿类图书的品种占比、实洋占比均跻身前三，保持稳步上升的趋势。2022年少儿主题图书动销品种已超过3400种，题材更加丰富，切口更加精准，形式更加多样，少儿主题图书质量和水平发展到了新高度，屡获业内大奖，取得了双效丰收[5]。

少儿主题出版物种类多样，题材丰富。绘本类的比如希望出版社主持的“伟大精神在人民”绘本项目、内蒙古人民出版社出版的《中国少数民族故事绘本典藏》系列，连环画类的比如上海人民美术出版社出版的《日出东方——庆祝中国共产党成立100周年连环画专辑》，文字故事类的有大连出版社出版的《红色精神故事汇》、春风文艺出版社主推的《小布老虎“好孩子”》中国原创书系等。除此之外，还有与现代数字技术结合的由辽宁少年儿童出版社出版的《AR全景看·国之重器》等。其中大多以系列书系为主，单行本较少。

自2019年以来，中华人民共和国成立70周年、中国共产党成立100周年、党的二十大召开、毛泽东诞辰130周年等意义非凡的时间节点都为此后少儿主题出版市场的蓬勃发展提供了有力的条件。少儿主题出版发展迎来了高潮，众多出版单位紧跟时代脉搏，紧扣国家大事，将少儿主题出版作为核心项目深入打造，策划出版了一批精品少儿主题读物，为出版单位在市场站稳脚跟奠定稳固基石。

2.2. 融合出版

1) 融合出版的概念

2022年1月，由全国科学技术名词审定委员会主办的融合出版概念及定义专家审定会在京召开。会议讨论同意将“融合出版”纳入编辑与出版学名词术语表中，并就“融合出版”的概念表述进行深入研讨交流，最终形成一致意见，即“将出版业务与新兴技术和管理创新融为一体的新型出版形态” [6]。

融合出版强调内容的流动性和可塑性，它打破了传统出版的界限，使得内容可以在不同的媒介和平台上自由流动和转换。这种流动性体现在内容的形式上，也体现在内容的传播路径和消费方式上。内容创作者可以利用多种媒介手段，如文本、图像、音频、视频等，创作出适合不同平台和用户需求的内容。同时，出版机构也可以根据用户的阅读习惯和偏好，通过算法推荐、个性化定制等方式，将内容精准推送给目标读者。

2) 融合出版的特征

融合出版创新了产业形态，为推动出版新质生产力的发展提供了工具。融合出版突破了传统纸质出版物的局限，整合了多种媒介形式，使得内容呈现更加生动直观，弥合了不同媒介和行业之间的鸿沟，促进了出版业与教育、娱乐、科技等领域的深度融合，具有多媒体整合性和跨界融合性。

读者可以通过数字化平台与出版物进行互动，具有一定的交互性，同时融合出版利用大数据分析等技术手段对读者行为进行分析，以此来优化内容生产和营销策略，利用数据驱动决策，提供个性化的内容推荐和服务，满足不同读者的个性化需求。

融合出版拥有较新的盈利模式，如用户付费、广告支持、内容订阅等，以适应数字化时代的市场需

求。借力于互联网和移动设备的普及，融合出版产品可以随时随地被访问，极大地提高了内容的可达性和实时性。

除此之外，在数字化背景下，版权保护面临更严峻的挑战，监管机构需要更新监管框架，采用区块链和数字水印等技术为知识产权的保护和管理保驾护航。

2.3. 技术融合赋能少儿主题出版发展

融合出版改变了内容的生产和传播方式，重新定义了作者、出版者和读者之间的关系，为当下出版业发展带来了巨大的变革和创新空间。尤其在元宇宙时代下，融合出版呈现出全新的发展蓝图，涵盖了从基础设施到用户体验的各个层面。比如，5G/6G网络和物联网为这一出版模式提供了强大的技术支持。在此基础上，人机交互成为关键，VR(虚拟现实)、AR(增强现实)、MR(混合现实)、传感技术、脑机接口以及全息出版等技术使读者与内容之间的互动更加丰富。

去中心化是这一出版模式的显著特征，NFT(同质化代币)、DeFi(去中心化金融)和智能合约等区块链技术的应用保障了出版物的数字化资产管理和交易的安全性。同时，空间计算和3D引擎也为出版行业带来了新的可能性，使得虚拟出版物市场和商业体系变得更加完善。

在创作者经济方面，选题策划及内容生产中的编辑工作流程被虚拟化，提高了工作效率。最后，渠道的拓展也不仅仅局限于传统的阅读社交和虚拟书店，私域流量和IP运营为少儿主题出版提供了新的增长点。同时利用大数据技术，实现精准营销，提高少儿主题出版产品的市场转化率，有望扩大市场规模，推动少儿主题出版市场规模实现跨越式增长。

3. 当下少儿主题出版面对的问题分析

3.1. 主题单一，作品同质化泛滥

同质化问题在各类出版市场中都是亟待解决的，但少儿主题出版更盛。

为迎合各类纪念日与重大时间节点，主题出版物的出版时间常呈现集中态势，导致市场上短时间内涌现大量相似作品。同时目前中国少儿出版市场非常庞大，有超过五百家出版社参与出版少儿图书，少儿主题图书相较于其他少儿出版物具有较强的历史性、政治性等，许多非专业少儿出版社在具备相应出版条件时也会抓住契机瓜分市场。

同时，此类出版物大多主题单一，可供创新的口径比较窄，出版机构往往容易陷入模式化的窠臼。出版机构在追求规模扩张和短期利益的过程中，可能会忽视长期的品牌建设和内容创新，导致资源过度集中在短期内能够快速见效的项目上，更新出版形态后出版与已有作品相似的内容，从而加剧了同质化现象。

缺乏有效的版权保护机制也进一步助长了同质化的趋势。大众往往会对主题出版的版权保护敏感性较低，因为童书主题出版的题材多集中于宣传党史、宣扬红色精神和红色家风等理应被大众所熟知的公开的内容，编辑加工的过程就会出现包容性较强的灰色地带，为侵权盗版创造孕育的温床。

3.2. 角度宏大，缺乏主体认知

皮亚杰的认知发展阶段理论指出，儿童的认知能力是逐步发展的。少儿读者尚未发展到能够充分理解复杂概念和抽象思想的阶段。然而，少儿主题出版物往往以宏大的视角展现党建、国家政策等内容，这种高屋建瓴的叙事方式极易忽视对少儿读者主体认知的洞察。

儿童在阅读过程中需要与故事中的角色建立情感联系，出版物中宏伟的主题和崇高的理念，可能会超出少儿的认知范畴，使他们无法与故事中的角色建立起情感上的联系，缺失情感共鸣，导致阅读动机

下降。他们的认知资源被复杂内容过度占用，那些宏大的主题就可能成为空中楼阁。在融合出版营造的数字空间中，人们可以根据自己的喜好和需求，自由地选择和切换不同的身份，这在一定程度上模糊了现实与虚拟的界限，也会影响儿童对社会角色的认同感和同理心的培养。

3.3. 形态单一，数字赋能不充分

面对有开发价值的少儿主题出版选题，部分出版机构尽管拥有编辑加工及撰写内容的优势，但科技资源与高质量人才资源却捉襟见肘，自如地运用数字手段策划并制作高品质的融合型出版产品就存在一定的难度。并且在数字融合时代，出版业的价值链由多个环节组成，每个环节都有一定的成本支出。成本的控制往往受到多种因素的影响，从内容的创作、编辑到最终的印刷发行，每一个环节都可能因为技术的局限而产生额外的成本，所以解决数字技术成本也是数字赋能不充分的原因之一。

同时由于少儿主题出版具有相对较强的时效性，有时出版单位会将侧重点放在内容的打磨上，而忽视了出版物的表现形式。并且部分出版机构更倾向于出版纸书，意在利用传统形式回归出版初心。在数字化浪潮汹涌的当下，这样的选择显然未能跟上时代的步伐，亦未能充分满足读者的新需求。

此外，部分少儿主题出版物的营销和推广策略较为保守，主要侧重于团体采购和图书馆配给，线上与线下渠道尚未有效融合，这无疑限制了出版物的普及程度及社会影响。

在书籍的设计上，许多出版社将二维码的增设视为数字化的象征，认为书籍封面上的二维码扫描功能足以实现数字化的赋能。然而，这种做法实际上未能充分利用数字资源，错失了将其潜力发挥至最大的机会。

4. 少儿主题出版的融合发展思路

4.1. 用户体验：场景交互，打造数字阅读空间

随着 AR、VR 等技术的发展，场景交互在少儿主题出版中的应用日益广泛。这些技术将少儿主题出版物中的复杂概念与宏大叙事转化为直观、沉浸式的知识体验。更多意义上，数字技术要呈现的还是沉浸式的数字阅读空间，能够通过设置全景式数字文化体验场景提供多维度、交互式的大数据智能感知环境。在这个空间中，读者可以通过多媒体互动魔墙、光影资源互动等展项，多角度体验数字化资源。

构建元宇宙图书馆、书店、读书会等虚拟场景可以为儿童提供一个全新的数字阅读环境。在这个环境中，儿童可以自由地借阅、购买、交流图书，享受阅读的乐趣。同时，数字阅读空间还可以融入丰富的互动元素，如数字分身、虚拟角色等，使儿童能够有更强的“在场感”，能真实感悟宏大的理论背景或是拗口的知识，为他们更清晰地认知主题出版物的内容提供了途径，让少年儿童在体验中自然吸收国家历史、文化遗产及社会价值观。

数字技术提供了高度仿真的虚拟环境，小读者可能会因此过度沉迷于虚拟世界，为了避免少儿用户在使用后，产生与现实世界脱节、忽略现实社交生活、增加焦虑和社交障碍的风险等，还要设置程序来规避沉迷问题。

4.2. 内容生产：内容为王，开发多元选题

少儿出版通常针对的是儿童和青少年读者群体，年龄区间一般界定在 0 到 16 岁之间。这个年龄段的读者正处于身心快速发展的关键时期，他们的阅读需求和认知能力随着年龄的增长而发生变化。

少儿出版服务对象已从“Z 时代”（出生于 1995~2009 年的人）慢慢转移到了“α 世代”（出生于 2010 年以后的人）。“α 世代”被称为人工智能时代的原住民^[7]。在数字时代的浪潮中，少年儿童的生活与学习已与人工智能技术紧密相连，自幼便浸润在数字化的环境中，培养出卓越的数字素养。针对这一群体，

出版主体必须深刻洞察其阅读习惯与偏好，精心打造集视觉美感、智能互动与沉浸体验于一体的阅读材料，以满足他们对高质量阅读内容的追求。

在少儿主题出版的实践中，要深入贯彻主体性原则，即充分尊重少儿读者的主体地位，深入分析他们的心理特征和认知水平。将严肃性的事实用少儿的视角表述出来，力求与读者共情。同时，采用多视角分析党和国家等大事、要事，从纵向、横向多个维度剖析选题可能存在的方向，不禁锢在以往选题的舒适区，也不过分追逐市场已有的成功选题，另辟蹊径，必要时可以借助 Chat GPT 等生成式人工智能进行辅助，这也是利用生成式人工智能优化出版流程的方式之一。

4.3. 出版形态：塑造形态，延伸出版价值链

打造少儿主题出版新业态并延伸出版价值链是有效延长出版物生命周期的方式。这意味着出版机构需在内容与形式上进行创新，超越传统的出版模式，还要探索与教育、娱乐、科技等领域的融合，在出版产业链中寻求新的增长点和价值创造的机会，创造出新的消费场景和出版模式，在内容创作、产品开发、市场营销等各个环节中实现价值的最大化。2022年6月1日，新华出版社与5G价值阅读平台悦读汇精心策划携手发行并推出了“国家相册·我的小人书”系列的首款限量版数字版权藏品，一上市便迅速售罄，这次尝试不仅为少儿主题出版领域注入了创新活力，也助力了中华优秀传统文化的广泛传播。

安徽少年儿童出版社(下文简称“安少社”)在这个方面起到了典型的示范作用。安少社在推出《桦皮船》这部优秀作品后，大胆探索《桦皮船》的融合出版策略，旨在突破少儿主题出版在转化过程中的难题。2022年8月，安少社联合科技公司打造的《桦皮船》数字藏品在黄山读书会正式发布并上架运营；9月，有声书录制完成，并在喜马拉雅平台上架销售；2023年元旦，央视总台主持人朗诵的《桦皮船》精彩片段短视频在“央央阅读”的《2022，我们一起阅过》栏目中上线播放；目前，《桦皮船》广播剧的录制和推广合作正与央视洽谈中；央视《读书》栏目推荐年度精选图书《桦皮船》的录制工作也在进行中。《伟大也要有人懂：一起来读毛泽东》发行时制作AR小剧本，制作邮票，举办各种读书活动，获得了巨大销量，版权更是输出到尼泊尔和美国，将中国伟人的事迹讲述给外国儿童，让世界了解更加立体鲜活的中国[8]。

4.4. 推广营销：整合资源，拓宽传播场域

在少儿主题出版的市场经营中，构建综合性传播平台至关重要。应当鼓励教育工作者、家长等多方共同参与，形成一个多方参与、多元互动的阅读社区。平台应当通过提供多语言支持、无障碍阅读等措施，确保有需求的少儿读者能够无差别地访问和利用资源，以实际行动弘扬社会主义核心价值观，促进中华优秀传统文化的传播与弘扬。

除此之外，建立多个端口之间的有效连接能够达到更理想的营销效果。通过跨界融合运营，实现规模效应，从而推动少儿主题出版的持续发展。在各个数字平台建立触点有助于少儿主题出版物的信息传播到更广泛的受众群体，增强图书内容的可达性。比如江苏凤凰少年儿童出版社(下文简称“苏少社”)重视形式创新，充分利用社内完善的图书、期刊、多媒体端口，多渠道传播主题声音。针对“童心向党·百年辉煌”这一主题书系，配合全民阅读活动，制定了一整套推广计划。在江苏省少先队队刊《少年号角》上开展“红领巾向党”主题征文活动，通过苏少社“小凤凰FM”平台策划“童心向党”专题，与中国图书进出口(集团)总公司合作“童心向党·百年辉煌”书系5G全景可视化、沉浸式阅读方案，利用5G技术，结合AR、VR、MR，实现从文字到“身临其境”的阅读体验。此外，苏少社还与社会各界积极合作，实现主题作品的电影、舞台剧、广播剧改编，多形态推广主题内容[9]。

宣传时要打破壁垒，强化与其他数字平台及国际传播道路建设的联动，不要各自为战。可以争取学

习强国“中国乡愁”“青春中国”“党史”等栏目的专栏版面，借助学习强国等目标读者的年龄段会接触的官方平台的力量，官方平台的权威性可以作为作品宣传推广的保障。或是与教育机构等合作推广，能够让少儿读者阅读的场景更加生活化，增强父母等实际购买者的购买欲望，强化传播效果。

5. 结语

综上所述，出版机构有必要结合大数据分析和人工智能技术，对少儿主题出版物的内容生产、分发、营销策略进行优化，用于提质增效，确保少儿读者接收到最适合其认知水平和兴趣偏好的出版物。一方面，出版机构需要整合内部资源，优化出版流程，提高出版效率；另一方面，还需要积极寻求外部合作，拓展合作伙伴网络，共同推动少儿主题出版在融合出版时代的发展更加数字化、精细化、多元化。

参考文献

- [1] 国家新闻出版署. 出版业“十四五”时期发展规划[J]. 中国出版, 2022(3): 8-20.
- [2] 习近平在全国宣传思想工作会议上强调 胸怀大局把握大势着眼大事 努力把宣传思想工作做得更好 刘云山出席会议并讲话[J]. 党建, 2013(9): 4-6.
- [3] 韩建民, 李婷. 主题出版如何实现高质量发展七问[J]. 中国出版, 2021(7): 5-10.
- [4] 史妍, 姜晓涵. 新媒体环境下的少儿主题出版新势能[J]. 科技与出版, 2023(5): 28-32.
- [5] 刘星保. 新时代背景下推动少儿主题出版高质量发展的对策研究[J]. 出版广角, 2023(8): 29-33.
- [6] 尹琨. 专家审定“融合出版”概念及定义[N]. 中国新闻出版广电报, 2022-01-25(002).
- [7] 胡隽宓. 少儿主题出版的多元化探索[J]. 出版广角, 2024(2): 30-35+72.
- [8] 陈晓慧. 少儿阅读视角下“主题出版”的创新策略研究[D]: [硕士学位论文]. 合肥: 安徽大学, 2021.
- [9] 王泳波. 促进出版要素融合 创新主题出版格局——以苏少社主题出版实践探索为样本[J]. 中国出版, 2021(22): 12-15.