

# 融媒体时代我国高职教材出版现状和发展思路

## ——以“十三五”高职国家规划教材为例

柳赛男

(浙江交通职业技术学院,浙江 杭州 311112)

**摘要:**教材建设是高等职业教育的基础工程之一,是实施教学的基本依据、办学的必备条件和办学水平的重要标志。以“十三五”国家高职教育 2828 种教材为研究对象,对教材类型、主编单位、出版单位及 20 所高职国家规划教材主要出版社移动数字化融媒体平台进行了定量和定性分析,在分析出版社数字化平台矩阵和运营情况的基础上给出了当前微信公众号运营的不足,同时探讨了我国高职教材出版发行的新思路,对推动高职国家规划教材编写和出版工作的发展有着积极的意义。

**关键词:**数字化;高职教材;出版;发展

**中图分类号:**G71

**文献标志码:**A

**文章编号:**1009-4156(2023)02-064-05

2019年12月,教育部印发了《职业院校教材管理办法》<sup>[1]</sup>,提出要提高教材编写和建设水平。2021年12月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于推动现代职业教育高质量发展的意见》<sup>[2]</sup>指出,要强化教材建设国家事权,分层规划,完善职业教育教材的编写监管机制,引导地方、行业和学校按规定建设地方特色教材、行业适用教材及校本专业教材。可见,职业教育教材建设对于培养社会主义现代化职业技术人才、推动职业教育高质量发展有着不可或缺的重要意义。

目前,职业教育教材的出版随着国家政策的激励及职业教育发展的需要,迎来新的发展势头,出版了一系列符合国家规范、地方行业要求的职业教材,为职业院校教师的教学工作和人才培养提供了很大的帮助,但是有些职业教育教材同质化严重,内容大量重复,既导致出版资源的浪费,也导致职业院校教师在选教材时出现偏差,影响教学效果,同时对今后职业院校教师编写教材产生了不良的导向<sup>[3]</sup>。特别是对高职教育,已经成为我国高等教育不可或缺的一部分,近年来越来越受到国家的重视,担负着培养高技术技能型人才的重任,而好的适用的教材对高职人才培养起到重要的作用。

因此,以“十三五”高职国家规划教材为例,采用定量和定性分析方法研究高职教材的教材类型、主编单位、出版单位、出版社数字化平台。同时在数字化融媒体背景下,与传统出版相比,具有出版物形式更新颖、编辑加工技术使读者的互动性更强、出版

物信息更新更快等特点<sup>[4]</sup>,结合以上特点,探讨了出版社对高职教材的发行推广有益的启发和思路,能够为高职教材编写和出版提供有益的建议和策略。

### 一、“十三五”职业教育国家规划教材分析

将2020年12月教育部公布的“十三五”职业教育国家规划教材书目中的高职教材作为分析对象,共有2828本教材<sup>[5]</sup>。下面从教材类型、主编单位、出版单位进行分析,可以得到“十三五”职业规划教材编写的主要力量集中在哪些教材类型、主编单位所在地区和主要的出版单位,为以后“十四五”职业规划教材编写力量的合理分配提供一定的参考价值。

#### (一) 教材类型分析

按照教材类型,可以分为20个大类,对每大类进行统计后,结果如表1所示。按照数量进行排序后,可以看到居于前6位的教材类型分别是财经商贸大类、装备制造大类、电子信息大类、公共基础课、交通运输大类和土木建筑大类,它们一共占了70%以上,可见除了开公共基础课以外,其他五大类是“十三五”期间教材编写重点,这也与教育部组织开展“十三五”职业教育国家规划教材遴选的重点相一致,重点遴选“服务先进制造业、现代服务业等相关专业教材”,装备制造大类、电子信息大类属于服务先进制造业等行业,财经商贸大类、交通运输大类和土木建筑大类属于服务现代服务业等行业,也反

映了大部分高职院校的专业集中在这五大类中,多年的教学工作积累了大量的教材素材和丰富的教材编写经验,涌现了不少优秀的专业教材。而也属于“十三五”重点遴选的“农林、地质、矿产、水利、养老、家政等苦脏累险行业相关专业教材”则显得占比不大,农林牧渔大类占 3.57%,水利大类占

0.99%,养老家政则归于公共管理与服务大类,占比 1.1%。可见这部分国家现阶段急需的专业教材,由于高职院校开设的专业较晚较新,还没有积累一定的实践经验和教学经验来编写教材,这部分教材相对较少。

表 1 “十三五”职业教育高职国家规划教材类型统计

排序	类型	数量	占比	排序	类型	数量	占比
1	财经商贸大类	532	18.81%	11	农林牧渔大类	101	3.57%
2	装备制造大类	450	15.91%	12	能源动力与材料大类	62	2.19%
3	电子信息大类	384	13.58%	13	食品药品与粮食大类	44	1.56%
4	公共基础课	218	7.71%	14	生物与化工大类	37	1.31%
5	交通运输大类	201	7.11%	15	轻工纺织大类	33	1.17%
6	土木建筑大类	200	7.07%	16	公共管理与服务大类	31	1.1%
7	教育与体育大类	137	4.84%	17	水利大类	28	0.99%
8	旅游大类	116	4.1%	18	资源环境与安全大类	22	0.78%
9	医药卫生大类	108	3.82%	19	公安与司法大类	11	0.39%
10	文化艺术大类	106	3.75%	20	新闻传播大类	7	0.25%

来源于“十三五”职业教育国家规划教材高职书目。

(二)主编单位分析

将上述 2828 种教材,按照主编单位所在省份进行细分后,数量排名前十的省份如图 1 所示。从图 1 可以看出,江苏省的主编单位最多,有 448 个,其次是广东,后面依次是浙江、辽宁、北京、山东、湖南、湖北、四川和重庆,可见这些省份的高职院校相对较多,高职教育发展相对靠前,可以为其他相对落后的高职院校的教材建设提供更多的帮助和借鉴。同时从地理位置来看,这些省份大多处于沿海地区或中部及首都北京等经济发达地区,高职教育相对得到国家和政府的支持较多,产教融合的地方企业也较多,在高职教育发展上处于全国前列,在教学中积累了大量的有益经验,因而编写的教材数量也较多。经过统计发现,云南、贵州、甘肃等主编单位所在省份通过的高职国家规划教材数量较少,与当地的高职教育的发展现状息息相关,可以通过选用其他省份主编的相关教材弥补这一现状,但是职业教育的教材大部分都基于产教融合进行编写的,与当地的经济发展和企业现状有着紧密的联系,可以在“十四五”期间,多鼓励这些省份的高职院校结合当地的企业技术和行业发展,编写适合本地区的教材。

(三)出版单位分析

按照出版单位进行统计后,排名前 20 位的出版

社如表 2 所示,这 20 家出版社囊括了 1980 种教材,占据了全部教材的 70%以上,可见研究这 20 家出版社的新媒体融合下的数字化传播和出版有着一定的代表意义。

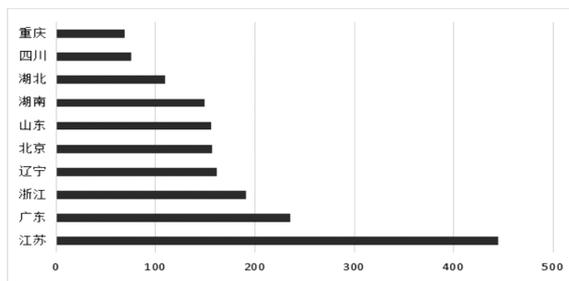


图 1 “十三五”职业教育高职国家规划教材数量排名统计

来源于“十三五”职业教育国家规划教材高职书目。

二、20 所出版社高职教育移动数字化平台现状分析

与传统的纸质教材相比,微信公众号作为可以在移动端适用的界面软件,由于操作方便、传播速度快、成本低等特点,已成为各大出版社提高自身关注度和影响力的重要手段<sup>[6]</sup>,整理上述 20 所出版社的微信公众号有关高职教育部分的移动端数字化平台运营情况如下。

表2 “十三五”职业教育高职国家规划教材出版社排名

排序	出版社	数量	排序	出版社	数量
1	高等教育出版社	597	11	高等教育电子音像出版社	53
2	大连理工大学出版社	233	12	中国科学技术出版社	49
3	电子工业出版社	177	13	重庆大学出版社	30
4	北京理工大学出版社	157	14	人民交通出版社	27
5	机械工业出版社	132	15	北京大学出版社	26
6	人民邮电出版社	125	16	人民卫生出版社	26
7	化学工业出版社	79	17	东北财经大学出版社	24
8	中国农业出版社	73	18	黄河水利出版社	23
9	中国铁道出版社	56	19	北京出版社	20
10	上海交通大学出版社	54	20	东北师范大学出版社	19

来源于“十三五”职业教育国家规划教材高职书目。

除了中国科学技术出版社没有微信公众号以外,其余出版社都有微信公众号。微信公众号中有高职教育内容的出版社有高等教育出版社、大连理工大学出版社、机械工业出版社、中国农业出版社、东北财经大学出版社、黄河水利出版社,其余出版社微信公众号都没有高职教育内容。北京大学出版社的微信公众号粉丝数最多,有16.5万,原创文章1022篇;高等教育出版社有3.75万,原创文章84篇;机械工业出版社有3万,原创文章69篇;电子工业出版社有2.7万,原创文章9篇;化学工业出版社有1.8万,原创文章473篇;上海交通大学出版社有1.6万,原创文章347篇;大连理工大学出版社有1.5万,原创文章34篇;北京理工大学出版社有1.2万,原创文章4篇;人民邮电出版社有1.2万,原创文章有85篇;东北财经大学出版社有1.1万,原创文章23篇;中国铁道出版社有1万,原创文章9篇;人民交通出版社有0.8万,原创文章0篇;中国农业出版社有0.75万,原创文章557篇;重庆大学出版社有0.5万,原创文章114篇;北京出版社有0.4万,原创文章19篇;黄河水利出版社有0.4万,原创文章1篇;高等教育电子音像出版社有0.2万,原创文章3篇;东北师范大学出版社有0.075万,原创文章107篇;中国科学技术出版社和人民卫生出版社都没有

粉丝和原创文章。有视频号的出版社有高等教育出版社、机械工业出版社、人民邮电出版社和北京大学出版社,其余出版社都没有视频号。

从以上统计可以看出,除了中国科学技术出版社没有开通微信公众号以外,其他19个出版社都开通了微信公众号,但是在公众号里有专门的高职教材菜单的并不多,只有高等教育出版社、大连理工大学出版社、机械工业出版社、中国农业出版社、东北财经大学出版社、黄河水利出版社等有专门的板块介绍高职教材或可以搜索到高职方向的教材。

从粉丝量来看,其微信公众号的传播范围和受关注程度依赖于粉丝量,对上述19家出版社微信公众号的粉丝数进行统计后,发现粉丝量在3万以下的占80%,高于3万的有高等教育出版社和北京大学出版社。观察这两家的微信公众号,可以发现高等教育出版社的微信公众号有产品检索系统、微书城、学习圈等3个菜单,点击进入产品检索系统后,图书有明确的高职教材分类选项,同时通过微书城可以进行在线下单,学习圈提供了学习、考试和网培等各种在线学习方式。通过多级菜单的形式,为受众提供了更丰富多样的选择,更受大众喜爱。而北京大学出版社公众号则是通过丰富的原创文章吸引大家关注其公众号,通过统计发现一共有1022篇原创推文,远远超过其他出版社的推文数,几乎每天都会发送原创高质量推文,吸引大家点击阅读,其粉丝量也大大超过其他出版社的微信公众号。

视频号作为微信推出的2020年1月开始内测的一款产品,通过社交强推荐的方式来吸引更多的流量,达到传播、推广和提高关注度的目的。在上述的19个出版社的微信公众号中有视频号的只有4家,分别是高等教育出版社、机械工业出版社、人民邮电出版社和北京大学出版社,粉丝量基本在1万以上,而其他粉丝量在1万以下的公众号基本没有增加视频号这一功能,可见增加视频号对于维护公众号的流量具有一定的推动作用。

通过以上分析可以发现,利用微信号进行出版业务的数字化转型成为主流出版社的一种有益的尝试,但是在高职教材的数字化融媒体出版发行方面还存在以下问题。首先,具有高职教材浏览、阅读和购买商城等二级菜单的出版社微信号不多,目前只有高等教育出版社和大连理工大学出版社微信号上有明确的高职教材菜单分类,其他出版社都隐藏在书目里,查找起来不是很方便,有的出版社根本没有高职教材可供查询浏览;其次,大部分有微信号的出版社没有丰富的原创推文来吸引读者,导致粉丝量

大都在3万以下,点击率和浏览率都不尽如人意,很多微信公众号成为摆设;最后,不重视视频号的建设,大部分出版社都没有视频号,视频作为融媒体一种重要的工具,能够通过简短的视频内容将读者碎片化的时间更好地利用,并且通过好友微信自动推广的方式,进一步吸引粉丝。

### 三、我国高职教材出版发行的新思路

国家大力开展“十三五”职业教育规划教材建设,目的是以规划教材为引领,高起点、高标准建设中国特色高质量职业教育教材体系。从高职部分来看,已申请通过2828种教材,如何有效地将这些教材推广应用,并对“十四五”期间的高职国家规划教材建设提供有益的借鉴和帮助,具有一定的研究意义。

#### (一) 加快服务国家战略和民生需求紧缺领域专业教材建设

从已有的2828种“十三五”高职国家规划教材来看,主要集中在财经商贸大类、装备制造大类、电子信息大类、公共基础课、交通运输大类和土木建筑大类等六大类中,而在新一代信息技术、生物技术、人工智能等产业领域以及学前、托育、护理、康养、家政等领域的专业教材较少,如表3所示。

表3 “十三五”高职国家规划教材相关专业数量

类型	数量 (种)	类型	数量 (种)	类型	数量 (种)
信息技术	7	生物技术	22	人工智能	3
学前	30	托育	0	护理	44
康养	0	家政	0	工作手册	1

来源于“十三五”职业教育国家规划教材高职书目。

从表3可以看出,在托育、康养和家政方面,几乎没有相关方面的教材,人工智能方面仅有3种,信息技术仅有7种。这也与我国现有的高职专业设置有关,设置以上专业的高职院校并不多或者比较新,比如教育部2016年才新增婴幼儿托育服务与管理专业,2021年新增婴幼儿发展与健康管理专业,婴幼儿托育专业在医药卫生的大类下<sup>[6]</sup>。工作手册式的新形态教材也较少,只有1种。对这些新增的专业而言,具有前言性、权威性和原创性的教材在指导专业建设、课堂授课中都有着重要的作用。加快这些方面的高职国家规划教材建设既是适应中国特色社会主义进入新时代、全面建设社会主义现代化

国家的需要,也是我国现代职业高质量发展的保证。

#### (二) 加快出版社高职教材数字化推广<sup>[4]</sup>

在当今数字化时代,利用新媒体技术,改变传统纸质图书的推广方式显得尤为重要,使图书信息的传播方式焕然一新,让高职国家规划教材被更多的高职院校有效选用,对推动高职院校教学质量发展也有着重要的意义。出版社应该积极推进新媒体融合创新,进一步加快高职国家规划教材的推广工作。

以微信公众号为例,出版社应该建立自己的微信公众号,开发二级以上的微信菜单栏和话题栏,尽量将高职板块内容整合到微信菜单中,使用户进入公众号后可以显而易见地查询高职教材内容,加快高职教材的数字化建设,比如电子教材、课件等,并增加与用户互动的菜单选项,可以让用户浏览阅读、留言、下载、咨询、网上商城购物买书等。出版社要注重对微信菜单栏的运营维护,对其进行定期更新,加入更多最新的互动活动,使其保持在一个活跃的状态。

同时在微信公众号的建设中,要注重原创文章的质量和发文次数,尽量做到每天1篇,好的原创文章和较多的发文次数,能够吸引到更多的读者用户,特别对于高职教育,建议定期推出有质量的本出版社出版的高职教材的评论文章,鼓励使用该高职教材的院校教师投稿有关使用该教材的文章,采用这种双向的方式,更有助于教师选择合适的教材,并且可以吸引更多的高职院校工作的流量粉丝。

建议出版社开通视频号,利用视频号的强社交推荐功能,拍摄有关高职国家规划教材的视频,只要一人观看,其微信好友也会看到这个视频,可以吸引到具有相同专业素养且有较强黏性的粉丝群体,进一步扩大宣传力,使更多的高职院校教师了解到该教材,并选择使用。

#### (三) 平衡东西部高职国家规划教材建设

以2828种“十三五”高职国家规划教材为例,可以看出东西部教材建设的不平衡,在东部发达地区,比如江浙一带,江苏省的主编单位出版了445种,浙江省的主编单位出版了185种,比西部四川和重庆之和还要多。

职业教材不同于普通高校教材,不是理论知识的堆积,而是要体现区域特色,注重解决当地的行业、企业的需求,反映当地产业发展的最新进展和趋势,吸收当地产教融合企业比较成熟的新技术、新工艺和新规范等。单纯地直接选用其他地区或学校的教材,可能无法实现良好的教学效果,和当地的行业企业的需求不匹配。可见,要使东西部高职教育实

现平衡,高职国家规划教材的平衡是条件之一。

可以通过奖金等形式鼓励西部高职院校教师和本地企业界或工商界人士一起参与高职教材的编写,将企业的新工艺和新标准及时纳入教材中。同时简化出版申报流程,使一些历经多年教学和实训经验的校用自编教材能脱颖而出。对于有着多年教学经验和企业实践经验的高职院校教师,学校也可以在政策上允许他们在编写教材期间减少一定的其他工作量等。当然平衡的实现是需要多方努力的,但东西部高职国家规划教材建设的平衡一定能给我 国高职教育带来更多的希望,引来蓬勃的发展。

#### 四、总结

近年来,国家越来越重视职业教育教材的管理和建设,从《教育部关于“十二五”职业教育教材建设的若干意见》将职教教材进行单独设置开始,到2020年12月教育部公布的“十三五”职业教育国家规划教材,以及2021年12月教育部发布的《“十四五”职业教育规划教材建设实施方案》,职业教育规划教材从山寨本科教材、低劣滥造的形象中逐步扭转,也成为国家规划教材中一个重要的组成部分。高职教材作为职业教育教材中的高等教育部分,起到非常重要的作用。在当今的数字化融媒体时代,探讨数字化融媒体背景下我国高职教材出版现状和

发展思路有助于为高职院校教师编写和出版教材提供新的思路和建议,也为出版社扩大高职国家规划教材的影响,对高职国家规划教材选入课堂教学有着积极的作用,推动高职国家规划教材编写和出版工作高质量发展。

#### 参考文献:

- [1] 教育部. 职业院校教材管理方法[EB/OL]. [2019-12-19]. [http://www.moe.gov.cn/srcsite/A26/moe\\_714/202001/t20200107\\_414578.html](http://www.moe.gov.cn/srcsite/A26/moe_714/202001/t20200107_414578.html).
- [2] 中共中央办公厅, 国务院办公厅. 关于推动现代职业教育高质量发展的意见[EB/OL]. [2021-10-12]. [http://www.gov.cn/zhengce/2021-10/12/content\\_5642120.htm](http://www.gov.cn/zhengce/2021-10/12/content_5642120.htm).
- [3] 王军. 从教材出版的视角看高等教育教材政策的历史变迁[J]. 中国大学教学, 2019(5): 90-96.
- [4] 胡玉玺, 程海威. 高校出版社融合发展策略[J]. 中国出版, 2021(12): 43-46.
- [5] 教育部. 关于公布“十三五”职业教育国家规划教材书目的通知[EB/OL]. [2020-12-14]. [http://www.moe.gov.cn/srcsite/A07/moe\\_953/202012/t20201217\\_506058.html](http://www.moe.gov.cn/srcsite/A07/moe_953/202012/t20201217_506058.html).
- [6] 余人, 高乔. 数字出版平台 APP 与微信公众号比较研究[J]. 中国出版, 2017(7): 39-44.

【柳赛男: 浙江交通职业技术学院教师, 工学博士, 主要从事高等职业教育管理研究】

## The Current Situation and Development of Higher Vocational Education Textbook Publishing in China in the Era of Media Integration ——Take the “National Planning Textbook for Higher Vocational Education in the 13th Five Year Plan” as an Example

Liu Sainan

(Zhejiang Institute of Communications, Hangzhou 311112, China)

**Abstract:** Textbook construction is one of the basic projects of higher vocational education, the basis for teaching, the necessary conditions for running a school and an important symbol of the level of running a school. Taking 2,828 kinds of teaching materials for higher vocational education in the “13th five year plan” as the research object, this paper makes a quantitative and qualitative analysis on the types of textbooks, the editing units, publishing units and the mobile digital financial media platforms of 20 major publishers of nationally planned textbooks for vocational education, points out the weakness of the current WeChat official account operation by the analysis of the publishing house’s digital platform matrix and operation, and discusses the new ideas for the publication and distribution of the textbooks, which is significant for promoting the development of the compilation and publication of the textbooks.

**Key words:** Digitization; Textbooks for higher vocational education; Publication; Development