

“父母自身成长”定义儿童教育格局

中国出版传媒商报讯 近期,以“成长型家庭 成长型父母”为主题的新书分享会在京举行。该活动由百万粉丝公众号“大J小D”创始人、成长型家庭教育探索者、中美融合式家庭早教实践引领者的大J(jessica)联合中国妇女出版社、当当网主办。活动中,来自出版界和家教领域的专家,与大J的粉丝一起,就“大J家庭早教三部曲”的收官之作——《跟早教专家学儿童潜能开发》新书的出版展开互动。

据悉,大J“家庭早教三部曲”包括《跟美国儿科医生学育儿》《跟美国幼儿园老师学早教》和《跟早教专家学儿童潜能开发》3本图书。自2017年“三部曲”的第1本上市到今年8月第3本预售,大J的公众号“大J小D”的粉丝人数在2年

内由50万增长到100万。此次分享会中,中国妇女出版社社长李凯声特别为大J颁发“‘家庭早教三部曲’销量突破50万册杰出贡献奖”,当当网副总裁、出版物事业部总经理陈立均同时为其颁发由当当第四届影响力作家评选活动产生的“影响力作家”奖杯。活动现场,大J发表了主题为“父母自身成长——定义儿童教养格局”的演讲。她表示,在孩子不断成长的同时,每一个父母都应该有觉悟、有意识地学习和提高自己,给孩子提供更大更好的成长“容器”。

在“成长型家庭教育沙龙”环节,妇女社副总编辑廖晶晶,《知心姐姐》杂志主编祝薇,中国儿童中心期刊总社社长、总编辑陈光,未来之音CEO卢俊,与大J围绕“成长型家庭”“学习型父母”“育儿和育己的关系”“学习型思维在家庭教育中的作用”等话题进行深入探讨。活动中,由大J所提议的“打造成长型家庭,父母和孩子共同成长”的倡议行动正式启动。

(刘 言)

●家教书出版实况扫描报告之三(上篇)



今年8月,中国出版传媒商报在推动形成2018年度家庭教育影响力图书TOP榜过程中,将图书市场动销能力作为重要考量维度之一,针对参与推选的相关图书进行销量的信息调研,并在此基础上形成家庭教育图书市场报告(家长育儿育己类/孩子自我养成类)。综合来看,家教图书动销总体表现仍较为平稳,高销量的代表品种在某种程度上呈现了选题开发的传统优势和新兴热点。

(链接:2018年8月21日第46版《家教书出版实况扫描报告之一:家庭教育图书线上线下整合营销见功效》,2018年9月28日第7版《家教书出版实况扫描报告之二:新技术催生家教书内容运营新空间》)

新品种对应新热点带来新市场

《关于指导推进家庭教育的五年规划(2016~2020年)》等一系列利好政策的出台,以及新生代家长科学教养及自我成长需求的升温,为家庭教育图书的选题开发提供了扩容动力。一系列反应新家教理念和热点的图书上市,并有部分图书迅速呈现出较强的市场表现能力。在2017年~2018年6月出版的原创家教图书(家长育儿育己类)中,销量在1万~5万册的图书有《完整的成长:儿童生命的自我创造》(中国妇女出版社)、“怎样培养孩子的关键社会能力”系列(北京师范大学出版社)《其乐无穷的战斗:妈妈,我要你这样爱我》(长江少年儿童出版社)《别以为你会爱孩子》(浙江少年儿童出版社)《母语:我爱极了做妈妈》(北京时代华文书局)等;销量在5万~15万册的图书有中国妇女出版社《父母的格局:成就孩子的“第三种力量”》(妇女社)《欢迎来到一年级:幼小衔接家长手册》(化工社)《聪明的妈妈像傻瓜》(接力出版社)《别叫他宝贝·他是行者辛巴》(安徽少年儿童出版社)等;销量在15万册以上的图书有《陪孩子走过关键六年:科学早教成就满分父母》(化工社)、“这样爱你刚刚好:我的N岁孩子”系列(湖南教育出版社)《别让孩子伤在小学》(接力社)等。从整体来看,2018年以来新出版的原创家教图书(家长育儿育己类)中,部分产品较快引发市场热度,如《爱孩子,你爱对了吗》《二孩家庭,父母和大宝二宝沟通有道》销量都已超过2万册,《我的心理治疗之路》《妈妈,我要做自己》销量已达1万册。

可以看到的是,近一两年来,家庭教育细分板块出现了不少在销量上可圈可点的新品,其中引导家长依据科学的理念、方法实现亲子共同成长并塑造成长型家庭,成为引发读者共鸣并可带来市场成效的概念性选题热点。在此基础上,选题呈现出强烈的细分趋势,但是这种细分性在系统化上仍存在很多提升空间。

老品种销量稳定部分增比明显

与新上市的热销品种相对,部分2017年以前出版的很多原版版家教书(家长育儿育己类)呈现出较强的市场竞争能力,重点体现在相对稳定的热销度特别是同比增量。

截至2018年7月,在2017年之前出版的原版版家教图书(家长育儿育己类)中,销量在1万~5万册的图书有《英语,阅读是金!》(外语教学与研究出版社)《英语,爱“拼”才会赢》(外研社)《亲子阅读ABC》(新疆青少社)《绘本有什么了不起?》(新疆青少社)《共读,我们的亲子时光》(湖南少年儿童出版社)《做隐形父母——个性化教育的家庭故事》(广东教育出版社)《养成好习惯,学习好方法》(广东经济出版社)等。销量在5万~10万册的产品有《一位智慧校长给家长的50封亲笔信》(浙江教育出版社)《喜阅读过好孩子》(湖北教育出版社)《接纳力》(电子工业出版社)、“天下父母”丛书(山东教育出版社)《律师爸爸保护孩子的28堂法律课》(华中科技大学出版社)《陪孩子一起成长》(长江文艺出版社)等。销量在10万~15万册的产品包括《骑鲸之旅》(译林出版社)等。销量在15万~20万册的产品有《顺应心理,孩子更合作——和孩子一同幸福成长的心理魔法》(青岛出版社)《心理营养:林文采博士的亲子教育课》(上海社会科学院出版社)、“孙云晓教育研究前沿书系”(浙江文艺出版社)等。销量在20万~25万册的产品有“豆豆妈妈系列丛书”(清华大学出版社)、“善解童贞”系列(江苏凤凰科学技术出版社)、“小巫养育学堂”系列(广东新世纪出版社)等。销量在25万册以上的产品有《最好的方法给孩子》(东方出版社)《好妈妈胜过好老师》(作家出版社)、“孙云晓教育影响力丛书”(江苏凤凰教育出版社)等。

从2017年较2016年的同比增量来看,《英语,阅读是金!》《英语,爱“拼”才会赢》同比增长率均为10%,《亲子阅读ABC》、“孙云晓教育影响力丛书”均为20%,《绘本有什么了不起?》为30%。《顺应心理,孩子更合作——和孩子一同幸福成长的心理魔法》为20%,《接纳力》为33%。阅读是家庭教育中比较常规的教育类型之一,而近几年家长对于孩子的心理养成重视程度加重,这也是这两种类型图书增速明显的因素之一。此外,部分安全养育类家教图书的销量也涨势明显,如《律师爸爸保护孩子的28堂法律课》同比增长率为67%,以性教育为主题的“善解童贞”系列同比增长率高达300%。

●家教问诊系列报道

中国出版传媒商报记者 董琦

■难点1



专家问诊

王晓琳(中学高级教师,国家二级心理咨询师):经典儿童电影揭示了儿童成长中的共性问题,电影让儿童通过角色代入直面故事中的问题,通过人物内心的挣扎和斗争来体验克服这些问题的可能性,寻找解决问题的途径,从而让其变成一个更好的人,成为美好事物的中心。心理学家埃里克森提出的八阶段理论刻画了个体成长的共相心理图谱,每个年龄阶段的心理社会危机不同,对待危机的不同解决方式可获得不同品质。

婴儿时期的心理主题是克服恐惧,获得安全感,形成希望的品质。幼儿时期的心理主题是学会自我控制,形成意志品质;

专家问诊

刘雨茜(专职作家,专研中西文化、艺术、美学史):长久以来,很多人学习唐诗的一大误区,就是竟相成为一只只会背诵学语的“鹦鹉”,只重视熟背的数量。让孩子学习唐诗,主要的目的并非背诵而已。而是在学习欣赏,仿效诗人们的情怀,进而培养一颗追求真、善、美的“诗心”。而且拥有“诗心”的人,也才能够更好地拥有美好的生活品位。

每个孩子天生就是涂鸦高手,若是把唐诗画出来,便更容易体会到诗中的意境。经由3年多指导女儿画唐诗的经验,我归纳出3种有效的学习方法,不但可以帮助孩子熟背诗文,还能帮助孩子把诗有效运用在生活中。

一是创意化,以唐诗作为绘画题材。当孩子能够把一首诗的意境透过画笔画出来,他们的认知力已在对诗句进行转译及消化。能把一首诗画出来,自然能深入理解该诗的涵义,就更不用熟背了。结合文学、艺术、历史3门学科的唐诗,也是提供绘画创作的绝佳题材。唐诗中提到的景点、动植物的生态及样貌,都可以在网络上找到说明及画面。如此一来,孩子们为了画一首诗,不但可以同时学到多元的知识,还能获得美感的熏陶,可谓一举数得。

二是现代化,让孩子成为诗中的主角。不必要求孩子死背整首唐诗,只需熟记那些能够广泛流传、融入任一时空的佳

■难点3



邢子凯(米来未来教育集团创办人,美国正面管教协会导师,北美蒙台梭利中心认证教师):每个人为人父或为人母之后,孩子成为其人生的重要部分,所面临的事情与需要达到的目标往往会成倍增加。一个人的时间和精力很有限、很宝贵,新手父母在面对孩子、工作和自我时,要注意大概的对,而不是精确的错;做正确的事,而非事事正确。不断精简和聚焦,有选择地偷懒,集中火力,才能做好更重要的事。如果没有很多时间陪孩子玩,那么就聚焦一种至关重要的陪伴孩子的方式,比如给孩子读绘本。

家长往往没有很多整块的时间,所以就更要注意碎片时间的利用。下班后,父母与孩子约定定制执行“番茄工作法”时间

如何用阶梯电影塑造孩子品质

当屏幕在一定程度上为孩子们带来成长的“隐忧”时,电影也容易被家长笼统地划归到“屏幕娱乐”范畴,使得很多孩子对电影亲近不足。那么,孩子要不要更多地看电影,不同年龄段的孩子该看什么电影?家长又该如何与孩子一起看电影?

学龄初期和小学低段的儿童的心理主题是认识自我,知道我是谁,形成自信感和目标的品质。这一阶段阶梯电影的主题是信任、探索、发现、勇气。小学中段和高段的儿童的心理问题是通过探索知道我是谁,并指导我能做什么,形成勤奋感和能力的品质。这一阶段阶梯电影的主题是认识自我以及合作、承担、勤奋。初中阶段,面对角色同一性的形成和青春期的来临,通过探索自我,认识人与自然、人与世界的关系,给自己准确的定位,形成自我的高期待。这一阶段阶梯电影的主题是了解青春期,培养使命感和担当精神,培养科学思维。高中阶段的孩子,不仅面临生理和心理上的巨大变化,更有着高考和升学的压

■难点2



如何用画唐诗培养孩子的“诗心”

不少家长都热衷让孩子背诵大量古诗,但很多孩子却往往是只知其然不知其所以然,使背诵流于形式。如何才能让孩子懂诗并能使之内化于心、外化于生活?

句即可。在陪伴孩子画唐诗时,也必须引导他们找到可以让自己融入唐诗的角色。例如我引导女儿画出自己在竹林里弹平台钢琴的《竹里馆》,画出自己睡前趴在地上欣赏月晖的《静夜思》,画出自己就是划着小船偷采白莲的小女孩,画出自己就是在梦中走上天梯去私会牛郎的织女,画出自己就是飞奔月球与月兔共舞的现代嫦娥(芭蕾舞仙子)……当孩子发现自己也可以成为唐诗中的主角时,唐诗就不再和他们相隔千年之遥。

三是本土化,在生活中发掘与唐诗呼应的景物。不少唐诗清楚描述了某个特定的景物,例如鹤雀楼、寒山寺、乌衣巷等等。孩子未到过这些景点,自然不易产生亲切感和共鸣。但《登鹤雀楼》所写的“欲穷千里目,更上一层楼”,也可以运用在上海的“东方明珠”或台北的“101大楼”。《枫

力,这一阶段阶梯电影的主题是诚实,自我肯定,自我规划。

青春期的孩子很多都会有逆反心理,也会对异性产生好感。通过与孩子一起看电影,将话题放在主人公遇到的事上,孩子会进行自我教育。比如看《侧耳倾听》了解感情的积极方面,让孩子知道感情是很美好的。《你看上去很好吃》讲述的是霸王龙寻找自我、反哺爱的故事。家长与孩子可以通过观影,探讨孩子遇到问题时离家出走是否可取,通过爱的传递怎么对待别人和打架是否正确等问题。

优秀电影的力量正像春风化雨、润物无声,滋养一个又一个健康心灵的形成,引导孩子的成长,塑造孩子的品质。

图书“药方”

《影响孩子一生的100部电影》(大象出版社)对经典儿童电影进行阶梯划分,让儿童在合适的成长阶段遇到最适合他们心理发展的电影,以电影的榜样力量带动儿童人格的发展,让电影成为儿童生命成长的重要阶梯。该书对每部电影进行精读与解读,还有特别的电影共读问题设计,为家长如何提问、与孩子聊天和达到什么效果提供借鉴,让家长也积极参与问题,提升自我。孩子也可以自己阅读,实现自我教育。

图书“药方”

《陪孩子画唐诗》(华东师范大学出版社)共分为两册。一册是亲子共读本。如果孩子较小,识字不多,请家长先阅读其中的散文故事后,再讲给孩子听。故事呈现了作者陪女儿画唐诗的过程,母女俩一同享受到“教学相长”的乐趣和体验。另外一册《我的诗画本》则是特别为低龄学童设计的手作本。孩子们透过这本手作本,能进一步体会画唐诗的观念和方法。

子加满,给自己留时间,敷片面膜或者听听音乐。能量的来源有五个:睡觉、运动、吃饭、放松和情感“加油”。

妈妈的真正角色不是累得气喘吁吁的女仆,而是指挥100只猴子有序跑到别人背上的领导者。调动家庭资源,给丈夫和家人更大的信任,激励他们与自己一起育儿。家长也要充分信任孩子,根据孩子的年龄和喜好,为孩子分配合适的家务,彰显孩子的价值,满足孩子的成就感,同时也要注意培养孩子的独立能力和时间管理能力。

图书“药方”

《超级父母时间管理术》(接力出版社)通过9堂家庭时间管理课,在有趣的互动问答及生动真实的案例分享中,让读者告别为人父母忙乱低效的生活,打破没有时间的魔咒,变身轻松高效的父母。该书为新手父母提供了32种实用方法:使用瑞士奶酪法、番茄工作法、场景分类法,科学有效地管理碎片化时间;适度“放权”和“授权”,让孩子从小学会独立,让爸爸在孩子成长过程中发挥更大作用;变身时间达人,化解家庭矛盾,协调爱人、孩子、老人、自己的大事小事……有效的时间管理可以帮助家长构建真正温馨、和谐的家庭。