

老树春深更著花

——以小学语文新课标丛书为例

杨洋

(新蕾出版社(天津)有限公司 天津 300000)

[摘要]小学语文新课标丛书是《小学生作文》编辑部推出的一套兼具实用价值和收藏价值的小学生教辅类图书。根据教育部推出的《语文课程标准》编写,先期推出五册,分别是《新课标小学生必备古诗75首》《新课标小学生必记成语100则》《新课标小学生必读美文160篇》(上、下)《新课标小学生考场作文百题范本》。该丛书请小语会专家组成员、全国小学语文著名特级教师侯秉琛主笔,辅以《小学生作文》编委共同编写。这些专家与教师长期从事小学语文的教学工作,有着丰富的教学经验,能根据新课标从教学实际出发,设计和编写图书。该丛书打破以往教辅图书的编写模式,进行全新的探索和尝试,打造精品阅读体系,充分体现多元阅读、智慧浇灌的价值取向,因而获得了业界和读者的认可和好评。

[关键词]课程标准;实用价值;收藏价值;多元阅读

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.08.1367

一、策划创意:领异标新二月花

(一) 抢占市场,发挥会刊先锋作用

作为小学语文专业教学委员会会刊,《小学生作文》紧密贴合教学大纲,关注课改动态,对课程标准的修订给予了高度重视。小学语文新课标与旧版本有何不同?会有哪些变化呢?必须掌握的考点是什么?《小学生作文》编辑部请权威专家对新课标进行全面分析、深刻解读,为读者答疑解惑,第一时间抢占市场,率先推出小学语文新课标丛书。

本套丛书先期推出5册。新课标要求小学阶段大量背诵古今优秀诗文,同时“着重培养学生硬笔书写能力,要能使用硬笔熟练地书写正楷字”。《新课标小学生必背古诗75首》通过注音、注释、赏析、链接等环节一一讲解,并附硬笔书法练习,深入浅出。新课标要求学生了解成语故事,增加语言积累。《新课标小学生必记成语100则》一方面将成语编成优美的歌谣,朗朗上口;另一方面以讲故事的形式对重点成语进行阐释,便于理解。新课标要求学生课外阅读总量不少于145万字,诵读美文160篇(段)。《新课标小学生必读美文160篇》(上、下)将经典和时尚熔为一炉,由段到篇,循序渐进,献上阅读的饕餮盛宴。同时,我们还根据新课标关于写作的目标要求,精心编写《新课标小学生考场作文百题范本》,涵盖了小学阶段的所有题型,有的放矢进行指导。

(二) 塑造灵魂,培养学生优秀品德

阅读是建树人生文化底蕴和建构人类精神大厦的根本途径。青少年阅读,对于人一生道德养成、人格构建、智慧积累、思维训练、观念创新及情感培育,具有十分重要的意义。这套丛书中的古诗、美文和成语故事蕴含着中华优秀传统文化的思想精华和道德精髓,在潜移默化中对学生进行诚信、孝义、友善等最基本的社会价值观以及真善美的教育,使学生能获得深刻的情感体验,树立积极的生活信念。

(三) 注重积累,提高读者语文素养

新课标要求让学生通过阅读“养成良好的语言习惯,传承传统文化”。根据这一精神,我们在编写过程中选择文质皆美的名篇佳作和朗朗上口的成语韵语,以便对学生进行语文知识的灌输和文化素养的培养。优质的阅读资料,精致、经典、短小,配以签到好处的赏析,让学生在文学的浸润中被感悟、被教化,在润物无声中体味到文字的魅力、汉语的妙处。

(四) 强化品牌,提供刊物增值服务

作为1981年创刊的中国首家小学生作文精品刊物,《小学生作文》一直以高品位、高质量著称,获得了业界和读者的广泛赞誉。但单一的刊物早已无法满足学生的阅读需求,更不

能使品牌效应发挥到最大化。期刊可以通过衍生新品,扩大现有品牌的影响力和知名度,向读者提供更为丰富的阅读体验,进一步培育新的读者群,为期刊品牌的纵深发展夯实基础。小学语文新课标丛书的推出,可以说是《小学生作文》的增值服务,是期刊产业链的延伸。

(五) 文质皆美,兼具实用珍藏价值

小学语文新课标丛书的策划初衷,并不是将其仅仅定位于一套教辅书,而是要通过精心设计和包装,使其成为一套高品质的精品文化书,具有恒久的保留和珍藏价值。从封面的设计、色彩,到内文的编排、插图,栏目的设置、形式,都要精心策划。五册书既要统一风格,又要各具特色。比如《小学生必记成语100则》拟用古代钟鼎作为底图,《小学生必背古诗75首》拟用李白形象作为框图,契合各册内容,相得益彰。精彩的内容,精美的装帧,才会使读者爱不释手,有含英咀华、美不胜收之感。

二、编写体例:淡妆浓抹总相宜

关于小学语文新课标的丛书在市场上林林总总、屡见不鲜,但大同小异,而且出版都是在课标修订之前。如何自出机杼、脱颖而出,这就要求本套丛书在体例上力求创新,在表现形式上也要别具一格,充分满足广大小学生的阅读需求。

(一) 契合儿童心理,便于诵读记忆

美国教育家杜威说过:“在整个教育中,儿童是起点,是中心也是目的。”所以我们在丛书编写上始终坚持用儿童所能理解的语言和图画,符合孩子的阅读口味,贴近儿童心理,给他们最纯粹的阅读体验。

《小学生必记成语100则》根据小学生年龄特点,将成语编成歌谣,朗朗上口,易识易记。每首歌谣后边,对成语逐一加以注释,扫除理解障碍。难能可贵的是,每组成语还附有一个成语小故事,用通俗易懂、生动有趣的语言讲述重点成语的典故,生僻字还加注拼音,叙述简洁流畅,深入浅出,力求将故事性和启发性结合起来,加深孩子对成语的理解。

《小学生必背古诗75首》正文采用大字注音的形式,更符合小朋友的阅读习惯。篇幅短小,文辞优美,并辅以注释和有趣的卡通画,使小读者轻松掌握作品内涵,拓展知识面,感受到多层次的艺术感染和美的熏陶。

(二) 融合趣味属性,体现课标精神

在注重知识性的同时,本套丛书的编写也充分融合了趣味性,让读者在阅读中得到快乐。

《新课标小学生必读美文160篇》(上、下)精选名家美文,新潮时尚,选文字数由少到多,由段到篇,符合小学生

识记规律和阅读能力。并在每篇文章后附以掌上词典、作家名片、思考赏析、超级链接，帮助小学生全面掌握美文内容。

《小学生必背古诗75首》紧扣新课标精神，配有通俗易懂的释文，帮助小读者理解和记忆。同时附有与诗作相关的古代轶事和掌故，激发学生学习兴趣，寓教于乐。

（三）专色唯美设计，增加艺术气息

本丛书不囿于一套教辅书，而要向文艺书靠拢，要显示出经典的品位和亲近儿童阅读的亲和力，因此设计和印刷上更要独具匠心。首先，封面要有新颖、独到的设计风格，又要恰到好处地表现图书的主题及内容特色，给读者强烈的视觉冲击力。因而本丛书封面整体风格统一，但主图各不相同，有的用唯美的风景画，有的用时尚的照片，有的用精致的工笔画，与图书的内容相辅相成。其次，版式设计要有新意。本套丛书的设计力求疏朗有致，形式多变，配以不同的框图、底图、线图，而且每本书各用不同颜色印刷。再次，儿童读物表现形式追求生动活泼，采用丰富有趣的字体，符合儿童的视觉享受。丛书中每个板块字体有别，既有传统的宋、楷、仿宋，又有明快的细圆、启功、卡通体，活泼灵动。最后，全书用轻胶纸印刷，精装胶订，封面用白卡纸，度一层哑膜，书名覆镭射UV膜，使全书彰显浓厚的艺术气息。

三、市场分析：一枝独秀冠全芳

我们在编写本套丛书之前，曾对市场上相关的图书进行了深入细致的调研，

通过比较分析，我社这套丛书具有以下优势：

（一）抢占先机

从上表可以看出，市场上关于新课标的丛书基本上处于饱和状态，似乎没有较大的市场空间，而课程标准的修订是我们的一个机会。自从听闻教育部的课改信息，我们立即着手准备，并组织专家研究编写，抢时间争速度。但质量上决不放松，而是推陈出新，抓住了新课标的内涵，第一时间抢先出版，让读者迅速了解课标的调整 and 变化。

（二）科学严谨

教辅图书要面向学生，对学生有直接或间接的引导作用，因此我们在编辑这套丛书时会时刻谨记肩上的责任，不能因为一时的疏忽大意，给学生传达错误的价值观念。每首古诗都会根据小学语文教材及《唐诗鉴赏辞典》《宋词鉴赏辞典》认真比照，每个成语的释义都会根据《中国成语大辞典》仔细核查，每篇美文都会请编者再三核对作家原文，做到万无一失，精益求精。我们会力求把晦涩的内容生活化、故事化、情节化，从而拉近作品与读者的距离。

（三）高效实用

当下，青少年（Youth）成长和父母（Parent）的教育已经日益捆绑成为“Y+P”经济，而优质的教辅图书无疑是青少年与父母的首要选择。且不说古诗、成语、美文潜移默化的熏陶和引导，专门针对小升初的《小学生考场作文百题范本》对学生和家长就是一针强心剂。书中涵盖了命题作文、半命题作文、续写作文、给材料作文、话题作文等小学阶段所有题型，通过题目预测、考点简说、思路导引三大环节精当引导，围绕着学校见闻、家庭生活、社会感悟附有百篇考场范文，相信能迅速提高学生作文水平。

（四）权威指导

本丛书编者队伍强大，他们是新课标精神的倡导者和执行者，能准确把握语文教学的脉搏。所选诗文和设计的题型，都是课堂教学的一种补充和延伸，具有一定的权威性和指导性。

（五）恒久珍藏

本丛书定位为文质皆美的精品书。精致的封面设计、考究的纸张、清新的版式都可以吸引更多读者的眼球；与内容相配的书页手感和恰当的纸张底色可以呈现图书的时尚感，让读者爱不释手。这套散发着浓浓艺术气息和高雅品位的精品书，摆脱了一般教辅书的枯燥和乏味，将使人不忍释卷。

四、宣推营销：一波才动万波随

人们常把一套书的宣推营销过程比喻成一条大江，这条江的上游就是出版者的前期宣传，要求是起点高、信息量大，需要那种“君不见黄河之水天上来，奔流到海不复回”的气势；接着是针对图书批销商的业内宣传和分销设计，这是大江的中游，需要宽阔的视野和切实的部署，所谓“山随平野尽，江入大荒流”，就是中游的气象；到了图书上市销售阶段，则是大江的下游，“春江潮水连海平，海上明月共潮生”，需要鼓动性、弥漫性、持续性的宣传和推动。总之，我们的宣传营销应该是以动制动，流淌不息，应该是有的放矢，对症下药，如此图书在市场上才能青春常在。

（一）广告宣推

利用《小学生作文》的品牌优势，在刊物上刊登宣传广告进行预热，并提出抢“鲜”阅读的口号，激发读者的好奇心和阅读兴趣。而且和其他刊物交换广告，同时印制几种开型的宣传单，随刊物一起下发到学校。

（二）活动宣推

利用《小学生作文》是小语会唯一学生类会刊的优势，联合各地的小语会，举办读后感大赛，将该丛书列入活动书目，向全国各省市小学推荐，使更多的师生了解和认识其特点和优势，以带动购买。

（三）网媒宣推

利用我社和当当网、京东商城等网络媒体的良好合作关系，进行“打折购买新书”的优惠促销。利用我社的天猫旗舰店在六一、双十一、双十二等网媒传统促销时段进行大规模营销活动。

（四）纸媒宣推

利用我社和《每日新报》《今晚报》等线下媒体的良好合作关系，刊登软文广告进行宣传。

（五）微信宣推

利用《小学生作文》的微博、微信、博客尝试“微宣传”，达到滚雪球的宣传效应。而且邀请与我社合作密切的著名儿童作家，利用自身的影响力，在其朋友圈进行宣传推广，以点带面。

（六）讲座宣推

该套丛书的作者大多是德高望重的名师，平日常常受邀进行讲座。我们充分利用他们的人脉资源，在讲座活动中对丛书进行宣传。

五、口碑反映：羌芳华自中出

星光不问赶路人，时代终将奖励行动派和创新者。本丛书自面世以来，受到了读者和业界的广泛好评，几年间再版十余次，累计发行近百万册，成为我社的一套畅销书和长销书，也为读者提供了有颜值、有价值、有分值的精品读物。

参考文献

- [1]刘媛,傅伟男.老树春深更著花——访徐惟诚[J].人民教育,2004,(7):40-42.
- [2]理评.老树春深更著花——记季羨林先生[J].中国审计,2008,(7):77-79.