

童书进校园 推广阅读? 卖书生意?

4月19日,大星文化、作家榜经典文库发布了第13届作家榜,在今年新添加的“童书作家榜”中,排名前三的作家分别为杨红樱、北猫和曹文轩,郑渊洁未在榜。

面对网友的质疑,郑渊洁发文章回应中国童书销售泡沫极大,且多有“校园卖书”的情况,因而自己主动退出榜

单评选,此外,郑渊洁也在文章里指出童书作家曹文轩可能就有在校园里签售自己作品的情况。曹文轩对此回应说,不愿发声,让大家去判断。

郑渊洁的微博一石激起千层浪,事件酝酿至今,不仅郑渊洁与曹文轩牵涉其中,更是引发大众对于整个图书行业、教育体系以及名家群体的讨论。

事件

郑渊洁质疑“作家进校园卖童书”引热议

4月18日,有机构发布的童书作家榜单引发热议。在这份榜单上,为人熟知的“童话大王”郑渊洁并未上榜。19日,有网友发微博就此质疑郑渊洁,郑渊洁则在当天晚间发长文回应此事,指出榜单内部分童书作家,依靠进校园推销获得高版税收入,质疑其做法有进校园推销之嫌。该文章很快引发网友热议。

郑渊洁4月20日接受记者采访时称,在这份榜单发布前,榜单制作方曾联系他核实版税收入,但当他得知童书被专门从主榜单中剥离出来,他表示拒绝上榜。郑渊洁认为,中国童书销售市场存在泡沫,最主要的就是有部分童书作者进入中小学兜售童书。

郑渊洁告诉记者,他早年也曾受出版社邀请参与这类以卖书为目的的校园演讲,原本预计40分钟的演讲,主办方却要求他只讲20分钟,“我问他们为什么,对方回复我说‘您要给您卖书留时



曹文轩(左),郑渊洁(右)。

间啊’。”因认为这种做法剥夺了孩子自由选择书籍的权利,郑渊洁此后再没有参与过这类活动。

郑渊洁称,这类进校园签售的行为,更像是出版社、作家与学校三者“合谋”运作,以演讲的形式卖书牟利。“一般情况下是连续一周,每天上午、下午各走访一个学校,”郑渊洁说。

在郑渊洁看来,作家进校园卖书,会影响儿童阅读兴趣,也属于“进入中小小学校园推销商品”。

新闻评论

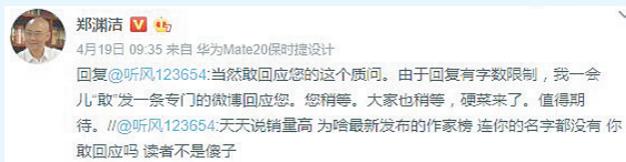
作家进校园,不能借用权力通道“卖书”

从初衷看,作家进校园为学生讲成长经历、讲故事、传递思想,是颇有价值的一件事。但将卖书与讲座捆绑在一起,还是有诸多可商榷之处,比如有人提出,图书的“商品属性”,明确违反了国家有关部门“任何单位和个人不得进入学校宣传、推荐和推销任何教辅材料”的规定。

但也有观点认为,如果有学生觉得确实需要购买图书,也无可厚非,但必须有“自愿”前提。这就意味着,在主管部门的规定与“作家进校园”之间,还存在着较大的操作空间,正是因为这个空间地带的模糊,郑渊洁才会两度提出质疑。

就舆论的反馈看,人们不欢迎的,并非“作家进校园”,也不完全无法接受“开讲座顺便卖书”,而是反感借用权力通道,让那些不愿意买书的孩子在压力之下购买。这种“权力通道”的构成,由出版机构、教育主管部门、学校、老师等组成,对于学生而言,上述组织、单位与个人,都能借用手中之权力,为“作家进校园”卖书创造通途。

所以,郑渊洁提出这个话题的讨论重点,不是让作家晒税单,也不是作家要不要进校园,而是彻底关闭这



有网友对郑渊洁图书销量提出质疑,郑渊洁做出回应。

个隐藏在幕后的权力通道,让学生自主选择与哪些作家交流、自由决定是否购买作家作品。

就媒体的报道看,作家进校园卖书,已经形成了一套成熟的“商业模式”,比如“书店实现童书销售有效转化的3种模式”被公开推广,“锁定名家和校园”排在第一位;有老师拿打印的书单交给学生,要求家长去指定的书店买书……网友在相关新闻下的留言,呈现出作家进校园卖书的“千姿百态”。做法虽然花样百出,但无一不有权力的影子在驱动。

其实,解决“作家进校园”的问题争论很简单,如果确实相关规定不允许,那不妨严格执行,只能开讲座不许卖书,任何变相的卖书形式都要被禁止。如果考虑到部分学生需求,那也一定要遵循自愿原则,让学生自主决定。

作家与书,没有原罪;作家进校园,本来也是好事一桩。但借用各种权力影响来卖书,这让人生厌,希望这种做法早点绝迹。

第13届作家榜 童书作家榜®

榜单出品:封面新闻 华西都市报 大星文化 作家榜经典文库

排名	作家	籍贯	版税(¥)	年龄	经典畅销代表作
★	杨红樱	四川成都	5600万	57	《笑猫日记》
★	北猫	黑龙江哈尔滨	5300万	37	《米小圈上学记》
★	曹文轩	江苏盐城	2700万	65	《草房子》

第13届作家榜发布2018年中国童书作家榜,杨红樱以5600万版税荣登榜首。

调查

童书出版机构回应:“校园卖书”很常见

1 童书销售规模在图书市场中占有绝对的优势

尽管互联网技术和智能手机的发展正潜移默化改变着人们的阅读方式和阅读习惯,但童书销售的规模仍然在整体图书市场中占有绝对的优势。

2018年年底,京开研究院首次推出童书市场年度报告,报告指出,2018年,童书占据了整体图书市场24.5%的销售规模,排名第一;与2017年相比,销售规模占比和销售册数占比变化不是很大,分别上升了1.6和0.6个百分点。另外,今年1月,当当数字业务部总经理宋雯

洁在第七届当当童书编辑年会上透露,2018年度,当当网全年童书占图书整体销售的25.9%,年销售册数为6.2亿册。

童书销量保持高速增长背后又有多少是属于真正有效的阅读群体呢?郑渊洁在其微博中称:“当我获悉中国作家榜制榜方首次将童书作家销售排名从中国作家榜主榜单中剥离出来后,我立即表示拒绝上榜。制作方向为什么?我告诉他们,中国的童书销售泡沫极大,甚至和不法行为有牵连。”

2 出版社回应“进校园卖书”

郑渊洁此次将批判的矛头直指“进校园卖书”,记者致电一些图书出版商,大家谈道:这个现象现在很常见,图书尤其是童书的一个惯用销售套路就是作家进校园开讲座,签售、学生买书。有出版社指出这种行为在南方的三四线城市尤为常见,“中国最早一批童书作家都进校园卖书。”某童书出版编辑说,但当年相关的规定也没有严格制定。

记者也向在北京的两家出版社:人民文学出版社与长江新世纪的工作人员了解了相关情况。

人民文学出版社的一位编辑谈道:“在北京因为管得严,出版社主动联系进校园是比较困难的,一般都是学校提出有这个需求,学校有时候也是希望学生能多接触点儿作家、能和作家有一个深入交流。”

“像在地方上如果有学校的签售活

动一般也是当地新华书店、书城等组织,我们出版社和当地书城都是正常结算的、把书以固定的折扣批发给他们,他们去哪儿销售、怎么销售是他们自己决定,而且你从书店买书本来也是全价,一般没有什么老师拿折扣的问题。作家在其中也一般是配合宣传角色。”该编辑说。

人民文学出版社出资组建的天天出版社出版了很多曹文轩的童书,至于郑渊洁提出的稿酬的税收单据的问题,该编辑回应:“曹文轩在天天社的稿酬都是天天社代缴税收的,有凭证可查。”

两个出版社的工作人员都谈到,其实进校园的活动与在书店、商场的活动没什么区别,一来出版社并不会给作者钱,作者出了书有义务配合该出版社做宣传,二来在书店等场所办活动也一般不会给所谓的场地费。

3 “优秀作家到学校推广阅读是非常有意义的行动”

4月19、20日,曹文轩参加了北大培文的校园推广活动,记者由此致电北大培文总裁高秀芹了解相关情况。

高秀芹介绍了曹文轩在郑州上课时的“盛况”:“20日上午,曹老师在郑州北大培文学校为5000个师生与家长讲了写作,他通过三个放羊的小故事深入浅出地给孩子讲写作,参加此次活动的学校达近年来之最。”在北京、上海等这样频繁举办活动、名家扎堆儿的地方,很难想象到5000人参与活动的情况,在中国二三线城市的地方学校,大家对著名作家倾注了如此巨大的热情。

问及曹文轩及其他名家是否在校园签售自己的书时,“到底有没有签名售书,欢迎媒体采访听讲座的任何一位学生、老师和家长,5000人可以作证。”高秀芹强调。

高秀芹也补充了20日活动的几个

细节:“20日上午曹老师在郑州北大培文学校讲座,现场气氛非常热烈,没有签名环节,但是还是有很多人让签名,有曹老师的书,也有孩子的练习本,虽然曹老师很疲倦,还是很热心地签名,要离开校园时,学校门口停的一辆急救车上还下来两位医护人员,拿着曹老师的书要签名,说他们家孩子喜欢曹老师的书。”

对于“名家进校园”,高秀芹认为非常必要:“优秀作家到学校推广阅读,以身说法,孩子们可以跟他们喜欢的作家零距离接触,可以了解他们喜欢的作家如何阅读和创作,这是非常有意义的行动,我想每个有分辨力的学校和家长都会打心底里欢迎这种举动。我们希望社会各界,政府、学校、家长、出版机构,以及阅读推广机构能呼应需求,形成合力,做好标准。”

据《成都商报》