

中国出版传媒商报

2023年2月24日 星期五 第2888期

贴近读者需求打造高品质教师教育类图书

关键词 教师教育类图书 品牌 融合发展

○颜 晴

阅读是教师应对课程改革、自我革新的重要学习方式。教师教育类图书是教师的教育理念更新、教育观念变革、教学方式升级、教学技能提升等教师专业发展的重要工具。每年我们都会看到一些内容精良、对教师教育教学有实质帮助的图书,这些图书贴近读者需求,一经推出就受到众多好评,取得不错的社会效益与经济效益。那么如何紧贴读者需求适时推出高品质的教师教育类图书呢?笔者认为应注重下述几点。

第一,站稳读者立场,多渠道调研读者需求。

站稳读者立场,一定要了解读者需求,满足读者需求,甚至能够引领读者需求,这是打造高品质教师教育类图书的前提与基础。教师教育类图书的主要对象是中小学一线教师,可以通过多种途径了解他们的阅读需求。一是以多样化的交流、对话形式了解需求,例如可以通过社群调查、线上线下读书会、主题论坛、读者信箱、出版社不同媒体平台的读者留言、各大榜单的排名情况等获得教师的阅读需求。二是根据国家发布的一些教育政策或者文件(标准)预估教师的阅读需求,例如2020年教育部颁布《中小学教师教育惩戒规则(试行)》,可以预估教师对于惩戒规则的解读方面有阅读的需求;2022年教育部印发了新的课程方案和义务教育课程标准,可以预估教师对课程方案和课标解读方面的图书有较大的阅读需求。通过调研分析,教师的阅读需求主要包含教育理论与观念的塑造与更新、教学技能的提升与精进、学科教学的指导与参考、班级管理的技巧与方法等方面,其中与现行教育教学变革趋势相一致的图书会更受关注。

第二,做好选题策划,找准方向形成品牌。

选题策划是打造高品质图书的源头活水,我们要充分利用读者需求

调研的结果,找准方向,策划出能够满足教师需要的图书。以教育科学出版社近几年策划的选题来看,但凡取得好的成绩、有较大影响力的图书,大多以读者痛点为切口,找准方向以套书形式推出,并形成了关于某个话题的品牌效应。例如,2019年,教育科学出版社通过举办“第2届校长变革领导力论坛”聚集了一批了解教育改革前沿动向的专家,还深度接触了参与论坛的几百位一线教师。出版社敏锐地感受到教育变革中最重要的一个环节是教学方式变革,聚焦教学方式变革的图书势必会受到老师欢迎。同年,《关于深化教育教学改革全面提高义务教育质量的意见》《关于新时代推进普通高中育人方式改革的指导意见》两个文件都旗帜鲜明地对教学改革提出了要求,并强调要优化教学方式,重视合作学习、探究性学习及项目化学习。通过对国家政策法规的认真学习,再对标读者的真实需求,教育科学出版社加大了关于项目化学习、差异教学、深度学习方面的选题开发,陆续推出了“学习素养·项目化学习的中国建构丛书”“差异教学新视野丛书”“深度学习教学改进丛书”等,这些图书均成为所在领域的代表,受到老师喜爱。

教育科学出版社在关注教学方式变革的同时,也基于自身的选题规划与储备,以及重视作为老师的读者留言,注重了作业设计方面的选题,2017年引进出版了《家庭作业的迷思》一书;2021年6月策划出版了《重构作业:课程视域下的单元作业》一书。2021年7月24日,中共中央办公厅、国务院办公厅发布《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》,关于减负和作业优化的讨论成为热点,而关于作业的图书也有了更大的曝光度,《重构作业:课程视域下的单元作业》成为当年的畅销图书,并入选中国教育新闻网2021年度“影响教师的100本书”TOP10,自

出版以来销售近17万册。同时,教育科学出版社继续深入挖掘读者需求,发现教师对于作业设计指引、实践方案等方面的图书有较大需求,又于2022年陆续推出了《学科作业体系设计指引》《高质量作业设计 实践方案》《高质量作业赏析 国际样本》等书,丰富了作业选题的图书品类,让读者能够有梯度地自由选择。找到好的选题是做出高品质图书的第一步,我们要深耕所关注的领域,细分读者的需求,具有长线意识,在策划的选题点上力争做到“人无我有,人有我新”,有节奏地推出高品质图书。

第三,重视融合发展,全方位打造立体产品。

出版融合是大势所趋,一方面,读者对融合产品有很大的需求。另一方面,国家对出版融合有全面的布局与期待。2022年4月中宣部印发《关于推动出版深度融合发展的实施意见》,对新时代深入推进出版深度融合发展作了全面安排。

为了适应时代变化,基于教师教育图书开发立体融合的产品是一件很有价值的事情,教育科学出版社进行了积极尝试。2022年推出了由课标修订组核心成员为主编的“义务教育课程标准(2022年版)课例式解读丛书”,并为每册图书配有一节课标解读视频,以二维码形式呈现,读者反响热烈,认为视频配书的形式能帮助其进行深入理解。为积极响应读者需求,教育科学出版社又同步策划了“新课标解读”的视频资源,以图书搭配U盘或者图书搭配线上课程的形式推出。同时,还规划了不同课时的线下培训课程供读者选择。围绕“新课标解读”这一主题,形成了立体产品群,既有纸质图书,又有线上线下课程,实现了与读者的全媒体互动。当前,教育科学出版社对于立项的选题都会思考融合发展的可能性,并做好平台建设 work,相信基于优质的图书内容,把准特色,做好出版融合,必将有利于教师教育类图书实现新突破。

国际合作出版项目中的难题应对

关键词 国际合作出版 文化差异 双语

○刘佳佳

儿童文学是人类共通的语言,友好的邻邦交流从儿童开始。宁波出版社决定以“一带一路”沿线国家儿童文学为媒介,促进文化“引进来”和“走出去”,这也是宁波出版社首次大规模策划实施的国际合作出版项目。该书系共6卷,包括《中国卷》《俄罗斯卷》《马来西亚卷》《印度卷》《尼泊尔卷》和《老挝卷》,精选各国儿童文学经典作品,采用中外文对照的形式,配以体现本国独特元素的美精插画,向读者呈现缤纷多彩的文化形态。

该项目历时3年之久,着实耗费了不少心血。其中遭遇了全球疫情突发、版权授予的困难,也经历了外文翻译和文化差异的分歧,待将这套沉甸甸的书拿在手中,亲历其中的主编、翻译、插画师、设计师和编辑们,备受鼓舞。笔者总结了该项目在实施过程中遇到的难题,供同业们交流。

精选主编,解决版权授予。项目立项后,经深思熟虑,宁波出版社邀请著名儿童文学作家徐鲁和国际儿童读物联盟(IBBY)时任主席张明舟担任该套书总主编。两位总主编在国际儿童文学领域有丰富资源和广泛影响。在他们的协助下,宁波出版社联系到了各国在儿童文学出版领域最具代表性的出版机构进行合作,与6个国家的分卷主编分别签订委托组稿协议,在这些分册主编中,结合每个国家的实际情况,有的是儿童文学作家,有的是出版业资深人士,有的是翻译方面的专家或文化交流的专家。

分卷主编确定后,再由他们联系本国作者提供相关稿件和版权授予书。丛书定位于选择上述各国最经典的民间故事、寓言故事、童话、诗歌,让外国读者增进对本国儿童文学的了解,各分卷主编在分卷序言中对该国儿童文学发展脉络、编选标准及出版价值都作了交代。正是因为上述总主编和分卷主编的落实,使得项目最初的编选思路得以实现。

尊重差异,增强互通互信。由于文化背景的差异,编辑们在编辑书稿的过程中,对有些作品是否应该入选存在疑虑。例如,其中一卷中很多作品的主人公身上存在懒惰、想要不劳而获的思想,这与中华民族提倡的勤劳美德似乎相悖。在同主编多次邮件沟通并查阅了相关论文资料之后,编辑对该国的地缘文化有了更加深入的了解,该国部分领土在高寒地区,冬季长达半

年以上,人们在漫长严寒的日子里能做的事情只有待在火炉边烤火,并且幻想着美好的生活,这是非常具有该国文化特征的心理。

在中国的传统文化里,猴子是吉祥聪慧的动物,《西游记》里有勇有谋的美猴王孙悟空是孩子们最喜爱的神话人物之一。而在《猴子》《聪明的螃蟹》《受惩罚的猴子》等外国卷故事中,猴子往往充当作恶多端或者出卖朋友的反面角色,最终为自己的行为付出了惨痛的代价,类似中国儿童故事中经常出现的狐狸。

上述文化差异也让编辑不禁思考,给孩子们阅读的故事到底应该传递什么样的价值观?是真诚、善良;也是自然、朴素,如同孩子的天性一般。编校团队在加工中,通过反复沟通消弭误解,也和分卷主编做了充分的沟通并适度保留了文化差异。

统筹推进,确保顺利实施。由于各国儿童文学传统深厚不一,自然无法做到每一卷的故事篇数完全一致。我们在中国、俄罗斯、印度卷中,领略到了叶圣陶、冰心、普希金、列夫·托尔斯泰、泰戈尔等名家名作的经久流转,也在马来西亚、尼泊尔、老挝卷中,看到了诗歌、童话、寓言故事等儿童文学创作的方兴未艾。

而双语分栏对照也造成了排版过程中的诸多困难,例如针对双语文字长短不一的问题,出版中我们尽量使用精炼简洁、易于被儿童理解的语言;针对部分外文字符复制到中文版排版软件会导致乱码的问题,我们待中文部分定稿后,再将外文部分以图片格式排入;针对何处断句以及外文标点符号如何确定的问题,通过查找工具书、咨询外语专家来解决;针对书中的插画,力求充分体现该国的文化特色,并在每一幅插画上注明插画师的姓名,尊重文字和插画的原创性。

整个项目推进的过程,也恰逢疫情此起彼伏的阶段,宁波出版社通过定期召开线上线下协调会,总结一段时间以来各分卷出版工作遇到的困难,大家相互交流经验,共同商讨解决方案,保证了项目整体推进。

路虽远行者将至,事虽难做则必成。克服了诸多不易,才有了这套书的顺利面世,这凝结了整个项目团队的辛勤付出。如今,这套书正通过举办插画展、使领馆互介、线上发行平台等多方推广让更多的人看见,以期为坚定文化自信、促进文化交流作出更多的贡献。

● 阅读推广

第十二届书香中国·北京阅读季阅读盛典 全面总结展示2022年书香京城成果



中国出版传媒商报讯 2月16日,第十二届书香中国·北京阅读季阅读盛典在京举办,全面总结和展示过去一年北京全民阅读工作成果。

2022年北京阅读盛典以“书香满京城礼赞新时代”为主题,由书香中国·北京阅读季领导小组指导,中共北京市委宣传部主办,北京广播电视台承办、首都图书馆协办。中宣部出版局副局长张怀海,北京市委宣传部副部长、北京市新闻出版局(版权局)局长张爱军,北京市文化和旅游局二级巡视员常林,北京广播电视台党组成员、副总编辑李秀磊以及北京阅读季的部分成员单位、北京市16+1区区委宣传部领导,知名学者和历届书香京城评选获奖代表、文创机构及读书会代表、出版机构代表、图书馆代表、特色阅读空间代表、媒体代表、大中小学校代表近300人参加活动。

活动由“阅读引领”“阅读养成”“阅读风尚”三大篇章组成,结合宣传短片和经验分享对2022年北京全民阅读工作和成果进行全面总结和展示。活动当天为荣获2022

年书香京城系列评选的书香家庭、书香社区、书香机关、书香企业、金牌阅读推广人、全民阅读优秀项目、全民阅读优秀案例的获奖代表颁发了荣誉证书。这些典型代表,播种书香种子,传递阅读之美,为培养阅读风气、阅读养成、引领阅读时尚、促进阅读行为做出突出贡献,被推荐入选2022年“北京阅读榜样”。

阅读盛典现场,2018年北京金牌阅读推广人、文化学者、中央民族大学教授蒙曼围绕“新时代,老书生”进行阅读经验交流 and 分享。阅读盛典举办期间,首都图书馆被打造成一个全方位展示北京全民阅读事业蓬勃向上风貌的大型阅读书香长廊。2022年度书香京城成就展以“书香满京城礼赞新时代”为主线,由“前言”“喜庆党的二十大主题阅读活动”“品牌活动”“2022北京16+1区全民阅读地图”“2022年度‘北京阅读榜样’”“各界助力书香京城建设”“书香京城照片墙”等部分组成,以图片配合文字形式,集中宣传推广北京全民阅读理念,直观展现2022年书香京城的发展轨迹和新成就。(董 尚)

图书编辑如何做好新时代主题出版

关键词 主题出版 图书编辑 国际传播

○李 宝

主题出版是围绕党和国家的政治、经济、社会、文化等方面的工作大局,就党和国家发生的一些重大事件、重大活动、重大题材、重大理论问题等进行的选题策划和出版活动。因此,主题出版不仅要发挥出版传播知识、传递文明的重要功能,还肩负唱响主旋律、传播优秀中华文化的重要任务。探讨如何做强做优新时代的主题出版,其实就是要研究如何围绕党和国家中心工作宣传方针政策、记录时代进步、书写辉煌成就开展出版工作,服务党和国家工作大局。从图书编辑的角度来说,应当做好以下六个方面。

第一,坚守意识形态主阵地是根本。意识形态决定文化前进方向和发展道路。宣传思想工作就是要巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位,巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础。马克思主义符合中国国情,是人民的选择,也是历史发展的必然结果。推动中国实现民族复兴的伟大战略,就必须坚守马克思主义意识形态主阵地。主题出版作为党的宣传思想文化工作的重要组成部分,承担着宣传主流思想、传播优秀中华文化的重要任务,涉及政治、经济、科技、教育、文化、卫生等各个领域。编辑在组稿、审读、编辑加工的过程中必须时刻绷紧意识形态这根弦,擦亮眼睛,仔细甄别,必须勇于面对新问题、新挑战,自觉抵制各种错误思潮,必须坚持正确的政治方向,舆论导向和价值取向,始终坚持把社会效益放在首位。

第二,深入学习研究是基础。编辑对稿件进行审读后做出取舍,其本质就是对出版物的内容进行价值判断,而编辑加工是对稿件的文字和内容去粗取精的过程。可以说,编辑对

稿件内容的价值判断直接影响了该出版物所输出的价值取向和“含金量”。因此,合格的编辑必须全面客观、严肃认真地处理工作中遇到的意识形态问题。面对意识形态问题,既不能诚惶诚恐,不加分辨,删之而后快,也不能掉以轻心,不认真研判,听之任之。这就要求我们必须加强理论学习,提高马克思主义理论素养,不断提高政治判断力、政治领悟力、政治执行力,始终保持清醒和坚定,坚持正确的政治道路和政治方向,经受各种考验和挑战。此外,在策划主题出版选题时还应该围绕相关重大事件、活动和理论展开深入研究,只有这样,才能准确把握其宣传核心和重点,找准与出版社专业的契合点,发挥特色和优势。

第三,突出特色和差异是路径。由于主题出版是就党和国家发生的一些重大事件、重大活动、重大理论等进行的选题策划和出版活动,其主题已经有一个相对限定的范围,编辑如果在进行选题策划时不能充分结合出版社的特色,就很容易造成出版物内容同质化的问题。出版物内容同质化不但会造成出版资源的浪费,还可能导致读者对相关选题审美疲劳,真正有价值的著作无法实现应有的传播效果。因此,编辑在进行主题出版选题策划时,应该在深入研究相关主题的基础上,从出版社专业的角度认真思考如何将主题与专业特色相结合,寻求创新性和差异化,满足读者需求,繁荣出版市场。

第四,用好国家出版基金是助力。近年来,为了助推优秀传统文化的传播,推动出版行业高质量发展,国家出版基金在常规年度项目评审的基础上,还会开展主题出版项目评审。截至2022年,国家出版基金遴选资助了1000多个主题出版项目。从编辑的角度来讲,如果能够申请到基金支

持,不仅在资金方面能够获得国家资助,缓解出版社在生产经营方面的经济压力,而且在优化选题结构、提升内容质量等方面有相关领域的专家把关,提出修改意见,有助于提高主题出版图书的文化价值和内容质量。因此,编辑应当认真准备、积极申请,用好国家出版基金的支持,打造更多的主题出版图书精品。

第五,实现“双效”俱佳是目标。主题出版图书不能脱离市场,只有从内容和传播手段上都贴近人民,才能既实现满足群众需求的社会效益,又获得理想的经济效益。从内容的角度来说,主题出版图书的选题既要站位够高,服务党和国家的大局,也要贴近读者、接地气,具有较好的可读性。从传播手段的角度来说,虽然很多图书产品已经在“互联网+”方面进行了大量探索,并取得了一定的成果,但是,在主题出版领域,数字化应用方面仍然还有很大的提升空间。图书编辑应当积极采取融媒体形式,使主题出版物触达更多读者,实现社会效益和经济效益双丰收。

第六,加强国际传播是重点。《出版业“十四五”时期发展规划》中提出“做强做优主题出版”,并要求“整合对外出版资源力量,推动习近平总书记著作及相关图书译介出版,扩大海外发行规模,深入宣介习近平新时代中国特色社会主义思想。”主题出版物是让海外读者了解真实、立体、全面的中国的重要窗口。加强主题出版物的国际传播能力建设、全面提升国际传播效能是加快构建中国话语和中国叙事体系,讲好中国故事、传播好中国声音,深化不同文明交流互鉴、推动中华文化更好地走向世界的重要途径,也是今后推行主题出版工作的重点之一,因此,编辑必须重视提升主题出版图书“走出去”的能力。