

浅谈考试类图书常见质量问题及对策建议

Discussion on Common Quality Problems and Countermeasures of Examination Books

徐春涛

Chuntao Xu

机械工业出版社
中国·北京 100037
China Machine Press,
Beijing, 100037, China

【摘要】一直以来,考试类图书因其市场广阔、畅销品多、收益高而受到各出版社的重视,但经过多年的发展,考试类图书也出现了低水平重复、同质化现象严重、编排错误较多等问题。文章将对考试类图书存在的质量问题进行梳理,分析原因,并提出相应的解决办法。

【Abstract】All along, examination books have been paid attention to by the publishers because of their wide market, many best-selling products and high income, but after years of development, examination books have also appeared low level repetition, homogenization phenomenon serious, more arrangement errors and other problems. This paper will sort out the quality problems of examination books, analyze the reasons, and put forward the corresponding solutions.

【关键词】考试类图书;出版质量;对策建议

【Keywords】examination books; publication quality; countermeasures and suggestions

【DOI】10.36012/lcs.v2i1.1443

1 引言

考试类图书作为教辅图书的一个重要组成部分,以其市场广阔、盈利稳定的显著特点,深受国有、民营等大小出版企业的青睐,图书品种不断增多,但近年来,其图书质量也暴露出许多问题。

2 考试类图书常见质量问题及原因分析

2.1 低水平重复,同质化现象严重

仅以考研词汇书为例,在当当网以“考研+词汇”关键词就能搜到 1700 多本自营词汇书,这些词汇中不乏精品,如新东方的考研词汇、老蒋绿皮书、恋词系列、星火词汇等,这些“头部”产品占据了考研词汇市场的大部分市场份额,受到读者的好评,连年畅销。然而,大部分图书却都是简单的低水平重复,有的只是将考研大纲词汇进行简单的汇总,再配上释义和简单的例句,就成了一本书。这种书销量自然很一般,必然会被市场淘汰。不过,对整个行业而言,却造成了极大的浪费,浪费了大量人力、物力等资源。

之所以出现这个问题,主要是因为出版单位对选题产品缺乏整体、长远规划,市场定位模糊不清,不能形成顾客的品牌认知,同行做啥就做啥,什么“好卖”做什么,什么“热点”做什么,凭感觉行事;奉行拿来主义,对选题缺乏科学论证,选题开发意识淡薄,缺乏前瞻性、预判性。

2.2 内容差错较多,编校质量堪忧

根据国家新闻出版署数次对全国教辅类图书进行质量专项检查的反馈情况来看,目前市面上的教辅类图书在编校质量方面存在的问题包括封面正书名不突出,版权页格式不规范,目录结构不合理,图书信息与实际情况存在出入,栏目设置不合理、不科学,文字差错率较高等。考试类图书除了存在上述问题外,突出问题还包括:答案错误;答案与解析中提示的答案不一致;试题编号、答案选项编号不连续;试题中的内容与解析中的内容不对应等。

出现这个问题的主要原因是考试类图书销售周期短,大家都想在第一时间上市,因此出版周期相对较短,往往正常需要两个月才能出版的图书,两周就能“搞定”,这就经常造成编辑加班加点,忙中就易出错;校对环节偷工减料,减少校次;作者通读新校样环节节能省则省,殊不知,作者通读是提升图书质量非常关键、有效的环节,经常能够发现一些当初没有发现的书稿“硬伤”;印装环节为赶进度,造成成品开胶开线。

3 提升考试类图书质量的对策建议

3.1 出版单位做好定位,提升选题开发意识

随着中国出版体制改革的深入,大部分出版单位都已转变成经营性的企业,参与市场竞争,接受市场的洗礼。市场竞争的规则就是优胜劣汰,企业必须明了自己能够帮助客户解决什么问题,拥有哪些核心资源,要知道自己做什么、不能做

什么,找准自己的定位,是做经管、大众、科普,还是做科技、教育、医疗等,还是做更细分的领域,只有这样才能形成读者的品牌认知,建立自己的品牌资产,从而决胜于市场^[1]。有了明确的产品定位,就要围绕其开发相应的选题,通过一系列选题产品不断为自己的品牌资产赋能。例如,经过多年的市场打拼,目前读者购买经管类图书就会想到华章、中信,购买小说类图书就会想到读客,购买 MBA 联考类图书就会想到机工紫皮书,购买英语二考研书就会想到老蒋绿皮书,购买雅思考试图书就会想到十天突破、9 分达人等。

3.2 严格执行“三审三校”制度

书稿的“三审三校”是出版单位的中心工作,对保障图书出版质量具有关键作用,是经过实践检验的、行之有效的制度安排,是提升书稿质量的关键“法宝”。各出版单位要严格执行“三审三校”制度,始终坚持把内容建设放在第一位、把提高质量放在第一位、把多出好书放在第一位,以严格的流程防止质量问题的发生,通过流程环节相互制约、相互提升,共同提升书稿质量^[2]。

3.3 强化责任意识、服务考生意识

随着科技的发展,信息传播技术、阅读载体、图书印刷技

术等都有了很大的进步,但图书的加工环节目前还是以人力为主,编辑的责任意识左右着图书的质量,甚至是一个出版社的兴衰。考生利益无小事,编辑应在追求市场利益的同时以高度的责任感为前提,意识到质量是图书的生命线,是赢得考生选择的关键所在。编辑要习惯于换位思考,多站在考生的角度考虑问题——怎样能方便考生快速备考、怎样能提高学习效率、什么样的版式考生看着不累等,只有这样才能帮助作者打造出受考生欢迎的精品图书。

4 结语

考试类图书市场竞争激烈,不断有进入者,也不断有退出者,但永远常青的还是那些作者精心打磨、内容优秀、编校良好的口碑之作。市场不断证明,只有注重提升质量、真正为考生服务的出版企业,才能最终赢得市场。

参考文献

- [1]全卫.如何解决图书编辑出版中的质量问题[J].中国传媒科技,2018(7):96-97.
- [2]张立军.责任编辑:图书质量的守望者[J].出版广角,2014(11):33-35.

(上接第 11 页)

调查本科生总人数的 36%。

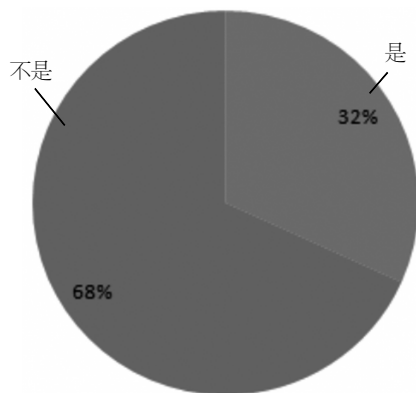


图 11 留学生接受数据库使用培训统计

综上所述,无论是信息的整理归纳、学习融入还是写作软件的使用,硕士、博士研究生的信息素养要明显高于本科生和语言生。目前图书馆开设的专业信息检索课程,对留学生来说是选修课程,统计显示 30%左右的硕士、博士研究生和本科生选修了此课程。70%的留学生没有接受系统的文献检索课程学习,缺乏 Endnote 和 NoteExpress 的相应培训,加之留学生对开学入馆教育不够重视,使他们不知道如何通过图书馆

查找所需的信息资源。另外,语言交流的障碍使他们遇到问题时,不知道如何与图书馆馆员交流解决,从而产生畏难心理,不能够完全充分地利用图书馆的资源。

4 结语

随着来华留学生人数的日益增加,对图书馆服务要求的不断提升,满足留学生不断增长的信息需求、信息查寻和信息使用的要求,已经成为图书馆工作中一个重要的组成部分。因此,本文通过调查问卷的形式,对南航留学生的信息行为进行分析,从而可以有针对性地建立留学生在信息需求、信息查寻和信息利用过程中的服务策略,提高留学生使用图书馆的效率,拓展图书馆的服务范围,改善图书馆的内外环境,提升高校的国际教育竞争力。

参考文献

- [1]李德娟.高校留学生信息需求特征及其信息素质教育的改进——基于北京交通大学百名留学生的调查分析[J].图书馆建设,2014(7):40-43+48.
- [2]魏群义,霍然,候佳楠.用户信息行为理论与实践综述[J].图书馆工作与研究,2012(2):16-19.