

## 2022年全国高校教师发展中心工作会议助力教师队伍高质量发展

中国出版传媒商报 根据教育部发布的《2021年全国教育事业统计公报》,全国共有高等教育专任教师188.52万人。在教育部高等教育司指导下,全国高校教师网络培训中心于9月16日组织召开了2022年全国高校教师发展中心工作会议,1000余所高校的教师发展中心负责人和一线教师相聚云端畅谈。

高等教育出版社总编辑陈晓光在致辞中介绍了高等教育出版社开展出版业务转型升级,探索在线教育、教师培训、考试服务等数字化新业务,推动融合发展所做的重点工作和取得的主要成绩;强调了全国高校教师网络培训中心在服务广大高校和一线教师、助力高等教育教学质量的提高的工作中所组织的一系列卓有成效的活动。

教育部高等教育司副司长武世兴对高校教师工作提出了三点思考:一是深刻认识大思政建设的总体要求二是在落实大思政建设中推进课程思政建设;三是扎实推进高校课程思政建设工作取得实效。在大思政背景下,高校教师发展中心大有可为,也将更有作为。

清华大学校务委员会副主任谢维和教授、国家教育咨询委员会秘书长张力教授分别发表主题演讲。来自山东大学、南京大学、上海财经大学、郑州大学、陕西师范大学、华南师范大学、河北师范大学等院校的校领导及教师发展中心负责人参加研讨会并介绍各自学校的经验方法和工作成效。

作为面向全体高校的教师发展中心交流互促平台,“全国高校教师发展中心工作会议”由全国高校教师网络培训中心组织召开,每年举行一次。

(穆宏志)

## 坚持守正创新 做好新时代古籍整理出版

### ——国图出版社十年古籍出版掠影

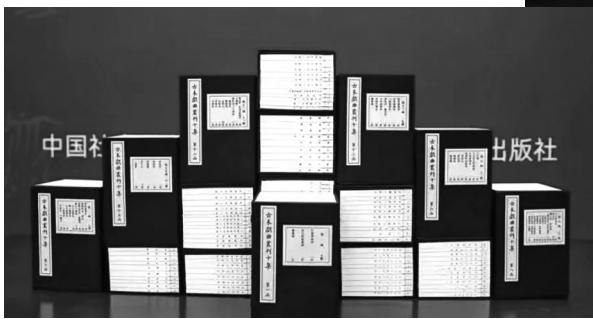
■魏崇(国家图书馆出版社社长)

中华典籍是中华文明赓续的历史见证,是人类文明的瑰宝。古籍整理出版的责任与使命,在于做好历代典籍的系统整理、保护、传承与研究,同时深入挖掘古籍蕴含的哲学思想、人文精神、价值理念、道德规范,让经典走进时代、贴近大众、浸润心灵,推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视中华优秀传统文化传承和弘扬,新时代古籍事业迈上更高质量发展新阶段。作为古籍专业社,国家图书馆出版社始终扎根古籍沃土,不断以出版新成果为古籍事业发展做出新贡献。

**化身千百,系统整理影印让古籍得到再生性保护** 古籍整理需要坐冷板凳,久久为功、穷经皓首,唯有持续、严谨的工作才能打造出经得起历史考验的成果。历史文献影印一直是国图出版社最核心的出版特色之一,让珍贵馆藏化身千百,实现再生性保护,服务当代、服务社会。

新时代以来,我们在重大出版工程和代表性传世古籍的系统性整理方面不断推出新成果。“中华再造善本工程”是大规模保护复制稀善本古籍的国家工程,“十年磨一剑”,2014年完成正续编出版,共计收录善本1341种,成书2377函13395册(另5轴11册叶)。海内外藏《永乐大典》累计仿真出版273册,占存世总量的2/3,其中欧洲地区藏大典已完成全部出版。2016年以来,《国家图书馆藏样式雷图档》陆续整理出版圆明园卷(正续编)、颐和园卷、香山玉泉山卷等9卷90函,收录图档4500余件。2021年《古本戏曲丛刊(六、七、八、十集)》(中国社会科学院文学所主编)完成全部出版任务,标志着这项由郑振铎先生1950年代发起、几代学人持续关注支持、多家出版机构接力的新中国最大戏曲文献整理工程圆满收官。在“中华古籍保护计划”推动下,全国古籍普查登记工作基本完成,3000万册(件)古籍有了“身份证”,与之配套的普查登记目录已累计出版201册,收录548家收藏单位的137万余条数据。

2012年以来,国图出版社累计承担的“十二五”“十三五”“十四五”国家重点图书出版规划项目达59项(含2011~2020古籍整理出版规划项目26项),承担国家出版基金项目28项(其中古籍类项目11项),承担国家古籍整理出版专项经费资助项目66项,均居国内出版单位前列。



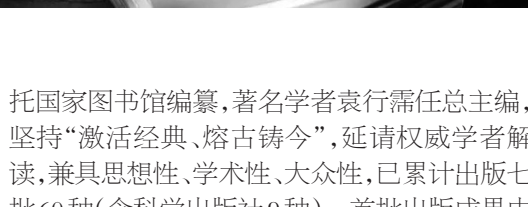
**传本扬学,专题文献整理为学术研究提供源头活水** 作为图书馆行业社,国图出版社在与各级各类图书馆的历年合作中,建立了良好合作关系,同时积极拓展档案馆、博物馆馆藏整理,着眼于学界需求、学术热点、研究痛点,优先开发未刊本、稿抄本,为学术研究提供文献支撑。

近年来,在专题文献整理上,出版了《清代诗文集珍本丛刊》(全600册)、《汉魏六朝集部珍本丛刊》(刘跃进主编,全100册)、《清代家集丛刊》(徐雁平、张剑主编,正续编400册)等。稿抄本日汇丛刊系列出版有上海图书馆藏、清华大学图书馆藏等多种;“著名图书馆藏稀见方志丛刊”已出版北京大学图书馆卷、南京图书馆卷等28种,成书1672册;《子藏》系列累计出版《庄子卷》《老子卷》等六批26部,成书1016册。在珍稀档案整理方面,出版了《明清官藏丝绸之路档案图典》《孔子博物馆藏孔府档案·明代卷》等。在传承地方文脉、做好地方文献系统性整理方面,陆续推出《浙学未刊稿丛编》《广州大典续编》《常熟文库》《郴州通典》《嘉兴文献丛书》等重要成果。

在海外合作整理方面,“海外中华古籍书目志丛刊”出版了《哈佛燕京图书馆藏稀见书目志丛刊》《英国国家图书馆藏中文古籍目录》《西班牙藏中国古籍目录》《美国芝加哥大学图书馆藏中文古籍善本书志》等10种。目前正在推进《日本藏中国古籍总目》(杜泽逊教授主持)、《韩国藏中国古籍总目》(吴格教授主持)的古籍工作。

**熔古铸今,经典的现代阐释让古籍时代化大众化** 古籍的时代化正是着眼于古籍的当代价值,以现代阐释实现古籍的活化、转化,在普及本上下功夫,让古籍贴近时代、贴近大众。

《中华传统文化百部经典》是“中华优秀传统文化传承发展工程”的重要项目,由中宣部委



托国家图书馆编纂,著名学者袁行需任总主编,坚持“激活经典、熔古铸今”,延请权威学者解读,兼具思想性、学术性、大众性,已累计出版七批60种(含科学出版社9种)。首批出版成果中《论语》等10种入选“首批向全国推荐经典古籍及其整理版本”,相关成果先后荣获第五届中国出版政府奖图书奖、第七届中华优秀出版物图书奖、第十三届天津图书奖等。被誉为“平民版再造善本”的《国学基本典籍丛刊》系列图书已累计出版97种,基本完成出版任务,总发行量超100万册,获得社会各界肯定。

**融合发展,积极探索数字化推动古籍活化利用** 在数字人文条件下,古籍数字化迎来了新的发展机遇。古籍数字化和融合发展成为古籍出版新的领域。2014年以来,以“中华再造善本数据库”建设为起点,国图社古籍数字化建设逐步系统化、规范化,新技术应用为全文化、精细化、关联化提供支持,陆续建设了“中国历史人物传记资源库”“中国古籍影印丛书查询系统”等古籍数字产品。在国家文化数字化战略支持下,“中国古籍图典资源库”完成10万张古籍图档文献的深度标注加工,展现古籍之美,为古籍活化利用提供新的示范。

今年4月,中办、国办《关于推进新时代古籍工作的意见》印发,为新时代古籍工作提供重要遵循。下一步,我们将启动《国家珍贵古籍丛刊》出版项目,选取版本价值和研究价值最高的善本,打造具有时代品质的全彩善本及版丛书。“梳理挖掘古典医籍精华”,会同国家古籍保护中心、中国中医药管理局等,切实做好《中华医藏》这一全面揭示中医药发展源流的基础性学术工程。推动“十四五”国家重点图书出版规划项目《国家图书馆藏敦煌遗书(彩印版)》与《中华再造善本(三编)》顺利实施。在推动融合出版方面,在国家古籍数字化工程支持下,做好“《永乐大典》高清影像数据库”“古籍印谱知识与印章识别系统”等示范性古籍数字产品,努力在体系化、知识化、智慧化上做出新的探索。

2015~2021年,我社出版古籍新书品种151种,获得古籍出版资助的资金总额为1232万元,入选国家古籍整理出版资助的项目有2种,已出版的重大成果包括:《中国医籍整理丛书》(400余种,中医药古籍保护与利用能力建设项目)、《古代中医外科图书集成》(10种,2020年度国家古籍整理出版专项经费资助项目)。

近十年来,党中央对古籍事业的高度重视和关怀,为古籍出版工作不断攻坚克难、砥砺前行提供了根本保障。主管部门加强指导和监督,并通过立项方式给予支持。古籍出版单位充实项目储备,制定整理规划,强化品牌意识,推进数字融合,创新人才机制,推动古籍出版高质量发展。在各方共同努力下,我国古籍工作取得了长足发展与进步。

目前,古籍整理出版工作还存在一些显而易见的问题,具体到中医古籍图书市场,主要表现为旺盛需求带来繁荣发展机遇的同时,也引发了不规范竞争。比如部分畅销品类如《黄帝内经》《本草纲目》《伤寒论》等,在市场上存在大量同质化产品;大部分古籍图书经济效益较差,需3年销售周期才能实现盈利,编辑很难达到经济效益考核指标;版本调研与利用困难、编校人才不足,整理质量参差不齐。

为此,我社提出了“整体规划、全面覆盖、有序出版、以老带新”的出版方针,通过承担国家级重点古籍整理出版项目等,推动古籍出版高质量发展。近年来,我社古籍出版享受了前期工作的“红利”,包括《明清中医临证小丛书》(80种)、《明清名医全书大成》(30种)、《唐宋金元名医全书大成》(20种)、《珍本医书集成》(全4册)、《三三医书》、《中医经典文库》(100种)等一系列古籍的出版,为后续工作奠定了良好的基础。同时,培养了一批古籍编辑人才,“中医药古籍保护与利用能力建设项目”“中国医籍整理丛书”有400余种,工程量大,参与人数众多,校注水平良莠不齐,我社遴选高资历、高水平编辑,安排全员培训,制定三审、三校、质检工作细则,不但圆满完成出版任务,而且提高了编辑的专业水平。

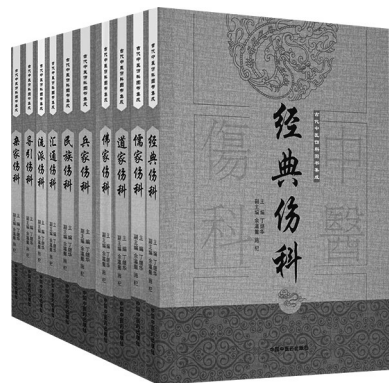
古籍整理出版工作是百年大业,正如中共中央办公厅、国务院办公厅《关于推进新时代古籍工作的意见》所提出的,要坚持统筹布局,加强顶层设计和规划部署,确保古籍工作协调衔接、一体推进。

当下,读者对中医经典古籍的普及读物有很大需求,当当网上以“黄帝内经”“白话解”为关键词能搜索的商品数百种,除医学专业出版社,更多由地方科技、其他专业出版社出版,其学术水平恐难保证。其实,优秀的古籍普及版本编写难度不亚于校注本,需要相关政策支撑,更需要上级单位、主管部门的指导与支持,给予古籍校、注、译工作应有的学术地位,从而吸引最高水平的作者群,整理出版中医古籍的传世版本。

同时,高质量的古籍整理出版工作需要高水平、高素质的古籍出版人才,包括整理和编校人员。2001年以来,古籍办已经举办了19期全国古籍整理出版编辑培训班,建议将这些优秀的课程录制为视频课,使资源利用最大化,让学员能够做到“学习—实践—复习”,将课程内容落实到工作中。

## 整体规划,出版中医古籍传世版本

■包艳燕(中国中医药出版社有限公司古典医籍编辑部负责人)  
米齐悦(中国中医药出版社有限公司总编办公室专员)



## 出版社培训打法新势能

中国出版传媒商报记者 聂慧超

**编者按** “如果你想要画出树枝的样子,就要先去听听风的声音。”记者通过人民音乐出版社副总经理魏振华、中华书局古联公司培训部主任杨光磊、机械工业出版社人力资源部林海音、中信出版集团子品牌红披风营销主编马英,了解新环境新趋势下出版机构的培训动态。若有某个点的创意值得借鉴,即可取长补短,学习培训中的一些设计、操作思路,也可助力出版机构把培训做得更好。

**人民音乐出版社副总经理魏振华:** 人民音乐出版社的课外领域师资培训,培训对象主要为社会培训机构的老师,也有部分课内老师参与,每年按不同区域规划培训目标,一般借助区域内影响力较大的培训机构作承办方,一次培训一般在50人以上的规模。借助每年10月上海国际乐器的参展机会,开设并举办了多场次的“人音教育大讲堂”培训。目前,人音社课外音乐教育领域已有万余名教师参加过收费培训,学员遍及全国数百个地市,主要为音乐或艺术类培训机构教师、大中小学课内音乐教师以及刚参加工作的音乐专业毕业生等。在业务拓展上,前期主要是通过与地方院校、协会、学会举办一些公益性活动,逐步吸纳地方有影响力的社会力量来牵头承办收费性质的培训和展演活动。同时,还会在赛事启动时进行一些公开招募,挑选一些优质单位进行合作。

**中华书局古联公司培训部主任杨光磊:** 中华书局古籍整理训练营是我们的第一个培训性质的产品。此前我们的课程产品主要停留在内容运作层面,包括面向机构的视频资源库的销售、面向个人用户的网易云课堂的课单销售,以及课件的第三方授权。目前推出的是基础技能培训系列,面向古籍整理的初学者,目标是让学员系统掌握古籍整理的知识框架和基本技能,除了视频学习,还包含实践训练、直播交流以及认证考核。未来除了不断优化丰富基础系列,我们还计划推出专题系列,针对特定文献类型或知识系统提供更加具体化的指导。训练营首期安排的是通识+技能+案例实践这三个类型的课程组合。

**机械工业出版社人力资源部林海音:** 对内,做好员工技能培训工作。在短视频与直播培训方面,一是持续投入硬件设施助力数字化人才培养,以融媒体中

心、九州云播平台、天工讲堂等一批数字化基础设施及公共平台为支撑,直播带货、视频课程等业务齐头并进,机工自我培养的视频人才已成为一支具有特色的“新媒体特战队”;二是自办课程提升“单兵作战能力”,采用“线上学习技能+线下实战切磋”、“导师带班+助教跟班”等方式结合教学,2020年至今机工社已举办3期短视频与直播培训,共有170余员工参加培训。在岗位技能培训方面,除按要求完成编辑继续教育培训外,紧紧围绕选题策划、产品打造、文字加工等方面能力,突出专业性和特色性,持续做好各项编辑业务培训、经验分享及活动复盘工作,并开展学中学、赛中学,督促员工练好内功。对外,复制自身成功经验,为行业培训视频人才。目前已成功举办中国书刊发行业协会《视频与直播技能》培训班,为35家出版单位68名学员(以营销编辑为主)提供视频及直播相关技能的培训。

**中信出版集团子品牌红披风主编马英:** “菠萝学园×中信红披风绘本大师班”培训是一套涵盖绘本创作、解析、阅读、出版的专业性课程,也是中信红披风原创图画书创作者培育计划的重要部分。2022年“红披风绘本大师班”于6月启动,经过主办方中信红披风、菠萝学园,以及绘本推广公众号、绘本馆自媒体等多渠道宣传,迄今为止,线上学员超过780人。包括先导课在内,此次参与授课的11位名师来源于图画书相关领域,包括资深出版人、国内外老中青三代优秀创作者、高校动画学院和美术学院教授、专业阅读推广人、职业插画经纪人,从行业发展、出版商业思维、市场数据动向、图画书风格表现、创作者个人展示沟通等角度进行讲解。除了线上课程之外,红披风还组织了“红披风原创图画书大赛研习营”线下工作坊,提供导师面对面的授课和点评。红披风绘本大师班为不少创作新人提供了迈进图画书原创大门的引路指导。2021年,有获奖者签约进入中信红披风的作者团队,其参赛作品《姥姥山》正在策划出版进程中。

## 案例

**基本信息**  
性别:男  
年龄(段):30~35岁  
职业路径:某K12教培机构(销售岗)—某出版机构(营销编辑岗)  
收入(税后)变化:18K~8K

**\*您之前在教培行业工作了多长时间?从事的什么工种?**

我在教培机构做了两年左右,做的图书销售岗。2021年“双减”政策出台后,教培行业动荡,主营业务利润下滑,我所在的教培机构迎来了规模空前的大裁员,裁员数量高达上万人,大家都人心惶惶的。

**\*您是从哪里了解到出版机构招聘信息的?转向出版业考虑了哪些因素?**

我的转变比较特殊,之前的专业就是出版营销,最早在出版行业工作了七八年,然后有机会跳到了教培机构。原来就在这家出版机构工作过,只不过之前是销售岗,去教培机构也是做销售,再“跳”回“老东家”时重新选择了营销编辑岗。负责的领导曾问我是否想回到销售岗,毕竟销售的待遇高于营销,这是普遍的行业现象。如果去做营销编辑,就意味着要从编辑序列重新开始,薪资会下降较多。因为我一直对做编辑比较感兴趣,又正好有这样的一个机会,加上手里有些之前做销售时积累的资源,所以转向营销编辑岗,算是全新赛道、全新挑战。

**\*您回到出版机构后主要从事的工作是什么?**

我现在的营销编辑工作主要分为两方面,一是对内的资源分配,也就是联通销售做一些资源上的划分;二是对外资源联络,如需要联系一些公众号发文宣传引流,找“快团团”的号帮忙开团,和直播间主播团队沟通带货,等等。因为不是原来熟悉的工作,基本上需要从头学。营销工作相比于之前的销售,对写作能力有更高的要求。我也努力一边适应新的工作流程,一边加强文字写作能力。

受新冠肺炎疫情影响,现在地面店的销售都不

太好。我们整个产品线还算比较丰富,营销压力不是特别大。主要是把各种外部渠道资源引进来,做增量,保证“大盘子”稳中有增。

**\*未来几年工作上有什么规划?**

从销售转到编辑会有一些的难度,未来我还是想在编辑岗位深耕一段时间,多学习积累一些行业知识。我周围很多人都是从不同路径最后做到编辑的,这算是一个目标吧。

**\*您会推荐原同事跳槽到出版机构吗?身边的原培人都流向哪里了?**

会的,推荐过,但没有成功。很多原同事被裁后内心是接受不了减薪的,原来可能挣18k~20k,换份工作也至少想挣17k~19k。但“双减”后最开始跳出来的那批人,已经把出版行业中性价比高的位置占满了,越往后越没有好职位留下。况且教培属于互联网企业,出版属于传统企业,二者的平均薪资水平本就有差别。如果要跳槽到出版行业,就要有接受减薪的心理准备。

我身边原来从事教培工作的人对待职业的态度基本分成两种。一种是回老家找发展机会,在北京这么多年的互联网教培经验,回到其他城市还是比较“吃香”的;另一种是去创业,因为互联网公司不只是做单纯的培训项目,还会包含一些技术层面的东西,做出来后可以用这些硬件部分的资源去找厂家,谋求更好的合作模式。

## 从教培到出版,开启职业生生涯新赛道

中国出版传媒商报记者 田红媛