

浅析幼儿期刊融合创新发展

摘要：随着新媒体的兴起，人们的阅读方式碎片化、灵活化，传统的幼儿期刊从最初附加光盘、学习机、点读笔，再到融合二维码、AR、VR技术，再到APP，一步步进行着融合创新发展。这种发展进一步丰富了期刊内容，延伸了知识点，激发了幼儿阅读兴趣，还可提升发行量，增加收入。但机遇与挑战并存，低幼期刊融合创新发展过程中仍须注重以下问题：期刊融合不彻底，深入融合势在必行；融合须恰当，过犹不及；保护版权，防止盗版；提高内容质量，打造全媒体发展平台；不断提升期刊品牌和影响力。

关键词：幼儿期刊；融合创新；新媒体；全媒体发展；AR；VR

中图分类号：G206

文献标识码：A

文章编号：1671-0134(2019)04-072-03

DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.04.022

文 / 邓鑫

随着社会的发展，人们越来越重视以用户为中心、以人为本的理念。用户体验已经成为人们生活中非常重要的一部分，甚至可以引导观众消费。在纸质出版时代，传统期刊可以为读者带来良好的用户体验，满足读者的阅读需求。然而，随着新媒体的出现，网络带来的多样化的信息呈现方式和便利条件，使读者和受众不再满足于单一、固定的阅读方式，用户需求也随之增加，新媒体为读者和受众创造了一种新的、有强大吸引力的阅读方式及相关服务。因此，传统期刊给读者带来的用户体验急剧下降。在多媒体环境下，传统期刊与新媒体的融合是新媒体生存与发展的必然要求。

随着媒体融合的不断升级，传统期刊逐步向音频类、视频类、文创类等可发展的周边产业延伸，逐步打造多维空间，不仅出现了立体书、3D阅读刊物，甚至有当下热门的直播化平台转变的趋势。如《意林》杂志开设“意林公开课”、《读者》杂志打造“读者·书房”、《中国教育报》开设“中国教育之声”，都是以直播在线的方式开设移动化课堂。

2019年1月15日举行的中国期刊协会第六届二次理事会上，中国期刊协会会长吴尚之先生在提出的新一年六个工作要点中表示，加强融合创新，促进期刊业高质量发展，进一步探索产业融合创新、转型升级的发展方式与盈利模式，做到强化内容生产、强化整体融合、强化知识服务、强化互联网思维、强化用户思维。

因此，幼儿期刊作为学龄前儿童的适读读物，如何借助新媒体技术规避期刊阅读枯燥的劣势、提升幼儿的阅读体验、提供更好的知识服务，在该年龄段幼儿的兴趣点上实现可操作性较强的新阅读模式，是需要我们共同探讨的重大课题。

1. 幼儿期刊融合创新发展的模式及表现形式

其实，在最初，众多幼儿期刊都对融合创新发展保

持观望和怀疑的态度，认为这有违亲子共读的理念，且更容易使幼儿依赖电子设备。但随着国家对期刊融合创新发展的大力扶持与倡导以及大家对新媒体技术的深入了解，越来越多的幼儿期刊开始对此进行有益尝试，涌现出了多种多样的融合创新发展模式。

1.1 初步融合形式——光盘、学习机、点读笔

融合创新发展较早的模式为借助外备设施如光盘、学习机、点读笔等，实现故事有声播放功能及幼教辅助学习功能，使幼儿可以反复听、重点学，培养了他们独立自主阅读的好习惯。对此模式运用较为成熟的代表为《幼儿画报》，其点读笔的附加使用一直深受广大幼儿及家长的喜爱与欢迎。

1.2 进一步融合形式——二维码、AR、VR技术

融合创新发展目前最为广泛的模式为借助便携电子设备和平台实现扫码听故事、扫码看视频、扫码玩游戏、扫码体验增强现实等功能。以对此模式运用较为全面的《幼儿园》杂志为例。2017年，《幼儿园》杂志全新升级，故事刊和智能刊分别引进H5技术与AR技术，开发了有声读物功能和增强现实体验功能，两年间收获了读者与上级单位源源不断的好评。在此基础上，《幼儿园》杂志2019年又增加了扫码看视频的功能，幼儿可以看到与栏目内容相关的趣味视频。扫码听故事不仅能满足幼儿反复听故事的需求，而且缓解了家长由于时间与距离所导致的局限性，对于帮助幼儿学习语言、增强记忆力、丰富和发展想象力具有积极的影响作用。而增强现实技术的体验功能让幼儿读者可以在屏幕上缩放旋转场景，全方位观察和了解科普对象，有利于激发幼儿阅读的主动性和学习的自主性。视听一体阅读方式的更新，充分调动了幼儿读者的阅读兴趣，在开拓儿童阅读的审美疆域的同时，对推广儿童阅读具有积极的推动作用。扫码看视频和玩游戏可以让期刊寓教于乐，帮助幼

儿在轻松氛围中学习栏目相关知识或锻炼动手能力。

1.3 深入融合形式——APP

融合创新发展更加深入与专业的模式为开发自己的APP,提升读者的体验感与参与度,更重要的是可以使读者随时随地获得期刊的延伸内容与专业服务。一些商业类和时尚类期刊,如《彭博商业周刊》《ELLE》等,已开发自己的专属APP,但在低幼期刊中还未见到,或许这是我们低幼期刊未来在融合创新发展方面所努力的方向。

2. 幼儿期刊融合创新发展的积极意义

目前看来,幼儿期刊紧跟时代发展的潮流,重视业态发展和产品创新,积极融合新阅读、新媒体等领域的创意思维,融合创新发展态势良好。同时,融合创新发展模式也为低幼期刊的发展带来了诸多有利影响。

2.1 丰富期刊内容,延伸知识点

基于幼儿的阅读特点与接受度,低幼期刊有着图多字少的特点,这对于科普等讲解性栏目来说,易造成“我们讲不完,孩子看不懂”的现象。而融合创新发展即可解决类似“困境”,在纸质期刊之外借助电子设备进行知识的拓展延伸,让早期阅读变得更加趣味盎然。

2.2 激发幼儿阅读兴趣,培养幼儿良好阅读习惯

对于识字量较少的幼儿来说,可听、可玩、可互动的期刊对于升级他们的阅读体验、培养他们的阅读习惯能起到积极的推动作用。鉴于传统纸质期刊篇幅固定、单向输出、缺乏互动等问题,新技术为传统期刊的全面升级带来了诱人的机会。在“内容+平台+终端”的现代传播体系中,期刊会变为神奇的魔法书和故事书。这种“新型期刊”不仅是自身方面的重大转型,从读者层面来说,也是阅读方式的重大转型。新兴技术的引进将会打破传统的阅读方式,营造融合视听的立体阅读空间,在升级幼儿的阅读体验、增强幼儿的阅读兴趣、培养幼儿的阅读习惯等方面有着毋庸置疑的重大意义。尤其对于注意力不长久的幼儿来说,新鲜有趣的阅读体验可帮助他们超越单一的纸质阅读,从而全面开启其心灵成长之路。

2.3 提升发行量,增加收入

一些期刊在融合创新发展项目中是收费模式,但大部分期刊是免费模式。我国大多数读者用户目前还没有养成付费阅读的习惯,加上生活和网络中充斥着海量信息,免费对于吸引读者有一定的必要性。但随着大家对版权付费意识的增强,以及融合创新发展模式和内容丰富度的增加,收费将是大概率,这就为期刊的传统发行方式之外取得一定的收入。并且,前期免费模式下积累的大量用户和庞大数据库,也必会扩大期刊的社会影响力,为传统发行打开市场,提升销售收入。

3. 幼儿期刊融合创新发展应注意的问题及对策

虽然传统期刊,包括幼儿期刊面对数字化的浪潮、新媒体的兴起、人们阅读方式的转变,其融合创新发展

的态势不容改变,且具有重大的积极意义。但在融合创新发展过程中,还存在着许多无法回避的问题。

3.1 期刊融合不彻底,深入融合势在必行

大部分幼儿期刊的创新转移业务往往只是跟风的做法,许多期刊打造团队对转移的方式和未来的发展普遍较为迷茫。许多幼儿期刊在实现数字化发展的过程中,实质是把期刊的纸质内容以较低的价格卖给技术服务提供商,然后技术服务商通过加工、处理纸质期刊的内容,完成内容数字化的过程,然后生产出电子出版物。之后,技术服务商再把电子期刊出版物转卖给内容服务商的同时,依旧承担着电子出版物的运营工作。这其实只实现了纸质内容的转让与销售,并没有从实质上形成一个系统的、可行的融合方式。这导致在期刊融合创新的初步探索期,其与新媒体的融合相当肤浅,离实质性的深入融合相差甚远。

3.2 与新媒体融合的程度需把握好

虽说幼儿期刊在融合创新发展的过程中,不能只停留在加个点读笔、二维码等表面文章,绝不是简单地将纸质期刊变为电子产品。否则读者只做电视、手机或平板电脑的观众便可。所以,幼儿期刊的转型既要转,但还不能转得太过,否则便会变成他物。既要保持幼儿期刊所具有的亲子阅读、深入阅读的特性,还要增强期刊的阅读吸引力,这是期刊打造团队要把握的事情。

3.3 保护版权,防止盗版

纸质期刊在传播过程中,盗版现象十分突出。在纸质幼儿期刊进行数字化转化后,其复制和刻录的成本进一步下降,这便造成盗版现象的居高不下。所以,数字化转型或融合创新发展过程中,对期刊版权的保护仍是一个重要问题。

3.4 提高内容质量,打造全媒体发展平台

不管时代如何改变,掌握信息的来源,把握内容的质量,内容为王是不变的真理。幼儿期刊在融合创新发展过程中,要想提高阅读的吸引力,除借助新媒体手段外,提高自身内容质量也是不可忽视的问题。无论是在内容选题、内容加工处理,还是内容排版和版面设计等方面都要严格提升水平和质量,以为读者和受众提供更为满意、优质的阅读服务为目标,成为优质信息服务的提供商。

首先,在融合创新发展时,应在把握内容主导权的前提下,树立要成为自己期刊内容信息服务商的理念,做好自身市场地位,把期刊信息进行不同的、深入分类,把发布的信息精准投放给用户,自己掌握着最核心的部分,这样才能实现与新媒体的融合发展。

其次,主动自我研发出信息提供平台和方式,形成产业价值链,从被动的内容供应商变为主动的信息服务商,打造属于自己的营销、宣传、管理等部门,多方配合,一步步形成自己的全媒体传播平台。未来的期刊打造团队要从计划经济时代的精英文化的自我陶醉状态中清醒过来,主动转化为读者甚至可以成为客户的精准服务者

的角色。准确把握市场动态，了解读者需求，想读者之所想，急读者之所急，让读者真正便利而舒适地享受期刊带来的打包服务。

比如，《幼儿园》杂志可以依托杂志的纸质载体，开设微信公众号或者手机APP，甚至网络产品，请资深而优秀的早教或早期阅读专家传授育儿经验，或提供系列的经典睡前故事，或依托小斑马品牌IP形象，开发自己的少儿英语学习平台，甚至在有资金支持和人力投入的前提下，提供实体的亲子英语或早期阅读实验基地，让中国更多的年轻妈妈和可爱的孩子们享受到《幼儿园》团队给大家带来的优质早教资源和服务，走产业链发展之路。

3.5 提升期刊品牌和影响力

在提高内容质量的同时，不断提升期刊品牌，是幼儿期刊融合发展中需注意的问题。一个企业、一个产品的品牌形象代表了它在行业中所处的地位，也同样是期刊盈利的来源和期刊未来运营发展的重要保障。因此，树立良好的品牌形象，提高品牌影响力对期刊来说非常重要，也是立足于市场的关键。许多传统期刊忙着与新媒体融合，妄图借助新媒体帮助期刊发展，却忘记了自己最有市场竞争力的东西——期刊的品牌。如果一个期刊的品牌意识薄弱，市场地位把握不清，漠视自己品牌形象的建立和维系，从而也漠视品牌给期刊发展带来的

无限价值。不管它与新媒体融合得多么深入，最终也无法逃避灭亡的命运。

对于幼儿期刊来讲，提高内容质量、多参加公益活动、多进行公益宣传等途径都可以提升期刊的品牌影响力。

总之，面对数字化浪潮及新媒体的强势来袭，各幼儿期刊团队既要把握转型、创新、升级的新契机，也要迎接期刊融合创新的新挑战，不断深耕内容、提升品质，拓展产业链运营结构，以灵活多样的方式为读者提供更加优化的阅读体验和信息服务。相信借助新媒体技术融合创新发展后的幼儿期刊，会持续扩大自身的社会影响力，更好地传播优秀的早期阅读与智力启蒙文化，为万千亲子家庭的人文建设和幼儿人格培育做出积极而深远的贡献。**媒**

参考文献

- [1] 秦璇. 传统期刊与新媒体融合研究 [J]. 今传媒, 2017(7): 5.
- [2] 沈金萍. 中国期刊协会六届二次理事会在京举行 [J]. 传媒, 2019(1): 25.

(作者单位: 明天出版社)

(上接第44页)

互联网内容的付费意愿较强，同时又面临着线下娱乐方式有限，社交环境相对封闭的境况。在这一背景下，制作吸引这类用户耳朵的内容，将弥补这类市场对音频内容的需求。

结语

作为移动互联网技术的产物，数字有声阅读已然融入现代移动生活。在人工智能以及物联网等技术的推动下，数字有声读物必然会以更紧密的方式嵌入人们的生活场景。深入挖掘人们在认知、情感、场景、娱乐等方面的需求，通过有声读物的内容挖掘、载体形态扩展、语音交互优化以及市场需求细分等途径，进一步释放有声读物的经济价值，实现产业的长远健康发展。**媒**

注释:

- [1] 王莹. 从“我一它”到“我一你”——移动互联网时代儿童有声阅读的“对话”之思 [J]. 出版发行研究, 2018(9): 93-96.
- [2] 范晓屏, 韩洪叶, 孙佳琦. 网站生动性和互动性对消费者产品态度的影响——认知需求的调节效应研究 [J]. 管理工程学报, 2013(3): 196-204.
- [3] 周兴杰. 网络小说阅读的“代入感”: 心理机制、配置

系统 [J]. 湖南科技大学学报(社会科学版), 2019(2): 138-146.

[4] 孟伟. 当代广播音频媒体如何转向 [J]. 中州学刊, 2017(11): 167-169.

[5] 罗伯特·斯考伯, 谢尔·伊斯雷尔. 即将到来的场景时代 [M]. 北京: 北京联合出版公司, 2014(11).

参考文献

- [1] 童云, 周荣庭. 论有声读物的用户需求及其超媒介生产策略 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2018(5): 103-109.
- [2] 李森. 数字“新声活”: 融媒场景中移动音频的知识传播与实践 [J]. 中国编辑, 2018(9): 76-80.
- [3] 李秀丽. 知识付费浪潮中有声读物的价值发现与重构 [J]. 出版参考, 2018(5): 5-7.
- [4] 刘琛, 柳溪. 移动互联网时代有声读物出版的创新路径 [J]. 科技与出版, 2018(10): 70-74.

(作者单位: 中国政法大学光明新闻传播学院)