





"淑女文学馆系列丛书"主打"女生文学"概念

商报讯 近日,针对庞大女生群体的《意林·小小姐》"淑女文学馆系列丛书"在开学之际推出了两部关于成 长的"女生文学"作品,一本是《薄荷香女孩》,另一本是《蝴蝶飞过旧时光》,两本书都由吉林摄影出版社出版。

据了解,"淑女文学馆系列丛书"专为9岁~16岁的少女量身定制。月发行量过几十万的杂志《意林·小小 姐》主编阿朱认为,目前国内未成年人的文学阅读笼统地分为儿童文学、青春文学等大类,前者低幼,后者也并 不是适合所有中小学生,现在市场上很难找到专门针对9岁~16岁女孩创作的有规模、系统化的读物。事实上, 女孩和男孩的大脑结构不同,思维方式、理解能力、审美要求不同,在阅读上也要区分性别,选择不同的读物。

在这样的理念下,"女生文学"这一文学新概念也由此应运而生。

开学季推出的两本书正是《意林·小小姐》为少女们精心打造的"文学美餐"。著名儿童文学家谢倩霓的《薄 荷香女孩》为大家讲述了一对来自小镇的姐妹花江荷和萧潇在城里重点中学所经历的关于成长与友情的温暖 故事。人气作家叶萱的《蝴蝶飞过旧时光》描写了一个有点自卑、自闭的中学女生在经历烦恼与挫折后最终化 茧成蝶的励志故事。阿朱表示,"淑女文学馆系列丛书"是一个大工程,《意林·小小姐》编辑部接下来会以每年 出版几十种新书的速度,为女孩们提供一大批有规模、有质量、有品位的精品读物,打造中国女生文学一品牌。 目前正在杂志连载、受到众多女孩追捧的诗意成长小说《琥珀青春》以及"淑女文学馆"畅销经典《七寻记》系列 和《悠莉宠物店》系列续集都将于国庆节前夕上市。

数字新业态下作者培养方式圆桌谈

■商报记者 宇 澜

作者要善于打通"纸世界"与"屏世界"

张秋林(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):有些地方的确需要做出改 变。比如,童书作者要跟上时代的潮流,要善于打通"纸 世界"与"屏世界",在创作文本时就要预设与多种媒体 的接口。要熟悉数字化传播对文本的要求,要善于把握 数字化时代读者阅读方式的变化,形成立体文本的概 念。但童书作者潜心创作的特质是必须坚持的。童书 创作要去除浮躁与功利心,慢写出精品。

作家眼里的儿童艺术世界可以更立体

白冰(接力出版社总编辑):在数字化传媒时代,儿 童文学作家应该密切关注孩子的阅读欣赏习惯。在创 作好故事的同时,还要考虑到这个故事是否具备多媒 体开发的元素(这种元素包括绝妙的构思、奇异的画 面、幻想的空间、美妙的乐感的语言、便于iPod开发 的细节),以及是否便于多媒体共享,是否适合通过社 交网站、移动阅读设备等更多渠道传播。这同时也提 醒着儿童文学作者在写书的时候一定要打造出儿童文 学艺术的完美世界,心里一定要清楚内容、形象、独 特艺术空间的一致性,以便于多媒体开发相关产品、衍 产品风格的独特性和一致性。比如说《哈利波特》、《魔 戒》作者在写书之前已经想好了要构造什么样的独特的 艺术世界。

说服作者先出数字版再出纸版书

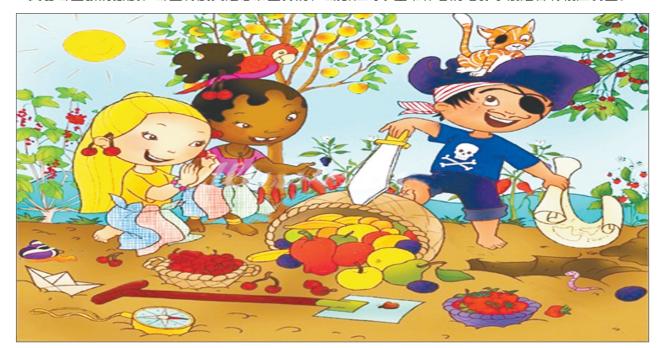
徐江(新疆青少年出版社社长):数字出版和电子书 已经成为丰富图书内容表现形式,提升图书内容价值最 大化的有力手段,理应成为少儿出版的必然选择。作为 童书作者,应该看到数字出版和电子书对传统出版带来 的积极意义,坚持故事本身的品质是童书发展的根本, 如果能够借重数字出版,无疑会取得锦上添花的效 果。因此,在童书创作中应该考虑多路径展示图书内

新疆青少年出版社正在积极开发数字类产品,一 是把优势的传统品种进行升级改版,如改编丰富原书 内容,将传统纸质图书以点读技术进行呈现,二是把优 质内容资源如插图、绘画碎片化,与手机运营商开展业 务合作,三是将内容版权非专有权授予各类阅读平台, 获取内容版权的转让和阅读收益,四是综合开发内容 资源,对适合的内容同时开发纸质书和电子书(包括音 频版图书),五是利用数字技术和网络进行纸质书的宣 传,如儿童绘本微动画处理显示等。新疆青少社在这 方面,一是让作者接受我们对数字出版和电子书的理 念——不是替代,而是丰富;不是贬值,而是增值,让其 在纸质出版授权的同时,与出版社签订数字版权。当 然,出版社对原书的改编也力求争取作者的同意。如 "贝贝熊"系列图书,社里与版权方已经达成开发有声纸 质"贝贝熊"的出版意向,这一版本不仅会按故事情节配 音,还将添加新的知识点。重信践诺也是吸引作者与青 少社开展数字版权合作的必要条件。出版社在数字出 版收益分成方面本着公开、透明、共赢的原则与作者合 作,也因此赢得了作者的信任。有些作者还把在其他出 版社出版但未签数字版权的图书交给了新疆青少年出 版社(需要重新编校、设计)。同时,我们也在践行"数字 先行"的理念,说服作者先出数字图书,然后根据读者反 响才决定是否出版纸质图书。目前,这方面工作已经有 所进展。

切勿走入为"娱乐而娱乐"的误区

傅里甫(浙江少年儿童出版社社长):数字出版的大

眼下,数字出版和电子书等渐渐成为少儿出版板块需要面对的问题。新形势下,童书作者需要 具备哪些新的素质?哪些特质又是必须坚持的?出版社对于童书作者的培养手法是否有相应调整?



背景下,童书作者应该更了解新媒体的特性,并能充分 运用新媒体的优势,加强与读者的互动,以切实贴近终 端读者的阅读需求。不管媒介、载体的形式如何变化升 级,童书作者都应该具备对社会发展的敏锐度、对读者 需求的敏感度,关注现实生活、社会中积极健康向上、对 青少年身心发展有益的内容,坚持运用孩子们喜闻乐见 的形式传递儿童本位的阅读,而非走入为了娱乐而娱乐 的创作误区。作者资源素来是出版社的竞争焦点之一, 为了从源头上保证产品的品质,浙少社将从编辑力量、 营销资源等多方面加强对重点产品作者团队的投入培

为孩子提供丰富的阅读体验

纪秀荣(天津出版传媒集团副总经理、新蕾出版社 社长):数字出版已经开始渗透到传统出版的方方面面, 这是出版人能实际感受到的。在新形势下,新蕾社也在 探索数字出版的出路。在此之前,新蕾社的国内原创作 品以纯文学为主,现在,为满足读者丰富的阅读体验,也 要求作家除了文字创作外,更应在某一领域具备专业能 力,不仅仅是为孩子写故事,更要有知识、有内涵。比 如,社里今年重点开发的沈石溪和黑鹤动物小说作品, 两位作家不但文字优美,更为可贵的是,两个人都与动 物朝夕相处多年,具备专家级的野生动物知识,对动物 生活和动物心理描写展现出很深的造诣。再比如,社里 今年出版的"中国56个民族神话故事典藏·名家绘本", 邀请了国内多位少数民族权威专家和国内一线插画大 家,这些专家和画家在创作过程中,结合优美的文字和 图画,展示了中华民族伟大的智慧和璀璨的文化积淀。 但素质能力无论如何变化,有一点是必须坚持的,就是 对孩子的关注、对孩子的爱,这是任何童书作家或者出 版人都应该时刻放在第一位的。

多年来,新蕾社与国内很多一线作家和国外著名出 版机构成为了好朋友。创办17年、充满想象力的文学期 刊《童话王国》,发现、培养、团结了大量优秀的儿童文学 作家,成为社里培养作者的稳固平台。

年轻作家有与数字产品接触的天然优势

周晴(少年儿童出版社副总编辑):毫无疑问,未来, 作为传播手段之一的纸质书会减少,代之以先进的电子 图书。但传播仍然是以内容为王,而内容的优劣,取决 于作者的脑子,作者灵感的爆发和创作激情的产物,这 个不会改变。当网络上作品泛滥的时候,选择和鉴赏的

眼光依然需要资深的编辑来完成,这个也不会改变。

电子阅读的优势显而易见,比如选择的便利性,阅 读的便捷,只要一个IPAD(或电子阅读器)就可以坐着、 甚至躺着,享受阅读的乐趣;比如表达手段的丰富性:除 了文字之外,阅读中还可以有声音的陪伴,可以让画面 动起来,插入必要的链接等等,各种多媒体技术支持的 丰富手段都可以在作品中得以表现,这个对童书作者来 说,可能是一种新的挑战,在文字的想象空间之余,要学 会运用新的手段来获得小读者的肯定。

当然,眼下青年作家的独特性也让事情比较乐观。 青年作家的创作更贴近当代小读者的心灵,语言更灵 动,思想更活跃,有着属于当代孩子的生活元素和时代 气息,这是年龄的天然优势。一些作品的想象力奇特, 充满张力,喜欢穿越,或天马行空,会给小读者以新奇 感。相比较中老年作家作品的严谨、语言的规范,这些

开 本: 16K

定 价: 18.50元/册

青年作家的作品在文字活泼之外,也存在着文字的随意 性和结构的松散等问题,需要改进。

出版者应关注当下孩子的心理状态

傅大伟(明天出版社总编辑):准确地说,出版社与 作者之间的关系是一种平等合作的关系。拥有一支高 水平的作者队伍是出版社在竞争激烈的图书市场上站 稳脚跟并取得领先位置的必要条件。目前童书出版的 模式呈现多样化的特点,但不同类型的童书在这方面所 体现的特点也不尽相同,例如原创儿童文学类图书,其 出版模式的变化并不大,作者创作的作品仍然是出版品 的主体;而低幼类、知识类的图书就需要文字作者、美术 作者、图片遴选和提供者这样一个团队来完成。出版社 编辑的任务是根据图书市场的需要和选题方向,善于发 现作者,建立高水平的作者队伍并按照选题策划的要 求,组织作者完成图书的制作。

无论是文字作者还是美术作者,他们所面对的是一 个开放性的出版市场,任何一个出版社都不可能具有垄 断性的作者资源。出版社只能根据自己对出版资源的 需要,与作者建立相对稳定、密切的合作关系,并通过各 种出版项目,发展和深化这种关系。在持续不断的合作 中,相互磨合,在图书出版理念上达成共识,并根据图书 市场的需要和自己的文化追求,为少年儿童创作高质 量、高水平的儿童图书。

数字图书和电子图书的出现只是出版形态的变化, 这种变化目前对童书内容的创作尚未产生什么影响。 但与十几年前相比,当下的少年儿童对自主阅读的图书 具有与以往不同的诉求,他们更关注与自己的生活状态 相关的主题,更喜欢具有时代感的故事,更愿意通过图 书来解答他们心中的疑惑,满足对知识的追求。因此无 论是童书作者还是出版者,应该更加关注目前孩子的所 思所想,了解他们的心理状态,创作和出版确实适合他 们阅读需求的童书。

既然出版社和作者是一种合作伙伴关系,从出版社 的角度来讲,要建立和维护这种合作关系,出版社就要 为作者提供最好的出版和销售平台,使双方形成社会效 益和经济效益的共同体,从而取得双赢。

"中国青少年智慧阅读"本套丛书采撷古今中外在

政治、战争、探险、说辩、间谍、推销领域所发生的一 个个经典智谋故事。故事围绕智慧内核展开,情结引人 入胜, 启迪悟性。每篇故事之后附有"炼智""悟理" 板块,目的是对故事的精华所在进行深度解析,及对认 识体悟的提炼升华,以期励志青少年拼搏向上。



