

中文分级阅读普及和应用不完全调查

本次调研重点约请少儿出版社、教育出版社、童书策划公司等 87 家出版策划机构的 130 位中高层管理人员、一线编辑及营销人员围绕中文分级阅读的认知情况、相关产品开发情况、相关板块发展预判等几大维度,通过电子问卷和访谈形式进行信息采集,以期从业带来一些思考。

中国出版传媒商报记者 刘海颖

普及深度和广度不足

您对中文分级阅读的了解情况如何?	
A. 完全没听说过	4. 62%
B. 听说过, 但不太了解	33. 85%
C. 一般了解	40. 00%
D. 比较了解	15. 38%
E. 非常了解	6. 15%

您是否了解国内相关中文分级阅读标准?	
A. 是	29. 23%
B. 否	70. 77%

调查显示,超过 6 成(61.53%)的受访者对中文分级阅读有了解,在这部分受访者中,仅有 1 成受访者选择“非常了解”,“一般了解”的受访者占 65%。在所有受访者中,超 3 成(33.85%)听说过中文分级阅读但不了解,极少数(4.62%)受访者选择“完全没有听说过”。

自 2011 年国务院颁布的《中国儿童发展纲要(2011—2020 年)》首次明确提出“推广面向儿童的图书分级制”之后,《全民阅读“十三五”时期发展规划》《中国儿童发展纲要(2021—2030 年)》《教育部基础教育课程教材发展中心中小学生阅读指导目录(2020 年版)》《全民阅读促进条例(征求意见稿)》等系列文件都不同程度地倡导、推动儿童阅读分级。从调研数据来看,在 15 年的政策引导下,出版策划机构的从业者对中文分级阅读的认知程度总体而言仍较为一般,普及深度和广度都存在较大提升空间。

近年来,关于中文分级阅读的研究持续推进,尤其在标准建设方面一系列代表性成果,比如中文分级阅读首个学术标准“鉴阅”分级标准,国家新闻出版署儿童分级阅读指导行标,中国书刊发行业协会、教育部中国教育装备行业协会的“儿童分级阅读指导”团体标准。但是,从调研来看,仅 29.23%的受访者对中文分级阅读标准有了解。由此可见,中文分级阅读标准从专业研究到行业普及之间还存在较大距离。

您是否有渠道获取有关中文分级阅读的相对系统、专业的普及信息?	
A. 是	36. 15%
B. 否	63. 85%

您主要从哪一渠道获取有关中文分级阅读的专业性、系统性普及信息?(多选)	
A. 自主针对性寻找专业图书或者线上专业资源	70. 21%
B. 媒体宣传	61. 70%
C. 行业活动	63. 83%
D. 其他	4. 26%

您个人是否有意愿对中文分级阅读有专业性、系统性的学习了解?	
A. 意愿强烈	43. 08%
B. 意愿一般	50. 77%
C. 无意愿	6. 15%

调查显示,6 成以上的受访者尚没有渠道获取有关中文分级阅读的相对系统、专业的普及信息。36.15%的受访者通过自主查找、媒体宣传、行业活动等方式针对中文分级阅读获取专业信息;其中自主寻找专业图书或者线上专业资源是最主要的途径,媒体宣传和行业活动也在普及中起到了重要作用。

目前,关于中文分级阅读的专业研究类出版物还较少。近期,由上海教育出版社出版的《中文分级阅读首个学术标准“鉴阅”标准解读与多维应用》首次系统性地介绍了“鉴阅”——中文分级阅读的首个学术标准,有助于理解儿童读物的评价体系,也为教育资源开发、课程设计提出了创新的应用建议。《亲近母语中文分级阅读标准》(江西科学技术出版社)则涵盖了文本分级标准和儿童阅读素养发展标准。DeepSeek、豆包、通义、文小言等大模型所能提供的中文分级阅读专业研究数据也比较有限。由此来看,关于中文分级阅读的专业性、系统性、普及性信息建设还有进一步拓展的空间。

与目前专业学习信息和学习途径相对有限的情况相对照,出版策划机构的从业者学习意愿则相对较高。93.85%的受访者有意愿对中文分级阅读进行专业性、系统性学习,43.08%的受访者表示“意愿强烈”。这也表明,专业学习资源有待进一步开发。

您是否参加过有关中文分级阅读的专题培训?	
A. 是	5. 38%
B. 否	94. 62%

您所参加的中文分级阅读专题培训的组织方是?(多选)	
A. 政府管理部门	14. 29%
B. 相关协会	85. 71%
C. 相关媒体	0. 00%
D. 相关企业	57. 14%
E. 其他	14. 29%

您认为相关培训对业务实践有直接帮助吗?	
A. 基本没有	0. 00%
B. 一般	71. 43%
C. 很有帮助	28. 57%

您没参加过相关专题培训的原因是?	
A. 没有需要	24. 39%
B. 没有途径	68. 29%
C. 没有经费	7. 32%

调查显示,专题培训作为系统性、专业性推进行业专项技能提升的方式之一,在中文分级阅读领域开展情况尚不乐观。虽然总体学习需求较为旺盛,但 94.62%的受访者并未参加过有关中文分级阅读的专题培训。24.39%的受访者表示本身对专题培训这种学习方式“没有需要”,68.29%表示“没有途径”,7.32%表示“没有经费”。

为数较少的受访者(5.38%)参加过专题培训,相关培训主要通过政府管理部门、相关协会、相关企业等方面组织,其中参加相关协会专题培训的受访者占比略高,相关企业的次之。28.57%的受访者表示相关专题培训对业务实践“很有帮助”,其他受访者则表示作用一般。

总体来看,大多数受访者对专题培训有需求,专题培训的供给相对不足。从有效性角度来看,相关培训需进一步细化设计,明确培训目标,提升针对性,使培训内容更好地作用于业务实践。

业务实践存在短板

您个人是否策划、编辑或推广过中文分级阅读类产品?	
A. 策划过	10. 77%
B. 编辑过	20. 77%
C. 推广过(含营销活动、销售业务以及阅读活动)	10. 00%
D. 以上均无	58. 46%

您所策划或编辑的中文分级阅读产品的开发依据是?(多选)	
A. 国内相关学术/行业标准	56. 10%
B. 自主研发的分级体系	60. 98%
C. 其他	14. 63%
D. 不清楚	7. 32%

您认为策划、编辑或推广中文分级阅读类产品难度如何?(与不进行明确分级的阅读产品相比)(多选)	
A. 难度更大	62. 96%
B. 没有差别	33. 33%
C. 难度更小	7. 41%

调查显示,参加过与中文分级阅读产品生产相关工作的受访者不足一半(41.54%),其中一半受访者“编辑过”,另一半则“策划过”或“推广过”。“国内相关学术和行业标准”(56.1%)、“自主研发的分级体系”(60.98%)是目前国内中文分级阅读产品开发的主要依据,后者占比略高于前者,少数产品在开发中也将教材和课程标准作为参考因素;推广过中文分级阅读产品的受访者(10%)主要依据图书上的分级标注以及出版机构、专家等方面的分级建议进行推广筛选。

从业务难度角度看,大多数受访者(62.96%)认为中文分级阅读类产品的策划、编辑、推广难度更大。而像自主研发分级体系等探索方式决定了相关项目在时间成本、人力成本、经费成本等方面都将面临不同程度的挑战。

对于出版策划机构从业者而言,中文分级阅读产品尚属小众产品。中文分级阅读产品的策划研发、编辑乃至产品推广都具备更高的“门槛”,这也成为该板块产品发展速度和规模受限的原因。

您所策划、编辑或者推广的中文分级阅读资源包含哪些类型?(多选)	
A. 纸质图书	98. 15%
B. 电子书	11. 11%
C. 有声书	18. 52%
D. 课程类产品	29. 63%
E. 活动资源包	16. 67%
其他	3. 7%

调查发现,中文分级阅读资源的产品形态目前涵盖纸质图书、电子书、有声书、课程类产品、活动资源包以及配套的数字资源等。从受访者在不同类型产品开发或推广中的参与度可判断,纸质图书仍是这一图书板块中最主要的产品形态。

值得一提的是,受访者对于课程类产品开发和推广的参与度(29.36%)虽然远低于纸质图书(98.51%),但是该细分类型在总体对比中占优势。目前,从出版融合大背景下产品形态创新角度以及商业变现挑战下产品内容优化角度考量,课程类阅读产品是越来越多出版策划机构的优势选择。该类产品定位于“阅读+教育”,从阅读教育角度服务于孩子的阅读能力发展乃至更为综合的素养提升。因此,此类产品的占比有望持续上升。但是,其开发难度相对更大,更加考验开发方的综合实力。目前,一些机构正在从中文分级阅读切入,构建复合型资源体系乃至平台,以大模型加持,提供个性化的解决方案。这其实是整个阅读领域的发展趋势之一,而中文分级阅读资源得益于“身心发展的匹配度”具有更强的开发适应性和发展潜力。

从总体观察或者了解来看,您认为目前中文分级阅读资源开发数量怎么样?(资源本身有明确的分级指征)	
A. 较少	24. 62%
B. 一般	48. 46%
C. 较多	24. 62%
D. 饱和	2. 31%

您认为目前中文分级阅读资源总体质量怎么样?	
A. 较差	3. 85%
B. 一般	79. 23%
C. 较好	16. 92%
D. 很好	0%

调查显示,从业者对中文分级阅读资源数量和质量的评价来看,这一板块的发展目前处于中等水平。48.46%的受访者认为中文分级阅读资源的出版数量“一般”,79.23%的受访者认为该类资源的质量“一般”,83.85%的受访者认为开发的专业性“一般”。尤其要关注的是,在质量评价方面,16.92%的受访者选择了“较好”,但没有一位受访者选择“很好”。

总体来看,业内绝大多数机构和绝大多数从业者对于中文分级阅读资源的把控力尚且有限,中文分级阅读资源的开发还不够成熟,这一细分板块的总体市场影响力相对较弱。

发展空间需多方共拓

您认为中文分级阅读在出版行业、阅读推广、教育领域的普及度如何?	
A. 较低	23. 08%
B. 一般	66. 92%
C. 较高	10. 00%

您认为当前分级阅读推广实施的难点在于?(多选)	
A. 统一权威的分级标准研制及普及不足	76. 92%
B. 各方面对分级阅读的价值和意义等认知普遍不足	73. 08%
C. 分级阅读资源开发不足或适配性有限	58. 46%
D. 市场推广及阅读活动针对性有限	55. 38%
E. 缺乏专业人才支持(如阅读指导师等)	55. 38%
F. 技术手段不足	16. 92%
G. 其他	4. 62%

您期待哪些方面支持推动分级阅读工作?(多选)	
A. 政府支持与资金补贴	73. 39%
B. 专业培训(如分级阅读指导方法)	88. 07%
C. 行业交流平台(如案例分享、经验推广)	75. 23%
D. 技术合作(如 AI 阅读分析工具)	55. 96%
E. 与其他机构的资源整合	49. 54%
F. 其他	0. 92%

调查显示,多数受访者(66.92%)认为,中文分级阅读在出版行业、阅读推广、教育领域的综合普及程度“一般”。约 1/4 的受访者认为普及度“较低”。70%以上的受访者认为,“统一权威的分级标准研制及普及不足”“各方面对分级阅读的价值和意义等认知普遍不足”是现阶段中文分级阅读普及不足的两大主要原因,其中前者的影响更甚。超过一半的受访者认为,“分级阅读资源开发不足或适配性有限”“市场推广及阅读活动针对性有限”“缺乏专业人才支持(如阅读指导师等)”对普及不足影响力也较大。

大多数受访者(83.85%)支持在出版、阅读、教育多个关联领域持续增强对中文分级阅读的普及推广。在推动分级阅读工作的资源和途径方面,受访者对“专业培训”的呼声最高,88.07%的受访者均对这一方式有期待。此外,侧重于案例分享、经验推广的行业交流以及政府支持与资金补贴的需求度也较高,选择比重分别为 75.23%、73.39%。超过半数的受访者(55.96%)对 AI 等技术合作有兴趣。在国内,中文分级阅读的普及推广仍待进一步加强,相关理论研究、实践应用也需要持续配套推进,这些工作均需要多方力量协同共建,相关专业力量尤其要发挥引领、示范、服务作用。

您认为中文分级阅读资源的发展空间怎么样?	
A. 发展不起来, 不好	4. 62%
B. 必然趋势, 有前景	54. 62%
C. 是趋势但难以深化, 一般	40. 77%

您认为中文分级阅读资源最需要改进的方面是?(多选)	
A. 内容的科学性和适配性	86. 15%
B. 互动性和趣味性	71. 54%
C. 多媒介特别是新技术的引入	50. 77%
D. 评估体系的完善	60. 77%
E. 多元化推广渠道	55. 38%
F. 价格合理性	26. 92%
G. 其他	2. 31%

您所在的部门或单位暂无计划涉足中文分级阅读的开发或推广的原因在于?(多选)	
A. 缺乏专业依托	62. 86%
B. 成本问题	22. 86%
C. 市场需求不明	62. 86%
D. 其他	8. 57%

调查显示,在资源建设和发展空间方面,54.62%的受访者认为,中文分级阅读资源的开发是必然趋势并且前景可期;但 40.77%的受访者则认为,虽然这一板块是发展趋势,但是难以深化,因此发展空间一般。针对“中文分级阅读资源最需改善的方面”这一问题,绝大多数受访者(86.15%)选择“内容的科学性和适配性”;按照选择比重,其他被认为最需改善的方面依次为“互动性和趣味性”(71.54%)、“评估体系的完善”(60.77%)、“多元化推广渠道”(55.38%)、“多媒介特别是新技术的引入”(50.77%)。此外,超过 1/4 的受访者重点关注了“价格合理性”。也有受访者提出“明确分级阅读的目的是什么”“什么是真正的分级阅读”是最需要优先完善的方面。

39.23%的受访者表示,其所在部门或单位有计划涉足中文分级阅读产品的开发和推广,或者持续完善既有产品。26.92%的受访者表示,暂不会涉足相关业务,其核心原因有两点,一是缺乏专业依托,二是市场需求不明。

总体来看,中文分级阅读在理论研究、资源建设、普及应用等多方面仍存在短板甚至缺口,导致各方面相关力量在实际推进中面临较多不确定性。但另一方面,从出版、阅读、教育多重维度来看,中文分级阅读存在较强的创新价值和潜力空间,需要相关力量持续进行积累性的探索,为全民阅读的深化、阅读教育的探索、出版企业的发展提供创新路径。