

中国出版传媒商报

2024年2月23日 星期五 第2938期

做可感可及的出版继续教育在线课程

关键词 出版继续教育 在线课程 知行合一

○沈 宁

好的语言既有温度又有能量,2023年12月召开的中央经济工作会议、中央农村工作会议通稿中都使用了“可感可及”这个词。互联网时代从来不缺少可以学习的内容,需要的是可感可及的优质内容。笔者从事出版专业在线继续教育培训工作已有十余年,最大的受益是可以在学习中成长,向书本学,向行业学,向专家学。2023年12月我们完成了年度最后一次出版在线课程录制,授课中聂震宁老师讲到“小大由之”的例子,给我留下深刻印象。我想对于“学习”,是同样的道理,学习的积极作用可大可小,主要由态度决定。只有我们发自内心认同“学习”的意义与价值,才能做到知行合一,真正实现“学习”的价值。

2023年9月19日中共中央发布了修订后的《干部教育培训工作条例》。为进一步做好出版继续教育培训工作,我认真学习了该条例。学习讲方法,《改造我们的学习》是毛泽东同志1941年所作的报告,其中的学习方法对于今天的我们依然有积极的指导作用。学习需要由点及面、点面结合,需要结合实践。学习《干部教育培训工作条例》要建立在学习领会习近平新时代中国特色社会主义思想、习近平文化思想基础之上,同时还要结合最新的全国宣传部长会议、中央经济工作会议、中央农村工作会议等会议精神,理解其中的内在逻辑与相关性,才能更好地去思考、去理解、去实践,并从中深化对理论的认识,不反思、不实践、不入境的理论,没有意义。

学习理论,既要由厚到薄,也要由薄到厚。《干部教育培训工作条例》总结了干部教育培训工作的规律,明确了干部教育培训工作中培训对象、培训内容、培训方式、培训机构,以及师资、课程、教材、经费、考核、评估、纪律、监督等问题,笼统的理

解为:是谁、在哪里、做什么、如何做。这部分内容建议学习中央党校刘春教授在2023年录制的相关课程,主要起到领学作用。

结合工作实际,我重点学习和思考的是“推动网络培训体系建设,提升干部教育培训数字化水平”的相关内容。根据网络培训教学特点和规律,长远做好网络课程建设,我想应当重点做好以下几个方面工作:

一是专家人才工作。在《新时代宣传思想工作》一书中,第十四章第五节重点讲述了这项工作的地位、作用、要求、任务、意义等内容。专家人才工作关系到网络培训的高质量可持续发展。网络培训对课程更新有更高的要求,录制的授课方式对主讲老师有更高的要求。对不同领域的领导、专家,要保持正面、真诚的沟通,要注重工作细节,在工作中建立同感、信任度,要甘于为他人做嫁衣,用精神和品德做好团结工作。在录制现场,缺乏录制经验的授课专家无法进入状态是非常正常的,要有同理心,多帮助、多鼓励、多调节。对于业务课程来说,我们与授课老师之间的关系,和编辑与作者之间的关系有许多相似之处,要以发展的眼光看问题,不仅要注重积累现有的优质资源,同时要注重发现、挖掘、鼓励、培养潜在的优质师资。

二是课程选题工作。以《干部教育培训工作条例》为指导,出版在线继续教育课程仍需继续加强理论教育、党性教育、能力培养等三方面课程。可以从不同层面理解课程选题策划工作:第一,一个中心两个兼顾,以中央最新指示精神为中心,兼顾行业最新发展需要,兼顾一线从业者培训需求。第二,以课程内容建设为抓手,实现“以文化讲政治”“壮大主流价值观”。尤其要注重增加“中华优秀传统文化”“国际传播”相关内容,这是在贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想

主义思想、习近平文化思想,我们既要让世界了解中国,也要持续增强文化自信。2022年我们邀请人民文学出版社编辑付如初进行课程录制,那是我第一次感受到文学作品的方法论意义,优质的课程可以提供良好的情绪价值,这同样是在“壮大主流价值观”。

第三,课程选题工作中既要充分发挥自身优势,也要善用外脑、外力,要以更高远的格局、更开阔的胸襟来实现共建共享。要加强与行业协会的联系沟通,还应当积极借鉴北京大学出版研究院等出版智库单位的经验成果。

三是课程制作工作。在线课程制作工作经历了许多年探索,我们发现虚拟演播室录制效果较好,可以更加丰富地呈现课程。后期制作工作中,课程主题、课程背景、PPT样式、老师服装色调、人名条等要素要最大程度达到适配,只有兼顾每一个要素才能呈现更好的试听效果,尤其不能忽视课程背景和课程PPT的品质,因为视频课程同样是光影作品。

近年来,出版在线继续教育培训工作取得了一些进步,但任重而道远。这让我想起习近平总书记多次讲话中提到的“不畏浮云遮望眼”,“浮云”可以有不同的理解。一是假象,这要求我们具备透过现象看本质的能力,尤其避免先入为主的主观主义。二是阶段性,这要求我们具备历史思维,在历史长河中看问题、解决问题。三是非主流主线,这要求我们认清主流主线,不为旁枝错节所扰。1992年邓小平同志在“南方谈话”中讲到“实干兴邦”,我想在任何阶段“实干兴邦”都是不可或缺的主流主线。“不畏”是思想也是方法,思想方法要向中华优秀传统文化学,要向百年党史学。小大由之,无论我们从事的是新闻、出版、内宣、外宣,都是宣传思想文化战线上的一员,都要继续加强学习,为壮大主流价值观发挥积极的作用。

POD如何推动图书出版高质量发展

关键词 按需出版 按需印刷 高质量发展

○朱武光

文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化兴国运兴,文化强民族强。没有高度的文化自信,没有文化的繁荣兴盛,就没有中华民族伟大复兴。要坚持中国特色社会主义文化发展道路,激发全民族文化创新创造活力,建设社会主义文化强国。出版社是公共文化服务的主力军,要为推进文化自信自强,铸就社会主义文化新辉煌贡献出版力量,在为人民提供更多优秀精神文化产品上彰显出版作为。习近平总书记到读者出版集团考察时指出,要提倡多读书,建设书香社会,不断提升人民思想境界、增强人民精神力量。出版社责无旁贷,必须发挥精神文化内容生产主体作用,全力为人民群众提供更加充实、更为丰富、更高质量的图书产品,打造精品力作,保障人民精神富足。

出版社作为独立的经营主体单位,在发挥主体作用,创造社会效益的同时,必须兼顾企业经济效益,才能实现高质量发展。然而,我国图书出版行业多年来形成了“以产定销”“经销包退”的生产经营模式,出版社普遍存在“大生产、大发货、大退货、大库存、大报废”的不良状况,从出版社到批发商及零售商的库存都居高不下,经济效益低下。据笔者了解,一些出版企业的图书存销比竟然达到了惊人的8:2,大于3年的图书库存占总库存的比例,有的高达72%。在“去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板”的总要求下,要实现图书出版的高质量发展,出版社必须探索新的生产经营模式以提高经济效益。多家出版机构的实践证明,POD是现阶段推动我国图书出版高质量发展的有效模式。

图书“POD”有两种含义。一是Publishing On Demand,指按需出版。早在1998年,我国首次引入按需出版概念,但是并未获得实质性发展。直至2004年,知识产权出版社率先在国内启动了“按需出版”工程,并得到国家新闻出版署及业界人士的高度认可和支持,随后,科学出版社、人民邮电出版社等出版机构相继入局,我国的按需出版才开始起步。二是Printing On Demand,指按需印刷。这是出版行业相对以往“以产定销”模式的一种特定的生产形式,为满足订单需求而进行生产的一种业务安排,是一种理想的无库存销售模式,即“以销定产”。两者最大的区别在于,前者是涵盖编、印、发等环节的一种出版方式,而后者则是一种印刷解决方案。

笔者认为“按需出版”是当代出版社发挥文化传播主体的核心,衡量一部作品是否出版,应该把社会效益放在首位,由其内容价值决定,无论是国家所需、社会所需,还是读者所需,只要有价值、有需求就应该出版。如商务印书馆以“昌明教育,开启民智”为己任,积极传承中华文化,努力传播海外新知,被广大读者誉为“工具书王国”和“学术出版重镇”。它不仅出版了既有社会效益又有经济效益的《新华字典》《现代汉语词典》等诸多普及性工具书,也有只为传承中华优秀传统文化所出版的《文津阁四库全书》等文献和高端学术著作。《现代汉语大词典》是一部系统记录一百多年来现代汉语词汇面貌的大型语文工具书,收词15.6万条,1200多万字,汇

聚上百位各界学者、编辑集体智慧和心血,体现了当代中国汉语研究、辞书研究的最新成就。这是一部国家所需的词典,商务印书馆作为中国历史最悠久的现代出版机构,始终与时代同行,贯彻“按需出版”理念,不惜花费十几年的时间,投入大量的编校力量,才有《现代汉语大词典》试印本的顺利面世,为中华民族伟大复兴贡献出版力量。

北京开卷发布的“2023年图书零售市场年度报告”显示,图书零售市场中头部效应明显,销量前1%的品种能为零售市场贡献近60%的码洋,销量前5%的品种能为零售市场贡献80%以上的码洋。反之,95%的图书品种码洋贡献率不足20%,也就是说绝大部分图书的销量很小。在头尾分化严重的图书零售市场中,出版社要在创造社会效益的同时兼顾经济效益,就必须采用“按需印刷”的生产模式“以销定产”,破除“大生产、大库存、大报废”的不良状况。自2014年以来,科学出版社的按需印刷业务得到了较快发展,年按需印刷次数接近6万次,生产总册数450万册左右,平均印量每次不足百册,有效降低了图书库存,提高了经济效益,形成了良好的生产经营模式,保障了图书出版的高质量发展。

“按需出版”是理念,“按需印刷”是手段。2023年商务印书馆印量在1000册以下的品种,传统与数码印刷比为4:6。笔者认为,“按需印刷”是根据实际需求选择最合适的印刷方式,旨在准确

把握图书印量,严格控制图书生产成本,包含但不限于“数字印刷”,目的是满足市场需求,提高出版社经济效益。开卷数据显示,2023年整体零售市场总动销品种237万种,动销新书品种18万种,新书占比不足7.6%,说明图书零售市场存在典型的长尾效应。笔者所在出版社,2023年图书重印率为62%,仍有大部分图书因需求量太小无法达到重印要求,而出现断版的情况。每一本已出版的图书都倾注了作者和编辑的大量心血,耗费了出版社大量的出版资源,是出版社最为宝贵的无形资产。如果因需求量小无法重印而断版,那将和“按需出版”的核心相悖,是读者的损失,更是出版社的损失。

近年来,数字印刷发展迅速,印刷质量大幅提高,平张激光印刷质量可与传统印刷相媲美,轮转喷墨印刷的生产成本也大幅降低了,和传统印刷的成本平衡点已经达到1500册左右,印后配套的装帧工艺也不断完善。这给按需印刷带来更多可能,在生产成本可控的情况下,不仅可实现一本起印,还能做到本本不同。出版社通过POD不但能做到全品种满足读者的阅读需求,还能在封面设计和装帧工艺上满足读者的个性化需求。

出版社靠“按需出版”的理念和“按需印刷”的方式,践行着“为人民提供更多优秀精神文化产品,善莫大焉”的精神,在创造社会效益的同时,兼顾经济效益,推动图书出版高质量发展。

春节上海文化市场书香浸润

中国出版传媒商报讯 春节期间,上海以100多家品牌实体书店为主导、众多中小特色专业书店共同参与,精心营造丰富多彩、充满书香、温馨和谐的节日氛围,致力满足读者的节日阅读需求。

2月2日,首届100种“上海好书”揭晓,上海市书刊发行行业协会立即组织全市各实体书店举办“欢度春节·上海好书百店联展”活动,新华书店、上海书城、朵云书院、钟书阁、大众书局、大隐书局、百新书局、西西弗书店等连锁书店和艺术书坊、上海外文书店、现代书店等品牌书店,在店堂显著区域特设专柜展陈、展销,悦悦书店、博库书城、云间世纪等网上书店也同步发挥线下线上多渠道优势,开展一系列多领域、多渠道、多层次、多样化的文化活动,通过朋友圈、海报、公众号、视频、直播等多种方式进行营销推广,让书香浸润春节文化市场。

上海新华传媒旗下的全市各大新华书店、上海书城2月1日至29日开展“龙闹疆疆”推荐好书6.8折的促销活动。2月2日至29日,世纪朵云联合藏书票设计者金大鹏,在上海朵云书院、思南书局等7家门店举办“云中漫步 其乐龙龙”藏书票寻龙展。大隐书局于1月25日~2月25日举行“喜迎龙人”和“龙年红包”活动。福州

路上的艺术书坊举办“龙蕴华彩·阅启新春”书香接龙活动,以“龙文化”为主线,展出与“龙”元素及年味相关的书籍。多家书店开展现场写春联活动,2月3日悦悦书店邀请书法大咖挥毫泼墨,给读者送上独家定制的春联;上生新所·茑屋书店邀请四位书法家在店内写春联,免费赠予读者。

春节也是看展的好时节。上海外文书店于2月8日至29日举办龙年特展,展示艺术家吕乃伟2020年至2023年阶段性作品。学悦风咏书社举办的“新的形,新的色——鲁迅书籍装帧艺术展”,以及上生新所·茑屋书店举办的“世上多愁烦 画中日日佳”张乐陆画展和“醉酒艺术家”高瑀作品展,都将持续到3月。上海香港三联书店2月8日~23日举办阅无纸境——2022~2023香港·最美书海报大展。

上海多家书店近期开业。江南书局·青溪之源于2月4日开门迎客,是江南书局继泰贤区“书的庭院”、嘉定区“郛歌之瞳”后在上海五大新城的又一次拓展。2月5日,朵云书院·枫泾店开业。约400平方米的书院以及约600平方米的户外庭院,在门口和树上挂满了红灯笼,入门见龙。新华文创·光的空间引进了拥有百年历史的文具品牌国誉“Campus生活馆”,推出多种限定、新品、联名款。(穆宏志)

○朱俊玄

我们在语言现实中,尤其是口语中经常会遇到将“1997年”简作“97年”的情形,还有直接简说/写的“00后”“98届”“03级”等形式。李清民的《年份简写的替代符“’”及其使用规范》(《山东教育学院学报》1999年第4期)还建议使用“’97”形式代替“1997年”。这些简化形式在出版物中是否规范?是否能为人们接受并普遍应用?

先来看看《关于出版物上数字用法的规定》(修订本·征求意见稿))(《语文建设》1994年第5期)的意见:

年份一般不用简写。如特殊需要又不会产生歧解,可依口语只写后两位数字,如:1990/91财政年度。1990年也可简作“九〇年”或“’90”(不能写作90年)。

据此,我们可以得到年代简写的三种方案。

第一种方案,在有语境限定情况下,可以省掉年代的前两位数字,如“91”能明确表示“1991年”时,可以使用简写形式。但该“征求意见稿”的相关内容,到了正式发布的《关于出版物上数字用法的规定》(GB/T 15835—2011)中有变更。“5.1阿拉伯数字的使用”下的“5.1.4年月日”规定:

四位数字表述的年份不应简写为两位数字。

示例:“1990年”不写为“90年”。

因此,阿拉伯数字的年代,按照上述规定不能简写。

第二种方案,使用汉字数字的简写形式,将“1990年”简作“九〇年”。《关于出版物上数字用法的规定》(GB/T 15835—2011)的“5.2汉字数字的使用”下“2.2.2年份”的规定如下:

年份简写后的数字可以理解为概数时,一般不简写。

示例:“一九七八年”不写为“七八年”。

这样的表述,部分保留了“征求意见稿”中可以简写的假设条件“如特殊需要又不会产生歧解”,没有排除、否定非概数理解而简写的情况。比如“一九八七年”按照上述规定就可以简写为“八七年”,CCL中也确实能见到此类实例:

关于这篇讲话,西方舆论的评价普遍不高,并没有引起很大兴趣。其原因在于,八七年早春思想文化领域开放之后,苏联舆论界出现了对二十一三十年代历史的尖锐批评。(当代\报刊\读书\vol=124,CCL)

五七年这篇文章发表不久……女斗士也好,女右派也好,八七七年子冈谢世了。(当代\报刊\读书\vol=197,CCL)

我们确信,九七年后,“一国两制”的目标一定能实现,基本法所规定的各项方针政策必将得到贯彻。(当代\报刊\人民日报\1993年人民日报\12月份)

第三种方案。使用标点符号形式“'”表达年代的简写,如“1990年”可简作“’90”。李清民(1999)也建议使用“'”(文中以硬撇形式“'”呈现)代替汉字“年”,并举出了不少实例。

其例不少出现在标题中,或者出现在标语类的专名中。类似用法新世纪后极少见到,该符号或表述形式并未推广开来。而且,该形式严重依赖于语境,“'”无法自己明确标示其所代指的世纪数字,如“19××”“18××”“20××”等。李文作于20世纪末,正处于新旧世纪交替之际,若无语境,读者也会有一定识解的困扰。因此,我们不建议使用“'”作为简写形式。

三种方案比较起来,第二种方案似乎是最优方案。使用汉字数字的简写表达年代,能够明确排除数字的计数功能,有效避免了歧义,且能与口语中的数字读法一一对应,是一种有效的表述方式。但是,这也是理论上的,现实中其普及性和通用性并不高,或因其不如阿拉伯数字简写便利,现实中人们更愿意使用阿拉伯数字的简写形式。

然而,根据第一种方案,“‘1990年’不写为‘90年’”,我们在出版物中,就不能使用阿拉伯数字的简写形式,而仍需使用“1990年”的完整形式,如此一来,“98届”“03级”等形式也一样需要繁复化处理。但是,“00后”如何处理呢?通过语料调查,我们未发现其对应的完整表达形式,而且有“‘00后’”“‘00’后”,以及无引号等多种形式,甚至同一篇文章中还有混用(除了“00后”,还有“80后”“90后”等)。例如:

北海铁路公安处近日迎来一批“00”后新警,伴随着2024年的第一缕朝阳,他们迎来了加入警营的首个元旦。(《“00后”铁路新警第一个元旦“初体验”》,中新网,广西2024年1月2日)

记者采访了部分“00后”和他们的家长、老师,发现面对高考,“00后”显得比“80后”“90后”更加淡定从容,面对人生未来的选择,他们有压力,也有坚持和勇气。(《高考迎来“00后”时代》,人民网,2018年6月6日)

第一位进入太空的中国80后航天员,也是第二位女航天员的王亚平……(《致敬,神十80后!》,人民网,2013年7月9日)

这个故事的跨度长达10年,这部纪录片的主人公是一群00后。(蒋肖斌《纪录片《00后》长达十年跟拍 教育焦虑如影随形》,《中国青年报》2017年9月19日)

看到网上的留言,猛然意识到,如今本应返校回“珈”的学弟学妹们,已不再单单是90后,甚至有很多都是00后了。(《终有一天,00后也会扛着社会前进》,人民网,2020年3月4日)

鉴于人们已经能够接受其简写形式,我们建议选择使用“00后”,并整体加引号。引号将“后”一并引入,是为了将其整体视作一个语言单位,便于读者识解。由“前”构成的“00前”当下并非高频出现,这也说明“00后”的自由度还不高,不能自由替换产生“00××”等组合。其组配自由性不高还体现在可供替换的有限数字上——主要是“十进制”的,如“60后”“70后”,也有少量“五进制”的,如“85后”“95后”等。

虽然使用诸如“00后”等的形式,也无法彻底摆脱语境依赖问题。但加了引号之后,这些简写形式如同有了一个特殊身份,能极大降低歧义的可能性;而且也避免使用“'”这样一个大家不太熟悉的符号,且不太流行的表达形式。

同样,“1990年”“2015届”“1993级”也建议分别简写为“90年”“15届”“93级”,且简写形式须加引号(上述“征求意见稿”末尾的括注中“‘1990年’不写为‘90年’”所禁止的,也是无引号的“90年”,其引号是与前面的“1990年”对举使用的)。这样就能将其视作特殊形式,与前后文区隔开来,以免与前后文杂糅在一起,而产生歧义误解。如:“我们80后也不退却。”其中的80可以是简写用法,也可以理解为年龄80岁。统一使用引号,便于操作,也便于识解。

论出版物中的年代简写

关键词 出版物 年代 简写