

北理工大学社引进英文书法书并承办赛事

中国出版传媒商报讯 记者近日获悉,随着北京理工大学出版社引进的《美国书写课——英文书法》面市,由美国 Highlights、Zaner-Bloser 主办,北京理工大学出版社承办的 Zaner-Bloser 英文书写大赛(中国赛区)也于2015年2月正式启动。

据了解,《美国书写课——英文书法》是一套从美国原版引进的英文书写权威教材。该套书由美国 Highlights 集团下属的 Zaner-Bloser 公司开发,是一个历时百年的经典英文书法品牌,美国70%以上的人都在使用这个字体书写。书中系统介绍了手书体和草体两种书法字体,并独

创4S练习体系,帮助使用者告别机械模仿。《美国书写课——英文书法》针对不同年龄和英语学习背景进行梯度区分,共包含“小学卷”、“初中卷”、“高中卷”、“大学卷”、“应用卷”5册。

《美国书写课——英文书法》同时也是美国书写大赛中国赛区的指定用书。Zaner-Bloser 英文书写大赛在美国本土已经举办了23届,是美国本土权威英文书写比赛,2015年首次在中国举办,比赛截止日期为2015年12月31日。中国赛区的比赛共设小学、初中、高中、成人四个组别,奖品包括 iPad、Kindle、读书券等。同时,比赛另设团体奖10名,团体参赛指导教师将获得免费暑期教师培训机会,并由美国 ZB 公司提供精品英文教学课程及课件。所有获奖选手均由美国 Zaner-Bloser 及 Highlights 颁发获奖证书,并颁发美国知名书法家签名寄语。(海)

下一个出版热点

中国出版传媒商报记者 徐潇然

真能令孩子爱上写作

读者定位 针对低龄学生

关键词 漫画·童话·迎合读者

著名教师姚卫伟认为,作文书的对象是读者,教育的对象是学生。研究受众和产品的关系,可以分为三个层次:第一个层次是迎合读者,第二个层次是引领读者,第三个层次是创造读者。分析写作市场的商业运营规律,以读者至上的理念打造人性化、高质量、符合个性需求的图书,让作者、编辑、出版形成联动,这就是写作产品打造专业形象品牌,形成高端核心竞争力。纵观市场上“趣味作文书”,主要定位是低龄学生。

与传统的“素材库”、“技巧库”型作文书不同的是,故事、图画、游戏、儿歌是“趣味作文书”的主要元素。比如人民邮电出版社的“超好看作文”系列所倡导的——不是去树立一些所谓的“范文”,而是选择贴近生活,让孩子明白,在生活中发生的小事都是可以写进作文的;其次是点评,力争“一文一得”;设计互动练习,加深理解;最后还设计了“作家作品揭秘”,开拓孩子们的视野。还有一些出版社在品牌图书上行衍生出“趣味作文书”,如二十一世纪出版社推出的“卡梅拉作文”系列和“皮皮鲁讲堂”系列就是典型代表。

用漫画的形式引导写作是种新颖的尝试。比如广州漫友文化科技发展有限公司的“爆笑作文”系列以“爆笑漫画+趣味作文”的新颖形式,用深受小学生欢迎的漫画形象“呆头”,加上生动的语言,向中小学生学习者展现了学习写作的快乐和妙趣。又如湖南少年儿童出版社出版的《开心猫日记起步高手》和《开心猫作文起步高手》兼具图画书、故事书和作文书的特点,结合低龄学生的需要和趣味,在故事中引导孩子写作。作文要打好基础,离不开老师、家长的帮助和互动,学生更愿意在亲子伴读的氛围中学习。所以该书中还穿插了许多亲子互动的环节,内容,有可亲的像美女老师一样的“开心姐姐爱心加油站”,有“爸爸妈妈爱心加油站”。

通过经典童话故事,穿插作文教导成为经典模式。例如福建教育出版社的《快乐作文童话城》通过60多个生动有趣的童话故事,这些故事涉及小学生作文中的常见问题,如错用标点、“的”“地”“得”不分,人物不生动等,通过阅读故事,引导小学生思考自己作文中的问题,潜移默化地习得作文知识和方法。辽宁人民出版社的《作文其实很有趣》中用生动的26个童话故事,教给孩子26个写作技巧。北方妇女儿童出版社的“孙悟空作文兵法”系列则颠覆了整个《西游记》

在考试中,作文永远是家长的一块心病、学生的一道难关。在教学中,作文是贯穿中小学语文教育的重头大戏。与其他学科不同的是,作文教学的方式更加多元化。作文水平的提高除教学水平之外,与作文教辅息息相关。然而作文教辅成功的理念千差万别,甚至截然对立。观察近年的作文书市场,记者发现其中一些新意与改变——趣味作文书。大部分“趣味作文书”的模式为通过一位生动有趣的主人公的讲述作为主线,配合浅显易懂的故事情节,贯穿图书始终,穿插练习和范文等,引发孩子的阅读兴趣,让孩子在快乐阅读的过程中提高作文水平。但是,记者有个疑问,在把写作业当成负担的孩子面前,“趣味作文书”怎样令他们爱上写作?

的故事结构,该书中孙悟空用作文兵法痛扁四海龙王、怒打十殿阎罗、大闹天宫、途径磨难,在故事的情节中,穿插了各种类型作文的写作技巧的讲解。

主题定位 激发写作兴趣

关键词 贴近生活·趣味阅读

需要强调的是,“趣味作文书”不是儿童文学,除了解决学生是否“爱看”的问题,更高的目标是“看了有效”。能激发孩子的写作兴趣,能提高孩子的写作水平的“趣味作文书”才是真正的好书。

人民邮电社编辑“超好看作文”系列责任编辑申萍表示,做孩子爱看的趣味作文,想法很简单。如果孩子都不爱看,怎么学?怎么吸收?怎么提高?所以,首先要解决孩子“爱看”的问题。根据该社调研,孩子不爱看常规作文书的原因主要有两个:一、范文不贴近孩子们真实的生活,读起来乏味;二、老师的点评没有用孩子熟悉的话,听起来难懂。针对这两个问题,该社提出了对应的解决方案:一、精选范文。该社组织了数十位老师,从海量的范文中进行多轮挑选,严把选文质量。在老师们仔细选出范文后,找在校学生进行试读,进行二次筛选,最终入选的范文就是“老师和孩子都喜欢的好文”。二、优化点评。组织老师多次试写,要求老师用“蹲下来与孩子交流”的态度,用孩子们喜欢的语言风格来点评范文,必须做到孩子们能听懂、能消化。除外,该书还在版式设计上下了很大的功夫,里面有角色设计,有漫画形象、旁白标注、互动游戏等等,这些都是受孩子们欢迎的表现形式。

北京天下童书文化传媒有限责任公司副总经理杨华谈到,“皮皮鲁讲堂”系列是郑渊洁依托自己为儿子编写的家庭教育教材,通过训练孩子的“眼睛、鼻子、嘴、耳朵、手、脚”六个部位,让孩子在阅读中学会如何观察生活、抓住灵感、丰富表达,提高孩子对写作的兴趣和写作能力。

福建教育出版社《快乐作文童话城》编辑李慧珍在接受采访时谈到,在常规作文书时,发现多数老师对引导孩子写作时比较头疼,就考虑是否能做一种能让孩子爱看又能激发写作兴趣的故事书,刚巧以前的一位老作者投来了《快乐作文童话城》,书中将小学生作文中常见的问题编成童话故事,让小学生在有趣故事阅读和游戏中习得写作的基础知识,提高写作的基本素养。

湖南少儿社“开心猫”系列责任编辑范丽告诉记者,作文书可能在别人眼里都是那种教辅味道比较浓的东西,没法弄得比较有趣味,但了解他们的需要、兴趣和爱好后,这类书是可以做得很有趣的。尤其是低年级的小朋友,在他们刚刚接触作文的时候,是需要引导,是需要有趣的东西吸引他们,激发他们的作文兴趣,从而爱上作文,让作文起步变得轻松、有趣、容易的。孩子们的这种需求,是促成做出这类趣味故事书的触点。

漫友文化公司“爆笑作文”系列编辑团队希望通过“爆笑作文”系列作文辅导书的出版,让学生们克服写作的困难,摆脱写作的烦恼。该套书内容丰富有趣、版式活泼跳跃、理念先进新颖、观点生动独特,将作文知识巧妙地融合在幽默漫画里,为国内图书领

域提出了新方案、新做法,并丰富了图书教辅行业的类型范围。这种跳脱于传统教辅书的“知识漫画”阅读起来不枯燥,必能提升孩子对写作的兴趣。

市场反馈 销售各有招法

关键词 先“爱看”·后“有效”

记者在采访中发现,作文图书随着年级的增长,销量呈现逐级递减的形势,小学作文占据总体过半的销量,初中的销量远好于高中。该观点得到了著名作文品牌清波作文的负责人吴清波肯定,在他的估算中,小学、初中、高中作文图书销售各占50%、30%和20%。因为小学学科比较少,中学学科逐渐增多,伴随着年龄的增长,学生的理解、接受能力不断增强,自主选择图书的能力也就越强。如今学生的课程负担较重,很多小学生不喜欢写作文,少量作文书无法提高作文水平,而且家长不具备有意培养小孩阅读习惯。孩子买作文书的目的,就是为了完成作业,从其中寻找素材和借鉴。

从目前的图书销售情况来看,首先“爱看”,再而“有效”的策划思路,是符合读者需求的。以人民邮电社的《超好看:最西游作文》为例,上市半年重印5次,入选多个省市的“寒假阅读推荐书目”,许多老师人手一本。再如二十一世纪社的“皮皮鲁讲堂”系列自2010年6月上市以来获得不错的市场反响,多次入选各地阅读活动书目,全系列(6册)累计销量已近100万册。

“爆笑作文”系列作文辅导书上市即脱销,深受广大读者的追捧,不到3个月累计发行量已近百万册。该套书上市后,不仅老师推荐,为多数家长也一改以往抗拒为孩子购买漫画的态度,主动为孩子购置,相继推出的作文辅导书多次登上广州购书中心畅销书排行榜、当当网及京东网新书热卖榜。不仅销量口碑双赢,更被评价为“家长放心,老师安心,孩子开心”的课外辅导读物。

李慧珍表示,对《快乐作文童话城》孩子还是比较认可和喜欢的,在做这选题前也曾将书稿一部分拿给福建教育出版社的孩子看看,他们喜欢才促成该社决定出版这本书。但因该社没有相应的产品线和宣传推广,单本书的市场很容易被其他专门有少儿产品线的图书所淹没,所以该书的销售总体表现一般,2014年5月出版,首印的5000册图书还没全销完,加印估计要等到2015年底。

湖南少儿社的“开心猫”系列中附有调查问卷,阅读该书的孩子们可以将意见和看法写到调查问卷上回寄。范丽表示,从收回来的调查问卷来看,这种趣味性作文书,是孩子们要的。当然,该社还接到孩子的家长和学校老师对该套书的肯定。目前来说,该套书已有重印,其市场反馈效果良好,销量在作文起步类图书不错的。

2015年3月26日,值教育部颁布《完善中华优秀传统文化教育指导纲要》一周年之际,中华书局与中版教材有限公司主办的“‘国学与当代教育’学术研讨会”在京召开。

中国出版传媒商报记者 刘海颖

多方对接优化国学教材出版与推广

会上,楼宇烈、李汉秋、孙玉文、郭齐勇等来自文化、教育界的专家学者,和全国各地的中小学校长、中华优秀传统文化教学研究基地校代表、骨干教师等,就传统文化教育的发展、案例与政策动态研究及传统文化教育的未来展望等相关问题进行深入互动。中宣部出版局副局长张拥军、中国出版传媒股份有限公司副总经理樊希安、中华书局总经理徐俊、中版教材有限公司副总经理郭德生等出席活动。

据了解,中华书局围绕《完善中华优秀传统文化教育指导纲要》组织编写了一套覆盖小学、初中、高中、中职、高等院校等学段的传统文化实践教材——《中华文化基础教材》,并已在全国多个省市400余所学校试用。中版教材有限公司作为中国出版集团旗下所属的教育出版专业公司,已拥有4套完整系列的国家教材,2个系列的地方教材,成为国内出版界的重要力量。此次2家机构联手也是中版集团旗下公司加强交流、整合资源、优势互补的试水之举,这对于集团未来做强教育出版、拓展发展领域也具有积极作用。

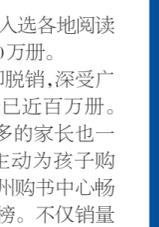
这次研讨活动特别强调将出版社、专家和一线教育工作者汇聚在一起,避免教材与教育现实脱节、缺乏科学性等情况发生,积极探索教材的优化出版之路。研讨会以分组讨论的形式对“中华文化基础教材”编写和传统文化教育教案案例进行精细地分析和总结,还分享了各地关于传统文化教育的政策文件、指导思想 and 课程建设。据出版方介绍,参会专家和实验区相关方面在会前已提交论文与实践案例文字稿。中华书局会将这些内容与会议详细情况收录《<完善中华优秀传统文化教育指导纲要>解读本》(暂定名)一书,该书对于明晰传统文化教育历史、分析传统文化教育现状与动态、指导传统文化的未来发展方向具有积极的作用。

中华书局经典教育推广中心作为专注于中华经典教育推广的机构,自2009年成立以来主要围绕经典教育出版、面授教育和远程教育开展业务,目前以经典教育出版物和经典教育师资培训为工作重点。近年来,该中心已累计出版《中华文化基础教材》、《中华经典素读本》、《中华国学课本》、《中华诵读教程》中小学经典教育教材7种69册,国学教参、教师家长读本近百种。值得一提的是,该中心已举办全国性的经典教育论坛10届,暑期师资研修班5届、两岸观摩研讨会4届,培养经典教育师资近万名。此外,中华书局已将85所学校发展成为“中华传统文化教学研究基地”,这些基地在相关产品研发、推广中发挥了重要作用。

中国出版传媒商报讯 记者近日获悉,由北京源创一品文化传播有限公司策划、教育科学出版社出版的《静悄悄的革命》自2014年11月上市以来已重印4次,累计销量达3.5万册。并且,该书热销势头强劲,新的重印计划正在拟定中。

据悉,该书是国际著名课程专家、日本教育学会前会长佐藤学的代表作,是其20年教育研究工作的总结,并且以日本7000间教室、美国1000间教室的实际研究为基础。作为行动的研究者,作者拜访世界各地的幼儿园、中小学和护理学校,和教师们探讨对课堂和学校进行改革。他推动教室里活动的、协同的、反思的学习的实现,促进教师们互相成长和良性关系的构建,推进学校和社区合作,并提出了“学习共同体”这一重要概念。图书内容涵盖深入浅出的课程观、教学观、教师观、师生互动观等,其间对众多教育实例的剖析和论述更能加深教师对课堂的理解。

该书适用于中小学幼儿教师、校长、教育管理者、教育研究者,以及所有关心中国教育改革的读者,也适于中小学幼儿教师和校长培训。(刘海颖)



热销快速

4个月热销3.5万册
《静悄悄的革命》

《大道之行:中国共产党与中国社会主义》上市一周三大网店销售断货

中国出版传媒商报讯 中国人民大学出版社的新书《大道之行:中国共产党与中国社会主义》上市一周即在当当网、亚马逊中国和京东网三大网络书店销售断货。出版社5天之内紧急加印入库的第一批书,又在一天之内在实体店和网店渠道全部发货。

近些年来,人大社聚集了国内一批具有国际视野的优秀学者,自觉挖掘中国特色的思想资源,出版了具有中国风格、中国特色、中国气派的“中国学派”的系列学术成果,如《人间正道》、《2030中国:迈向共同富裕》、《马克思的事业:从布鲁塞尔到北京》、《中国集体领导体制》等一系列著作,这些著作的多种外文版也已经或即将在国外出版。新书《大道之行:中国共产党与中国社会主义》是这一系列著作的延续。该书直面“中国问题”,以贯通中西、跨学科的学术视野,从文明、政治、社会、基层、经济各方面分析了中国道路、中国制度、中国治理的优势与问题,探讨了中国共产党如何克服重重危机与挑战,并回答了干部群众关注和困惑的一些重大问题,许多新思想、新观点。

据悉,人大社官方微信以《一本谈共产党的书》,上市一周在三大网店全部售空》为题推送的文章,不到48小时阅读量点击达到3万,并得到大量转发。截至目前,该文章的微信阅读量已整体突破60万次。接下来,人大社将在4月召开出版座谈会,在4~5月在北京大学、清华大学、人民大学分别举办作者对话沙龙活动,并在活动基础上持续加强媒体宣传。(刘海颖)

图片新闻



中国出版传媒商报讯 3月25日,由国家图书馆少年儿童馆、新疆青少年出版社联合主办的“国粹润童心——戏剧知识及原创图画书展”在国家图书馆开幕。

据悉,此次展览采用展板和实物相结合的展览方式,为孩子们提供一场生动的戏曲文化视觉体验。展览分为三个单元:第一单元为戏曲基本知识,如介绍中国传统戏曲的起源与发展、展现“生旦净丑”四大行当的不同特征和传统脸谱之美等。第二单元为“国粹戏剧原创图画书”展示,集中展示由新疆青少年出版社出版的“国粹戏剧图画书”。据新疆青少年出版社副总编辑许国萍介绍,该系列采用雅俗并用、图文互补的表述形式,呈现7段经典剧目,在故事叙述、人物形象设计、笔法画风等方面充分体现中国传统元素,兼顾故事的适读性和趣味性。第三单元为国粹戏剧典籍陈列,展出从元明时期至今出版的各个版本的戏曲剧本、唱词、名家传记等相关戏曲文献实物。

开幕活动上,国际儿童读物联盟中国分会前主席海飞分享了“国粹戏剧图画书”的创作历程;国家一级演员、北京京剧院武生演员、著名京剧表演艺术家李万春的门弟子韩增祥应邀作了题为“京剧精神与京剧魅力”的讲座。此次展览将于4月15日结束,期间将围绕“国粹戏剧图画书”举办戏剧专题故事会,并设立戏剧原创图画书专架。据了解,2015年,国图少儿馆将举办一系列以中华优秀传统文化为主题的经典阅读推广活动。(刘海颖)

国粹戏剧图画书 现身国图主题展