

《水边的修辞》:

呈现富春山水的人文之美

□陈园 罗艺

今年秋季,第19届亚运会将在杭州举办,一部让全国读者和世界友人认识人文杭州、韵味富春的高篇散文佳作《水边的修辞》近日由浙江文艺出版社出版。

富春江素以水色佳美著称,一幅家喻户晓的古画《富春山居图》给这里蒙上了一层浪漫面纱;桐庐位于富春江边,风景秀丽,曾被《国家地理》杂志评为最佳旅游目的地。这一条江、一座城历史文化底蕴深厚,是中国文学史上非常重要的地标。鲁迅文学奖得主、杭州桐庐籍散文名家陆春祥数年前就已在构思、酝酿这部诠释富春江与桐庐丰富人文精神的书籍。2022年5月,在浙江文艺出版社副总编辑邱建诚诚挚邀请下,陆春祥将这部满载故乡情怀、汇聚数百年心血打磨而成的《水边的修辞》的书籍交到我们手上,我们深感责任重大。我们手捧书籍,反复思考,如何呈现作者的构思之妙、写作之新,让更多读者认识这一方绝美之境。

以“新笔记”的行文方式书写

在进入精细的编辑环节之前,我们通读了整部书籍,从整体上对书的内容进行把握,了解书的亮点、特点和作者的行文风格,明白编校的重点、难点所在,这样在编辑时才能够前后照应,避免因自身的知识盲区而对内容进行误改、错改,同时也便于梳理全书体例,思考排版和书的各个部件的设计风格。

初次通读书稿时,我们便感到眼前一亮:这是一部全方位、新角度,以“新笔记”的行文方式书写富春江与桐庐的高篇文化散文,内容贯穿古今,既有别具一格的架构,又有对历史人文的深入挖掘,更有贴近当时代脉搏跳动的故事书写,而且其中很好地融入了作者自己独特的、深刻的思考和生命体验,仿佛是“我”与故乡跨时空的深度对话。整本书的核心立意是诠释富春江几千年来孕育且不断丰富的人文精神,以及这种精神对“水边人”的塑造和滋养。

我们的阅读感受是,作者的笔触饱蘸着对故乡的深情,书稿有四个核心的特点:文化气息浓厚;“水”是关键词,写的是水边人、水边事;既写古也写今,折射出崭新的时代光辉;作者以独特的“新笔记”的行文方式,不让辞思和生发于当下的感受溜走,文字精粹灵动,而且十分真诚。这些阅读体会和认识,让我们接下来的编辑和装帧设计有了方向和思路。

编辑力求突出各卷特色

在编辑全书体例的时候,我们保留了原稿中的结构,并且为了便于读者理解,简化了原来的目录,对章节内的标题进行了独特设计。全书分为三卷,分别从不同的视角、不同的历史阶段来展现富春江延续数千年的人文精神脉络:甲卷写的是探访富春山水的精神源流;乙卷写的是“我”在故乡怀抱中成长、生活的经历;丙卷写的是四个时代人物的奋斗故事。我们的加工力求更突出各卷特色,比如甲卷《公望富春》一文中,“壹·公望前传”和后面一节内容构成一种勾连古今的独特写法,历史故事场景与现代“我”的亲身探访体验、经历先后清晰呈现,这就将古代与现代、古人与今人做了巧妙连接。为了呈现作者这一巧思,我们与作者商议,以“壹·续”作为“壹·公望前传”后面这一节的标题,使读者能够更清晰地跟随作者进入故事现场,体验感更强。

编辑过程中最大的困难是核查历史文献信息。因书中涉及很多历史文化知识,引用了很多古代的诗词文章和地方历史文献,我们在编校时丝毫不敢懈怠,花了大量的工夫查找文献逐一核对。

书中还涉及许多地名,不熟悉相关背景的读者读起来会有一定困难,因此我们就想为本书增加一个手绘地图部件。没想到,作者也早有此意,并且已将其升级成了“文学地图”,约请中国美术学院毕业生绘制。这就是成书后文前的折页,富有历史感和乡情温度。此外,作者还专门手写了“吾家钓台畔”岁月长歌札记20幅,叙述桐庐历史上的人文趣事。我们将其附于书尾,“前一后”呼应,彰显本书的文艺气质。

本书写的是“水边人、水边事”,“水”是本书的核心关键词和文学意象。设计师前后一共出了七稿封面,一步一步接近我们想要的效果。最后一稿出来时,我们与作者都觉得它很贴合这本书的内容,很好地展现了书的主题:封面铺满的深蓝色代表着宽广博大的富春江,上面荡漾的波光既灵动又静谧,书名的字或微隐于山后,或立于水中,金色的山线条简洁,弧度优美,自由的飞鸟点缀其间。整个封面呈现了沉稳大气之美,彰显了人文历史的厚度,且兼具时尚感。

回顾本书的编辑出版过程,我们深感幸运,遇上了一位导师般的作者,他给予了我们很多支持、鼓励,启发了我们做书的思路,同时很尊重我们的意见。本书出版之后,获得了很多读者和专业的好评,不少读者感慨说,原来桐庐不仅风景秀丽,还有那么迷人的历史文脉;作者笔下的那片山水,太令人向往了。希望有更多读者能拿起这本书,感受富春山水的历史文化之美,感受人文江南之美。

(作者单位:浙江文艺出版社)

《一起向未来——我们的2022》:

“融阅读”视域下盲文图书的出版新样态

□马文莉

作为中宣部2022年主题出版重点出版物,我国第一本集盲文、音频、视频为一体的融合出版物《一起向未来——我们的2022》由中国盲文出版社出版发行。

这本书以2022年北京冬残奥会为主线,全程再现盲人在北京冬残奥会上追梦逐光的勇气和激情,生动讲述新时代盲人平等共享文明成果、平等参与社会建设的故事。同时,本书首次采用立体多维的呈现形式,探索盲文融合出版路径,利用数字技术制作音频、视频,并随书赋值二维码,不仅让盲人读者有了更多样的阅读选择,还有了更丰富的阅读体验。

初心:逢盛事讲好中国盲人故事

《一起向未来——我们的2022》这本书是由《盲人月刊·北京冬残奥会专刊》衍生而来的。2022年年初,《盲人月刊》编辑部着手策划冬残奥会报道选题。作为一本创刊近70年的期刊,《盲人月刊》记录和见证着盲人事业的发展历程,也是全国盲人的知心朋友。在强烈的使命感、责任感驱使下,编辑人员想方设法联系主流媒体、行业媒体参与冬残奥会报道的记者。

在开幕式前,编辑部有两条确切的报道线索,一是“希望之火”采集,二是

“光明之火”采集。

喜的是,“希望之火”采集地就在中国盲文图书馆和中国盲文出版社的大院里,两名刻录盲文“一起向未来”的火种采集手正是我们的同事。虽然采集仪式前,相关人员、内容、流程等均需保密,但盲人同事参与活动需要陪同,“一起向未来”的盲文需要校对、两位同事的背景资料需要准备。因为工作需要,《盲人月刊》的编辑有幸成为“希望之火”采集仪式的工作人员,可以先期采访两位火种采集手,撰写人物背景资料。

忧的是,“光明之火”的采集地在北京市盲人学校,由于冬残奥会采访属于特许采访,加之疫情封闭管理,《盲人月刊》的记者无法到现场采访,也无法联系上学校合唱团的老师和学生,而且合唱团的师生要在冬残奥会结束并完成防疫隔离才能返校。

“希望”与“光明”总能给人带来力量和美好。专刊选题的转机是3月4日的开幕式,我们不仅看到了盲人运动员李端点燃主火炬,也看到了北京市盲人学校合唱团、重庆特殊教育中心管乐团、北京联合大学特教学院的盲生,中国残疾人艺术团的表现更是令人惊艳。当天晚上,编辑部连夜加班,细化专刊栏目、梳理约稿方向、深化专刊主题,与目标作者深度沟通。在闭幕式结束的第三天,编辑部完成了专刊稿件的三审三校。

创新:出精品转场升维融合出版

“我看不清世界,但我想让世界看到我。”2022年北京冬残奥会对盲人群体有着重要和特殊的意义。这次举世瞩目的盛会,既有盲人采集火种、传递圣火、点燃主火炬,也有近百名盲人演员参与开幕式、闭幕式演出,还有盲人运动员参与竞技比赛,每一个精彩瞬间都值得被铭记、传颂。显然,一本《盲人月刊·北京冬残奥会专刊》无法承载亦难以涵盖这一盛世华章。

为多角度呈现盲人的“能”,让更多的盲人“看”到2022年北京冬残奥会的精彩,中国盲文出版社第一时间组织多部门的骨干人员组成策划、编辑团队,针对盲人读者“融阅读”的精神文化需求,在《盲人月刊·北京冬残奥会专刊》的基础上特别策划出版《一起向未来——我们的2022》融合出版物,充分展现在以习近平同志为核心的党中央对残疾人及残疾人事业格外关心、格外关注下,盲人朋友自强不息、拼搏向上的精神状态,从一个侧面反映我国残疾人事业的伟大成就。

融合出版为盲人、低视力人士以及其他阅读障碍者无障碍阅读提供了有利契机,多介质融合出版物可有效调动触觉、听觉、视觉,全方位满足盲人的多元阅读需求。

呼吁更多出版单位为视障群体提供阅读产品

□张雪娇

据新华社6月26日报道,无障碍环境建设法草案三审稿提请十四届全国人大常委会审议。草案三审稿拟增加规定,国家鼓励教材编写、出版单位根据不同教育阶段实际,编写、出版盲文版、低视力版教学用书,满足盲人和其他有视力障碍学生的学习需求。

对盲人和其他有视力障碍的学生来说,这是一大利好。此举拟从国家立法层面保障他们的学习和阅读需求,彰显着文明的程度与社会的温度。

就在去年5月5日,旨在从国际立法层面消除阅读障碍者获取作品版权障碍的《马拉喀什条约》对中国生效。《马拉喀什条约》要求缔约方在版权规则中规定一套标准的限制与例外,允许复制、发行和提供已制成对视障者无障碍格式的已出版作品,允许为这些受益

人服务的组织跨境交流这些作品。该条约的生效,对面向阅读障碍者的图书策划、出版发挥积极作用。

应该看到,无论从国内立法层面还是国际立法层面,各方都在积极保障盲人和视障人群的阅读权利和需求。但是,他们阅读权利的实现、阅读需求的满足,还有待更多出版单位的参与。

我们欣喜地看到,当前在盲文出版方面,有些出版单位已经走在了前列。比如,中国盲文出版社将单一纸质盲文图书拓展为集盲文读物(实体+电子)、有声读物、大字读物、盲人数字出版与信息无障碍服务等多元化产品形态并存的盲人读物融合出版体系等。

再如,盲人有声读物方面,广东大音音像出版社策划的《盲人中、小学生无障碍阅读工程》,通过将声音、文字、盲文有

机结合,运用国际先进的DAISY(数字无障碍信息系统)软件技术,实现相关教材与课外读物听读与摸读同步。

然而,据世界卫生组织数据显示,全球视力障碍者达2.53亿人,在中国视力残疾人达1732万。其他阅读障碍者涉及的人数更加庞大。他们需要大量的盲文出版物。但是对于国内来说,只有少数出版单位可以出版盲文出版物,与大量的需求相比,还远远不够。

究其原因,除制作成本高昂,版权许可也是其中一项较大支出。目前全世界每年出版的数百万种图书中,只有不到1%以无障碍格式版提供给阅读障碍者使用,而阅读障碍者本身就是弱势群体,承担这些成本非常困难。

因此,笔者呼吁,希望有更多出版单位加入到这个行列中来,主动无偿向

盲文出版单位提供新版书稿,或同时出版盲文版新书,或将版权无偿提供给盲文出版单位。

从出版形式上,随着网络技术的发展,数字阅读发展越来越快,给视障人士提供了越来越多的便利。中国盲人协会副主席、中国盲文图书馆信息无障碍中心主任何川曾在接受记者采访时说,目前视障者除了可以听有声书外,还能听Word、TXT、PDF等电子文本。听的方式也有好几种,比如在电脑上装读屏软件,听着读屏声音就可以操作电脑。

因此,希望出版单位能够创新出版形式,为盲人读者提供更多音频和视频形式的数字出版物,在条件允许下,还可以与电子产品公司等加强合作,生产适合盲人使用的点字显示器、图书阅读机等产品,促进盲人共享数字阅读福祉。

年销售超千万码洋的菲伯尔项目这样运营

□陈明陆

年销售超千万码洋,同时累计带来教师培训、学生赛事等营收600万元,人民音乐出版社菲伯尔项目用了10年时间披荆斩棘、探索创新,走出了一条“课程·品牌·融合”相互结合的发展之路。

回首10年前,菲伯尔项目在起步推广阶段面临重重压力:对标的竞品在国内已使用几十年,市场地位稳定;音乐教材类图书的使用和推广高度依赖教师推荐,换教材意味着教师要重新学习;此前引进的同类教材鲜见成功。

10年后的今天,菲伯尔项目在图书出版、师资培训、赛事合作、音乐数字版权等方面取得可喜成绩,实现经济效益和社会效益双丰收。

以课程为载体 赋能图书推广

打造出版品牌的关键在于精品好书。2012年年底的国内钢琴图书市场,钢琴启蒙教学滞后,缺乏新教材,面对这一现状,人音社经过广泛的市场调研后,决定从美国引进出版兰德尔·菲伯尔夫妇编写的钢琴启蒙教材。

该教材虽然理念先进、趣味性强,但酒香也怕巷子深,书好还要宣传好。为了推广这套教材,人音社另辟蹊径,将课程作为突破口,打出一套营销推广的“组合拳”。

在推广方式上,人音社组建高规格讲师团,邀请作者与数十位国内高级讲师在全国开展分层培训。在具体操作上,人音社联系地方协会、大型琴行、培训机构作为合作单位,收取的培训费与书里分成,在调动他们积极性的同时,给书里带来收入。为了让培训达到最佳效果,人音社坚持每次培训有书里工作人员到场,进行答疑互动,鼓励大家成为种子教师,回到当地承办培训。目前,累计参加过两天以上培训的一线教师达到万人,覆盖全国近百个城市,这样的规模在音乐出版、音乐教育领域非常罕见。



人民音乐出版社基于具有市场优势的钢琴教材,推出“人音教育钢琴教室”项目。 人民音乐出版社 供图

在培训体系上,人音社高度重视教师的专业素养和能力建设,搭建了初、中、高三级教师认证体系。不同的等级有不同的权益,例如成为高级教师就可以受邀在全国巡讲。目前在全国七八十个城市有高级教师60余人、中级100余人、初级300余人。

在课程合作上,人音社携手高校联合开设课程。2018年起,人音社在中国音乐学院、四川音乐学院、云南艺术学院等10余个院校合作开设菲伯尔教学法课程。书里对授课教师免费培训、统一认证。学生在修学分的同时,获得人音社的课程证书,有助于就业或兼职。

持续课程与品牌运营 带来快速增长

为了让读者更好地了解教材的特色优

势,人音社制作了大量面向一线培训机构的宣传文案、宣传视频、营销话术,让他们拿着就能招生,而高品质的教材又铸就了菲伯尔的好口碑。

当然,新消费时代的出版社与读者不再是单一的买卖关系,而是一种更感性、更强调沟通互动的新型消费关系。为此,人音社举办了丰富多彩的品牌活动。

人音社连续多年在上海国际乐器展邀请作者本人或专家举办讲座及签售,场场爆满。

2015年,人音社与珠江钢琴合作,举办“人音·珠江菲伯尔骨干教师培训”,利用珠江钢琴经销商体系,在全国10个城市巡回培训。2018年,人音社在苏州举办菲伯尔亚洲教师大会,包含开幕式、高级讲师课程分享、音乐会、新书发布、教师考核、闭幕颁奖等环节。2021年,人音社启动菲伯尔大赛,赛事定位“以赛

促学、以赛研学、以赛导学”,吸引了2000余人参赛。2022年赛事再创佳绩,参赛人数高达3200人,营收超100万元。值得一提的是,菲伯尔大赛还实现了品牌溢出效应。斑马APP、保利集团等纷纷联系人音社,希望在教育培训、赛事活动等方面展开合作。当年启动的“人音·斑马”赛事活动,有6000余人参赛。

正是持续多年的课程与品牌运营带来了菲伯尔销量的快速增长,2013年码洋销售不足100万元,2014年码洋销售300万元,2015年码洋销售700万元,2019年码洋销售破千万并保持良好增长势头。

以融合为牵引 引领未来发展

在总结菲伯尔等项目探索经验的基础上,经过大量的市场调研,根据市场的需求,人音社推出重点融合发展项目——“人音教育钢琴教室”项目。

该项目基于人音社具有市场优势的钢琴教材,研发智能软硬件系统,形成优质的数字化课程,整合成适合培训机构的一站式客户服务体系和经营模式。在营销推广方面,人音社向培训机构提供所需的品牌VI、教师培训、赛事展演、教材周边等支持,达到在校学人音音乐教材、课后进入人音教育钢琴教室、回家用人音学琴APP的全场景音乐教育服务。

项目利用有利时机,借助社会资源,采取合作开发模式,用极低的人员、极少的投入、极短的时间(半年)完成项目开发,并于2023年5月19日正式对外发布,启动运营。项目的运营获得了业界广泛关注。接下来,人音社将通过“人音教育钢琴教室”项目的经验积累,向“弦乐教室”“民乐教室”“声乐教室”横向扩充,以重大项目带动全链条营销。未来,菲伯尔项目将借助“人音教育钢琴教室”这一重大项目,更多地在融合发展上发力。

(作者单位:人民音乐出版社)