

(上接第1版)

破译科普图书逆势增长密码

“青鸟新知”品牌是江苏凤凰科学技术出版社在21世纪初打造的科普丛书——“青鸟文丛”基础上发展起来的。该文从主要聚焦生态文化,以关爱生命、绿色环保为主题,共推出39种图书,其中引进版30种,原创9种。“青鸟文丛”定位高端成人科普,在诞生之初极具新锐之气。江苏凤凰科学技术出版社党委书记、社长傅梅表示,面对新时代,苏科社开始重新审视与思考科普出版的使命与定位,赓续承载深厚人文思想的“青鸟文丛”,推出人文科普文库“青鸟新知”。据悉,“青鸟新知”科普文库2023~2024年计划出版近20种图书,首批推出的图书包括《植物艺术画的瑰宝》等。

清华大学出版社以理工类图书起家,早期的编辑都是兼职做科普图书,主业仍然是理工科教材。2012年,清华社与果壳建立合作出版关系,2013年共同成立了“原点阅读”科普图书品牌。该社科普编辑室主任胡洪涛介绍:“我们为了更好地发展这个图书品牌,于2016年专门成立了科普编辑室,正式有了专职做科普图书的编辑。”目前该编辑室的图书主要涵盖三大领域:一是生活家,主要是医学和健康。二是博物家,产品方向是动植物自然观察、图鉴。三是科学家,即传统的数学、物理、天文、宇宙、航天和生命科学。

北京联合出版公司旗下联合低音作为后起之秀,于2016年入局科普出版,开发了少儿科普、成人科普两条产品线。其成人科普板块重点关注数学科普,出版了《万物皆数》《世间万数》,其中《万物皆数》不仅取得了优异的销售成绩,还获得了傅雷翻译奖,开启了国内数学科普的热潮。

北京联合天畅文化公司总经理、北京联合出版公司总经理助理赵鑫玮表示,为响应国家“健康中国”战略,公司旗下新锐品牌“联合低音”将重点关注健康生活方面的科普图书,比如针对中老年群体的关于更年期、阿尔兹海默病等问题的新书,针对年轻人当下现状推出的减压放松、健康饮食等方面的新书。

科学通识类图书成新方向

随着教育理念的变化,传统的“专业化”教育不断暴露出弊端,难以适应时代发展的新需要,于是通识教育应运而生,对提高科学素养起到固基强本的作用,人们对于科普图书的需求也相应发生转变。

科学通识与传统科普有何区别?周雁翎解释道:“通常意义的科普图书,一般被看成是用通俗易懂的语言对高深的‘硬性’科学知识进行‘软化’处理的一类图书。即‘一阶科学’,也就是科学知识本身。而科学通识图书主要是从多个维度对科学进行阐释,帮助读者对科学建立整体的认识,即‘二阶科学’。”

基于这一教育变革的大背景,北大社在2003年开始筹划出版“科学元典丛书”,作为北京大学通识教育经典名著阅读计划的一部分。2005年,该丛书第一辑开始陆续出版,经过20年的不懈努力,经典“红皮版”单一系列至今已出版60余种,多次重印,发行量巨大。

上海科技教育出版社1997年开始策划,1998年底开始推出“哲人石丛书”,迄今25年已累计出版150余种,其中不乏《确定性的终结》《大流感》等一印再印的畅销书、常销书。“哲人石丛书”在科学与人文之间架设桥梁,已成为中国科普出版的一面旗帜和读者心目中的科学文化图书响亮品牌。

据上海科技教育出版社总编辑王世平介绍,2016年,上海市新闻出版局批准设立“哲人石科学人文出版中心”,是上海首个以品牌冠名的出版中心。2021年“哲人石”入选上海市优秀出版品牌。目前“哲人石”已经成为哲人石科学人文出版中心的总体品牌,在维护和巩固“哲人石丛书”这一引进版中高端科普图书领头羊位置的同时,正在打造原创科学人文子品牌“哲人石·科学四方书系”。

中国科学技术出版社的科普产品不仅包括中低层次的科技知识的普及,也包括高层次的科技知识的普及。中国科学技术出版社副总编辑、技术经济分社社

作家张国龙分享亲子阅读心得

中国出版传媒商报 9月9日,第八届北京十月文学月期间,由北京出版集团北京少年儿童出版社主办的“最诗意的陪伴:一起阅读和写作——作家张国龙分享会”在地坛书市举行。北京师范大学教授、儿童文学作家张国龙出席活动,分享亲子阅读心得,为听众答疑解惑儿童阅读到底读什么,怎么读,如何制定阅读计划,如何引导孩子从阅读走向写作等家长们关心的问题。

儿童阅读习惯培养是一个较为漫长的过程,家长的有效陪伴是帮助孩子养成良好阅读习惯的关键。“无论你的孩子多大,当你发现他有阅读兴趣时,就坚持下去,一定能有效果。”张国龙表示,在陪伴孩子阅读的过程中有几点非常重要:第一,保证阅读的连贯性,即保证孩子每天有固定的阅读时间,而且一旦开始阅读,就尽量不要去打断他;第二,家长做到有问必答,对孩子阅读中产生的问题一定要有所回应;第三,帮助孩子发现阅读的乐趣,在陪伴阅读时,如果发现孩子有懈怠情绪,可以采用如分角色读、增加阅读氛围感等办法,让孩子感受到阅读的乐趣;第四,营造良好的阅读氛围,作为家长要以身作则一起读书。作为儿童文学作家和研究者,张国龙表示,儿童不能只读儿童文学,阅读的领域要打开,要更开阔。

(穆宏志)

长申永刚认为,高层次的科技知识、科学精神的普及更符合国家战略与时代需求。出版人要坚守职责使命,应该以当今世界科技前沿问题为重点,着重加强对高科技知识的宣传普及。只要选题及后续工作得当,此类选题通常都会收到良好效果。

译林出版社的科普图书品牌以“天际线”为名,表达人类望远而知新的渴望。2016年,该社着手策划这个书系品牌,2018年开始出版系列图书。译林出版社副总编辑陈叶介绍,“天际线”丛书遴选了一批在细分领域精耕细作的新知、自然、科普类选题,让读者了解这个世界充满生机、丰富多样的另一面。随着全民生态文明意识的提高,读者提升自然科学素养的需求兴趣日渐强烈。“天际线”结合分子传播时代的轻阅读取向,在2023年重点推出《豆子的历史》等一系列图文书。

图书策划公司“未读”于2014年成立,成立之初便把科普出版板块作为重点产品线,在科普方面的选题资金投入和选题储备始终都是力度最大的。公司成立之初,共创立了6个子品牌,其中,“未读·探索家”的生命力最为强盛,9年间培育出近200个图书品种。目前未读的科普产品基本都纳入这一品牌之下,并逐渐形成了更加细化的产品线。“2023年,未读将在趣味科普产品线以及比较适合普通大众阅读的通俗科学史等方面继续深耕,加大对青少年科普读物的推出力度,如我们今年已经上市的《科学的转折四部曲》《漫画科学家传记》和即将上市的‘大话科学史’系列。”未读副总编辑兼科普工作室主编边建强表示。

打造品牌增长第二曲线

2021年,少儿科普成为少儿出版领域的最大板块,也成为各大少儿出版社的必争之地。北京开卷监测数据显示,2022年少儿科普码洋比重占比达7.68%,同比上涨0.73个百分点。

“这是一个很好的势头,2021年科普图书第一次超过了儿童文学板块,成为少儿图书第一大板块,科普图书的崛起与渠道的带动有直接关系。短视频电商渠道的崛起会使得低成本、低折扣、四色印刷、漫画为主的科普类百科持续占领市场,后续市场还会进一步细分。在目前的教育制度不变的情况下,科普市场的低龄化趋势也会一直持续。”北京少年儿童出版社总编室主任李玉帼判断道。

申勇刚认为,少儿科普也需要不断创新。在图书版式结构、语言、艺术与文字的结合、内容设计、图表漫画的综合运用等方面,都是多样化创新的“用武之地”。“我社原创产品《小学生超喜爱的漫画科学》(全4册)作为趣味知识型漫画,一经上市就反响热烈,在开卷公布的2022年少儿类图书总榜中位居第一。”

广东新世纪出版社持续在少儿科普出版领域深耕发力,主要有自然科普、历史文化科普以及科幻科普三大板块,打造了“自然观察”“自然探秘记”和“你猜对了!趣味科普”系列等自然科普品牌,“古诗词里的博物课”“写给孩子的古都历史之旅”等历史文化科普品牌,以及“科幻星球:火星使命”系列等科幻科普品牌。

“北京国际文学院院长创新交流会”携手共建全球文学新生态

中国出版传媒商报 9月6日,由北京市文学艺术界联合会主办、北京老舍文学院和中国图书进出口(集团)有限公司联合承办的第二届“北京国际文学院院长创新交流会”在京举办。

北京市文联党组书记、常务副主席陈宁,中国图书进出口(集团)有限公司执行董事、党委书记李红文,鲁迅文学院常务副院长徐可,北京师范大学教授、国际写作中心执行主任张清华,北京老舍文学院副院长周敏等现场出席活动;智利波塔莱斯大学创意文学院院长阿尔瓦罗·毕萨马、英国伦敦大学亚非学院中文文学副教授米娜·土耳其伊斯坦布尔大学文学院汉语言系主任阿尤布·撒勒塔史、突尼斯迦太基大学突尼斯高等语言学院东方语言系主任哈立德、北京老舍文学院专业作家石一枫等以线上方式出席。活动还邀请著名诗人、清华大学教授西渡,老舍文学院专业作家周晓枫、文珍,阿塞拜疆汉学家、中国社科院中国文化研究中心客座研究员阿格申·阿利耶夫,韩国汉学家、北京大学中国当代文学专业博士沈知嫻等参会。北京市文联一级巡视员田鹏主持活动。

陈宁期待以本次交流会为基础,尝试成立国际文学院联盟的可能性,深化国际文学人才培养机制创新、放大学术机构聚集效应、形成人才队伍资源优势,为世界文学视域下各国文学人才培养探索出一条“合作成长、共同奔赴”的新路。

浙少社绘本带读者了解杭州前世今生

中国出版传媒商报 9月9日,在杭城进入“亚运时间”之际,“宋韵meets亚运”——杭州文化绘本《左手临安 右手杭州——一座城的千年宋韵》新书分享会在杭州举行。活动围绕浙江少年儿童出版社出版的绘本《左手临安 右手杭州》,追寻千年宋韵文化根脉与美好现代的古今交融,追慕千年风雅宋,感受宋韵与亚运相遇,杭州的半城烟火半城诗,更好地讲好杭州文化故事,彰显人文魅力。活动由浙江省社科联指导,杭州市上城区社科联、浙江省钱塘江文化研究会主办,浙江少年儿童出版社、纯真年代书吧等单位承办。

广东新世纪出版社自2012年开始布局科普产品线,同年专门成立了知识读物编辑室,并于2020年更名为知识读物出版中心。今年6月,该社在原有的知识读物出版中心基础上成立了科普分社。据该社副总编辑秦文剑介绍,接下来,自然科普板块将推出一套“科学Q&A”系列百科;历史文化科普板块计划推出荆方的新作“带孩子游名画”系列、少儿科普奇幻故事《跟着文物去冒险》以及亲子互动艺术启蒙书“了不起的美术馆”系列。

博物馆主题已经成为童书产品的又一热点。广西科学技术出版社北京阳光秀美图书有限公司少儿科普部主任王艳明表示,“博物馆原创产品线的发展趋势可以用内容上更大程度地融合国内科技发展和文化历史遗产、图片上更加注重细节和国际化的风格来概括。”

广西科学技术出版社每年出版新书约200种,其中科普类图书占比约为25%。历年来推出“去博物馆”“共和国科学家绘本”等系列原创科普图书,引进出版了“男孩的冒险书”等系列热销科普图书,双效明显。

自2022年起,译林出版社新创立的童书品牌“小译林”也开始在少儿科普领域发力,当年,该社从《水母花园》《有毒》两种科普图文书开始试水,深度开拓具有译林气质的文化科普类精品童书。未来将推出与中国科学院合作的“向着科学之巅峰”中国少年科普故事系列,南京古生物博物馆名誉馆长、古生物学家冯伟民先生创作的“蓝色星球传奇”系列等,以科普精品涵养广大青少年的个人品格。

中国妇女出版社的“科普基因”自1981年建社之初就已埋下。该社2014年入局青少科普,通过创新“科普+家教”出版思路,依托家教品牌优势,开辟了家教童书“第二曲线”。

在少儿科普图书市场繁荣的背后也存在一些隐忧。周雁翎观察到,科普图书特别是青少年科普图书的市场份额不断增长,很多出版机构纷纷涉足这一领域,抢夺市场份额。于是导致了大量重复出版和图书质量的良莠不齐。“从品牌来看,虽然单品种的优秀图书不少,但成系列、成规模的优秀品牌不多。从内容质量来看,高质量的本土作品数量总体上不多。有的作品东拼西凑,有的跟风模仿搭便车,有的名不副实。”

图灵新知在青少年科普图书领域打造的“脑科学”系列图书,让其看到了科普出版市场的更多可能性。然而,北京图灵文化发展有限公司总经理谢工却并不准备将少儿科普视为自己的布局重点。“少儿科普市场的火热有目共睹,但这一市场面对的压力很大,而且低折扣书、山寨书、跟风书对书业生态造成严重的负面影响,这也是我们不想去做少儿科普的原因之一。”谢工坦言。

那么,如何保持并增强科普出版品牌的竞争力?周雁翎表示,要保证图书有更多的可读性,也就是普及性,在前期,不但要对书稿内容进行筛选,而且要在写作方式和文字表达方式方面反复与作者磨合;在后期,也就是在编辑加工和出版阶段,还要对书稿进行“二次创作”。“所有这些工作,目的只有一个,那就是编辑通过创造性工作,把作者和读者无障碍联结起来,从而赢得更多读者。这对编辑的科学素养、人文素养、外语能力和汉语能力的要求都非常高。”



李红文谈到,中图公司同北京市文联已开展长达4年的战略合作,在此期间举办了近40场各种类型的活动,有力推动了北京文学走向世界。今年恰逢“新三年”战略合作的开局之年,中图公司作为交流会联合承办方,将携手北京市文联、北京老舍文学院,打造“国际文学院联盟”,建立互访交流、作家派驻等合作机制,从文学创作与研究的层面,进一步推动中外文化领域深度合作,增进中外文学界的沟通与互动,推动中外文明交流互鉴、共同繁荣。

会上,中、外嘉宾围绕“文化传承语境下的包容性文学创新”“全球化时代下的文学创作与传播”“跨文化语境下的文学创作”三个主题展开深入研讨。

为深化北京文学国际交流,加强老舍文学院与国内外文学机构的合作共建,北京市文联、北京老舍文学院向参会各机构发起“国际文学院联盟”倡议。

(穆宏志)

为了喜迎亚运到来,纯真年代书吧在现场增加了“宋潮”体育竞赛区,投壶、沙包、蹴鞠等宋代风靡的运动游艺项目被搬到了现场。《左手临安 右手杭州》是一本由上城区社科联、钱塘江文化研究会和浙江少儿出版社联合策划,左右同时翻开的人文历史科普绘本。左手翻开是临安,800年前的宋风雅韵迎面而来;右手翻开是杭州,新时代的繁华大都市生动展现。穿越千年,让读者在宋韵文化沉淀出的智慧中,感悟文化魅力和精神滋养。作品以短小精悍的文字和优美的笔调描述了临安自古以来的辉煌文明,内容包括茶、词、瓷、丝绸、运动等在内的11个主题。

(禾)

中国出版传媒商报 为传承优秀文化,促进交流合作,讲好新时代北京故事,在中共北京市委宣传部指导下,北京出版集团出版了《我爱北京——现当代散文名篇选》《我爱北京——2023全球青少年征文优秀作品集》(以下简称“《我爱北京》姊妹篇”),作为与会材料,为2023北京文化论坛这一国家级文化盛事增添了一抹亮色。

《我爱北京——现当代散文名篇选》由鲁迅文学奖获得者、北京师范大学教授张莉主编,分为“北京的思与情”“北京的人与事”“北京城的风景”三大主题,收录了老舍、沈从文、汪曾祺、史铁生、徐则臣等现当代知名作家关于北京的散文佳作25篇,带领读者感受北京的四季风光流转,品味北京的风味美食,在充满烟火气的市井胡同中穿梭,见证北京的时代变迁。

《我爱北京——2023全球青少年征文优秀作品集》由第11届茅盾文学奖获得者、著名作家乔叶主编,以“四季之景”“古都之韵”“人文之风”“现代之城”为主题,从首届《我爱北京》全球征稿活动上万件作品中精选出优秀作品文章,画作各64件汇集成书,图文并茂地展现北京的可爱之处。

据悉,首届《我爱北京》全球征稿活动由北京市总工会、共青团北京市委、北京市妇女联合会、北京市人民对外友好协会、北京市归国华侨联合会、中国文物交流中心、北京出版集团、北京广播电视台、北京晚报联合主办,2023年4月16日在北京书市上正式启动,在国内及美国、加拿大、德国、西班牙、巴基斯坦、马来西亚等近30个国家广泛宣传,百余家海内外媒体参与报道。截至7月底征稿结束,共收到近20个国家及地区的青少年投遞文章近千篇,画作近万幅。这些作品为《我爱北京——2023全球青少年征文优秀作品集》提供了丰富优质的稿件素材。

《我爱北京》(姊妹篇)互为呼应,相得益彰,在设计风格上,均突出北京特色,封面分别以角楼剪影和天坛版画为主体,体现历史底蕴与青春童趣;内容上,通过成年人与青少年、中国人与外国人的视角对比,生动讲述北京故事,展现北京历史变迁,展示国家形象,传递时代精神。《我爱北京》(姊妹篇)的编辑出版,不仅是首届《我爱北京》全球征稿活动的重要成果,更是北京全国文化中心建设成就的生动体现。

(穆宏志)

中国出版传媒商报 为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,贯彻落实天津市委市政府“十项行动”,第三届“百花文艺周”暨第20届百花文学奖颁奖典礼系列活动将于2023年9月19日启幕。此次活动由天津市委宣传部的指导,天津出版传媒集团主办,百花文艺出版社承办,围绕“让文艺点亮生活”主题,以线上线下10余场文化活动,为广大文艺爱好者奉上一场文韵书香的精神盛宴。

以文惠民,传承中华文脉。自2021年12月首届“百花文艺周”举办以来,每年举办一届,其一系列文艺活动受到了广大民众的持续关注和一致好评。“百花文艺周”立足天津、放眼全国,通过凝聚各方力量,繁荣文艺创作,在扶持服务作家、普及文学阅读、丰富市民生活、搭建文化桥梁等方面积极探索,不断掀起文学阅读热潮,让爱读书、读好书在津沽大地蔚然成风。第三届“百花文艺周”由百花文学奖颁奖典礼、影视和网络文学论坛、名家讲座、新书发布会、文学期刊文献展等活动构成,充分呈现中国文艺的力量与魅力,为文艺精品的创作生产、传播推广和跨界融合搭建聚合平台。

(穆宏志)

中国出版传媒商报 9月9日,《见山——穿越中国画的笔墨时空》新书分享会在北京举行。该书作者胡烟、青年学者林瑞君、青年画家宰其弘、资深媒体人毛东红等从美学、文学、绘画等角度进行了深入交流和探讨。河北省优秀阅读推广人、出版人武小森主持活动。

河北教育出版社出版的《见山——穿越中国画的笔墨时空》,以美学思维、诗画语言、哲学视角引领读者穿越时空,走进100幅中国古画,将历史的烟尘、作画的机缘、如画的人生娓娓道来。每一篇图画散文都透露着对人生的思考,于不经意间给人以启示,令人顿悟的同时感受到中国传统文化之博大精深。会上,胡烟重点解读了明代仇英的《独乐园图》、南宋毛松的《猿图》、清代金农的《秋林共话图》等传统中国画深邃的内涵和独特的艺术魅力。毛东红说“见山”这个名字起得特别妙,胡烟的解读恰恰能引领读者深入了解中国画的内涵和精神内核。宰其弘认为该书充分展示了中国画的魅力,多种看画的方式和角度也带来很多启示,重新认识到绘画的价值。林瑞君从美学角度审视了绘画的有用性和无用性,她认为作者以真诚的态度表露了自己对古代书画的喜欢,以及从这些古代画作中获得的关于生命的思考,非常有价值。

(晓茜)

《我爱北京》亮相2023北京文化论坛

让文艺点亮生活

《见山——穿越中国画的笔墨时空》感受中国传统文化博大精深