

浅议多媒体科普图书出版中编辑的作用

关键词 北斗导航 科普图书 融媒体

○田秀岩

由中国编辑学会组编的“中国科技之路”丛书，是中宣部主题出版重点出版物，旨在通过集合跨行业的合作力量，强调科技自立自强的理念，并为科技强国建设贡献力量。《北斗导航》一书作为该系列丛书的一个重要分册，承载着向读者展示我国北斗卫星导航系统科技成就的使命，是我国首部以大众科普融媒体形式介绍北斗卫星导航系统的著作。该书由北斗卫星导航系统一线科技工作者创作，他们深入系统内部，亲身参与和见证国家重要工程的发展历程，使得书中内容具有高度的专业性和权威性，同时也更贴近读者需求和兴趣。在策划之初，《北斗导航》就因其独特的大众科普融媒形式，受到国防工业出版社领导高度重视，在人力和财力上提供了相当大的支持，确保该书顺利出版和推广。该书的出版是多媒体融合出版的一次探索 and 成功实践，为后续更多地借助多媒体开展科普图书出版和推广积累了宝贵的经验。本文结合在编辑《北斗导航》一书中的切身感悟，浅议编辑在多媒体融合科普图书出版中的作用。

面对科普图书作者，编辑是质检员。不同于一般出版物，科普图书要求用通俗易懂的语言来表达科学知识，尽量避免使用数学符号和公式，具有科学性、通俗性、趣味性、独创性、思想性和文学性等6个特点。科普图书的出版不仅要求作者具有深厚的理论功底和极强的专业素养，还要求作者能够将复杂专业知识转化为通俗易懂的内容。在图书编辑出版过程中，编辑要与作者密切合作，当好“质检员”。编辑要深入了解书中专业知识，理解作者的意图和目标受众，协助作者处理各种素材和技术要求，并确定最佳的描述方式和表现形式。整个过程确保科普图书在具备知识性的同时，也更有趣味性，以利于读者更好的理解书中内容。《北斗导航》一书由北斗全球卫星导航系统副总设计师卢喜院士和北斗地面试验验证系统副总设计师卢笃博士担任主编和副主编，确保了图书内容的权威性和专业性。编辑协助作者团队完成了图书定稿，并在传统图书基础上，融入音视频技术和H5长图等多媒体元素，增加了图书趣味性。

面对多媒体工程师，编辑是领域专家。在科普图书多媒体素材制作过程中，要确保科普知识的准确性和作者意图的完整表达。编辑需要了解多媒体技术，且具有对科普知识传播的敏感度和创新意识，是科普知识所在领域和多媒体制作领域专家。《北斗导航》一

书大量运用音视频技术、沙画工艺、虚拟现实（VR）技术和互动平面动画（H5长图）等多媒体元素。沙画工艺展示了北斗导航系统发展历程。VR展示了北斗导航三类卫星内部构成，并提供了三维互动体验。H5长图使读者可以看到北斗导航系统的里程碑标志点、系统组成平面展示以及主要贡献的科学家等信息。这一过程中，编辑的专业知识起着关键作用：既要了解北斗导航系统的组成、原理、发展节点，还要了解多媒体技术特点，确保多媒体融合作品的质量和效果。此外，科普读物多媒体融合创作还要求出版物能适应各种阅读场景，并为各类人群提供无障碍阅读的便利。《北斗导航》一书通过二维码形式向读者呈现了数百兆原创音视频资料。即使是盲人，也可以通过添加音频二维码的形式，开展阅读。

面对多媒体科普图书发行，编辑是推广员。传统图书发行渠道主要包括实体店和线上电商平台，而多媒体融合将图书与音频、视频、动画、虚拟现实等多媒体元素结合起来，创造了更加丰富、多样化的阅读体验，为图书发行带来了新机遇。这种多媒体形式打破了阅读对时间和空间的限制，能吸引更多的潜在读者，增强图书影响力和关注度，实现科普读物全球范围快速传播和分享。同时，多媒体媒介为作者和读者之间的互动提供了更多可能性。通过社交媒体、在线讨论平台等渠道，读者可以与作者进行实时的互动交流，分享阅读心得和观点。互动不仅增强读者的参与感和归属感，也加强图书的话题性和传播效果。在图书出版发行过程中，编辑要充分认可多媒体传播的新特点，争做图书推广员，扩大图书影响力。

在作者团队、多媒体团队、出版团队共同努力下，《北斗导航》一书所在的“中国科技之路”（15卷）荣获第八届中华优秀出版物（图书）奖。该书的出版发行积累了大量经验，但也暴露了多媒体融合中的一些短板和弱项。目前的融合更多侧重于添加多媒体元素作为辅助，而没有充分发挥多媒体的潜力来提升阅读体验和内容的丰富性。未来需要更加深入地将多媒体融合技术与内容进行有机结合，通过丰富的多媒体内容和交互性设计，创造出更具创新性和互动性的阅读体验，增加读者黏性。同时，多媒体融合图书的投入产出比较低。制作过程中需要投入大量的人力、财力和时间成本，制作成本相对较高。然而市场对于这类作品的认知和接受程度尚未完全成熟，限制了销售和盈利能力。因此，探索高效的制作流程和成本控制策略，拓展多媒体融合图书的盈利模式，以提高投入产出，也是多媒体融合图书发展的重要课题。

出版如何做到社会效益和经济效益双丰收？

关键词 双效统一 媒体融合 IP打造

○胡京平

《出版业“十四五”时期发展规划》明确提出，出版业要在坚持把社会效益放在首位的前提下，努力实现社会效益和经济效益双跃升、双丰收。“坚持把社会效益放在首位，社会效益和经济效益相统一”已是出版界共识。近些年，出版业在高质量发展进程中，各类出版精品佳作迭出，为满足人民日益增长的美好生活需要提供了更加丰富优质的精神食粮。

高质量出版是双效统一前提。只有通过高质量发展做大做强，才能真正实现社会效益和经济效益的有机统一。出版业高质量发展是综合系统工程，须久久为功。进入新发展阶段，出版业迫切需要提升内容建设水平和服务供给能力，努力打造新时代有竞争力的出版品牌。

首先，确保质量。《图书出版单位社会效益评价考核指标和评分标准》（以下简称“评分标准”）为推动出版单位实现社会效益指明了方向与路径。“评分标准”的一级指标主要由出版质量、文化和社会影响力、产品结构和专业特色、内部制度和队伍建设四大板块构成。出版质量是出版工作的安身立命之本，占据“评分标准”的半壁江山50分，其中出版导向具有一票否决权”，触碰这一红线，那么出版单位的社会效益也就无从谈起了。其次，追求高质量。国家在出版领域的重点规划和基金项目的支持领域，都提纲挈领地明确了出版工作的目标和发力点。就专业科技出版机构而言，专业图书应服务行业产业发展。以建材行业为例，重点难点焦点堵点问题层出不穷。“双碳”背景下，行业如何加快绿色低碳转型发展？如何解决基础性、关键性技术难题？如何平衡节能降耗技术改造和企业经济效益？……这一系列来自行业内外的多重挑战都应作为出版重点方向。再者，抓住媒体融合机遇。在媒体融合时代背景下，积极探索媒体融合“你中有我，我中有你”协同创新发展，形成强大合力，并用好商业化、社会化的互联网平台，占据传播制高点。最后，注重建立品牌。做好图书选题策划，切实挖掘专业特色、探寻差异化内涵，凝聚优质作者是专业科技出版机构高质量发展的核心竞争力，是确保社会价值，进而产生经济效益的关键。

媒体融合是双效统一路径。互联网新经济常态背景下，出版融合已成为传统出版业健康可持续发展的必由之路，以互联网平台为发展内核的经济现象开始引起业界广泛关注。

媒体融合将“开源节流”。传统出版业以纸质图书为载体，通常需要平衡成本与定价的关系，但往往受限于成本控制，采取压缩内容、黑白印刷等措施。如今有了先进的信息技术，增强体验感的同时又可降低生产成

本。由于新媒体具备快速捕捉信息的“超能力”，还可为纸质图书注入新的生机与活力，从而延长纸质图书的使用寿命。

媒体融合创造附加值。要建立融合传播矩阵，打造融合产品。图书有着严格的“三审三校”出版流程，可以进一步确保内容准确、系统和完整，有效提升内容的质量和价值。媒体融合将“一次开发多次利用”“一次出版多元销售”，让内容价值得以充分发挥。

媒体融合抓住市场机遇。现在的大众大部分注意力都被各类休闲娱乐视频平台占据，图书营销倘若搭上新兴传播媒介的“顺风车”，运用大数据、云计算对图书市场进行分析与整合，可实现精准输送，减少出版机构经营成本的同时，不断扩大有效读者群体。

打造IP更好实现双效统一。以“内容为王，创新为要”的图书，拥有打造IP经济的内容资源优势，IP经济可以让图书的商业价值呈几何倍数放大。当前，多种社交媒体平台发展迅猛，短视频营销、直播营销、矩阵营销等新兴渠道因其IP优势收获了可观销量。很多主播可以凭借一己之力，创造图书销售奇迹。东方甄选直播间的火爆，因其独特的知识价值带来的IP经济，也拉动了一波图书消费热潮，为图书品类突破当前抖音销售瓶颈增加新的引擎动力。

传统的“泛大众营销”模式已不再适应新形势，很多出版单位都意识到IP经济的重要性，注重打造品牌建设和沉淀私域流量。当前，通常的做法是自建IP私域流量，或借助第三方平台或作者主播直播间，通过公号、抖音、视频号、快手、B站、小红书等新媒体平台，以微信推文、短视频、直播和听书等推广方式进行图书营销。

图书IP经济的打造，优质的内容资源是前提。出版机构要根据自身品牌定位和专业鲜明特色，深入清晰地分析和挖掘IP内容是什么、如何实现差异化竞争优势。另外，明确图书的读者对象，抓住读者实际需求和痛点，有针对性地价值传输和互动，提供精准服务。

增强本领实现可持续发展。苟日新，日日新，又日新。编辑是出版业实现双效双跃升、双丰收的主力军。媒体融合时代对编辑的水平和能力提出了新要求，编辑要始终以适应时代需求为方向，全面增强自身脚力、眼力、脑力、笔力，同样是当下紧迫的任务。

同行们经常说“跑选题”，如何跑就体现在“脚力”上，这也是贴近实际、满足读者需求，做好调研工作的能力。“眼力”则是职业敏感度和一双“慧眼”，要善于发现和捕捉市场价值。“脑力”要通过脑洞大开，做出准确判断，融合各方资源，提炼精髓，确定选题和落实出版。“笔力”毋庸置疑是基本功，稿件的编加让内容增光添彩，“酒香也怕巷子深”，图书的卖点就好比广告要有集聚吸引力和针对性的文案，编辑要练就“下笔如有神”的本领。

试析声乐教材使用现状与出版规划构建

关键词 声乐教材 使用现状 出版规划

○李华盛

“全国高校声乐教学研讨会暨首届声乐博士论坛·2023”于2023年5月在宁波大学音乐学院举行，来自全国各地百余位声乐博士齐聚一堂开展学术交流。论坛上“高校声乐教材建设研讨”环节，不仅为参会的声乐博士们提供了兼具包容性与专业度的学术交流平台，也让身为专业音乐出版社编辑的笔者收集到大量鲜活、丰富的用户体验。参会的百余位声乐博士，也是来自全国60余所高等院校的一线声乐教师，多年的从业经历，让他们对每天“形影不离”的声乐教材有着独到的认知和截然不同的需求。针对大家反映的声乐教材的使用现状和种种不足，笔者以专业音乐出版社编辑的角度对高校声乐教材这一具有广泛影响力与受众群体的音乐品类，从编辑出版和选题策划等方面进行分析与梳理，对高校声乐教材的使用与出版现状进行探讨。

对高校声乐教材使用现状的反思 我国高等院校专业声乐教育始于新文化运动以后，20世纪50年代进入发展期，改革开放后迎来整体快速发展阶段，高校声乐教材出版具有相同的阶段特征。当前，高校声乐教材出版形态仍以传统印刷出版为核心，在数字出版、视听出版等新的出版形态迅速普及和快速升级迭代的背景下，高校声乐教材的出版形态呈现滞后严重、产品功能与用户需求不匹配等情况。

随着电脑、智能手机等多媒体终端成为主要阅读工具，纸质声乐教材作为声乐教学活动的行动指导，其效能发挥已逐渐被电子书等数字出版产品所取代。长春人文学院教师韩彦婷指出，现在的学生基本不用（纸质）教材，谱子通过网络下载即可，上课时用平板电脑等设备看谱已成习惯，纸质教材不再是声乐学习的必需品。常熟理工学院教师王苕苕本人也习惯用平板电脑看谱看书，轻便、环保，也不会像纸质书那样出现破损；而且不用担心丢失，如果找不到了，随时可以从“云端”再次下载。

电子书等数字出版产品较传统纸质出版物，确实具有便携、安全、损耗低等诸多优点，但追根溯源，绝大部分电子书是对纸质版书籍进行电子化加工处理的产物，在阅读方式不断变化的当下，用户对优质内容的需求并不会减少。将具有广泛影响力的声乐教材等优质内容进行数字化转型，成为出版机构下一步工作的当务之急。

在加速声乐教材形态转化的同时，注重提升用户体验，精准满足特定用户群体的特定需求，将成为高校声乐教材出版不断发展的重要突破口。四川音乐学院教师王珠峰指出，高校声乐教材应该是专业声乐教学的重要参考，装订方式值得商榷，应该让大家拿起来就可以用，例如打印店普遍

● 阅读推广

“六一”前夕，中少总社百余种好书亮相王芳直播间

中国出版传媒商报 5月26日，中国少年儿童新闻出版总社有限公司（以下简称“中少总社”）携手主持人王芳，为全国小读者奉上了一场“饕餮盛宴”，百余种中少全品类好书逐一亮相王芳直播间。2023年，不仅是中少总社旗下《儿童文学》杂志创刊60周年，同时也是《幼儿画报》创刊41周年。中少总社党委书记、董事长孙柱来到直播间与王芳共切蛋糕，与直播间的粉丝朋友一同为两刊送上生日祝福。

此次专场直播推出了一批新书、经典书、畅销书以及“中国好书”。其中，“猫武士”定制版全套、《中国历史故事集》、“院士解锁中国科技”系列、“宝藏女孩修炼手册”系列、“少年特种兵”（荣耀版）全部上架，《陶勇医生给孩子的近视防控书》火热首发，《儿童文学》一路风景60年”系列、“阿汤猫来了”系列、“轻幽默校园小说绘”系列、“熊猫勇士”系

列等新品亮相。《丁丁历险记》、“2022年度中国好书”——《一百岁的红领巾》《我的，我的》等经典读物受到读者关注。“植物大战僵尸”系列、“美丽中国·从家乡出发”系列、“红袋鼠物理千问”系列、“传说中国”系列、“观复猫小学馆”系列等畅销书再现。此外，中少总社还挑选了一批福利图书回馈粉丝，比如“九神兽鹿本馆”系列的《盘中餐》《红色油纸伞》《换妈妈》和“麻辣女生基地”系列、“世界儿童文学宝藏馆”系列、“探秘大自然”丛书等。

品牌日专场直播当天，“猫武士”定制版销量突破350万册。中少总社总经理马兴民为王芳颁发“中少总社阅读推广大使”奖牌。在“猫武士”销量创新高之际，中少总社推出“猫武士”文创冰淇淋。第一批上市的文创冰淇淋共有风族、河族、影族、星族、天族、雷族六种造型和香草、草莓、黑巧三种口味。

青岛理工大学教师刘洋认为，现在高校声乐教材还应该包括发声训练教材、歌唱生理学教材，这两种教材更为重要，揭示了歌唱行为内在运行机制与基本原理；当前大部分专业教师的教学还处于经验传授阶段，将声乐教学科学化、理论化是中国声乐和国际顶尖表演艺术水准接轨的基础，而声乐教学的科学化首先就需要声乐教材类别的增加和教材体系的完善。

高校声乐教材出版规划构建 高校声乐教材出版规划构建可以从三方面入手。

首先，面对阅读方式与手段的发展升级，推动高校声乐教材出版数字化刻不容缓。一方面包括已有纸质声乐教材数字化，另一方面在新出版物的生产和实施过程中要提前做好数字化出版计划，以便让优质而丰富的声乐教材资源真正流通起来，能够物尽其用。其次，在高校声乐教材数字化过程中，要密切关注声乐教材内容的有机整合，逐步建立便捷、高效、安全并兼具学术指导与引领性的声乐教材数据库。再次，促进高校声乐教材出版的体系化是数字化的远景目标。其中中国声乐教材的体系化建设，要按作品类型、演唱难度、对应学段进行体系化编撰；外国声乐教材的体系化，则体现在已经成型的五大语言（意、德、法、英、俄）作品体系的基础上，不断拓展语种和补充当代原创作品。

实现中华民族伟大复兴，教育的复兴至关重要。当国家经济、社会水平发展到一定程度的时候，如何从音乐、从声乐学科的层面做到文化自信？这就与声乐教材建设息息相关。关注高校声乐教材出版的现状与未来规划，可以从中管窥音乐类出版物，甚至整个出版行业发展的进程与方向，这对于每一位编辑的成长和提升具有重要意义。

列等新品亮相。《丁丁历险记》、“2022年度中国好书”——《一百岁的红领巾》《我的，我的》等经典读物受到读者关注。“植物大战僵尸”系列、“美丽中国·从家乡出发”系列、“红袋鼠物理千问”系列、“传说中国”系列、“观复猫小学馆”系列等畅销书再现。此外，中少总社还挑选了一批福利图书回馈粉丝，比如“九神兽鹿本馆”系列的《盘中餐》《红色油纸伞》《换妈妈》和“麻辣女生基地”系列、“世界儿童文学宝藏馆”系列、“探秘大自然”丛书等。品牌日专场直播当天，“猫武士”定制版销量突破350万册。中少总社总经理马兴民为王芳颁发“中少总社阅读推广大使”奖牌。在“猫武士”销量创新高之际，中少总社推出“猫武士”文创冰淇淋。第一批上市的文创冰淇淋共有风族、河族、影族、星族、天族、雷族六种造型和香草、草莓、黑巧三种口味。（董 尚）

浙少社走访徐玲公益书屋

地书香城市建设。2012年江苏省张家港保税区设立首家徐玲公益书屋，至今已发展到23家。徐玲公益书屋“文化义工团”常年为少年儿童提供阅读指导和陪伴；徐玲公益书屋“桔光妈妈团”定期为困境儿童提供阅读关怀和帮助。

为助推徐玲公益书屋开展阅读推广活动，浙少社向徐玲公益书屋赠送200册图书，并授予徐玲公益书屋“全国阅读示范基地”铜牌。

又讯 “六一”儿童节前夕，由浙江少年儿童出版社主办，澎致小学、纯真年代书吧承办的《小鱼灯诗路漫游记》分享会在杭州举行。儿童文学作家张婴宁、新锐实力漫画家沈一帆携新书《小鱼灯诗路漫游记》系列之《曲水流觞》《雁荡奇境》《寻茶之旅》到现场，教育学博士、儿童文学作家郑春霞主持分享，儿童文学研究专家方卫平教授作为嘉宾，与家长们互动交流，分享创作背后的故事。《小鱼灯诗路漫游记》系列是一套浙少社最新出版的童年幻想和历险故事，以穿越时空的方式，引领小朋友亲近中国的历史文化名人谢灵运、王羲之、王献之、陆羽等，去著名历史文化景点感受浙东唐诗之路自然景观和文化意蕴，以“漫游诗路，趣看中国”激发小少年对自然万物的探索精神。（穆宏志）