



郭戈:把握方向,坚守学术,做教材编辑和教育出版的主力军

■ 周丹

编写编辑工作,为基础教育改革发展作出积极贡献。

2018年12月10日,人民教育出版社召开编辑部门负责人会议,这是郭戈总编辑主持的第一次全面工作会议,距离他由党委书记转任总编辑,只有一个月。

郭戈认为,总编辑是出版社的主要负责人、编辑工作的决策人,必须履行各项编辑工作指挥者的职责。首先,要把握正确的出版方向和价值导向,贯彻党的出版和教育方针,确保各科教材和一般教育图书政治上不出问题。其次,要掌控出版出版的态势,做好选题总策划,在教材出版、主题出版、重大选题上做好总体设计。再次,要狠抓书稿质量管理,落实编辑责任制,保障图书、期刊和其他出版物的质量。最后,还要带好编辑队伍,营造发展环境,促进人才成长。

在这次会议上,郭戈强调,党中央、国务院高度重视教材工作以及三科教材,统编工作给人教社带来了发展的新机遇,也提出了新挑战更高的要求。“编辑工作是我们的主业,教材是我们的‘传家宝’,统编教材是重中之重”,郭戈表示,所有编辑首先要深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,讲政治、顾大局,提升编辑素养,增强编辑能力,上下互动,齐心协力,切实做好各科教材和精品书籍的

术讲座此起彼伏,研究课题始终不断,学会工作有声有色,论著著作比学赶超”。……郭戈回忆说,他甚至在电梯里看到一位白发苍苍的老专家在指导年轻编辑如何准确翻译一个俄文单词。“这座大楼里面充满着书卷味道、学术气息,如同身处于大学校园、科研院所”,此后,郭戈从未间断过对自己的主管部门和新人职工强调研究之于工作和人生的重要性。

在担任人教社党委书记的6年间,郭戈先后主持创办了《中小学教材教学》《中国教育科学》杂志以及我国目前唯一一份教育史学术研究刊物《教育史研究》。在他看来,“人教社应该承担起教育界发布理论探讨、专业声音的责任”。2013年,我国教育出版行业第一个博士后科研工作站在人教社启动,这个想法就是由郭戈提出并操办的。至今,已有10余名博士后进入,为人教社的科研和人才储备注入了新鲜的活力。

接任总编辑之后,郭戈自然成为人教社课程教材研究所的所长,对于学科的课程研究、教材研究、教学研究和教学评价将持续进行。“我们把研究作为一种工作方式,就是要以科学研究的态度和方法对待自己所从事的工作,以改革创新的姿态深入钻研自己的业务。”郭戈说。

为此,郭戈还将全面加强科研工作,加强教材理论研究和历史、学科教材等的研究,提高教材研究水平;挖掘现有编辑潜力,请回、用好离退休老专家,并利用外脑,延长手臂,发表

和出版一批有实力的研究成果,扩大人教社课程教材研究所的影响力,使其成为国家教材建设的重要基地。

未来,人教社将在继续做好选题论证的前提下,开好总编辑会,做好规划,加强策划,推进重大选题和主题出版,确定重要问题研究项目;同时不定期召开编辑部门负责人会议,学习研究党和国家关于教材和编辑出版的方针政策,统一思想,提高认识,狠抓落实。郭戈计划恢复人教社建社之初的内刊《编辑工作》,为沟通信息、加强学习、推动工作、总结经验以及批评与自我批评提供平台。在郭戈看来,“这是发扬优良传统,也是对历史负责”。

2019年中华人民共和国成立70周年,2020年人教社建社70周年,2021年中国共产党建党100周年,郭戈表示,未来几年,人教社将围绕这些重要纪念日策划一批好书稿,做好主题出版。

求学期间,郭戈就通过图书、刊物熟知来自人教社的很多知名人物。叶圣陶、吕叔湘、辛安亭、魏建功、宋云彬、朱文叔、刘薰宇、况绍英、张华来、吴伯箫、陈伯吹、陈元晖、蒋仲仁、方宗瀚、隋树森、王西原、陆静山、张中行、陈侠、刘国正、袁微子、苏寿桐、张玺恩、陈尔寿、王占春、雷树人、梁英豪、叶佩珉……这些来自人教社的学科教材大家、学科教育名家乃至学科专家,郭戈现在都如数家珍。

他们既是学科编辑大家,又是学术研究名家,实为人教社名副其实的学科大家。郭戈表示,在郭戈看来,“这是发扬优良传统,也是对历史负责”。

周挥辉:全力以赴 不忘初心

■ 裴媛媛



远的影响。2018年,华师社以学校为依托,在学术出版上精耕细作,一批反映学术积淀与大学人文精神的图书相继出版,赢得了社会的高度认可。其中30卷本的“高等教育与社会发展论丛”系列图书陆续出版,《中国农村调查·口述类》《湖北英烈文存》

获批国家出版基金项目;《社议日记》入选《中华读书报》评选出的2018年度十大好书;《湖北通史》《喻血轮集》《湖北道藏》《刘凤章集》《中国教育史》等学术图书相继出版,这些都体现了华师社在学术出版领域的特色和优势。

围绕“教育”做文章也是该社的发展理念。华师社按照国家基础教育改革要求,研发了《信息技术》《体育与健康》国家级教材和《心理健康教育》《生存教育》《湖北文化》等多种地方教材,改变了出版社的图书结构,拓展了“教育出版”版图。在此

基础上,以《重难点手册》系列图书为重点,做大、做强教辅品牌,“教材和教辅是华师社的‘菜篮子’”米袋子”,以此收益再来反哺学术出版,为教学科研服务,为学术出版助力。”

“如果说过去的一年华师社取得了一点成绩的话,归根结底还是得益于我社有一个比较好的体制机制。”周挥辉说,“好的体制机制是在全面深化改革的背景下,传统出版行业面临多方面挑战时的制胜法宝。”有鉴于此,该社在对生产与编辑部门进行分社制改革的基础上,2018年初,对营销和行政职能部门再进行了“定岗位、定职责、定薪酬”的改革,并对全员实行了竞聘上岗,“责权利”更加明晰,大大提高了工作效率。

“2019年,我们将按照我社‘十三五’发展规划,坚持科学统筹,突出特色,深耕细作学术出版、精心打造教材教辅出版,并

狠抓落实。”周挥辉指出了下一阶段该社在学术出版上的工作是:做好《邢福义文集》《刘守华故事学文集》《王先霭文集》《光未然全集》等重点学术图书的出版工作,启动《张舜徽集》和《集体经济背景下的乡村治理》等“村治书系”图书的修订改版工作。组织出版社最好的编校队伍,以敬畏之心,开工匠精神,把这些优秀的著作打造成学术精品。

《重难点手册》系列图书是华师社重点打造的教辅图书,多年的匠心制作让这套图书成为畅销二十多年的品牌教辅。“在‘新课标、新教材、新高考’的背景下,如何将老品牌做出新新意,做出活力来,开新枝、发新芽、出新意,这是我们正在思考的问题,也是2019年的工作重点之一。”周挥辉在谈到品牌维护问题时强调,要在研发理念、作者队伍、内容设计和营销团队上下功夫,把品牌做优、做精、做强。如今,华师社通过开展“百校联盟”活动,正汇集了一批基础教育名校的优秀教师,以这些高水平的名师队伍为依托,以经验丰富、认真负责的编校队伍作保障,努力使该社的教辅图书产品结构更加合理,产品质量更加优良,产品类型更加丰富。

随着互联网技术的不断发展,传统出版社在策划、出版、宣传、销售等环节都发生了巨大的变化,尤其是编辑角色发生了根本性的改变,未来编辑和营销的界限越来越模糊,编辑除了具备政治理论素养、文字处理能力,还要具备创意思维、市场意识、服务意识等。“要花大力气提高编辑的素质和能力”,周挥辉强调,“通过学习、培训、引入竞争机制,优胜劣汰,使其不断进步”。

随着互联网技术的不断发展,传统出版社在策划、出版、宣传、销售等环节都发生了巨大的变化,尤其是编辑角色发生了根本性的改变,未来编辑和营销的界限越来越模糊,编辑除了具备政治理论素养、文字处理能力,还要具备创意思维、市场意识、服务意识等。“要花大力气提高编辑的素质和能力”,周挥辉强调,“通过学习、培训、引入竞争机制,优胜劣汰,使其不断进步”。

在出版产业方面,传统出版社不再是唯一的出版主体;在出版物类型方面,除了传统图书,融合出版也将丰富出版物类型;在传播模式方面,传播者和受众的界限越来越模糊,跨媒介传播将成为未来的主流传播模式并呈现泛媒介化的特征;在营销模式方面,通过大数据分析、线上线下的沟通,了解读者的真实需求,实现精准营销则成为趋势。

华师社正在着手推进与互联网技术企业的合作,融入技术优势为读者提供知识服务。“目前,我社与腾讯公司在‘在线教育’板块正在进行的战略合作就是一次有益的尝试”,周挥辉介绍说,“顺应时代发展,加快创新步伐,2019年我们将热情拥抱互联网,深化推进融合出版进度,但不能丢了自已的优势,我们还是要满怀敬畏之心进一步做好学术出版,加强内容建设,积累和沉淀自己,沉着冷静迎接各类挑战。”

单瑛琪:夯实产品线 重塑布老虎

■ 鲁大智



合“增强文艺原创能力”打造文学高峰的文艺座谈会讲话精神,也是广大读者的心愿。“布老虎中篇小说”(第二辑)分别为弋舟《碎瓷》、阿袁《苏梨红小姐》、张忌《女士们》和周李立《安放之年》等,从书出版后,已经陆续在上海、北京、深圳、广州等地组织了多种活动。

《百年百部中篇小说》是评论家孟繁华历时多年编选的从新文化运动至今百年间公开发表的一百部优秀中篇小说,作者包括了当代中国最重要的中篇小说家,作品收录了贾平凹、余华、苏童、铁凝、陈建功、刘恒等当代重要作家的中篇代表作,整套书具有权威性、经典性、故事性。“中国诗人丛书”是与中国作家协会中国诗歌网共同打造的当代原创诗歌丛书,已经陆续出版近20种,展现了新中国成立以来中国当代诗人的创作实绩与

精神风貌,汇集了中国当代诗歌的优秀成果。

既是地方文艺社的一员女将,又是在儿童文学界颇有影响的作家,对文学的独到见解和对选择的敏锐把握使春风文艺出版社社长、总编辑单瑛琪在文艺社中独具风采,该社少儿文学畅销产品线也如日中天。根据开卷数据,春风社《小猪唏哩呼噜》注音版上册和下册均单月超过11万册的监控销量;“装在口袋里的爸爸”系列发货量同比增长达36%;“聂作平讲神话”从2015年出版至今总发行量超过100万册,在开卷系统“神话”类图书细分市场排名第一位;“装在口袋里的爸爸”系列获得国家新闻出版总署原创动漫作品著作权开发优秀项目品牌经营类铜奖;《土鸡的冒险》入选2018年“中国图书对外推广计划”项目。

数字出版和版权运营方面,

春风社围绕集团数字化转型发展主线,以优质内容资源为先导,拥抱新技术,用融合出版为传统出版赋能,在IP版权开发、动画版权运营、音频开发、电子书运营、文创产品开发几个方面取得了实质性进展。IP版权开发呈梯次,《大个子老鼠小个子猫》与千和影业合作,联合开发。动画版权持续运营,《装在口袋里的爸爸》动画制作完毕,已上线腾讯视频、优酷、西瓜视频、IPTV等平台开始运营,逾百万播放量。音频开发初见成效,文创产品已成系列,电子书运营稳步前进。

单瑛琪表示,这些成就的取得源自于春风社实施精品战略,加强原创和现实题材出版。同时,春风社积极探索市场规律,提高选题的策划能力和营销能力,聚焦做大做强主业,夯实产品线,持续打造品牌,全面提升核心竞争力和综合实力;积极探索转型

发展,整合资源,推进融合出版。

2018年图书市场变化剧烈:地面书店进一步萎缩,线上销售折扣战愈演愈烈,印刷纸价大幅上涨,图书利润空间被不断压缩;新媒体对传统书业的挑战也越来越大。与此同时,作者资源竞争愈加激烈,优秀作家创作周期长等问题,导致重大现实题材长篇小说的出版进度缓慢。面对困境,春风社按照集团的要求,坚持守正出新,坚持原创,抓方向、抓质量、抓市场,把社会效益放在首位。用高品质的图书选题守住销售折扣。编辑积极与作家沟通交流,适当介入作家创作,协助作家完成书稿。

“2019年,春风文艺出版社将进一步强化出版导向,提升主题出版能力。继续调整选题结构,实施重点选题建设,做好重点选题的策划与论证。”单瑛琪说,立足原创,深耕现实题材原创作品

是文艺社的重要抓手,他们将进一步加强选题的创新性、精品化建设,加强精品图书的开发与出版,继续加强社会效益选题建设,争取再上新台阶。

“布老虎”品牌已成春风文艺社的重点品牌,新的一年,他们将加强产品线建设,巩固原有产品线的同时,开发新的产品线。少儿文学争取新突破,保证原有五大产品线的市场优势,夯实新增产品线;继续填充原有系列内容产品线做大。

单瑛琪说,春风文艺社还将继续推动体制机制创新。夯实主业发展的同时加强版权运营,实现一个内容多个创意,一个创意多次开发,一次开发多种产品,一种产品多个形态,一次销售多条渠道,一次投入多次产出,一次产出多次增值。努力将春风文艺出版社打造成一家充满生机和活力的地方文艺出版社。