

(上接第3版)

聚焦全民阅读国家战略 共探发展新路径

国家开放大学出版社传媒集团通过线上线下活动融合推广阅读。在线下,创新性地将图书营销与文化体验相融合,打造沉浸式阅读体验,策划了书香市集、乐高读书会等特色活动。例如在报国寺文化园举办的市集活动,通过集章打卡、非遗体验等互动形式,吸引了大量市民参与。成功打造了充满书香气息的文化空间。特别是“慧龄空间”项目,已服务超过2万名老年人,在推动终身学习和代际交流,营造关爱和活力的全民阅读氛围方面发挥了积极作用。在线上,积极与主流平台开展合作,精选优质内容服务更广泛读者。比如策划的“中国科学院公众科学日院士讲座展播”活动,多平台课程总播放量达982万人次,获赞43万余次,显著提升了“院士讲堂”科普品牌的影响力,为提升全民科学素养作出了积极贡献。

清华大学出版社结合数字化趋势与读者需求变化,在全民阅读方面探索了一系列创新实践并取得了显著效果。例如,通过多元阅读形式吸引读者关注。积极开拓听书市场,为百万级用户的读者渠道策划制作数十期听书节目,每期节目播放量在1万~10万不等。例如,以社交媒体为平台,精准化阅读推广。开设“妍知有理”品牌阅读栏目,采取与学术大咖、行业专家和清华师生直播对话的形式,分享读书的心得体会,并在直播过程中通过评论区、问答环节等方式,点燃读者的阅读热情。

云南教育出版社则充分利用本土资源,将阅读推广与文旅结合。在《洱海笔记》出版之初,便通过作者北雁在云南本土的声誉进行传播推广。紧密结合当地的文旅产业,例如在民宿酒店大堂展示销售、在民宿酒店房间内陈列试读、与房车露营等本地文旅公司合作销售等。再借由网络平台销售,请网络大V推广带货,在各读书平台公众号宣传。同时与新华书店合作,举办图书首发式、签售、读书分享等线下活动,吸引众多读者热情参与。

西南大学出版社在推广全民阅读方面积极创新,开展了一系列实践活动。在2024年“近悦远来,书香重庆”文化惠民书展系列活动中,参与了川渝特色图书联合展销、古旧书籍展、怀旧书市等多个项目,展出400多种精品图书,吸引了大量读者关注。还参与旧书集市活动,活动期间旧书销售额达1.3万码洋。此外,通过打造“阅见书店”,组织数千种图书供师生阅览,并开展各类读书分享、学术沙龙等活

动,为校园营造良好的读书氛围。

华文出版社的创新尝试有效扩大了阅读活动覆盖面。比如,在新媒体平台合作方面,联合央视频邀请《觉醒的年代:1911—1920年的中国》一书作者祝勇带领网友们用7天时间共读一本书,提升读者的参与感和互动性。比如,还尝试通过短视频平台进行直播讲书活动,邀请《西游世界史》作者、短视频博主小宝与编辑进行对谈,通过生动的讲解和互动,激发读者对书籍的兴趣。

多年来,广西师范大学出版社以自身特色优势全面参与、积极服务全民阅读事业。一是持续开展形式多样、内容丰富的阅读活动。比如开展“阅读一小时”“加油!书店”“4·23经典共读”“请听她说”等阅读推广活动,举办“深阅读·书写另一种可能”书评大赛等读者深度参与的阅读分享活动,活动数量达百余场。二是稳步推进独秀书房实体店和品牌建设。独秀书房是该社主要布局在高校的实体店品牌,目前已建成22家实体店。三是创新活动形式,打造“山水阅读”品牌,为助力全民阅读事业提供新样本。与新华出版社合力打造了全民阅读活动的新品牌——“山水阅读”并启动系列文化活动,以桂林为主场、全国多地联动。“山水阅读”新媒体平台用户话题参与1000余篇,全网曝光超700万次。

新技术赋能阅读推广 新技术的发展使阅读方式日益多元化,从传统阅读发展到短视频讲书、线上读书会、人工智能生成内容阅读以及沉浸式阅读等。徐升国认为,新技术的应用拓展了阅读的边界,使阅读更具时代性。但是科技的发展也带来一些问题,如孩子沉迷手机阅读、游戏、短视频等,需要我们深入研究如何合理引导,将传统阅读和数字阅读有效实现转换。徐冬梅也指出,在数字化进程中,应保持阅读的人文内核不变,电子屏幕阅读的碎片化和浅表化问题,会影响读者的深度阅读能力和批判性思维。因此,在推动数字阅读发展时,要结合读者类型进行合理引导。对青少年应坚持“纸质阅读为基,数字阅读为辅”的原则。通过合理引导,让纸质阅读和数字阅读相互补充,共同促进全民阅读素养的提升。

尽管新技术在阅读推广中具有两面性,人工智能的发展为阅读推广带来了新的探索空间。AI的个性化推荐功能具有巨大潜力。据徐冬梅介绍,亲近母语的“小步测评”通过智能测评系统可以根据儿童

的阅读能力生成个性化书单,精准推荐提高儿童阅读匹配度和阅读兴趣。在阅读服务领域,VR/AR技术的应用让读者身临其境地感受名著场景,增强沉浸式阅读体验。此外,大数据分析技术还可通过挖掘区域阅读数据,精准调配阅读资源。

探索家校共读新模式成为教育出版社的发力方向。陆思成提到,广西教育出版社充分利用新技术,正在基于“广西全民阅读书系”项目建设“层级阅读平台”。该平台不仅提供听书服务,还将老师、家长、学生关联起来,营造家校共读的环境;通过举办线上阅读活动,相互交流启发,提升孩子对阅读的兴趣和效果。

卢先和认为,出版社必须深化技术赋能,加速数字化转型。清华大学出版社持续探索图书“产品供应模式”到“产品+内容+服务”供应模式的升级转型,构建了“大众知识”“教育教学”“专业内容”三大数字业务服务领域。在新技术应用方面,一是应用AI技术,如在智能制造专业知识服务、期刊国际化深度学术阅读等方面,探索建设纸书+AI伴读、数字教材+AI伴学、AI课程等数智化支撑平台;二是推动多技术融合应用,以数字化呈现和场景化创新为抓手,搭建不同阅读场景,提供多样化服务。在新载体应用方面,该社用好数字阅读平台和新媒体平台,其自建的“文泉学堂知识库”收录了30多家大学出版社的近7万种电子书资源,电子书在多个主流第三方数字阅读平台授权传播。此外,拥有百万粉丝的“书圈”公众号和“清华科技大讲堂”“清华智造大讲堂”等专业垂类直播品牌也发挥了重要作用。

西南大学出版社通过与世纪超星、中文在线、喜马拉雅等多家电子书阅读平台、有声书阅读平台等合作,实现了近千种图书和电子音像出版物的数字化传播。据张发钧介绍,在场景化服务方面,该社打造了《数学很美》等日历类出版物以满足用户需求,同时积极关注“重庆市公共图书馆‘巴·掌书’进轨道交通项目”,策划小开本口袋书以满足人们日常通勤中的碎片化阅读需要。

通过技术赋能,载体创新和场景重构,出版机构可将阅读从“单向传递”转变为“沉浸式参与”,覆盖更广人群并形成长效文化影响力。周祥认为,可以通过AR技术将纸质书与数字内容结合,或利用VR等技术构建虚拟阅读场景;将经典书籍转化为有声书,开发互动式电子书,并嵌入视频、音频、互动游戏等多媒体元素,触达不同用户群体。

新时代教辅图书出版的策略与发展探究

关键词 教辅图书 出版策略 发展探究

■李冰洁(福建人民出版社)

模式转型成为大势所趋。步入新时代,大多数学校教室已配备了希沃等多媒体设施,然而部分教辅产品的呈现形式仍然只停留在纸质图书层面,产品形式单一,缺乏创新。教育出版与教育信息化的联合还停留在浅层,在利用信息技术、引领数字发展方面存在明显短板。

同质化现象严重 市面上的教辅图书大多是为了帮助考生应对考试,从而侧重于堆砌练习题目,实行“题海战术”,产生了大量同质化的教辅。题型类似、情境雷同,甚至排版布局也大同小异,缺乏新意,不能适应不同学生的阅读习惯,也未充分考虑学生的学习能力差异和个性化需求。

教辅图书出版的策略探究

为了促进教辅图书的内容创新与质量把控,教辅编辑应当不断提升自我素养,深入教学一线,定期开展市场调研,研读课标与教材,不断提升教研能力,制订严谨的出版规划,打造优质教辅。

深入市场调研 教辅编辑可以从线上和线下两个途径进行市场调研,线上采用设计合理的调查问卷,就读者关心的教辅图书内容、难易程度、栏目设计、版式设计、需要附加的数字产品等问题向读者精准投放;线下深入教学一线,到各种典型学校进行访谈或召开座谈会,与一线教师交流,收集相关教辅产品的使用信息,了解读者需求。

制订出版规划 科学合理的出版规划,可以有效地策划出好的教辅图书产品,提高出版效率。教辅编辑应结合出版单位的需要,科学合理地制订教辅图书的短期规划、中期规划和长期规划。短期规划应当聚焦于出版需求紧迫的教辅产品,大部分教辅图书需要配合教学进度和考试要求,在规定的出版周期内顺利出版;中期规划可以注重于相关产品线线的拓展和优化,并根据市场需求不断丰富教辅图书的种类和形式;长期规划则应着眼于打造具有影响力的教辅品牌,建设具有特色的品牌效应,提升市场占有率。

研读课程标准 教师教学和教材编写的核心依据都是课程标准,教辅图书的出版也应紧密围绕课程标准展开。教辅编辑应当深入研究课程标准的相关要求,包括课程理念、课程目标、课程内容以及课程实施意见。在组建编写团队时,要提醒作者注意把握各个学科在不同阶段的教学目标、知识要点和能力要求,认真研读课程标准,避免出现脱离教学的情况。

对比教材差异 现在市面上的教材版本很多,不同地区、学校选用的教材也存在差异。如福建省的初中地理教材主要是人教版和湘教版。作为教辅编辑,应对各版本教材进行细致的对比和分析,整理对比出它们的共性和个性,全面把握不同版本教材的结构、内容和特点。在编写教辅材料时,既要涵盖各教材的核心知识,满足通用的需求,又要针对各版本教材的内容特色,涵盖分层设计理念,提供差异化的拓展内容,提高教辅图书的适用范围。

提升教研能力 教辅图书绝不是一些习题的简单拼凑,教辅编辑应该具有强大的教研能力,组建起专业的教研团队,定期深入研究最新的教育理论和方法,将先进的教育理念融入教辅图书的编写中。例如,新的教学改革提出了跨学科主题学习、项目式学习以及探究式学习等新的教学方法,具备教研能力的教辅编辑就可以协助编写团队开发与之匹配的教辅内容,旨在引导学生提升自主学习能力 and 创新思维。

教辅图书出版的发展方向

随着教育改革的深入发展,教辅图书出版面临着新的机遇和挑战。为适应市场需求,教辅编辑可以在以下几方面持续深耕。

培育核心素养 教辅图书出版应当紧跟教育改革方向,紧密围绕相应学科的课程标准,注重核心素养的培育,侧重培养学生的全面发展。教辅编辑在组织教辅图书的编写过程中应打破学科壁垒,在习题设置中,注意渗透跨学科融合发展理念,帮助学生构建全面、系统的知识体系,培养学生综合分析问题的能力,从而提高学生的核心素养。

关注市场导向 随着教育市场的不断成熟与完善,教辅图书的出版应在市场调研的基础上,精准细分市场,针对不同学段、不同学习要求的学生,开发出符合学生实际需求的相应图书。中低年级学生可以侧重于培养学习的兴趣与习惯,高年级学生则应以思维训练作为重点。不同学习程度的学生,为学习程度较弱学生制订基础知识强化类教辅;为学有余力、有竞赛需求的学生编写具有深度和难度的拓展型教辅。

强化服务意识 教辅编辑应当深入研究和挖掘教学资源,紧密围绕教材的内容设置,优化改革的要求,适应教学一线的发展趋势,满足广大师生的使用需求,不断提高服务意识。作为教辅编辑,应

未来趋势:专业化、数字化、公平化

在近日举办的“推进全民阅读·建设书香中国”座谈会上,全国政协副主席、民进中央常务副主席朱永新强调,全民阅读关键在“全”,要把有阅读能力而不去阅读的“非读者”变成读者,培养能跨媒介阅读的新读者。

4月24日发布的第二十二次全国国民阅读调查成果显示,2024年我国成年国民综合阅读率为82.1%,较2023年提升了0.2个百分点。就全民阅读发展现状而言,在国家大力的推动下,徐升国感受到当下人们对阅读重要性的共识日益加深,“读书无用论”已逐渐成为过去式。在我国经济社会发展进程中,国民阅读水平与阅读观念正在面临从传统向现代转型进程中。

未来,全民阅读将呈现专业化、数字化和公平化的发展趋势。

徐冬梅认为,阅读推广将从“活动型”转向“课程化”“素养化”,通过专业的阅读指导,提升全民阅读素养。阅读推广人、教师等专业人士将发挥更大作用,为不同人群提供更具有针对性的阅读指导,帮助读者更好地理解 and 吸收知识。她还提到,AI新技术将重构阅读场景,为读者提供更加丰富多样的阅读体验。例如,通过VR/AR技术,读者可以身临其境地体验阅读场景;大数据分析技术可以精准调配阅读资源,根据不同地区、不同人群的阅读需求,有针对性地配送图书和阅读设备。此外,通过“乡村阅读计划”等举措,努力缩小城乡阅读差距,让更多人享受到阅读的乐趣和益处,实现“阅读普惠”。政府和社会各界加大对农村地区、边远地区、特殊群体的阅读资源投入,培养本地阅读推广人,加强家校联动,让阅读成为每个人生活的一部分。

在采访最后,樊登表示,阅读推广并非走过场,而是源于对阅读事业的热爱和对其社会价值的深刻认知。“过去10年,我们的阅读推广工作影响了数千万人,看到很多人因阅读发生积极改变,这让更多人也更坚信阅读推广的意义与价值。”在AI时代,人的知识涵养、价值观等内在素养愈发重要,这些都源于阅读积累。樊登说,期待国内出版社能够出版更多高品位、有深度的学术书,希望这些书的销量能越来越高,这意味着全民阅读品位和社会素养的不断提升。

新形势下,教辅图书的出版面临诸多变革,快速适应新时代教育的发展,推动教辅图书的出版创新,成为当下亟须解决的重要问题。本文从一线教辅编辑的视角出发,聚焦教辅图书出版的问题现状,对新形势下教辅图书的出版提出创新策略,并展望教辅图书出版的发展方向。

教辅图书出版与学习、教育紧密相关,是我国出版业的支柱板块,覆盖面广、产值贡献突出。教辅图书是学生学习课本知识的重要辅助材料,可以有效帮助学生学得新知、巩固旧知、探索未知。随着人工智能等新技术的飞速发展,教辅图书的出版面临着新的机遇和挑战,如何有效利用飞速发展的人工智能提升教辅图书质量,促进教辅产业的发展,是教辅编辑应当深入思考和研究的方向。

教辅图书出版的问题现状

当前,图书市场上的教辅图书种类繁多,竞争激烈。部分教辅编辑责任意识淡薄,与实际教学一线脱节,导致教辅图书存在诸多问题,主要体现在以下方面。

编写理念滞后 我国于2022年推出《义务教育课程标准(2022年版)》,随着新课标的推出,各个版本的教材为了贯彻落实课标要求,近两年开始了大规模改版和修订,教辅图书也随之变化。但是市场上出现的部分教辅图书未结合最新课程标准的要求进行编写,课程理念得不到及时更新,教辅图书无法落实最新的课程目标,课程内容和知识点的呈现不够完整。

情境素材陈旧 为更好地贯彻落实新课标,各学科的研究动态和知识内容也在不断更迭。然而,部分教辅编辑在组织编写教辅图书时,未能将最新的研究成果和学科动态等情境素材融入其中。例如,在地理学科中,新的统计数据 and 科研发现不断更新,但部分题目的题干信息依然使用过时的统计数据,部分题目仍然围绕旧的理论和案例展开讨论,导致学生学习与接受的知识与现实脱节,无法满足学生对新知识的学习需求。

教学适配度低 教辅图书的核心竞争力应该是优质的内容,且能与配套教材、实际教学进度等相匹配。随着项目式学习和探究式学习等新的教学方法不断发展,教辅的题目设置没有及时调整和变化,没有为新的教学方式提供相应的资源和支撑,导致教师在教学过程中,难以将新的教学方法与教辅的配套内容有效结合,从而无法满足教师的教学需求。

数字化产品匮乏 随着互联网技术、大数据、人工智能的迅速发展,传统出版模式向媒体融合出版

在新课程改革的背景下,教辅图书正在经历深刻的变革。教辅图书作为直接面对学生的知识载体和教学活动的工具,在教育环节中起着重要作用。教辅图书从传统纸质转向数字化,不仅反映出教育技术的革新,也体现着教育理念和模式的重大变化。教辅编辑应深入探究教辅图书出版的策略与发展方向,分析教辅图书出版的问题,提出相应策略和发展建议,不断提升教辅图书质量,为教育的全面发展贡献力量。