



编者按

原创童书作者的培养一直是少儿社相当重视也是反复提及的话题。此次,我们重新关注它的原因是,一方面,眼下很多的童书出版已不再仅仅是出版者督促作者写稿、交稿或作者自投稿再出版的过程,一部分童书出版已经由出版机构主导整个童书创作团队,根据脚本进行“头脑风暴”式的激情创作。比如中国少年儿童新闻出版总社的“植物大战僵尸系列”、上海童石网络科技有限公司与新东方携手重塑“泡泡”品牌,打造相关童书系列等。另一方面,眼下的市场书领域,童书一支独大,包括部委专业社、大学社、民营公司在内的各种新力量不断涌现,对于作者资源的瓜分更为激烈。此外,数字化阅读风潮毫无例外也对少儿图书的创作产生影响。作为专业少儿社安身立命的根本——作者资源的挖掘、培育,各家少儿社掌门人又有什么新的招数呢?

出版社搭建少儿图书作者新型培养平台

■商报记者 宇 澍

随着我国童书创作、出版领域日趋国际化、市场化,国外的一些先进童书出版模式也开始在国内逐渐普及,与之对应的,童书作者的培养模式也在发生着变化。出版社从来稿加工改为主导整个童书创作团队,根据脚本进行“头脑风暴”式的集体创作,可以说是借鉴了国外在类型化写作中常用的一种创作机制。在这个过程中,我们不难看出,部分国内出版机构变得更加具有市场意识,更加主动地进行整个童书的策划、组织、创作,体现出出版社在出版整个环节中更高的创意含金量。

新疆青少年出版社社长徐江认为,之所以从约稿演进到由出版社主导创作,也是国内出版社发展日臻成熟的标志性变化。由出版社主导,可以降低作者的创作风险,更加贴近市场需求。中国的童书作者与国外的童书作者眼界视野、叙事技巧上还有一定差距。从这一点上说,出版社无疑是最好的信息传递者,可以借此弥补国内作者对国际童书市场需求和走向认识不足的缺憾。

当下,一些作者的急功近利也使得约稿已经很难满足出版社的要求(不局限于童书)。与其盲目约稿,不如按出版社自己对市场需求的把握来主导创作。徐江认为,出版社主导下的团队创作,是中国童书创作发展中的新商业模式,积极意义在于激活更多作者参与童书的创作,引领和丰富童书的创作路径。就目前来说,如果新疆青少社有这样的资源,也会尝试一番。但相对来说,“这种操作是一种流水线式的商业做法。未来的童书必将还是以作品、作家的特质、个性来占领市场”。

可以说,作者资源的相对匮乏和童书市场的巨大需求是当今中国童书发展的主要矛盾,也正是这一矛盾,才催生了由出版社主导下的团队创作现象。

浙江少年儿童出版社社长傅里甫认为,童书作者的培养并无统一模式,网游的盛行、新媒体的出现,无疑为新作者的成长提供了更多的新途径,这是对传统出版的一种补充。这种新型创作方式的出现主要是由于读者阅读需求的变化和阅读方式的改变,多媒体的发展直接带来的,这也对创作者、出版人提出了更高的要求——需要针对不同类型读者寻求不同风格的作者。“在新媒体面前涌现出的作者可以不是知名作家,但基本的文字功底和文学造诣必不可少,对新媒体特点的熟悉了解、对目标读者的需求把握,对读者阅读心理的洞察更是至关重要。

天津出版传媒集团副总经理、新蕾出版社社长纪秀荣介绍该社具体的选题项目时也提到,目前新蕾社对于作者的培养更趋系统化和规范化,既关注国内一线作家,也把眼光瞄准成熟高效的设计工作室,同时也注意倾听读者的声音,并将其反映给作者。在作品的策划阶段,编辑与作者就作品的构思与创作进行深入讨论,并结合市场的需求和经验,对作者在写作内容、手法等方面进行积极引导。“这样做,既最大限度地忠于原作,又可以满足市场的需求,也会提高效率。”

眼下市场书领域,虽然童书一支独大,包括部委专业社、大学社、民营公司在内的各种新力量不断涌现,并且有相当一部分出版机构成立了专门的少儿图书出版部,并且在选题的挖掘和市场培育上,表现出良好的势头。对于作者资源更为激烈的“争夺战”,作为专业少儿社,在作者的培育上,又有什么新的应对措施?

中文天地出版传媒股份有限公司副总经理、二十一世纪出版社社长张秋林认为,建立长线编辑与长线作家的长效合作机制,并全版权经营作家的作品,拉长作品的价值链,增加作品的附加值,实行全媒体覆盖,是唯一可以与市场上蜂拥而起的竞争对手一争高下的砒码。

接力出版社总编辑白冰觉得,竞争是好事,但要避免不良竞争,最终目的是在竞争中竞和。他认为,出版社要去争取那些有创新精神的作家,做有创新性的作品,并且在与作家沟通过程中做好服务,为作家在采风、创作、影视改编版权、国际版权输出、图书品牌形象延伸拓展策划等方面提供便利,对作家和读者保持真诚的态度,发挥出作家与读者的沟通桥梁作用,最大限度地提高作家的作品在国内外的覆盖率和影响力,这样,专业少儿社才能在激烈的作者资源竞争中始终保持实力。出版社最终是要以编辑策划、出版、发行、营销能力,确保作者作品以更好的质量、更广泛的渠道和更立体的营销攻势,实现作品社会效益和经济效益的最大化。

浙江少年儿童出版社的做法是,充分利用出版社长期积累起来的品牌影响力和号召力,与作者建立诚信友好的合作关系,通过经常性的交流活动,形成出版社与作者团队的良性互动,并竭尽出版社全力,为作者的成长发展创造条件,营造超越合作伙伴的融洽和谐关系。

面对全国有超过90%的出版社涉足少儿出版,不少非专业少儿社还成立了专门的少儿分社,主打童书出版的状况,天津出版传媒集团副总经理、新蕾出版社社长纪秀荣虽然深感形势严峻,但她



也坚信,术业有专攻,作为传统少儿社,更加谙熟少儿出版的规律,掌握的策划经验和资源更具优势,出版的少儿书也更加有品位、有内容、有深度、有质量。与此同时,她也在积极借鉴更新、更好的出版理念和作家培养机制,着眼于新生代作家的培养,完备创作人才体系,为作家服务。

面对众多资源的“瓜分者”,少年儿童出版社副总编辑周晴很冷静。她觉得这是一个长期的工程,需要沉下心做细致工作,不在于“此一时或彼一时的较量”。比如,该社在“十二五”期间依托“陈伯吹儿童文学奖”平台,将更多的中青年作家团结到了出版社周围,并利用“桂冠”书系的品牌效应和规模效,策划出版一批获奖中青年作家的最新作品系列。书刊互动也是发现新作者资源的好地方。同时,她也很鼓励青年作家读万卷书,行万里路。在创作的同时,留出时间静心阅读,积极思考,体验生活,积累经验,跨越自我。周晴觉得,建立长效机制实际上是在倡导一种纯正的文学创作态度和价值取向,从活动和评奖中发现和鼓励优秀者脱颖而出,比如该社新近推出的“汤汤奇异童话”系列,就是一次很好的证明。

案例点击

秀一秀他们是怎样运作作家资源的

二十一世纪出版社:长效合作+全版权运营

二十一世纪出版社社长张秋林一直都坚信并实践着:让才华横溢的作家发大财,让治学严谨、言之有物的学者享殊荣。基于“自主知识产权是一个出版社的核心竞争力”的认识,二十一世纪社率先提出了“从经营作品向经营作家转变”,由此与国内一大批优秀作家建立了长效合作关系。比如旗下的作者童话大王郑渊洁、魔法姐姐晓玲叮当、数学童话大师李毓佩、推理小说女王鬼马,以及该社新近培养的新秀作家加拿大籍华人王若文等。

郑渊洁、晓玲叮当是二十一世纪社长线经营作家、全版权运营成果不俗的最有力证明。2012年春节前夕,该社授予童话大王郑渊洁“终身成就作家”荣誉;自2006年以来持续经营“童话大王”郑渊洁,并取得巨大成功,开“一个作家的所有作品只在一家出版社出版”的先河,《皮皮鲁总动员》系列丛书先后推出九大系列共70册,迄今累计销量超过2850万册,先后荣获了第二届“中华优秀出版

物”等多项大奖,成为“民族自主创新出版品牌的代表”。预计今年10月份突破3000万册,该社计划10月底在北京举行盛大庆典。

二十一世纪社曾授予魔法姐姐晓玲叮当二十一世纪出版社“2011年度作家”荣誉。2007年社里签下了她的所有作品,目前已出版四大系列32册图书,累计销售超过300万册。其中历时5年精心打造的《魔法小仙子》是中国第一套美德童话全书。该丛书迄今已发行超过100万册。根据《魔法小仙子》丛书改编的大型儿童绿色网络游戏《魔法仙踪》正在紧锣密鼓地研发之中,预计2012年10月正式上线,成为该社全版权经营的一次有益尝试。

此外,该社还签下了“数学童话大师”李毓佩所有作品的版权,进行全版权经营。出版社于今年内将陆续出版《李毓佩数学童话总动员》20余册,并着手对他的作品进行网络游戏和漫画的改编。全版权签约作家推理小说女王鬼马星和受国内读者关注很高的加拿大籍华人作家王若文今年将有系列作品面世。

浙江少年儿童出版社:建设结构性作者梯队

浙江少年儿童出版社一直重视作者的结构性梯队建设,既有老一辈的知名儿童文学作家又有年轻新锐作家的加盟,以实现选题创作的可持续发展,避免作家队伍的青黄不接。读者阅读需求的多元化和多样化,对出版社提出了更高要求,这也间接地促使浙少社在作者队伍建设方面下工夫。除了与知名儿童文学作家签订战略合作协议,该社社长傅里甫也很重视发现新作者、培养新作者、使用新作者。“在培养中使用,在使用中培养,坚持论实力不论资历的原则,创造条件、提供平台,让金子早一天发光,让真正有才华有能力的作者脱颖而出。”多年来,浙少社通过“冰心儿童文学新作奖”、“冰心作文奖”、期刊《幼儿故事大王》、读书征文活动等平台为新作者提供了崭露头角的机会。如今活跃于儿童文坛的许多知名作家当年正是从“冰心儿童文学新作奖”的舞台走向了更加广阔的创作天地。

新疆青少年出版社:签下“00后”小作者

在作者队伍建设方面,随着国内童书市场的不断向好和童书创作环境的不断改善,新疆青少年出版社社长徐江坚信,只要出版社能够坚持自己的品质、理念,就不愁聚集不了作者人才。近年,该社没有跟风抢夺“利诱”作者。徐江觉得,以若干个出版社“制造”出来的某个或某几个作家作品“一本多版”的“繁荣”,不利于国内童书的发展。徐江更乐意,具有独立人格特质、作品风格的作者,更乐意以自己的影响力感召更多更好的作者与青少社共成长。他的做法,一是在优质自来稿件的作者中寻求“潜力股”,不是主导作者创作,而是凭借出版社对图书市场的把握和编辑出版经验,以真诚合作的态度和对书稿的责任心引导作者对自己感兴趣的话题进行深度挖掘,做选题的系列开发,并由此建立签约作家队伍。二是实施“孩子讲给孩子听的故事,孩子分享孩子的快乐”图书出版工程,大力培植儿童作家。以《蕃茄天书》为例,作者创作作品时不到10岁,尽管稿件并不成熟,但徐江接稿后没有轻易退稿或急于出版,而是在组织同龄学生试读的基础上,将读者的意见和童书创作的技巧及时与小作者沟通,并引导孩子用了1年的时间来完善作品。作品完成后,该社立即将小作者确定为新疆青少社的签约作家。作品上市前,该社还利用平面媒体和网络对小作者进行宣传和作品预热。所以,图书上市仅1个月,就有境外出版社洽谈版权输出事宜。三是与国内知名高校进行合作,从优秀毕业生作品中发现和培养作者队伍。

少年儿童出版社:全力发掘青年作家

青年作家的发现和培养一直是上少社非常重视的一项工作。2010年以来,出版社先后出版了青年作家的原创作品有“上海儿童文学新十家”系列书,“淘淘丛书”系列、“二米哈皮日记系列”、“谢天谢地”系列、“老臣阳光小说”系列、“不一样的许多多”系列和“汤汤奇异童话系列”等,并且专门为青年作家的作品开出了“桂冠”书系、“金蔷薇”儿童文学金品系列和“绿拇指”金童话系列,鼓励青年作家和作品的脱颖而出。

该社副总编辑周晴表示,具体操作上,社里一直遵循几个要点。其一是编辑队伍的建设,要有能辨别优劣、对作品有独到眼光的编辑,起到发现、培养、提升作者的创作能力的作用。其二是利用期刊平台“短平快”的效果:上少社的许多期刊,如《小朋友》、《少年文艺》、《故事大王》等可以收到大量自发来稿,也从中发现了许多有潜力的青年作者;《儿童文学选刊》作为中国儿童文学的一个窗口,会选登一些优秀的儿童文学作品,一些崭露头角的青年作家常常在第一时间被社里的编辑捕捉到,并通过与他们的沟通建立起长期的交流。其三是征文活动可鼓励青年作家积极参与,如《少年文艺》举办的“周庄杯”全国儿童文学短篇小说大赛平台,出版社从中发现了不少优秀作者和作品,鼓励现在非常缺少人气和作者的短篇小说的创作。其四是建立获奖机制,扩大评奖活动的效应:持续了24届的“陈伯吹儿童文学奖”的评奖,很大程度上对鼓励青年作家积极创作起到了良好的促进作用。通过这一奖项脱颖而出的青年作家不在少数。其五是重头书系列如“桂冠”书系、“金蔷薇”儿童文学金品系列、“绿拇指”金童话系列等,为青年作家的成长提供舞台。其六是,出版社也会召开青年作家的研讨会,帮助青年作家分析作品,突破瓶颈,跨越成长。

河北少年儿童出版社 精品图书推荐

河北少年儿童出版社成立于1985年,至今已走过27年的历程,27岁的年龄,正处于风华正茂、青春勃发的时期。多年来,我社秉承经典永恒理念、追求朴实厚重的风格,实施品牌带动战略,永葆一颗童心、责任心和爱心,全力做好少儿出版工作。经过不懈的努力,出版规模逐年扩大,精品出版成效明显,特色版块基本形成。

抓好精品图书出版,倾力打造经典童书。

抓好好名家名作,实现品牌效益。

优化图书结构,追求精品图书的品牌化、系列化和规模化。

