

近日,商报在暑期助学特辑中推出“创新读物盘点”与“实用读物盘点”(相关链接:2020年7月14日第2639、2640期合刊第11版,2020年7月21日第2641期第7版)。本期继续深入观察,力图从“如何从策划、营销等方面着手打造创新性和实效性的助学读物”“出版社如何采用技术赋能、将研学与游戏等作为抓手和构件图书新生态等玩法,增强助学读物的创新性和实效性”等方面,提供业界借鉴参考。

■中国出版传媒商报记者 董琦 采访/整理



袁雨帆：增强助学读物的创新性和实效性，落脚点应在“实效性”，创新性是实效性的呈现形式。不能为了追求创新而忽略实效，还是应该从解决少年儿童学习生活中实际遇到的困难和问题出发。切实做到图书的实效性，北京师范大学出版社积极关注目前教育教学中的痛点难点，家长反馈的学习困难，从这几方面入手，考虑图书在内容和设计方面可以帮助儿童之处。做到图书的创新性，北师大社积极关注目前儿童生活中的流行趋势、热点话题，在适配中国儿童接受程度的同时，与国际先进理念落地融合，为儿童呈现阅读视角、阅读内容和整体设计都新鲜的图书产品。

■张 虎(山东教育出版社电子音像编辑中心主任)

■沈承玲(中国中医药出版社教材中心主任)

需要注意的是,在助学读物的策划、推广上切勿盲目跟风,做一些同质化的产品,虽然新型助学读物体现一种新的选题趋势,但对于出版来说,要迅速做大并不是那么容易。由于是中间类型的产品,新型助学读物在作者资源和编辑实力两方面缺一不可的前提下,还要有所提升;编辑对于选题方向和卖点的把握,则成为这类书在市场上获得成功的基本保证。

(下转第3版)

(下转第3版)