

● 声音

◆耿金龙(河北大学出版社社长):这几年的主要变化是产品结构由以本科教材、公共课教材为主向以高职高专教材和专业基础教材为主转变,近几年重点开发中职和高职教材板块。

◆李朔(国家开放大学出版社总编辑):提升教材的思想性、科学性、时代性将是目前高校教材建设的基本任务。

◆阮海洪(华中科技大学出版社社长):依托出版社的优势学科出版方向,进行教材出版的供给侧结构性改革,推动教材转型升级,利用互联网技术高效整合现有

的高等教育资源。

◆林全(西安交通大学出版社总编辑):未来五年,西安交大出版社目标是建立有特色、有优势的西安交大教材体系,利用交大无形资产和学科优势,推广交大教材的概念,打造交大教材品牌,推广交大教学理念。

◆钱方针(上海交通大学出版社总编助理、科技分社常务副社长):将紧扣国家教育政策和高校师生所需,坚持“产品聚焦,品质优先”的原则,守好教材门槛,发挥母体学校——上海交通大学学科特色,致力于小而精的教材板块。

科技发展和教育改革 高校教材如何应对

关键词 教材出版 策略应对 转型升级

■中国出版传媒商报记者 董琦

耿金龙:调整产品结构 重推高职高专教材

近几年,特别是近两年以来,高校教材市场的变化比较明显,主要表现在4个方面:一是课堂教学对课本的依赖性越来越低,教师教学的教案大多使用课件,内容更加丰富、开放,教材对教学的影响力正在减弱。二是国家对教材出版的新政策,加速了教材出版格局的变化,特别是马工程教材项目的实施,加速了高校教材由数量规模为主的多元化态势向规范严谨为主的标准化模式转变。三是教材本身的产品形态由单一的纸质产品形态向着课本与网络数字资源相结合的模式转变,线上线下的资源互补互补的结构,对教材出版提出了更高的要求。四是学生购买教材的比例持续下降,二手教材、网络版参考教材,甚至盗版教材在实际使用中占有一定比例。这些变化正在深刻影响高校教材出版的发展走向。

河北大学出版社的高校教材市场主要是在省内高校,这几年的主要变化是产品结构由以本



科教材、公共课教材为主向以高职高专教材和专业基础教材为主转变,近几年重点开发中职和高职教材板块。本科教材以校本专业课程教材为主,中职高职教材以职业教育学生综合人文素养板块为主,同时通过改版提升等方式保持原有的大学语文、大学数学(文科)、大学体育等传统项目的优势。

为了加大教材出版力度,河北大学出版社成立了教材编辑分社(编辑室),组织全社最具经验的优秀编辑参加大教材分社的工作,在 market 开发方面主要是深入学校并加大与高教学会、职业教育研究会等专业团体的合作,提高信息有效性,提升市场影响力。

针对目前高校教材市场的变化,河北大学出版社的规划是稳定本科校本课程专业教材的规模和市场,把高职高专教材的开发推广作为今后重点,着力在职业教育综合素养、发展能力等方面加大相关教材和配套资源的开发力度,在业务上进一步加强与专业学会组织的合作。

李朔:明晰“大教育”理念 拓展教材板块范围

近年来高校教材市场的变化,在政策和行业两个层面均有体现。从政策层面来看,非常突出的一个变化是教材建设和出版被提到了空前重要的位置。其一,国务院及教育部发布了一系列文件,强调将立德树人根本任务贯彻到教材建设全过程,推动习近平新时代中国特色社会主义思想进教材、进课堂、进头脑,加强社会主义核心价值观和优秀传统文化、民族精神教育。其二,为了统筹全国教材建设和使用,自2017年7月至今,国家教材委员会、教育部课程教材研究所、首批11家国家教材建设重点研究基地先后成立。教材建设已经是事关国家未来的战略工程、基础工程,未来高校教材市场中各种不规范、不科学、低水平重复现象将会得到有效遏制。从行业自身发展来看,随着信息技术、人工智能技术的发展,出版业必将进行一场自我革新,新技术、新材料推动着出版业的不断创新。近年来高校建设呈现出立体化资源(纸媒+数字产品+服务平台)建设的新趋势,出精品、有特色是出版社发展的方向。

近年来,随着教育教学改革的不断深入推进,国家开放大学出版社在教材板块布局上也逐步明晰了“大教育”的理念,在按时保质完成国家开放大学课程教材建设任务的基础上,深入研究全国开放大学系统内及普通高校、职业院校的办学需求,拓展教材出版板块范围,探索新的业务增长点。

在开放大学系统内,为满足开放大学地方分部的教学需求,开发了共建共享专业的学习资源、自开课学习资源;服务行业学院人才培养需要,开发了行业学院学习资源;服务特定人群教育需求,开发了“一村一名大学生计划”、三农课学习资源及士官学员定制学习资源,为推进教育公平尽了微薄之力。这几个方向都已形成稳定的产品线,丰富了开放教育学习资源板块。



在开放大学系统外,近几年来出版社在教材建设方面做的主要探索,一是以教育部确立国家开放大学出版社为职业教育教材出版基地为契机,下大力气推进职业教育教材建设,重点推进“面向‘十三五’职业教育精品规划教材”300余种教材的出版工作,以及教育部《高等职业学校专业教学标准》等重点项目的建设。二是利用出版社远程教育特色和资源优势,尝试为部分普通高等院校提供具有自主学习特色的学习资源和平台服务。

配合学习资源出版策略的调整,国家开放大学出版社新设了高等教育事业部,目的是通过业务板块的细分,集中力量开发普通高等院校学习资源。力争经过3~5年的努力,将国家开放大学出版社打造成“优质”“立体”学习资源的出版者、高校“新型资源”的建设者、高校“混合教学”模式的服务者,在高校教材市场形成出版社特色产品。

在策划和营销方式上,国家开放大学出版社针对国家开放大学教材、开放大学地方分部自开课程教材、高等院校教材分别制定了不同的策略。

在未来发展中,国家开放大学出版社的整体思路仍是聚焦高质量内容生产,严把导向关、政策关,利用现代技术加快形式创新,努力从学习资源提供商向综合服务商转变。其一,配合国家开放大学“立德树人攻坚行动”对开放大学所有专业的培养目标、课程内容的修订,加快对现有的近百种教材的修订内容更新工作。其二,配合国家开放大学专业结构优化调整,做好新设专业教材建设和现有专业教材优化整合,新开发一批符合国家战略和市场需求的教材,促进专业建设新机制的形成。其三,强化新业态项目扶持力度,大力推进教材数字资源增值业务创新和渠道拓展。

林全:建立有特色有优势的教材体系



改革开放后,大学出版社经过30多年的发展历程,已成为国家发展高等教育出版的主力军,同时也是我国出版的重要生力军。大学社主要经历了三个变化阶段:从初期摸索,到传承大学精神、快速发展,再到做大做强和发展成熟,同时面临挑战。近期,由教育部、财政部联合发文,启动对28家大学进行试点,对学校所属企业进行体制改革。大学出版社归属资产管理,企业属性更鲜明。中宣部近期推出了《图书出版单位社会效益考核试行办法》后,出版的社会效益和经济效益都十分值得重视。

当前我国大学出版社面临不少挑战,首先面临着大型出版集团的竞争。相比大学出版社,大型出版集团在教材选题组稿、销售渠道和高校评价体系中都占有优势。其二,国外出版商的版权合作方式也给教材

领域带来不小的挑战。其三,民营书业在政策允许的情况下,进入高校教材出版领域,销售方式更为灵活,相比以前更注重教材质量。快印、速印技术的发展也给高校教材的版权保护带来挑战。

面对这些变化与挑战,西安交通大学出版社主要有以下策略。坚定信念,保持积极向上的心态,交大有优势的学科教材,无论其他出版社是否出版,都要下大力气策划组织出版。结合出版社的实力,利用好学校的有特色的优势学科打造品牌,找到自己鲜明的特色,坚持出版母体院校优势学科方面的教材。西安交大出版社坚持为教学科研服务,利用长期积累的教材优势,打好基础,认准方向,坚持不懈出版特色教材。落实具体人员,分清步骤,梳理多年的教材,修残补遗,扩大教材的适用面,从无到有,从有到精。“十一五”“十二五”期间,西安交大社投入200万专项资金打造精品教材,取得了非常好的社会效益和经济效益。

随着科技发展和教育改革,高校教材至少有三个明显的变化。

首先,从教材内涵定义上看,高校教材必然受国家教育政策的影响。2017年7月3日,国务院办公厅发布《关于成立国家教材委员会的通知》,加强和改进新形势下大中小学教材建设。随着国家相关政策意见的出台,教材管理力度的加大,高校教材编制市场中各种不规范、不科学、低质量的现象受到有效遏制,出版机构越来越注重编写规范和内容品质。

其次,从教学需求上看,高校教材的出版不仅紧跟教学需求的“风向标”,而且要反映当前各学科建设发展的最新成果。一方面,高校学科建设又有了新动向。如,为主动应对新一轮科技革命与产业变革,支撑服务创新驱动发展、“中国制造2025”等一系列国家战略,2017年2月以来,教育部积极推进新工科建设,先后形成了“复旦共识”“天大行动”和“北京指南”,并发布了《关于开展新工科研究与实践的通知》,全力探索形成领跑全球工程教育的中国模式、中国经验,助力高等教育强国建设。全国出版机构紧随学科发展,新工科教材应声而出。另一方面,高校越来越需要彰显本校主流特色的教材,校本化越来越重,教材成本趋高。如大学物理教材,海洋大学就希望内容更多地体现海洋特色。

第三,科技发展导致教材的立体化成为必然。从简单地提供单本教材转化为要为学校提供一种教学资源的整体解决方案:就内容而言,要有主教材、教师参考书、学习指导书、试题库等;从立体化教材的表现形式上要有纸介质教科书、音像制品、电子、网络出版物等;在教学服务方面,主要是通过教学服务专用网站在网络上为师生提供交流场所,每个学科、每门课程、甚至每本教材都应有网络上的交流环境。教材立体化最大限度地满足教学需要,满足教育市场需求,形成教学能力,促进教学改革。当然,这里所讲的立体化教材,其内容、形式、服务都是建立在当前技术水平和条件基础上,越来越便携,方便读者使用。比如教材最初配备PPT,到之后的教育平台,以及到现在的APP和二维码,都是让知识动起来,让读者最大程度受益。

高校教材一直是上海交通大学出版社期待发展的图书板块,目前比较成规模的教材有新核心大学英语教材、新核心理工基础教材、材料科学与工程系列教材以及考试类教材等。随着大环境的变化,上海交通大学出版社出版小环境也开始变化:一是已有教材板块内部教材体系更加完整;另一方面,教材板块基础教材向有特色的专业基础教材和培训教材转变,比如住院医师规范化培训教材,比如新工科教材——大数据与计算机系列。“弘扬学术,教材为本”一直是上海交通大学出版社发展的理念,随着学术专业化效益凸显,教材出版也要专业又聚焦,为此,专门对部门进行了专业化整合,成立科技分社、人文分社和教育分社,理清教材出版的跑道和特色,教育分社负责新核心大教材和高职教材,科技分社负责新核心理工基础教材、材料科学与工程系列教材、航空航天专业基础教材和培训教材、航海教材等与专业板块紧密相关的高校教材,并且设有专门营销团队。为了激励编发融合,还专门制定编发融合奖励制度。

为了更好地应对高校教材市场的发展趋势,出版社将继续加强教材编辑队伍和营销队伍建设,一方面提升编辑的专业素养和策划能力,制定明晰的编写规则、严谨的编写体系,规范合理教材结构,注重内容思想性科学性,立体化融合资源,紧随科学需要,采用最新科学技术,出版充分反映学科前沿发展和我国高等教育教学成果的优质教材;另一方面,开拓新型营销方式,立体化地服务于高校师生所需。

上世纪八九十年代,西安交大社在全国最先以系列出版研究生教材,并成为有影响力的品牌。为培养研究生的创新意识和能力,出版社与研究生院合作,打造100多种创新教育系列教材,开创研究生教材新品牌。

西安交大是从上海西迁到西安的著名高校,凝结出了“西迁精神”。西安交大在全国,尤其是在西部地区是一所很有影响力的高校。出版社努力办成与学校地位相称的高校出版社。学校为出版社精品教材建设建立了专项基金,鼓励出版社出版有交大特色的精品教材。西安交大社还联合160多家高、中职职业院校成立了“丝绸之路职业教育联盟”,计划编写、组织一些实用的专业对口的职业教育教材。学校倡导成立了“丝绸之路高校联盟”,有100多家沿线国高校参与。为此,出版社希望以此对外输出教材,推动我国高等教育“走出去”。新媒体时代,教学有了新模式,西安交大社要从教材内容的提供商升级为教育全程的服务者,打造新旧媒体融合教材,为教育的过程服务,解决教学的问题,在新时代走出教材出版的新天地。



钱方针:弘扬学术 教材为本 产品聚焦 品质优先

近年来高校教材市场发生了哪些变局?高校出版社在教材板块有哪些变化、高校教材出版策略等有哪些调整?在机构设置、营销方式和涉及领域等方面有什么动向?未来高校出版社会采取怎样的策略来应对高校教材市场的发展趋势?



近些年,职业教育的整体市场发展略显乏力,校方生源少、企业技工荒。受传统固有观念的引导和影响,国人的学历情结仍根深蒂固,有真正匠心和潜质的青年会被贴上“标签”,国之大需要的大国工匠、技术型人才的优质苗子往往被困在摇篮中。高考制度的落脚点还是着

力于研究型人才的选拔和培养,在技术型人才的技术深造、学历晋升等方面还未能实现更畅通的通路和更加优质的平台。职业教育在多年发展中产生的条块分割、多头管理、办学标准不一等问题,也让该体系的整体指导性指标不够鲜明,落地时内容迥异。

在目前的实践中,职业院校学生职业素养与企业所需相差甚远。一线企业需求的并不是只能满足于固定岗位需求的“螺丝工”,而是希望他们带来更多惊喜。这需要他们具备技术之外的各种能力,如抗压能力、协调能力、创新能力、实践能力等。出版社作为教材建设的重要参与方,要在链接新技术、新发展的同时,为教材注入更多前沿、优质的教育理论与方法。首先要打破职业教育认知上的误区,如重技能、轻素质,融入人文素质培养的内容,并结合新技术呈现,丰富教材形式,如推出配套电子课件、学习软件等,让授课内容“活起来”,促进学生职业能力和素质能力的同步提升。

出版社作为职业教育中重要的内容提供方及方向引导者,当务之急是搭建校企沟通平台,建立合作机制:一方面帮助企业通过实践提升教师的工程技术能力、选拔适用人才,另一方面协助院校达成适用人才培养的目的。在现阶段,职业院校中具备企业工作经验的教师较少,而企业中较为突出的技术骨干理论知识又不足,双方认知有一定差距,借助二者的优势,糅合企业所需,秉承教育方针,建立一套适用的学习体系是关键。最终保证学校与产业之间、产和教之间能实现有机转换,把专业建在产业链、需求链上,让校企合作纵深发展。

教材仍需不断革新,内容编写上有侧重点,教材编写要充分汇总两方资源:有企业一线的前沿信息的融入、有扎实的理论基础支撑。使职业教育的教材、教程、实操、实习、就业每个环节都能互相衔接,形成流畅、规模性的产业链。

在机构设置上,华中科技大学出版社拟成立“职教资源云智库”,通过评师网、教师网等第三方网站筛选优质作者,通过慕课、视频公开课等资源平台挖掘优质作者和优质选题。在营销方式上,利用移动互联网和大数据技术,采取更多的数字化、电子化教材推广模式。

华中科技大学出版社着力于让职业教育领域的学生具备高远的格局、广博的知识、过硬的技能和迅速拥抱新技术的能力,不断引入新理念、新知识、新技术,在创新实践背景下寻求教材建设的新发展。出版社组织了经验丰富、知识储备扎实的专业教师和掌握互联网开发技术的编辑团队,开发打造了一批特色鲜明、竞争力强的品牌教材。同时,创建新形态教材融媒体出版资源平台,加强教师、学生、出版社三者之间的沟通交流。教师可开设定制化的教学小课堂,学生可实现系统学习需求,出版社根据及时反馈信息及课程发展动态对平台上的立体化、数字化教材和资源进行及时更新,编辑也可以随时进行信息审核并链接多媒体资源。此外,分工合理的营销团队及强大的营销体系是有力的保障,快速地对接多样化的市场需求及销售渠道,有效保证了教材的高质量推送。

阮海洪:职业教育不应被就业『捆绑』