

山西教育出版社“支教助学”革命老区

中国出版传媒商报讯 为努力营造“书香社会”的浓厚氛围,山西教育出版社近日带着1300余册优秀图书来到革命老区左权县麻田中学,开展以“支教助学”为主题的书香进校园捐书阅读活动。

此次活动中,山西教育出版社共为左权县麻田中学捐赠了价值2万多元的各类图书,并邀请了山西省基础教育研究学者胡喜福为全校师生带

来了“如何掌握新课程知识体系”的专题讲座,讲座以互动的方式告诉学生和老师如何更快、更省时、更简便地掌握课程的核心知识及应用思想,提高教学的主观能动性和熟知考试知识的客观标准性。师生们纷纷表示受益匪浅。

据了解,山西教育出版社还决定将社会公益活动长效机制引入此项活动,帮扶结对的学校将作为教育社的联系学校长期关注、跟踪,今后三年内该社出版的所有适宜中学生阅读的读物都将进行后续捐赠。(李里)

出版机构推广阅读5策

阅读推广在行动

■中国出版传媒商报记者 山河

举办阅读推广活动,提升国民文学素养,是各界人士的共识。尤其是在互联网和数字大潮改变人们阅读习惯,碎片化信息扰乱人们生活的当下,更需要作为阅读推广力量源头的出版机构广泛参与。目前,许多出版机构已经从被动参与这些阅读推广活动逐渐转变观念,主动出击、组织策划了许多大型阅读推广活动。特别是今年4·23世界阅读日期间,出版机构组织的捐赠图书、读书会、各类读者互动等多种形式的阅读推广活动层出不穷,创新手段也在不断推陈出新。出版机构如何更好地参与阅读推广?当然,本报道所列的这五种手段并非全部,随着各方阅读推广力量的不断尝试与创新,更多优秀手段尚待出版机构持续挖掘。



1 与时俱进全面升级

与前几年的阅读推广工作相比,现在的社会环境更加成熟,读者的需求也更呈多元化,因此出版机构在推广过程中应与时俱进地进行包括从阅读主题到活动场所、从名家资源到活动区域的升级和拓展等方面,有针对性地为不同读者提供多样化的活动方案和配套服务。例如,中小学校园只是阅读推广活动的场所之一,出版机构为了更好地配合学校建设书香校园,应根据学校的读书节、文化周、科技周等不同主题活动,邀请不同的作家进行讲座,在讲座之外,更通过为校方量身定做适合寒暑假的阅读推荐书目、免费提供样书丰富学校图书馆等形式做好后期配套服务工作。

除了走进校园,出版机构还应关注一些重点城市的图书馆、自然博物馆、科技馆等公共场所。此外,关注线上阅读推广也成为如今这种传媒多元、阅读多元时代的最新选择。例如,二十一世纪出版集团于2014年构建的“二十一世纪中国儿童阅读推广云平台”,是为少年儿童及阅读推广机构搭建的新型数字图书馆,集阅读、互动于一体的真正“24小时无墙化”儿童阅读推广活动组织平台,少年儿童阅读公共服务平台。

此外,与许多进校园、携手社会公众力量的落地活动相比,借助Q群、微博、微信等平台的阅读推广活动因为不受过多人力、物力、时间、空间的局限而更加便捷。随着网络的普及和移动端的无处不在,人们逐渐适应并接受了这种碎片化的信息传播方式,建立在自媒体基础之上的推广活动也增加了互动性和趣味性。

2 实施长效推广计划

出版机构规划阅读推广行为,应该制定长效的阅读推广计划。每年国内的阅读推广活动很多,但是出版机构举办的具有长久持续性的却并不多见。

具备长效生命力的阅读推广计划毫无疑问将取得突出成绩。已经连续举办了七届的读者大会是中国出版集团标志性的一项全民阅读推广创新举措,反响巨大,相继在郑州、济南、成都、哈尔滨、银川等地成功举办。“读者大会”举办七届以来,得到国家新闻出版广电总局等政府层面的高度重视和支持,被列入全国图书交易博览会的重点活动。每届“读者大会”,中版集团公司领导都亲自挂帅,分管领导还担任大会现场总指挥。

不久前在江苏南京举行的第十一届中国儿童阅读论坛暨2015年度“阅读改变中国”颁奖典礼上,二十一世纪出版社集团有限公司获“年度阅读推广机构”荣誉,成为获得该荣誉唯一的出版单位,同时也是被提名的全国范围内所有18家机构中唯一的出版企业。得奖源于二十一世纪出版集团在专业化出版之余,积极开展公共文化改善的阅读创造,连续7年举办的“二十一世纪中国儿童阅读推广人论坛”,并持续进行阅读公益捐赠。

3 政府搭台与社会参与

不久前,在北京通州大运河畔,伴随着千名群众的琅琅诵读声,一场以“千里运河 万里书香”为主题的群众诵读活动开启。由此,国家新

闻出版广电总局、北京市人民政府主办,国家新闻出版广电总局出版管理司、北京市委宣传部、北京市新闻出版广电局承办的“2015书香中国暨北京阅读季”仪式也正式启动。

与出版社常规的单兵作战的阅读推广方式不同,由政府搭台的阅读推广活动则声势浩大。据了解,2014年,共有200多家出版机构支持“北京阅读季”活动,共有34家出版单位获得“第四届北京阅读季优秀合作机构奖”。这些出版机构作为其重要的一环,拓展了大批阅读活动资源。与此同时,出版机构也积极响应,携带作者资源和自身产品,参与、组织了各类全民阅读活动。在不断涌现的可能性中,出版机构还应更多地谋求这种双赢局面。

4 组织保障扩大成效

成立工作专班,提供组织保障是出版机构进行阅读推广活动中极为重要的方面。自上而下地推进阅读推广活动取得的效果大大超出出版机构各部门中推行的常规推广活动。例如,长江出版传媒就成立了以长江出版传媒股份公司总经理周艺平为组长的全民阅读活动领导小组,领导小组统一部署、协调股份公司各子公司参与全民阅读活动,制定相关阅读推广方案,督促各子公司按实施方案开展全民阅读相关活动。在这样的方针指导下,长江出版传媒开展了许多相关活动,取得良好效果。例如“崇文大讲堂”、“青年书香号”、“长江书友会”、“长江阅读·掌上书城”、“长江杯·网络小说大赛”等多个项目,营造了良好的阅读氛围。

5 建立阅读推广基地 辐射全国

随着社会各界对“全民阅读”的倡导,近年来以广大中小学生为主体的儿童阅读推广活动蓬勃开展,活动规模不断壮大、形式不断创新。出版机构特别是童书出版机构目前更多地在这一领域入手推广阅读。联合成立阅读推广基地的形式颇值得借鉴。比如人民文学出版社、天天出版社早年即已启动的“中国儿童阅读优化基地”活动,组织了多次“阅读优化”活动,受到广大中小学师生及图书馆、文化馆、少年宫等机构的广泛欢迎和大力支持。此外,浙江少年儿童出版社在浙江、江苏、山东、安徽、深圳等省市也遴选设立了数十所“浙少社全国阅读示范基地学校”。目前,这样的出版机构还在不断增加。

人民出版社
“书香行动”夯实合作基础 “读书会”建设书香世界

早在2011年,由中央国家机关团工委、原新闻出版总署机关党委主办、人民出版社团委承办的“书香行动——向中央国家机关青年干部推荐好书”活动启动。五年来,人民出版社团委的“书香行动”在国家机关企事业单位青年干部中引起良好反响,品牌影响力逐步扩大。至今,“书香行动”已向中直和中央国家机关青年干部推荐好书370种,向各部委并通过部委向基层一线捐赠新旧图书近千万码洋,提升了人民出版社的品牌影响力,建立了与各机关企事业单位之间的紧密联系,形成了较为稳定的购书合作关系。

为了进一步深化“书香行动”,2014年8月,人民社团委、社青年志愿者协会发起成立“公大读书会”(暂定)。公大读书会名称之意义为:“公大”二字取自《礼记·礼运》:“大道之行也,天下为公。”以此勉励所有会员依托于读书、着眼于问题,夙夜在公、勤政廉政,好读书、读好书、活读书、活用书。读书会由中央国家机关青年志愿者协会主办,人民

社青年志愿者协会承办,担负着用“阅读点亮中国梦”的责任和使命。据了解,读书会自2014年8月启动以来,力争每月一期,全年不少于八期,截至目前共举办了七期,推荐了八种图书分别是:《再见甲午》、《你是这样的人》、《海棠花前》、《毛泽东的九嶷山友人乐天宇》、《亲情的记录》、《沈宝祥论集》、《老龄社会的革命——人类的风险和前景》、《战争方程式》。七期读书会有六期在社外举办。目前,“公大读书会”会员近千人,惠及读者千余人,受到多方欢迎和赞誉。

读书会的主旨是读好书、做好事。特点一是以书为载体和依托,所推荐图书现实性强、权威性高,图书作者均是该领域顶尖级的专家学者;二是读书会将作为公益组织运作,所请专家均没有劳务费,为之工作的均是社内外的青年志愿者,目前很多书友已经该社青年志愿者协会上注册成为志愿者;三是读书会面向受众主要是中央和国家机关及各企事业单位青年干部和高校学生,他们素质高读书热情高,同时不设门槛,欢迎一切爱国爱党爱乡爱读书的人士参与;四是读书会机构健全,近期还将

召开第一届理事会成立大会,目前除了三个微信群以外,还建立了读书会工作群、媒体群、志愿者群,老龄问题分会等;五是读书会于2015年1月举办了一次观影活动,受到书友们普遍欢迎,除了定期举办读书会,还将开展调研、公益活动,观看电影、书友论坛主题沙龙等,以各种形式深化读书的效果。全国总工会机关团委书记徐海珊在聆听了《战争方程式》作者李莉的演讲后曾这样写到,“一场内部演讲,梳理人类百年战争史,从传统到现代,简练而全景式地讲清楚了现代军事变革的历史脉络和演进逻辑,宏大而具象,理性而热切,严肃而真诚,这使我认识上很有收获,思想上很受警醒,信念上很受激励”。

值得一提的是,4月23日这天,读书会还收到一张特别的汇款单,是一位远在江苏一直没有机会聆听读书会的吴晓蔚先生寄来的,他恳请设立读书会爱心基金。一个普通读者对读书会的热爱和期望是读书会继续做好工作的源泉和动力。读书会的目标是面向全球辐射全国,为全民阅读书香世界的建设贡献人民社出版人的一份力量。

(徐庆群)

新蕾出版社

“阅读推广行动”追求长效性 “国际大奖小说”销售千万册

从2000年开始,新蕾出版社就拉开了儿童阅读推广的序幕,至今开展了数千场阅读推广活动。2015年新蕾社在不断的摸索中,形成了推广人研讨会、作家公益校园行、编辑姐姐进社区、线上阅读推广、校园教学观摩课,书刊互动搭建图书角、借助AR电子书推广、线上阅读网站等众多阅读推广模式,在书店、网络、社区、学校、图书馆等地展开了形式多样的阅读推广活动。例如:2月,在天津青少年宫举办了“娃娃庙会”图书分享会;3月,多位国内知名儿童文学作家走进校园做公益讲座;4月,作家及编辑走进书展与孩子面对面交流阅读等。通过这些形式,新蕾社成功推出了“国际大奖小说”(96册)、“数学帮帮忙”(25册)、“王一梅童书”、“殷健灵心爱小童书”、《独一无二的伊凡》等畅销书(系),此后还有“发现更多”、“飞鼠传奇”等系列图书即将踏上阅读推广之路。

12年前新蕾社推出了开启当代儿童时尚阅读之路的畅销图书——国际大奖小说,12年来该社精心培育,成功出版了96种国际大奖小说,从注音版、升级版、成长版到精装版,4个版本覆盖了6岁至14岁的儿童,累计销售上千万册。12年来该社始终走在儿童阅读推广的路上,在中国的各大展会、各大书店、各大学校,用独特的推广手册、丰富的阅读讲座、成熟的教学观摩课将国际大奖小说带进了千家万户,成功推出了家喻户晓的《爱德华的奇妙之旅》、深圳十大童书榜首的《35公斤的希望》,提倡阅读之旅的《无字书图书馆》,自我肯定及成长的《一百条裙子》,胜过千万本作文书的《亲爱的汉修先生》等优秀童书。

今年4月,新蕾社还力邀著名儿童阅读推广人李一慢及学者张经纬在浙江书展城市阳台上开展儿童阅读研讨及《国际大奖小说——独一无二的伊凡》分享会。今年5月,该社还将为浙江省新华书店60多家门店负责人开展“什么是优秀的儿童阅读?”讲座。此外,2014年该社就携手著

名儿童阅读推广人梅子涵、王林着手策划引领儿童时尚阅读的图书《教出阅读力》及《用童书玩转语文》,多次深入学校,与语文教师探讨如何将儿童阅读与语文教学相结合,在不断地摸索与总结中形成了一场场高质量的阅读课,汇总的所有阅读课资料也将于近期面世。

书籍的阅读,能够为我们种下幸福的种子,要想获得这种幸福,就要推广阅读。梅子涵曾说,“一个优秀的人,是应该亲近文学的。亲近文学的方式当然就是阅读。我们认为,阅读推广必须要有长效性”。近年来,我国阅读推广活动数量较多,但具有持续性的不多。因此应该制定更为长效的阅读推广计划,针对不同的地区、不同年龄段孩子的阅读需求,深入推广,并及时调研反馈意见,加强对终端读者的阅读服务。此外,阅读推广还必须植根于优秀的内容。美国诗人惠特曼在一首诗里提到:“有一个孩子每天向前走去,他看见最初的东西,他就变成了那东西,那东西就变成了他的一部分……”因此,阅读推广的意义就在于让孩子多读书,读好书。(山河)

天天出版社

“阅读基地”带来书香之美 “诗流双汇”唤醒诗歌之春

为全民阅读助力,是天天出版社自成立以来就确立的工作重点之一。目前,该社的全民阅读推广活动主要分为两类:第一类为长期活动,即扎实推进“中国儿童阅读优化基地”项目,目的在于全面提升儿童阅读水平和能力。该社近年来充分发掘现有专家资源,将阅读理念带进校园、图书馆、书店等,并将活动重点向经济欠发达地区倾斜。三年多来,共在全国设立“中国儿童阅读优化基地”近200家。这种活动模式是多效共赢的,于师生来说,是一个获取阅读知识、解决成长困惑的可靠途径,而且这种零距离交流模式,有利于师生直观地感受文化名家的学识与修养,易在学生群体中形成良好的榜样效应,激励学生潜心向学;于专家和出版社来说,这是一个直接了解读者的机会,可以为实际工作提供必要的反馈。近期,该社又在宝鸡、重庆、江苏等地新增了19个“优化基地”成员单位。

第二类活动是以重点图书为核心开

展阅读推广活动。诗歌是人类文学门类中最为古老也最为优美的艺术样式,但当绘本风生水起地推广着图画书,当校园小说的阅读如火如荼时,人们对儿童诗歌的冷落就变得格外显眼。儿童阅读不应出现诗歌的缺席。因此天天社于今年3月策划出版了屠岸和金波先生合著的儿童诗歌集《诗流双汇集》,并密集开展了一系列阅读推广活动。不仅有面向业内人士,以拓宽理论视野、提升专业素养为目的的研讨会,也有面向学生、教师等读者群体的诵读活动。例如,在汇集了高洪波、谢冕、曹文轩等十余位名家的“当代儿童诗歌研讨会”上,嘉宾就儿童诗歌的创作、其美学价值和教育意义等话题进行了深入剖析和探讨;在4月2日“中国儿童阅读日”当天,该社和首都图书馆共同策划了“苏醒的儿童诗歌——童心诵读汇”活动。屠岸和金波先生分别以92岁和80岁的高龄,带领现场400余师生拉开天天社“诵诗季”的序幕;在4月23日“世界阅读日”之际,天天社又与北

京西城区文化委员会共同主办了“北京阅读季”当天12场重点活动之一的“阅读春天·赏春共诵”活动。值得一提的是该活动结束后,屠岸和现场的小学生进行了短暂的聚会。祖孙两代人聊诗歌、聊名著、聊音乐,说到歌曲《我的祖国》,屠岸还即兴演唱了其中的片段,老先生的博学和率真着实令人难忘。目前,后续的校园诵诗活动还在策划中。

开展全民阅读,已逐渐成为我国的一项基本公共文化政策。天天出版社作为中国出版集团旗下唯一的少儿社,理应成为负责任的阅读推广主体之一,这也是文化企业应有的社会良知。在开展全民阅读活动之时,应有高屋建瓴之姿,提供给读者精品佳作,而非一味迎合甚至盲从市场潮流。少儿出版社所面对的读者群体年龄尚幼,就更应重视这一问题。此外,在活动形式上,应注意长线活动和重点活动相结合,持续地、有节奏地做好阅读推广活动,以扩大活动的累积效应。(丁一)