

在故事与科学之间,唤醒孩子地球意识

关键词 科普绘本 地球认知 故事叙述

○康世昌

在当前全球气候变化与环境问题日益突出的背景下,地球科学的普及显得尤为重要。对于儿童读者来说,如何用他们能理解、愿意接受的方式来传达复杂的科学知识,是每一本科普绘本必须面临的挑战。由安徽少年儿童出版社推出的原创地学科普绘本《漫游地球圈》,以5本独立却又构成整体的图书,为这一课题提供了一个生动而富有创意的答案。

五大圈层,系统构建地球认知框架

《漫游地球圈》包括《小石头的心游记》《小雨的海洋探险》《小灰的太空漫步》《小雪花的冰冻之旅》《可可豆的北极之行》5册,分别对应地球的岩石圈、水圈、大气圈、冰冻圈与生物圈。这种以“圈层”为单元构建科普内容的方式,恰恰呼应了现代地球系统科学的整体性视角,为儿童初步建立地球系统运行机制的认知提供了清晰的路径。

故事叙述与科学知识的巧妙结合

该套绘本的一大亮点在于,它并不是将科学知识生硬地堆砌在故事之中,而是通过角色的行为、冒险和成长过程自然地展现知识点。每一本书都有一个拟人化的小主角:小石头、小雨、小灰、小雪花和可可豆。他们既是孩子们的朋友,也是知识的引导者和体验者。

值得一提的是,书中并未陷入知识的“填鸭式灌输”,而是以问题引导、情境创设、角色互动等形式,让知识点在故事中“水到渠成”地浮现,形成了一种“润物细无声”的教学效果。

绘语语言与视觉美感的高质量呈现

《漫游地球圈》的绘图由股秀亮等知名插画师完成,画风温暖细腻,色彩明快,既保留了儿童读物应有的趣味性,又不失科学场景的写实感。在表现地质断层、冰川演化或海底地貌等相对复杂的地学内容时,插图给予



了极大帮助,极大提升了信息的可视化程度。

同时,每页图文排版合理,文字精炼,信息密度适中,非常适合低龄段儿童的认知特点。书中偶尔穿插小地图、科普问答和思维导图等,增强了互动性与可操作性,便于家长和老师引导孩子进行深度阅读。

从“科学启蒙”到“生态意识”的桥梁

虽然这套书的直接目标是普及地球科学基础知识,但它所引导的更深层意义,是唤醒

孩子们对地球生态系统的认知与尊重。在《可可豆的北极之行》中,主角可可豆在与北极熊、海豹的互动中逐渐理解了冰冻圈生态系统的脆弱性;而《小雨的海洋探险》中则通过垃圾污染的描述,引发对海洋保护的反思。

这种将环境伦理融入科学教育的方式,对于塑造儿童的生态意识和可持续发展观具有重要价值。它让孩子明白,科学不仅是知识,更是一种责任——一种守护地球的责任。

精准适配,创意应用

这套书主要面向3~6岁儿童,同时也非常适合7~9岁儿童作为“科普桥梁书”阅读。无论是亲子共读,还是作为幼儿园和小学低年级地理、自然、综合实践活动的辅助教材,都能发挥出独特的价值。家长和老师还可以通过朗读、配音、改编绘本剧等形式,进一步挖掘这套书的教育潜力,提升其使用价值。

《漫游地球圈》是一套兼具科学性、艺术性与教育性的儿童科普绘本。它不仅帮助孩子们建立起关于地球的初步认知框架,更在潜移默化中传递了对自然的敬畏与守护之心。它是一本书,也是一把钥匙,打开了通向地球奥秘的大门。对渴望用知识点燃孩子科学兴趣的家庭和教育者而言,《漫游地球圈》无疑是一个值得推荐的选择。

(作者系中国科学院成都山地灾害与环境研究所所长)

对乡村自然与儿童成长的观察和理解

关键词 乡村生活 儿童成长 人与自然

○李红叶

《牛铃叮当》从城里男孩“我”的视角,描写生气淋漓的乡村生活。作品塑造了立体生动的儿童群像,描写了淳朴深厚的儿童情谊,以及人与自然和谐共生的美好景象,反映了作家对乡村自然与儿童成长的独特观察和理解。

故事发生于1980年代联产承包责任制刚开始阶段,制度变革于故事发展而言,提供了一种由新政策而涨起来的弥漫于普通人日常生活之中的喜悦氛围,这一背景为欢乐童年提供了保障,儿童主角们便在这一氛围中登场。

儿童天然地亲近乡村,亲近大自然。作品的艺术感染力突出表现在作家对乡村生活的无穷兴味的描写之中。看天宝哥与男孩芋头爬竹子斗本领,和双喜、欢生在林子里疯玩,在草地上打滚;和“花鼻子”牛交朋友,和伙伴们赛牛、跳水,唱儿歌;和天宝哥一起捉鱼、拾“白面”(花面狸)、放牛、采菌子……作家凸显了“城”“乡”儿童生活经验的差异,对于长期生活在城市里的“我”来说,乡村首先是一种抽象的“纸面知识”,而置身于真实的乡村大自然之中时,每时每刻都感受到眼前的生活是如此具体、丰富、活跃与神奇。且看作家怎样写俩孩子黑夜拾“白面”：“我带着一天疯玩的劳累,沉沉地进入梦乡。突然,我被天宝哥推醒。天宝哥神秘兮兮地冲我眨着眼睛：‘你听……’我侧耳聆听,万籁俱寂的夜空中,传来一声声既沉闷又显凄清的‘喔——喔——’声。”原来那花面狸常在黑夜爬爬到树上偷吃拐枣,吃呀吃呀,吃得太饱就爬不下来了,只好莽撞地从树上往下跳,结果摔晕在地,被人类“拾”走。“我”是城里男孩,面对眼前景象,除了惊奇,啥也不懂,天宝哥一方面全过程紧紧关注着这群傻乎乎的小家伙的动静,一方面压低声音回应“我”的种种问话。两个小孩,两种话语,加上事情本身的戏剧性,作家将之写得跌宕起伏,趣味盎然,堪称经典。

对今天的读者而言,因远离乡村,远离大自然,阅读的过程,与男孩“我”心心相印,代入感极强。作家卓列兵谙熟乡村生活,谙熟童年心态,其笔下文字亲切自然,细节丰沛,

读之,童心在眼,余味悠长。

小说始终围绕“我”与村里伙伴的互动推进。“我”在乡村所体验的一切生活都是以与同伴一起经历过的,他们彼此打量,以自己的方式示好。他们不需要大人干预,自个儿相互认识,无拘无束地一起玩耍。尤其是与表哥天宝,哥俩“秤不离砣”,形影不离,一起经历诸多惊心动魄之“大事”,如“我”跳水时差点溺水,一起放牛时,牛吃了牛鼓草差点胀死等等。当“我”终于不得不告别乡下回城时,两个男孩早已建立了无比深厚的情谊。儿童与儿童之间的互动对于儿童精神成长的意义绝不亚于儿童与成人之间的互动。乡村场域为儿童与儿童之间的互动提供无限广阔的空间。

同时,作家笔下的乡村并未被描述为一种波澜不惊的风景画,恰恰相反,作家写出了自然乡村的粗粝质感和童年生命的活跃本质,使得作品超越了普通的回忆性儿童小说,而成为一部富含教育学启示、生态伦理观念和突出的童年精神气质的佳作。作品所展现的乡村童年生活之“趣”,亦同时包含乡村生活之“险”、之“智”、之“仁”等丰富的生态思想和朴素的传统观念与智慧。舅舅舅妈处处小心呵护着“我”,怕“我”受伤、受惊、受凉,然而在“我”看来,天宝哥的样儿才是最使“我”向往和臣服的。天宝哥带着“我”所亲历的一切生活是如此新鲜并令人沉思,爬竹子、上山、下水……这是乡村孩子每天的生活日常,同时包含了来自生态自然的不确定性,有时,甚至有生命危险,然而,“生态”一词的全部魅力也正在这儿。

《牛铃叮当》将孩童与乡村生活的天然情感写得如此朴素而又如此立体,赋予了乡村童年超凡脱俗的诗意光辉。一个少年,戴着一顶草帽,敞着胸,高挽着裤腿,牵着一头牛,随着“叮叮当当”的铃声,慢慢走来的——卓列兵笔下的这幅素描,正是永恒乡村童年的象征。有机形态的乡村是长养童年蓬勃的生命力的天然场域,在愈发远离乡村生活的数字化时代,《牛铃叮当》以独特的方式还原了农耕时代的童年真实图景,并唤醒我们重建与乡村、与大自然的链接。

(作者系湖南师范大学文学院教授)

业者论坛

建筑学教材转型初探

■柏铭泽

中国建筑学的学科建设历史可追溯到梁思成先生在东北大学创立的北方首个建筑系,至今已有97年之久。教材建设,则始于1944年梁思成先生所著的《中国建筑史》,该书问世已逾81载。基于编辑本人近年的工作经验,本文从学校、学生、教师三个维度对高等学校建筑学教材的转型趋势进行梳理分析,并从出版社角度提出初步建议。

学校选用教材的转变

统一征订转变为层层筛选。如今,教材选用的决策权已转移至教务处及学院管理层,他们预先制定选用书目清单,并综合考虑教材定价、意识形态、出版年限、配套资源、出版机构及适用范围等因素,为任课教师提供选教材的范围。若选用范围外的教材,则需学院党委审核批准。选定后,教材或由教务处统一采购,或由学生自行购买。教材如何被列入选用书目,已成为教材营销关键。

校本为王转变为规划优先。住房和城乡建设部在规划教材建设方面积累了丰富的经验,从“十一五”规划期间的221种教材增至“十四五”规划期间的512种教材。如何将教材列为规划教材,已成为教材建设的目标之一。

学科经典转变为教学适用。如今,高等学校建筑学教师面临的主要挑战已不再是教材的有无,而是如何挑选出更适合当前教学需求的教材。建筑学教材建设中,教材需服务于教学,需要适应课时、生源、就业和技术等多方变化所产生的需求。如何使教材适用于教学,已成为当下教材建设的核心。

学生学习教材的转变

一张白纸转变为AI赋能。面对信息爆炸和技术迭代,学生已拥有强大的检索能力,因此,单纯的知识堆砌和数据陈列已难以满足需求,厚重的教材反而可能成为学生的学习障碍。教材编写需探讨如何引导学生学习,掌握学习方法,建立自我价值判断。

唯一载体转变为多源路径。纸质教材作为知识载体的唯一性受到挑战。如何有效地将教材与新媒体技术相融合,成为当前教材建设亟待解决的重要课题。

就业导向转变为素质培养。相较于专注于专业知识解答、国内外优秀案例展示及建筑史脉络梳理,当前建筑学教材更需聚焦于解答学生的三大疑惑:学习建筑学的意义何在?它能带来哪些职业机遇?如何高效学习建筑学?面向未来的不确定性,教材建设更应抓住学科内核的确定性,不仅要帮助学生在技能与知识方面提升,还要注重学生心智、思维的培养。

教师编写教材的转变

基础教学转变为交叉拓展。2021年发布的住房和城乡建设部“十四五”规划教材,不仅对之前的教材进行集体修订,还基于“新工科”“历史文化保护传承”“城市更新”等新趋势、新背景,以及交叉学科发展,规划了“高等学校智慧建筑与建造专业系列教材”“高等学校历史建筑保护工程与文化遗产专业系列推荐教材”。如何与经典教材衔接,确认自身定位,是教材建设的难点之一。

实践积累转变为尝试探索。随着国家战略的提出,出现

心理图书出版板块发展探究

——基于政策支持、市场竞争与出版策略分析

■张凌云

心理图书作为传播心理学知识、促进心理健康的重要载体,近年受到了越来越多的关注。作为从业20余年的出版编辑,笔者亲历了从引进西方经典到本土原创崛起,从单一教材出版到全龄化、场景化产品矩阵构建的产业变迁。本文结合政策沿革、市场竞争数据与典型案例,探讨心理学图书出版的发展路径、竞争态势与创新策略,为行业高质量发展提供参考。

国家战略层面对心理健康的持续强化

我国心理图书出版的发展与国家心理健康政策紧密关联。2000年初“心理热”现象初现,国民心理健康问题逐步受到关注。截至2021年,《中国国民心理健康发展报告》揭示青年为抑郁的高风险群体,18~24岁青年群体抑郁风险率高达24.1%。这一数据推动心理健康上升为国家战略。2023年,教育部、国家卫生健康委等17部门联合印发《全面加强和改进新时代学生心理健康工作专项行动计划(2023~2035年)》,将学生心理健康纳入省级政府教育评价体系,这标志着加强学生心理健康工作上升为国家战略,为心理类图书提供了政策背书。2025年教育部、中宣部进一步升级政策,在《关于深入实施全国青少年学生读书行动的通知》中提出五大工程,包括“书香校园建设”和“阅读资源优化”,明确要求图书馆配备心理自助读物,并将阅读作为“减轻学业压力、促进心理调适”的重要手段。

我国心理学图书出版的发展可划分为三个关键阶段——引进主导期(2000~2010年):以“万千心理”“湛庐文化”为代表,聚焦国外教材译介,不仅覆盖心理学的基础课程,也涉及应用心理学甚至心理咨询等范畴。

大众化转型期(2010~2019年):出版机构转向大众市场,但经典著作重复出版严重,《梦的解析》译本超20种,内容同质化凸显。

爆发增长期(2019年至今):北京开卷数据显示,心理自助类图书2024年上半年占比为3.61%。青少年心理自助类图书成为最大黑马。这一阶段因政策推动、社会需求激增及渠道创新,被确认为心理图书出版的黄金发展期。

心理图书出版的市场竞争格局

同质化竞争困境。随着市场扩容,心理图书板块的竞争日趋激烈,同质化成为行业痛点,选题扎堆现象严重。一个爆款通常刺激一批同名或者相似跟风品的出炉。

专业性与大众化的失衡。部分出版机构为追求短期流量,将专业理论简化为“心灵鸡汤”。职业作者拼凑网络文章出版的速成读物,缺乏专业指导价值,甚至存在误导风险。

渠道变革与营销挑战。渠道分化重构了心理图书的销售逻辑,新书贡献率持续走低;短视频渠道的双刃剑效应,抖音等兴趣电商催生了爆款,但高佣金、渠道封闭期要求使出版社利润微薄。

原创与引进的结构性矛盾。尽管原创作品竞争力提升,但核心领域仍依赖引进;本土化创新不足,中国传统文化中的心理学思想挖掘不深,未形成体系化产出。

细分市场开发与内容创新策略

青少年心理图书从危机干预到成长赋能。针对青少年心理健康问题检出率上升,出版策略需侧重:问题预防与能力培养并重——开发4~12岁儿童心理预防读物,中学生读物可结合学习力提升、抗挫力训练展开。高中阶段则侧重自我认同与生涯规划。

银发群体被忽视的蓝海市场。第七次人口普查显示我国60岁以上人口达2.64亿,占总人口的18.7%。但老年心理图书占比不足1%。开发方向包括:适老化内容设计——采用大字版、案例式解读老年人常见心理问题。社区养老服务配套——与社区养老中心合作开发“心理自助工具包”,破解低教育水平老年群体阅读障碍。

大众心理自助类要进行垂直场景与形式创新。聚焦新兴职业焦虑;关注女性在成长、工作、家庭等方面的心理问题。

新时代心理图书编辑的核心能力

一是专业素养的复合化升级。编辑需兼具心理学专业性与出版融合能力。提高学术鉴别力,甄别伪心理学理论,一方面有能力建立心理专家审稿网络;另一方面要有不断自我学术更新的能力。笔者从师范大学生物系毕业后,没有间断过拓展学习,报考了北京大学新闻与传播系研究生同等学力,在新闻传播、大众传播方面丰富了职业需要;又师从褚士莹系统学习应用哲学,以及学习儿童写作的文学培训等等。这让笔者增强了专业能力和创新思维,保持者适应新兴行业与跨界需求的状态。

二是全链路产品策划能力。突破传统编校角色,向产品经理转型。进行资源整合,构建“作者—专家—平台—用户”四维网络。

三是融合出版与跨界协作。提供多形态知识服务,将纸质书内容解构为音频课、短视频课程。善于利用数字化技术,运用多媒体、交互式设计等手段,提升读者的阅读体验。

心理图书出版的未来图景

心理图书不仅是商品,更是社会情绪的镜像与治愈工具。出版人应以专业为根基,以创新为引擎,在市场需求与文化责任间找到平衡点,方能策划出既畅销又常销的精品,真正服务于现代人的心灵成长。

未来,心理图书出版的终极价值,不在于制造畅销爆款,而在于构建社会心理支持系统。心理图书出版以“精准化+专业化+融合化”为方向,通过银发市场开发、青少年心理预防、文化特异性产品创新,构建全龄化产品生态。编辑角色应从内容把关者升级为“学术+市场”双栖人才,推动心理学知识真正服务于全民心理健康需求。

(作者单位:中国妇女出版社)