

# 融合出版时代高校教材出版的创新

## ——以会计专业教材为例

黄双蓉

(中国财经出版传媒集团, 北京 100000)

**【摘要】**融合出版时代背景下, 数字技术迅猛发展, 传媒产业的产品在加速融合, 传统纸质高校教材面临着出版周期与时效性、展现形式与读者互动、配套资源方面的困境。但是, 新时代也带来了新的市场需求, 打造新形态高校教材对于出版社来说迫在眉睫。本文以会计专业教材为例, 剖析了传统纸质高校教材面临的困境, 为出版社打造立体化的新形态高校教材提出了具体建议。

**【关键词】**融合出版; 高校教材出版; 配套资源; 数字服务平台

### 一、融合出版时代背景与高校教材出版

近年来, 图书、报纸、刊物、网络视频等各种传媒产品在业内加速融合。随着数字技术的迅猛发展, 大数据、人工智能等信息技术在加速应用, 出版业加速与数字技术的结合。融合出版时代已经到来。在这样的时代背景下, 相关发展理念不断地深化, 产业发展环境逐步健全, 融合出版不断进行业态创新, 融合深度日益推进, 相关的产品种类不断丰富, 产业规模快速扩大, 改变了传统出版行业的格局, 给相关行业的发展带来了新的机遇。

以纸质图书作为传统载体的高校教材, 供学校教学活动使用, 承担着传道授业育人的历史任务。在融合出版时代到来、数字技术迅猛发展、读者学习习惯改变的时代背景下, 传统纸质高校教材面临着出版周期长、时效性不强、配套资源匮乏等困境。

新的时代给高校教材出版带来了新的挑战, 也带来了新的机遇。在融合出版时代中, 出版社应该抓住数字化转型的历史机遇, 紧密联系教材作者团队, 利用新的数字技术搭建全新的平台, 以此为契机推出一批新形态高校教材, 增强对知识的表现力, 提高对读者的吸引力, 以满足学校授课和学生个性化学习发展的需求。

### 二、传统纸质高校教材出版工作的困境

#### (一) 出版周期较长, 时效性不强

传统纸质高校教材, 跟普通纸质图书一样, 其出版工作需经过选题策划、选题申报、合同签订、三审三校、印刷装订、上市推广等流程, 这是确保图书出版质量的必备步骤。传统纸质高校教材的出版工作程序客观上导致其出版周期较长——其出版周期一般为6个月左右, 如果加上作者编写原稿所需时间则更长。

在信息技术飞速发展、各类知识呈爆炸式更新的融合出版时代背景下, 高校各专业的知识迭代更新也很快。传统纸质高校教材, 在经历了作者起笔编著一

直到正式出版的半年多甚至更长的出版周期之后, 可能其部分纸质内容已不再能体现该专业的最新研究成果和实务实践经验。如果重新修改相关内容, 又需经过作者团队内部讨论和分工起笔、出版社编辑加工和加校等流程, 其正式上市更是遥遥无期了。

#### (二) 展现形式单一, 缺乏与读者互动

传统纸质高校教材, 以纸质图书作为载体, 对专业知识的展现形式很单一, 只能以“文字+图表+案例”的形式向读者展示相关专业知识, 缺乏与读者之间的互动, 无法及时获知读者学习需求并予以满足。

以会计专业中的《会计电算化》纸质教材为例, 一般分为会计电算化该书、会计软件运行环境、会计软件应用、会计实务中的电子表格软件应用等几大部分, 一般以文字的形式介绍会计电算化的概念、会计电算化的特征、会计软件概述、会计信息化工作规范等, 并以“文字+实操界面截图”的形式介绍会计软件的具体应用、电子表格在会计实务中的应用。单纯靠《会计电算化》纸质图书的出版, 去向学生介绍会计电算化的相关知识, 只能让学生从理论的层面去晦涩地理解会计电算化, 很难让高校学生真正地掌握会计电算化的实操知识, 难以让高校学生在毕业后学以致用、快速适应会计工作岗位需求。

#### (三) 配套资源匮乏

传统纸质高校教材配套资源匮乏, 给读者提供的资源, 大多为在书中提供课后习题及讲解。部分传统教材会随书附赠配套光盘。然而, 5G时代已经来临, 智能手机、平板电脑等智能设备已经在大学生中普及, 这些智能设备能为学生提供全新的、更便利的学习场景。至于纸质教材的配套光盘, 很多笔记本电脑甚至不再配置光驱, 光盘的使用已日渐式微。传统纸质高校教材“纸质习题+随书附赠光盘”方式的配套资源过于匮乏, 在融合出版时代已日渐缺乏应用环境, 与当代大学生的学习习惯不符, 更与移动互联网时代的

学习场景不符。

以会计专业中的《审计》教材为例，部分传统纸质教材会附赠光盘，光盘中大多为视频课、配套PPT、练习题等。但实际上《审计》是会计专业中实践性非常强的科目，高校会计专业大学生由于缺乏实务经验，仅靠上述配套资源，很难把《审计》科目抽象的知识转化为对审计流程、审计实施等实务工作的理解。

### 三、新形态高校教材的打造

融合出版时代到来，是挑战与机遇并存，风险与收益同在。尽管传统纸质高校教材面临着上述出版周期与时效性、展现形式与读者互动、配套资源方面的困境，但融合出版时代也激发了对新形态高校教材的需求。出版社与高校教材编作者密切配合，应该抓住新时代的需求，贯彻落实党中央、国务院的决策部署，按照出版主管部门的指导思想和业务指引，充分利用出版行业数字化转型的契机，融合信息技术推出一批优质精品的新形态高校教材，服务于新型教学场景，满足读者对于新产品的需求。对于新形态高校教材的打造，出版社应该重点致力于以下几点。

#### （一）牢记政治使命，守好主阵地

出版社在打造新形态高校教材的过程中，要始终牢记政治使命，把好政治关，守好主阵地。出版社编辑应该加强政治理论学习，认真学习并在出版工作中贯彻党的路线、方针和政策。在打造新形态高校教材中，要牢记民族复兴的历史重任，服务于立德树人的教育根本任务，按照新时代教材建设的发展方向推进出版工作，坚持正确的政治方向，弘扬中华民族优良传统。

根据人民网相关资讯，2021年国家教材委员会印发了《习近平新时代中国特色社会主义思想进课程教材指南》。出版社应该以上述文件作为业务指引，在选题策划过程中就与作者积极沟通，重视高校学习中形成理论思维、深度探究的科学进阶规律，通过打造新形态高校教材，帮助高校学生实现从学理认知到信念生成的转化，增强使命担当，形成宣传、阐释、研究新思想的素质和能力，做到融会贯通。

#### （二）整合作者资源，优化编写团队

多年以来，越来越多的纸质高校教材，出版模式已从出版社编辑被动地等待作者交稿然后走后续出版流程的旧模式，转变为出版社编辑主动把工作前置，更多地承担策划编辑的职能，通过挖掘、整合作者资源，提出选题思路并与作者磋商，经调整后形成最终选题并配合作者工作，推动书稿撰写，通过与作者积极互动完成教材出版工作。

出版社在融合出版时代打造新形态高校教材，就要鼓励编辑继续发扬工作前置的优良传统，继续承担策划编辑的职责，充分利用编辑对于融合出版时代变迁的敏感性，根据业务融合发展、产品形态变革、业

态创新推进的需要，进一步整合作者资源，优化编写团队。

例如，打造高校会计专业新形态教材，需要根据教学需要、学生需求，积极大胆地推进作者队伍的创新，出版社在整合作者资源以打造编写团队的时候，要考虑到会计专业学生对于移动端学习场景的需要、对于走向实务岗位快速上手工作的需要，对教材编写团队进行大胆的整合：一是挖掘能适应线上教学互动的教师，为教材配套的在线课程等资源的打造做好人才储备；二是注意到高校会计专业新形态教材的作者团队，既需要有长期从事学术理论研究的“学术派”作者为教材理论论述固本清源，也需要有具有丰富实际工作经验的“实务派”为教材案例实操内容增光添彩。

#### （三）加强编辑队伍建设

出版社要在融合出版时代做好高校教材出版的创新，就要相应地根据业务调整需要加强编辑队伍建设，支持编辑根据融合出版时代的工作定位做好岗位职责转型。出版社加强编辑队伍建设应该做好以下几方面工作：

##### （1）组织业务学习。

一方面，要强化编辑的传统业务知识学习，及时根据国家最新出版管理法律法规对编辑开展培训工作，鼓励编辑通过多种途径提高自身工作水平；另一方面，还要给编辑提供掌握最新信息技术以及产品所涉学科知识的学习机会，鼓励编辑将所掌握的最新信息技术以及产品所涉学科知识应用到自身实际工作中。例如，高校会计专业新形态教材的出版工作中，应该加强编辑队伍的建设工作，鼓励编辑更多地了解信息技术在会计培训工作中的应用，同时，通过业务培训提高编辑的会计学科专业知识水平。

##### （2）引进相关人才。

融合出版需要大量熟练掌握信息技术的人才，仅靠对原有内部编辑的培训是难以满足业务发展需求的。出版社应该积极引进在信息技术应用和数字出版等方面有丰富经验的人才，为业务调整做好人才储备。

##### （3）鼓励编辑培养产品思维，提高运营能力。

在融合出版时代，编辑有更多的机会需要以产品经理的角色参与到出版工作中，需要保持对市场的敏感性，并协调各方共同做好出版工作，推出融合出版产品。因此，出版社应该通过讲座、实地调研等方式，鼓励编辑培养产品思维，掌握产品经理常用的工作方法和工具。另外，无论是平台型产品，还是内容型产品所依托的平台，都需要编辑具备较高的运营能力。出版社应该积极创造机会，鼓励编辑从市场分析、内容整合、文案撰写、数据分析、网站优化等方面提高自身的运营能力。

##### （四）通过数字资源增加教材时效性

出版社打造新形态高校教材，要适应移动互联网

时代中二维码技术广泛应用的趋势,通过在图书正文添加二维码,让高校学生可以通过扫码获取相应的配套数字资源。配套的数字资源,可以是视频课程、音频讲解,也可以是配套的补充文字、图片。通过二维码技术提供的配套数字资源,是可以根据相关专业最新理论研究成果和实务工作趋势进行实时更新的,可以弥补传统纸质高校教材出版周期较长、时效性不强的短板。

以前文提及的《中级财务会计》科目教材为例,其准则内容讲解、涉税教材案例需要经常根据最新法律法规进行更新调整。通过在教材正文中添加二维码,配套实时更新的视频课程、音频讲解对最新准则内容进行介绍,并配套文本格式的例题讲解对案例就行补充,可以避免该科教材因为企业会计准则更新、税法变动而时效性变弱。

#### (五) 创新教材形态,丰富展现形式

根据时代发展和读者偏好的变迁,出版社对高校教材的打造,应该在封面设计、内文排版、印装方案等方面进行创新,也就是创新教材形态。例如,对于较厚的高校教材,可以采用双色印刷,用彩色文字在正文标注读者应该重点掌握的概念、原理、方法,便于读者反复学习理解。对于一些不设章节、前后顺序比较灵活的教材,可以采用允许读者灵活拼装调整顺序的活页式教材。另外,出版社打造新形态高校教材,还应丰富教材正文的展现形式,避免采用大段文字进行枯燥阐述,应该灵活采用图表归纳总结。

#### (六) 加强与读者的互动

传统高校教材的推广,更多地是以纸质书为载体,单向对读者传授知识,能收到的读者反馈非常有限。融合出版时代的到来改变了这一现状,出版社在打造新形态高校教材的过程中,需要积极接收读者反馈的意见和建议,并加以分析。这有利于出版社准确把握市场需求的变化,及时对教材产品进行调整,更好地满足读者的需求,创造更多的社会效益和经济效益。

#### (七) 丰富配套资源,打造数字服务平台

融合出版时代下的新形态高校教材必然是立体化的,包括很多配套资源(如电子书、课件、视频音频、练习题、资料库等)。以会计专业教材为例,对应的配套资源,应该有便于读者在移动端学习的电子书,有针对教材内容进行讲解的视频音频,《会计电算化》科目教材应该在PC端有模拟会计软件实操的界面,《审计》科目教材应该有丰富的配套实务案例,还应该有课后练习题和资料库等。出版社打造新形态高校教材,应该要投入足够的人力和物力去开发对应的配套资源以满足读者需求,并做到在图书上市后保持对配套资源的更新,确保内容与时俱进。

高校教材的上述配套资源如果放在第三方服务平台,会存在一定的风险,会影响出版社对教材配套资

源的管理效率,也不利于分析用户习惯。因此,出版社应该组建开发团队和运营团队,打造属于自己的数字服务平台。这有利于出版社对外树立企业形象、品牌形象,传递企业文化;有利于确保配套资源的数据安全和及时更新教材配套资源;有利于出版社分析用户使用习惯,及时获取用户反馈的信息,改进产品。就会计专业教材的出版工作来说,打造专属于出版社的配套资源服务平台,有利于出版社沉淀用户资源,进而通过打造会计考试辅导图书、会计继续教育图书等相关产品来为会计专业毕业生提供后续服务。并且,出版社可以通过自有平台向用户推荐其他纸质图书。

#### (八) 改进营销推广方式

融合出版时代的到来,用户获取资讯的渠道发生了很大变化。互联网传递信息的载体从“文字+图片”更多地转变为“短平快”的短视频。同时,大数据技术的应用,更有利于把握用户的使用偏好和关注方向,使信息的投放更具针对性。新形态高校教材的营销推广方式应该适应新时代的需求,更多地采用“直播+短视频”的方式进行产品推广,并及时分析推广效果,相应地调整营销策略。融合出版时代的高校教材推广,应该做到精准化、立体化。

#### 参考文献:

- [1] 李永强. 新时代大学出版社教材建设的使命与实现路径[J]. 现代出版, 2021(11).
- [2] 崔曼曼. 移动互联网时代高校教材出版的研究与分析[J]. 采写编, 2022(1).
- [3] 李忻阳. 大学英语教材出版的融合创新[J]. 采写编, 2021(12).
- [4] 陈星吟, 杨涛. 基于VR技术的数字教材出版策略研究[J]. 传播与版权, 2022(3).
- [5] 佟晖. 论融合出版视角下高校教材出版创新[J]. 中国报业, 2021(11).
- [6] 马德芳, 欧阳雪芹. “互联网+”时代新形态教材出版的守正创新探析[J]. 新闻研究导刊, 2021(12).
- [7] 段博原. 大中专教材出版研编工作及其一体化[J]. 中国编辑, 2021(12).
- [8] 胡炜, 吴湘华. 基于增强出版教材的高校特色课程建设探析[J]. 传播与版权, 2022(1).
- [9] 刘永静. 融合出版趋势下高校教材出版的思考[J]. 传播与版权, 2022(1).
- [10] 邓蕾, 江建中, 王璐露, 刘慧, 周希希. 一流大学高水平教材建设的内涵重构及出版——以东南大学为例[J]. 东南大学学报(哲学社会科学版), 2021(12).

**作者简介:** 黄双蓉, (1975.7-) 女, 汉族, 本科, 从事编辑工作。