

做有“读值”的头条

——关于《江苏教育》“专题”与“独家策划”的探索

张俊平

【关键词】读值;《江苏教育》;专题;独家策划

【中图分类号】G232 【文献标志码】B 【文章编号】1005-6009(2020)58-0008-04

2020年3月31日,由中国人民大学人文社会科学学术成果评价研究中心和中国人民大学书报资料中心联合研制的“2019年度复印报刊资料转载指数排名”面向社会正式发布。571种人文社科期刊、316家教学科研机构和172家高校所属机构榜上有名。在“基础教育教学类综合性期刊综合指数排行榜”中,《江苏教育》的转载量位列第2名,综合指数位列第4名。作为省级教育综合性期刊,近十多年来一直位居排行榜前列,这是对《江苏教育》办刊质量与学术水平的充分肯定。反观这些被转载的文章,大多出自“专题”与“独家策划”栏目。

做有“读值”(阅读价值)的头条,正是本刊一以贯之的专业追求。

一、“立场”第一

21世纪前后,不少杂志开始关注“专题”与“独家策划”。比如,《南风窗》的“独家策划”、《三联生活周刊》的“封面故事”等。《江苏教育》也从2001年改版半月刊时开始探索“独家策划”栏目,后来又衍生出“独家报道”“专题”两种形式,逐渐成为杂志的品牌“金三角”。

无策划不成专题。策划水平的高低,决定专题的优劣。“专题”与“独家策划”作为杂志的封面头条,“有立场”是其灵魂性的追求。具体

表现在三个方面:

一是价值立场。在做“专题”与“独家策划”时,我们会对选题进行价值追问与筛选,其标准就是弘扬社会主义核心价值观,并呼应我们的办刊宗旨“以智者的眼光观照教育现象,以仁者的胸襟关怀教育民生”。特别是对立德树人背景下的完整育人方式的探索,课程思政的问题与对策,教育治理体系与治理能力现代化的探索等。比如,《为乡村教师专业发展赋能》《走向开放而灵活的教育》《课堂观察:普通教师的视角》等。

二是时代立场。我们所策划的主题,必须要有“与时俱进”的时代价值,要有“审时度势”的发展眼光,要在传播教育教学改革信息的同时,推动教育教学质量的提升。特别是针对当下新出现的热点话题,大家普遍遇到的难题与挑战,发展过程中的瓶颈问题与机制障碍等。比如,《新儿童与新儿童教育》《新时代劳动教育的价值》《立德树人:新时代·新使命》等。

三是学术立场。“专题”与“独家策划”不以时效性取胜,而是追求深度解析的“第二落点”,其沉稳的性格、严肃的面孔、深邃的目光、舒朗的语言,都在呈现作为学术期刊拳头产品的学术味道。特别是聚焦儿童发展特征的新观察,

学习发生机制的新探索,教育领导体制的新构建等。比如,《表现性评价:让学习可见》《校长与副校长:教育领导的意蕴》《项目化学习:教师即设计师》等。

二、打造“独家”

“专题”与“独家策划”,实际上是在营造关于教育教学的“思想空间”与“讨论平台”,引导作者将新思想、新观念、新思维、新理论等浮出实践的水面,通过辨析、反思、研讨、批判等方式形成“聚合效应”,从而彰显关于某个专题的思想辽阔性与深刻性。其核心价值追求在于:视点和观点打造“独家”。即从不同的视角、不同的层面、不同的维度来全息观照某个教育细节、教育现象、教育主题,形成“多种思想的交响乐”。

1. 选题“有趣味”:不同凡想,才能不同凡响。

“专题”与“独家策划”,自然不能“炒冷饭”,也不能“拾人牙慧”,得找到吸引作者写作兴趣、读者阅读兴趣的“坐标点”,找到“饶有趣味”辩论的“话题圈”,找到“抽丝剥茧”论述的“发力点”。具体而言,选题有“生活趣味”,研究有“学术趣味”,表达有“思想趣味”。在实践层面,我们聚焦于五个方面。一是基于问题。“趣味”不是消解或娱乐现实遭遇的问题,而是直面“深水区”的“尖锐问题”,这种挑战性的乐趣,恰恰是作者、编者、读者都“兴趣盎然”的。比如,《深度学习与批判性思维》《泛在学习:让儿童与数学、生活真实相遇》等。二是基于主题。找到新出现的技术、理念、视角等,吸引大家的研究兴趣和落地方式。比如,《以学科创新为核心的“教师智库”建设》《生涯规划教育与学科渗透》等。三是基于课题。围绕省市立项的个人课题、规划课题、教研课题、专项课题等,“放水养鱼”,跟

踪其研究历程,总结归纳其值得推广的经验。比如,《抱团:微型课题研究新出发》《集群式:名师培养新路径》等。四是基于话题。精彩的点子,往往来自日常的思维碰撞,来自与专家、读者、作者、书本、同行的对话中。比如,《听课笔记:从“记录”走向“研究”》《完整的单元学习历程设计》等。五是基于议题。选题的灵感,往往“不期而遇”。在发布会、峰会、研讨会上,常常因某个点划破思想的天空,酝酿为一个好的选题。比如,《教师创造学校》《聚焦江苏新一轮高考综合改革》等。

2. 研究“有价值”:只有专业,才会深入。

“专题”与“独家策划”,不求“宏大叙事”,不求“面面俱到”,而是找准问题的核心地带,聚焦突围的关键路径,寻求支撑的思想价值。具体而言,研究视角有“前瞻价值”,研究过程有“实践价值”,研究成果有“理论价值”。在实践层面,我们聚焦于三个方面。一是视角广度。建构一组专题策划,往往需要不同的身份,站在不同的立场,从不同的角度切入,寻求不同的“声音”“方法”“价值”。比如,《课堂观察:普通教师的视角》,就是呈现了课堂观察不同的“横截面”:有的站在“建设听评课的新文化”角度,有的站在“量的统计与质的分析”角度,有的站在“不同价值取向下的观察报告要点”角度,有的站在“让儿童成为自我学习的观察者”角度,有的站在“新时代课堂观察的发展趋向”角度。二是逻辑深度。“专题”与“独家策划”不是平行拉开,而是螺旋上升,强调思维的深刻性和逻辑的自洽性。比如,《表现性评价:让学习可见》,力求达到三个目标:价值引领、自主建构、理性辨析。为此,从三个层面切入:理论研究,邀请国内对表现性评价研究精深的学者周文叶谈表现性评价的形式和实质,表现性评价与课程和教

学的关系,学生在表现性评价中的角色定位和责任担当;实践探索,邀请基层学校校长、教师发展中心研究员、教师培训中心教培员分别从语文、地理、数学学科呈现表现性评价的框架、策略、样态;专家点评,邀请国家督学彭钢“站起身来,环顾四周”,厘清表现性评价的核心价值与关键特征,辨析表现性评价的边界与局限。三是观点的开放度。“专题”与“独家策划”,从来不是“同唱一首歌”,而是百家争鸣,百花齐放,让作者的观点自由表达,让读者的观点也能在与文本的对话中“升华”甚至“迭代”。比如,《完整的单元学习历程设计》,就从三种追求分别切入:系统之思,邀请先行先试者李勤华校长谈单元学习设计过程中对主题、目标、内容、评价、实施与反思等要素的理解与探索;统筹之术,邀请一线教师呈现在单元学习设计“深水区”的思维突围与行动反思;通透之境,邀请郑葳副教授从“立德树人”的高度分析单元学习设计的价值追求与现实意义。

3. 组织“有招数”:放水养鱼,卓有成效。

“专题”与“独家策划”,不仅是思想的编织艺术,其实也是个技术活儿,往往需要编辑有长程思维、系统思考、跨界意识、整合能力。具体而言,组织话题有“创意招数”,组织稿子有“结构招数”,组织作者有“协调招数”。在实践层面,我们聚焦于三个方面。一是筑巢引凤。用“话题”吸引作者。每年年底,我们会发布下一年度的“专题”与“独家策划”主题,吸引基层教师、教科研人员、专家学者共同思考,提交论文题目和框架,以辨别思考的角度和深度。用“活动”吸引参与者。有些“专题”与“独家策划”的思维空间比较大,可以通过活动来拓展思维、整合经验、提炼思想,吸引更多的作者、读者参与到专题的思考与实践。二是借鸡生蛋。用

“作者”吸引读者。优秀的骨干作者,往往给读者一种笃实的“信任感”,可以带来敞亮的“思想之光”;也给编者一种强烈的“期待感”,可以写出别开生面的“实践之道”。用“视角”吸引关注者。有趣的灵魂总是相互吸引,好的选题视角、讨论视角、论证视角往往能够吸引不同的受众,比如作者的深度联结,读者的自觉反思,甚至获得人大复印报刊资料的青睐,以“转载”扩大思想的影响力。三是借船出海。“一人行快,众人行远”,“专题”与“独家策划”的前瞻性、厚重感、影响力,仅仅靠编辑的力量是微弱的,需要借力借智。比如,用“栏目主持人”的形式,达成视角的多元、结构的丰富以及作者群的开拓;可以用“项目领衔人”的形式,集聚一批有共同研究主题的学校形成研究共同体,在实验探究、对话反思的基础上,形成一组质量上乘、干货满满的“专题”或“独家策划”文稿。

三、力求“更好”

“专题”与“独家策划”,表面上看是一种文章结构形式,实则是对某个主题或问题的全息观照、系统之思与多元突围。这对“专题”与“独家策划”的编辑、操作过程、效能都提出了更多层次的挑战和要求。当然,“专题”与“独家策划”无止境,我们始终处于开放结构中,唯有秉持“没有最好,只有更好”的信念,才能自我超越,凝聚外力,编学相长。

1. “对话型”编辑。

面向未来的编辑,需要“媒体+智库”的成长视野,需要“对话型人才”的业务素养。对话,是自我打开的起点;对话,也是成长进阶的“脚手架”。对话,不是“听话”,需要思想的“加盟”,需要情感的“代入”,需要个性的“渗透”。从内容层面,需要对话读者需求、对话实践问题、对话前瞻理念、对话作者能力等,从而有的放矢地找

到好主题、好作者、好稿子;从能力层面,需要全程关注、专业判断、质量把关等,才能披沙拣金、琢璞成玉,让优质专题策划“跃出水面”。

2.“高密度”结构。

优质的“专题”与“独家策划”,不是“七宝楼台”,而应呈现大容量、高耦合、广联结的特征,在等量的稿件中,能看到更丰富的信息,更广泛的思考,更多元的探索。这样“高密度”的结构来自四个方面的“修炼”。一是长链条。即“专题”与“独家策划”不是“一时兴起”,而是经过反复对话、全程跟踪、系列实践后的迭代生成。二是张力感。即“专题”与“独家策划”不是“一眼望到底”,而是有思想的交锋,有价值的对撞,有观点的争鸣。三是黏合度。即“专题”与“独家策划”不是“风雨中的雕像”,而是广泛联结生活后的有温度的思考,是扎根原野实践中的有态度的表达。四是开放性。即“专题”与“独家策划”不是“自说自话”,而是相互对话。这就要求选题和文章角度新颖、思想鲜活、实践有力度、风格多元化。

3.“长效能”影响。

“专题”与“独家策划”不是“纸上天堂”,而是“人间至味”,凸显价值引领、思维气质和未来意识,充分释放作为一个“思想部落”的“长效能”影响。要达成这样的影响力,需要在五个方面做出努力。一是广征集。“专题”与“独家策划”不能停留在“书斋的革命”,要集聚多人的智慧、众家的实践,让观点“端上来”“响起来”“亮出来”。二是深研究。“专题”与“独家策划”不能浅尝辄止,而要长时关注、常态观察、长线跟踪,不断挖掘思想的含量和实践的分量。三是多讨论。“专题”与“独家策划”不能只唱赞歌不直面挑战,只提话题不解决问题,只呈现做法而没有想法;相反,需要广角镜头的观照,需要微距镜

头的精研,需要景深镜头的透视。唯有如此,才能精准发力,找到问题之解。四是精打磨。“专题”与“独家策划”不能“你方唱罢我登场”,而需要通过选题策划会,反复讨论主题的价值、破题的角度、结构的要素、作者的素养等;需要通过和作者反复交流,沟通切入的角度、思考的维度、论述的深度等;需要通过审、编、校、改等程序,反复推敲文章的立意、结构、论证、风格等。五是泛传播。“专题”与“独家策划”不能故步自封,只停留在作者、编者、读者的世界里,而要追求“墙内开花,墙外也香”的境界,利用新媒体更立体地呈现,利用调研报告发布更具体地表达,利用活动现场更生动地展开。

《江苏教育》是江苏新中国建省第一刊,也是世界了解江苏教育的重要窗口。《江苏教育》以“专题”与“独家策划”为支点,肩负起“教育行政的思想库、教育教学的大参考、教育民生的代言人”的历史使命,自我加压、自我超越,深受读者喜爱和社会好评,“独家策划”曾获得“江苏期刊明珠奖·特色栏目”奖等殊荣。“专题”与“独家策划”从不限于单一路径,我们永远在奔跑! 

(作者系《江苏教育》主编)