

策划出版教育理论类图书的几点思考

——基于对江西教育出版社“滕阁读书”图书品牌的考察

魏文远 冯会珍

江西教育出版社

摘要：当下，电子读物虽对纸质图书的出版带来了一定的冲击，但对于教育理论类图书而言，因其阅读的高门槛，不少读者仍会选择纸质图书。这或许可以看作教育理论类图书“狭路逢生”的机会。然而，我们仍然面临严峻考验，如读者群体受限、印制成本过高、发行压力大等。如何使教育理论类图书摆脱种种困境，在图书市场占有一席之地？文章试图通过对江西教育出版社原创教育理论图书品牌“滕阁读书”进行考察，围绕选题价值、作者队伍搭建、产品线布局、市场化探索等几个方面论述教育理论类图书的生存环境及发展走向，以期教育理论类图书的出版发行寻得更好的出路。

关键词：出版；教育理论类图书；“滕阁读书”

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2022.03.087

教育理论类图书，没有像学生读物、童书一样大的读者群体，也不同于文学作品，很难在文化圈掀起轩然大波。它的价值更多地体现在出版社对于教育的一种责任，以及服务于教师群体的担当。本文拟以江西教育出版社“滕阁读书”图书品牌为例，对教育理论类图书的选题策划、作者队伍搭建、产品线布局、市场化探索进行简要剖析。

一、教育理论类图书的选题价值

（一）体现出版社的责任担当

在市场经济的今天，出版教育理论类图书困扰着从事学术类图书出版的同仁。如何保证这类图书能取得一定的经济效益且获得社会认可？这是出版社首先要考虑的问题。毕竟，要生存就要“创收”，这是任何一本教育理论图书的生存法则。江西教育出版社作为一家教育类出版社，自2021年“滕阁读书”原创教育理论品牌的创立就体现出强烈的服务教育的责任意识和社会担当。

第一，与学校或教育局合作，举办多场公益活动。每年在“世界读书日”邀请知名作者走进校园，走进教师队伍，通过倡导阅读，帮助学校“书香校园”的建设。如，2021年，江西教育出版社邀请“滕阁读书”作者汪智星老师，在南昌市新建三中，围绕“教师阅读助力教师专业成长”这一主题，与该校教师分享自己在阅读中的所思、所感、所获，引导教师在阅读中丰富、提升自己。再如，2022年，为帮助更多乡村学子多读书、读好书，实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接，江西教育出版社联合深圳市红桂中学在广西壮族自治区百色市西林县教育局举行“江西教育出版社乡村振兴捐赠图书”活动。

第二，汇集出版了一系列教育教学成果，助力当下教育发展。针对高校，出版了教育领域知名学者、教授

的最新一批课题研究成果。这些课题大都入选了全国教育科学规划项目，因此这些课题成果的结项出版实则为我国面临的一些教育难题提供了方向引导。如，北京师范大学胡咏梅教授著的《中国高等教育财政投资规模与配置结构研究》，陕西师范大学教育学部郝文武教授等著的《乡村教育振兴与农村教育现代化研究》，华中师范大学周洪宇教授等编著的《教育改革的中国方案——聚焦发展核心素养的素质教育探索》，等等。这些著作聚焦当下中国教育的热点、难点，并给出了独特的解决策略。针对中小学，最有代表性的当属江西师范大学附属中学陈小荣老师的《让教改真实发生——三重语文课堂教学》。该书也是江西省“十四五”规划重点课题“整体教学视域下高中语文三重课堂模式的构建与实践研究”的研究成果。这一类研究成果的顺利出版，不仅展示了江西一线教师扎根课堂20多年的教学经验，这种成果的共享更有利于为我国新一轮的课程改革提供方法上的参考和理论上的支持。

身处教育改革的时代潮流，势必需要教育理论的创新，而创新的教育理论更渴望具有展示自己的平台。作为教育出版人，策划出版一系列教育理论类图书更是责无旁贷。

（二）助力教师的专业成长

从教师专业成长的角度来看，教师教育理念和教学实践的进步有赖于自身专业素养的提升，而教师自身专业素养的提升则离不开其自发性地汲取专业知识。国家全民阅读形象代言人朱永新曾说过：没有阅读，就没有教育。没有专业阅读，就无法造就真正的教师。可见，阅读对于教师的重要、必要和迫切。而从市场上现有的教育理论专业图书来看，以各种高校教材居多，理论性较强，可读性较弱，难以满足教师的阅读需求。因此，

江西教育出版社从教师立场出发，策划了相对通俗的可以碎片化阅读的系列教育理论类图书，使读者能够读得进用得上，从而有助于提高专业知识水平。

第一，满足教师“轻阅读”习惯，策划图书兼顾通俗性与学理性。这主要体现在两个方面。从教师工作实际出发，充分考虑教师工作的繁忙，可实现碎片化阅读；从书稿内容出发，避免理论的晦涩难懂，以通俗易懂、解决教师工作中遇到的实际困难为出发点和归宿来策划、组稿。针对这一点，江西教育出版社已经做了一些探索。如，策划出版了“每天学一点教育理论”系列。整个系列涉及教育史、教育心理学、教育学原理等基础学科，但内容呈现上，做到了与传统学科教材的差异化。书稿不追求大而全的系统性，力求重点突出、贴近实际、好读易懂，通过介绍经典人物、案例、观点、事件、实验等来阐述教育专业理论知识，文风去教材化。

第二，聚焦教师教学能力提升，策划图书突出实用性。目前，学界有这样一个共识：教师的教学能力会对学生的学习产生影响，且高水平的教师对学生的学习会产生更积极的影响。从出版的角度，我们可以做哪些努力来有效帮助一线教师的教学能力提升？为此，江西教育出版社原创教育理论图书品牌“滕阁读书”围绕班主任工作、教育常识普及、学科教学、教育经典阅读这几个方面出版了一系列图书。如，《做班主任的艺术》《创意带班36招》，这些图书收录的大量带班案例为一线教师有效带班提供了方法指导。再如，说课系列图书，像《小学语文说课指导》《小学数学说课指导》等，书中除了大量的说课案例，还配备了相关的示范视频，切实满足读者的需求。从这些图书的市场表现来看，它们具有良好的市场前景和广泛的读者群体。

二、教育理论类图书的作者队伍搭建与维护

教育理论图书作者队伍的搭建与维护是保证优质的原创教育理论图书出版的前提及必要条件。搭建并维护好一支优秀的图书作者队伍并非一日之功，尤其是原创教育理论图书，需要教育理论图书编辑长期致力于教育领域，明悉相关学科的专业知识、课程标准、发展动态、专家出版意向及市场需求，潜心而为。

（一）作者队伍的搭建

第一，寻找优质作者资源。对教育理论图书编辑而言，经常参加名师研讨会、教师读书论坛、教育学术年会等活动，对了解最新课改趋势、跟踪教育热点问题、挖掘教育名家资源、策划选题等有很大帮助。知名教育媒体经常举办读书论坛、名师教学研讨会等活动，常邀请教育一线名师参加活动。知名教育媒体其优势是他们拥有大量的教育一线名师资源，出版社可借助其图书

出版优势与其进行书刊互动，将其平台上的优秀的文章进行集结出版，在合作的过程中，充分挖掘其优秀的作者资源，将其转化为自己的作者，并借助其平台宣传图书，实现互利共赢。比如，江西教育出版社与《教师博览》杂志社合作，于2021年7月份出版了“《教师博览》精华丛书”；与《小学语文教学》杂志社合作，于2022年4月份出版了名师系列图书。通过书刊合作，出版社不仅扩充了自己的产线、丰富了出版品类，还聚集了一大批优质作者资源如李镇西、肖川等。其中，李镇西老师所著的《为了更好的教育》，一经面世，就取得了巨大的市场反响。

第二，培养年轻作者队伍。除了追随一线中小学名师、大学知名教授等学者，并将其转化成作者资源。出版社还应站在更前沿的高度，培养一批服务于教育理论板块持续发展的年轻作者队伍。一方面，出版社可以根据自主策划选题方向，有意识寻找教育领域的青年才俊，在打磨书稿的过程中，与作者共同进步；另一方面，这些年轻的作者会在未来十年乃至二十年成长为行业精英或者领袖。因此，编辑或出版社与作者合作关系的建立与巩固还应从长远着眼。

（二）作者队伍的维护

在不停地挖掘优秀作者的同时，也要维护现有的优质作者群体。只有拥有一支稳定的、高质量的、高水平的作者队伍，出版社才有可能出优质的原创教育理论图书。“滕阁读书”原创教育理论品牌能够在教育理论图书市场占有一席之地，并可持续地发展下去，得益于维护了一批优秀的作者队伍。对作者的维护，主要从以下两个方面着手。

第一，对书稿负责，建立信任。

对作者投递的书稿，编辑要认真审读。尊重书稿，尊重作者。对于教育理论类图书编辑而言，尊重书稿就是要凭借自身过硬的编辑素质及专业能力，最大程度地履行编辑责任、满足作者要求，做出让作者满意、读者满意、对社会有用的图书。在图书出版过程中，教育理论图书编辑要与作者密切联系与交流，利用自身的专业知识获得作者的信任。

第二，关注作者研究动向。

教育理论图书编辑要建立作者资源库。给每位作者建立档案，同时加强与作者的密切联系，第一时间掌握作者的学术动向，积极跟进，并热情地为他们提供写稿的条件。作为一名教育理论类图书编辑，更要不断地加强自身建设，提升核心素养能力，要有敏锐的市场判断力和强烈的开创意识，要有相当的专业知识，对教育领域有深入的研究，能把握选题的方向，并能对作者的编写提纲及内容提出建议。

三、教育理论类图书的产品线布局

(一) 产品线布局的读者视角

教育理论类图书的读者群体相对固定，基本上是从事教育工作的教师、学者或其他教育工作爱好者。因此，优质的教育理论类图书的出版一定要有读者视角，以满足读者的阅读需求。那么，我们该从何处了解读者的阅读需求呢？巧的是，我们的作者恰是从读者群体中来的，他们往往还是读者群体中的佼佼者。出版社所能做的，就是将这些佼佼者的教育理念、教学经验等研究成果聚集起来，并以此反哺读者。

(二) 产品线布局分析

我们不妨对江西教育出版社“滕阁读书”的产品线布局进行分析：

产品线一聚焦教育学术。这类图书不仅丰富了我国教育理论成果，还为我国教育政策方针的制定提供了理论支撑，同时为我国面临的亟待解决的教育问题提供了方法策略。如《中国高等教育财政投资规模与配置结构研究》，该书为高等教育政策制定者关于我国高等教育财政投资政策的调整与优化提供了有益参考；《教育改革的中国方案——聚焦发展核心素养的素质教育探索》，该书立足全球，关注世界教育改革大势并为围绕发展核心素养和关键能力的素质教育探索为世界教育改革提供了宝贵的中国方案……这些图书的出版，一方面对于我国建设教育强国具有很好的现实指导意义，另一方面也为江西教育出版社的教育理论类图书出版工作提供了专业的学术支撑。

产品线二聚焦教师专业成长。这条产品线围绕教师专业成长的三大方面，即专业知识、专业能力、专业品质等，开展选题策划工作，旨在帮助一线教师提升自己的同时，过上幸福的教育生活。1. 专业知识增进方面的图书。本条产品线将教师成长所需的专业知识分为学科知识、普通知识、教育常识三类，并就学科知识和教育常识分别策划出版了一系列图书，如增进对学科教学理解的“一课研究”系列丛书，该丛书围绕一节一节的数学课进行了系统而深入的研究，如《成长的常识：给青年教师的50封信》，该书以书信的形式和青年教师探讨有关教师成长的基本常识，并为青年教师提出促进专业发展的建议。2. 专业能力提升方面的图书。本条产品线围绕教师教育教学能力、教育科研能力策划、布局，从而帮助教师提升专业能力。如《小学数学拓展课：学什么，怎么学》，该书通过通俗的理论指导和大量的拓展课案例及配套公益视频，可谓是手把手地向广大一线教师传授拓展课如何开展；再如《跟着名师教阅读》《跟着名师教习作》等系列图书，这些都能切实有效地帮助教师提高教育教学能力。3. 专业品质培育方面的图书。

教师专业品质主要包括职业道德、敬业精神、创新意识三方面。本条产品线布局从细处着眼，更能击中读者痛点。比如，关注教师职业倦怠问题、精神成长等问题，从而策划出版了《卓越型教师的修炼》等图书。

纵观江西教育出版社“滕阁读书”产品线布局，我们不难发现，策划出版教育理论类图书，不仅要求我们要站位高远，更要观照实际。既要有教育理论类图书出版的国际视野，又要看清脚下，出版一批有历史流传价值的佳作名篇。

四、教育理论类图书的市场化探索

(一) 强调“内容为王”

任何一部市场图书，要想取得不错的销售成绩，书稿内容是非常关键的。教育理论类图书也不例外。书稿内容要精准对接市场。这就需要策划的教育理论类图书能够满足读者的需求。因此，最有效的方法就是围绕读者需要来策划书稿。从“滕阁读书”相关图书的动销情况来看，具有实用性、现实指导意义的图书更受读者欢迎。比如，帮助教师促进教学能力提升的图书，像“滕阁读书”的说课指导系列图书和跟着名师教习作、教阅读等系列图书。再如，班级管理类图书，这类图书能有效帮助教师掌握班级管理的技巧、提升班级管理能力。因此，也成为教育理论类图书中的畅销书。

(二) 重视图书装帧设计

不管是从市场营销角度还是美学角度，外观出众对消费者的吸引肯定是巨大的。一部质量上乘的图书除了体现在内容，还体现在装帧设计。对于教育理论类图书而言，如何使其带着教育的书香气呈现在读者面前，是一件需要深思熟虑的事情。“滕阁读书”凭借着在教育理论类图书市场的多年经验，已基本上找到了一个凸显自身牌气质的设计方向，即明亮、雅致、端庄。这些图书气质是与教育息息相关的，因为这些图书作者从教师读者队伍中来，又带着作品回到了教师读者队伍当中，教育理论类图书应体现出鲜明的“师者”气质。这为它在图书市场争得一席之地、并获得高识别度奠定了基础。

小结

策划出版教育理论类图书，实则是选择了一条人迹罕见的路。从一大批作者的寻找到一系列教育理论类图书的出版，江西教育出版社已在这条道路上行进了近十年。然而，如何使教育理论类图书更高品质地呈现在读者面前，同时取得良好的市场表现？这是我们亟待回答的一个问题。另外，如何促进教育理论类图书社会效益与经济效益的双向转化，这也是我们下一步工作的重点。

参考文献

[1] 梁金蓝. 教师教育类图书编辑提升选题策划能力的探讨[J]. 出版参考. 2019(8).