

有些作家进校园 其实眼睛盯着钱

业内人士揭秘“作家进校园”背后的种种套路

□记者 郭春雨

日前有机构发布的童书作家榜单引发热议。这份榜单上,为人熟知的“童话大王”郑渊洁并未上榜。网友质疑后,郑渊洁发文揭露榜单上部分童书作家销量存在“猫腻”,指出榜单内部分童书作家依靠进校园推销获得高版税收入,质疑其做法有进校园推销之嫌。

作家进校园成了变相卖书?在济南有没有这种情况?记者调查发现,尽管济南的中小学校和幼儿园严禁商业进校园,但对于出版商和一些作家而言,学校确实是一块“大蛋糕”。“校内拉人、校外赚钱”这种变了形式、变了味的“作家进校园”,已经成为商业机构挣钱的新套路。

套路1

“连环”讲座 卖书挣钱

记者在调查中了解到,对于商业进校园行为,济南各学校管控向来严格。尤其是在去年10月教育部印发《教育部办公厅关于严禁商业广告、商业活动进入中小学校和幼儿园的紧急通知》后,中小学校和幼儿园对商业广告、商业活动展开了排查,坚决杜绝任何商业行为侵蚀校园。

济南某出版公司的策划赵先生告诉记者,在禁令未出来之前,如果是一些有名气的作家还可以进校园在讲座中加入一些不明显的商业信息,但在禁令之后几乎不可能。“现在直接在学校里卖书行不通了,只能在学校外面卖书。”学校作为重要的销售终端,不少作家和出版经销商也往往不想舍下这块“蛋糕”的分割。赵先生介绍,依托作家的影响力,“连环讲座”的形式应运而生:“以作家进校园的形式先在学校开一场讲座,但这场讲座往往算是上半场。如果想听下半场,那会在学校之外讲,讲完之后就签名售书。”

赵先生介绍,这样的连环讲座是一个“多赢”的结局:作为学校来讲,邀请到了作家进校园;对于作家来讲,成功进行了签售;对于家长和来说,虽然买了书,但毕竟还是听了讲座。

“一些不算很知名的本土作家,这样的一次签售就能卖出四五千块钱。如果不是面向孩子,纯靠书店售书,那可能会需要不少时间才能售出这个量。”赵先生说,“上次我们推广了一个不是很知名的作家,因为来听讲座的学生多,所以销量比较好,一次就卖了接近200本。书的定价是52元,这场活动销售额差不多万元吧。”

套路2

免费送书 研学挣钱

四年级的林林(化名)刚进行完了一场以“读书”为主题的研学,研学时间是四天,林林和同学不仅在苏州看了园林,还根据老师讲述的书中内容进行了“打卡”,感觉很有收获。

实际上,这场研学原本并不在林林的学习计划之内。一个月前,林林的学校开展了一次“作家进校园讲座”活动,来的一位作家不仅



为学校免费开展了公益讲座,还捐赠了一批书到学校。为表达感谢,包括林林在内的各年级的学生代表以及很多家长都在阶梯教室听了这场讲座。讲座结束后,作家现场进行了扫码入群,通过家长之间互相拉人,群里很快就凑齐了200多人。

“当时说在群里还会进行一些交流和通知。群的管理员不是作家,是他的一位助手。”林林的妈妈孙女士告诉记者,这个作家后来又在山东书城等地举行了讲座,并且经常会在群里分享一些阅读和写作心得。一来二去后,包括孙女士等家长在内,都成了这名作家的“铁粉”。

沟通联系了一阵后,这位作家重点推出了为期四天的“苏州研学游”,四天费用3699元。虽然费用不低,但是有了这名作家做信任背书,加上研学是学校每年的计划,学校老师还能带队,孙女士还是毫不犹豫给林林报名此次研学游。

“虽然感觉有些被‘套路’,但是孩子高兴,还能出去增长一下见识,孙女士也就不计较价格明显注水的研学花费了。”

免费开讲座、免费送书,再利用研学等形式换个方式挣钱,算不算对家长的“套路”?某研学机构的工作人员告诉记者,这种套路就类似于老年人买保健品,“免费送书讲课就类似于给老年人送鸡蛋,先给你一点甜头,等建立了联系再让你消费。从政策层面来说确实没有错,但对于这些机构和作家来说,从讲座的内容开始都是设计好的,不信家长不掏钱”。

套路3

校内拉人 校外挣钱

记者采访时发现,“校内拉人头,校外搞商业”这种形式已经成为很多“作家进校园”活动秘而不宣的“潜规则”。

近年来,随着学校对于阅读的重视以及语文学科重要性的提升,学校从校外邀请作家进校园开讲座也成为学校对外宣传,对内提升的重要方式。记者查询发现,今年上半年济南就有多家小学邀请了作家进校园。

“对于作家现在开展的一些新书签售或者校外的讲座,也会在群里发一些信息,不少家长也会报名。”一位老师告诉记者,对于这种有商业性质,但是纯属家长自愿报名的信息发布,他们一般不会禁止。

“但是我后来发现,不少家长混淆了学校的课程和这些作家讲座的课程,以为这些讲座也是学校课程的一部分。”这位老师说。

“作家进校园也是一种套路,先讲课做好服务,再二次转化成客户,卖书或者是卖课程。业内人士王先生告诉记者,不少培训机构也削尖了脑袋想走进学校,跟作家进校园的套路一样,最常用的方法就是“送课”,通过送课程、送老师的方式来建立联系,取得学校和家长的信任,再把这些家长和孩子的转化成客户,行业称呼叫“收割”。“政策上确实没啥错误,但都是套路,如果说哪里不对,那应该是从出发点就不对。”

相关链接

教育部:商业活动禁止进中小学

针对各类“进校园”活动,教育部已开始进行严格的规定。去年10月11日,教育部办公厅发布了《关于严禁商业广告、商业活动进入中小学校和幼儿园的紧急通知》,要求全国各地教育部门采取有效措施,坚决禁止任何形式的商业广告、商业活动进入中小学校和幼儿园。

教育部办公厅发文称,凡未经批准的活动,一律禁止进入校园或组织中小学生在园(校)外参加。对于经批准进入校园或组织中小学生在园(校)外参加的活动,县级以上教育行政部门要明确责任人负全

程监管,一经发现与审批备案情况不符,或存在发布或变相发布商业广告的行为,要立即采取措施予以制止,并第一时间报告县级以上教育行政部门。

经批准同意进入校园的各类教育活动,必须坚持公益性原则,不得干扰学校正常的教育教学秩序,不得给学校和师生增加额外负担。各地教育行政部门要会同相关部门,对给学校、教师、学生摊派任何购买、销售任务,给学校、教师、学生分发带有商业广告的物品等行为进行严肃查处。

记者点评

作家要zuò不要zuō

所谓“文章千古事”。曾几何时,“作家”这个称号在人们心目中神圣无比。然而在金钱诱惑下,一些“作家”成了“商人”,写书的成了卖书的,不由令人扼腕叹息。

因为工作的关系,记者听过多场作家针对青少年和家长的讲座。

2018年,有一场讲座是在山东书城举办,主讲者是一名北京的作家。因为之前看过该作家的著作,记者作为一名普通听众参加了讲座。现场大部分听众都是学生和家。交流中记者了解到,学校老师曾在班级群里发送过这名作家的讲座信息,抱着前来学习写作的态度前来参加。

整个讲座的时间大概是一个小时左右,内容主要围绕着作家新书展开。说实话,从一名讲课者的角度,这门课实在是很枯燥——书中的内容虽算不上信屈聱牙,但是作家用慢悠悠的语调讲出来,完全没有课堂上专业老师讲得生动。

在讲座进行了一半左右的时候,这名作家开始推广他的新书:“想知道后来故事的发展么?想要知道(主人公)结局怎么样了么?那就亲自看书,从书里面找答案吧!”

在作家发出正式签售的信息后,在场的一些家长带着孩子前去排队购书。一些本来有点犹豫的家长,看到其他家长前去购买,也都带着孩子排队。对于一些孩子而言,虽然在听

讲座的时候身子歪歪扭扭完全不在状态,但是被热烈的氛围所感染,也都兴高采烈的拉着家长去购买。现场来听讲座的有40组家庭左右,但几乎所有人都购买了一本或者几本书——哪位家长不想让孩子爱上读书呢?

这本新书定价48元,经查询网站,显示6折促销价28.8元,还可以和别的书搭配着用满减券。

这一场讲座,记者也购买了一本书,权做付给讲座人的报酬。但是对于讲座本身,记者并不满意——一半时间讲书中的内容,另一半时间签售。原本宣传的“学写作”的讲座主题由于时间太短,并没有深入地讲多少。

听作家讲座原本是个好事情。孩子参加讲座,是为了接触作家,接触文学;作家提高自己的影响力,也能拉动销量。但是如果讲座的出发点就是为了签售,为了卖书,那谁能为讲座的内容负责呢?

以经济为目标和导向的文学教育,究竟能让孩子受益多少?以卖书为第二职业的作家,纵使是个成功的商人,也终究会走上文学的神坛。

孩子总会长大,等兴高采烈买书的孩子长大了,他们还会让自己的孩子听“卖书人”的签售讲座么?

作家写书,可称为“作(zuò)”;作家卖书,我只能称之为“作(zuō)”了。

老师们看过《老师·好》都说好

山东奥卡新世纪院线公益影展致敬劳动者

□记者 金中丽

为庆祝建国70周年和“五一”国际劳动节,弘扬“劳动光荣、创造伟大”的中华美德,山东奥卡新世纪院线在“五一”劳动节期间,在全省开展了“庆祝建国70周年,向劳动者致敬”公益电影展映活动。

5月7日,历下区旅游路周边德润中学、景山小学、辅仁学校等100多位教师应邀走进新世纪电影城黄金99店,观看了校园题材电影《老师·好》公益场。

该片由相声演员于谦主演,刻画了一位貌似“冷酷残暴”,实则内心炙热温柔的好老

师形象。就像工作在一线的众多老师一样,在决定投身教育行业时,他满怀着清贫年华中最朴素却热烈的梦想,最终将一生都奉献给了自己的学生。《老师·好》自上映以来赚足了口碑和眼泪,唤醒了众多观众的青春记忆,观影活动结束后老师们也是赞不绝口。

