

【新闻与传播】

“双减”视域下的教育出版：变化、挑战与应对

吴 昕

摘要：“双减”政策出台后，教育培训市场收紧，教育出版行业格局重塑。国家对教材教辅质量管控力度的变化，用户和市场需求的变化，给教育出版带来了深刻的影响。“双减”视域下，教育出版应直面竞争格局和发展前景的挑战，尽快转换角色，科学制定发展策略，做好出版产品多元化设计，推出优质图书，提高服务能力，重视人才建设，加速融合转型，为教育事业提供优质服务。

关键词：“双减”政策；教育出版；产品多元化；用户需求

中图分类号：G231

文献标识码：A

文章编号：1003-0751(2022)09-0169-04

2021年7月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》（以下简称“双减”政策），提出要切实提升学校育人水平，持续规范校外培训，有效减轻义务教育阶段学生过重的作业负担和校外培训负担。由此，一场旨在解决义务教育中小学生作业负担和校外培训负担的“双减”行动，迅速在全国展开。各地纷纷出台相应的制度与措施，我国基础教育格局正在开启一个新时代^[1]。“双减”政策贯彻落实后，教育培训市场收紧，教育出版行业格局重塑，教育出版要在思想理念、结构规模及发展模式等方面及时调整和创新。

一、“双减”政策下教育出版的新变化

学生减负减重不仅是教育领域的问题，也是社会热点问题。只有认真剖析“双减”政策下出版行业的新变化，教育出版才能及时调整出版方向。

1. 国家对教材教辅质量管控力度的变化

“双减”政策提出，要规范培训服务行为，依法依规坚决查处超范围培训、培训质量良莠不齐、内容低俗违法、盗版侵权等突出问题。规范培训服务行

为，首先要保障教材教辅的质量，国家必然会针对教培领域的内容质量构建系统的监管机制，对运营主体的规范性、培训服务行为、教材质量等进行监管。国家会加大对中小学教辅材料质量的管控力度，教辅资料的需求会缩减，质量要求会提高。例如，针对人民教育出版社小学数学教材插图问题，教育部高度重视，于2022年7月对全国中小学教材教辅和进入校园的课外读物进行了全面排查整改。

2. 用户需求的变化

一方面，学校教育向高质量发展需求的转变。“双减”政策使得教育资源供求关系、用户需求重点都发生了变化。教育出版要满足校外培训的基本需求，还要满足学校教育向高质量发展以及对素养、素质导向的优质课程的强烈需求。国家正极力推动教育回归公立教育体系，公立教育体系将会成为教育出版的主要用户。另一方面，教培机构出版需求的改变。“双减”政策下，教培机构加大了教辅出版的力度。教培机构通过线下丰富的名师资源和线上海量的后台大数据，梳理和整合了中小学的常考点、易错点以及难点，拟打造高水准的教辅图书。

3. 市场需求的变化

随着国家生育政策的全面放开，从市场需求来

收稿日期：2022-07-31

作者简介：吴昕，女，郑州大学副编审（河南郑州 450052）。

看,学龄前及学龄人口决定了教辅市场的体量。在校外补课时间被压缩的情况下,许多家长可能会对教育出版产品有更加强烈的消费需求,学前教材教辅需求也会增加。在少了作业和培训负担的前提下,学校也有更多的精力进行素质拓展,开展多样化的课后教育服务,他们对科普、文体、艺术、劳动、阅读、兴趣有关书籍的需求会变得长期而广泛。

二、教育出版面临的新挑战

教育出版与学习、教育和培训紧密相关。“双减”政策对教育出版的影响巨大,也将给教育出版行业带来更多新的挑战。

1. 竞争格局的挑战

“双减”政策的出台给教育培训机构及其与教育出版机构的合作都带来了巨大影响,两者需要谋求新的发展方向。2021年8月25日,教育部办公厅印发的《中小学生校外培训材料管理办法(试行)》明确规定,学科类培训材料实行的是严格的双审核制度,在培训机构自行审查的基础上,教育部门要进行严格审查。只有经过审核之后的材料才能入选。与此同时,教育部启动了“基础教育精品课”遴选工作,旨在发掘优质课程教学资源,建设云平台,满足学生个性化的学习需求。从整体来看,关于明确义务教育阶段校外培训,“双减”的基调是“从严治理,全面规范”。如果说“双减”会使教培机构的受众大幅减少,那么,新管理办法的出台,必然会压缩培训材料的用量和教育培训的利润空间,让教培机构与教育出版机构的合作与竞争关系更加突显。

2. 发展前景的挑战

“双减”政策落地,也给教育融合出版转型按下了加速键。教育出版在教研、培训专业服务方面,在高质量专题教育资源提供和线上学习资源覆盖方面,必须及时跟进。“双减”后,专业教育出版机构纷纷寻求新的发展。在国家教育部发布支持探索开展暑期托管服务的通知后,许多书店都推出了“寄娃”服务。广东、云南、江苏、湖北、山西、辽宁等地的实体书店,在借助免费或收费、合作或自主方式切入该领域的同时,也与教育出版机构加强了合作,使得出版单位将关注点投向素养启蒙、绘本阅读等出版物发行上。“双减”背景下,教育出版要想真正享受到多元业务带来的新增量、新收益,必须加大研发

和人力资源投入,弥补内容短板,给予融合出版产品更多的关注,这也会加大教育出版的经济压力、投资风险。而受“双减”影响,教培行业不可避免地会出现大规模裁员。教育出版行业如能抓住机会,吸纳跨行业人才,其竞争力也能得到快速提升。

3. 渠道拓展的挑战

“双减”政策提出了“要做强做优免费线上学习服务”的要求。教育出版作为一个重要载体,需要贴合教育场景,加快传统图书、传统服务的转向步伐,基于书本内容,促使图书由纸质教育朝信息化发展,为学生自主学习创造更多的空间。在“双减”政策出台后,“现代纸书”模式很快出现。这种模式让纸质图书通过匹配大数据标签的智能二维码链接线上延展性数字内容与服务,并实现复合呈现。这不仅能带给读者更丰富的阅读体验,还能够帮助出版机构实现与读者、作者的链接,逐步建立拥有清晰用户画像的读者数据库,扩大除纸质图书营收外的增值收益,拥有为读者提供严谨、权威、优质、丰富内容产品的渠道。教育出版业要拓展空间,借助媒体融合渠道连接内容和数字内容资源,开发新产品,释放价值动能,为学校提升课后服务水平做出积极贡献。

三、教育出版的应对策略

“双减”政策的实施短期内会让教育出版面临诸多挑战,但从长远看可加快教育出版融合转型和高质量发展的步伐,为教育出版创造新的时代发展契机^[2]。“双减”政策下,教育出版行业要抓住机遇,探寻新的发展之路。

1. 紧跟政策,做好出版产品设计

“双减”政策出台后,教育要回归公平普惠。面对充满竞争的买方市场,教育出版机构不仅要承担起传播知识、弘扬文化、传承文明的使命,还要紧跟政策,做好产品设计,在教育出版方面精准反映国家认知、体现国家意志,维护和改进已有的教材品牌,加强产品研制和开发,继续提高教材出版质量。

教育出版机构要制定精品教材发展战略,持续加大基础教育教材建设投入,开发新的教材品种,为教育教学提供服务保障。例如,在教材开发中,体现“面向世界,面向未来,面向现代化”的教育思想,提高教材质量,解决配套用书的同质化问题,使教材挣脱统一框架的影响,减少教材的可替代性。在开发

教辅产品时,要围绕教材,以“服务课堂”为出发点,坚持以学定考,提高命题质量,不出偏题、怪题、超纲题,满足校内课后服务增加对教辅图书的多样需求。

2. 拓展产业链,出版产品多元化

教育的基本问题是培养什么人、怎样培养人的问题。教育出版,尤其是教材出版,是解决这一问题的根本。在教育教学深化改革的背景下,教育出版机构应与时俱进做出调整,实现出版产业链的价值延伸,开发多元化的产品,以满足时代需要。出版机构要调整教育出版思路,突破传统的教材研制和开发局限,加快产品研发,并跟上教育系统对课程和专业的数字化改造步伐,走多元化发展之路,开发数字教材、电子书包、微课类产品,形成核心业务,打造拳头产品,扩大图书出版业务范围和规模效益,以专业化运作支撑多元业务框架,利用信息化手段扩大优质教育资源的覆盖面。

对于“双减”政策下的教育出版,不应只看到教辅出版物的减量,更要看到教育出版多元化带来的增量^[3]。例如,以教育和信息服务为主的美国常春藤公司麦格劳-希尔集团,依托技术提升开发了面向大学生的在线版百科全书,而且针对中小学教育开发了各种图片丰富的电子版教科书和专业图书,其中,该公司使用 Acrobat 的 PDF 格式的电子图书,因可以在多种电子产品上使用,一上市就受到学校和教育教培市场的热烈欢迎。这种电子图书价格优惠,分辨率高,全彩页面,用户可以获得高质量的阅读体验,已成为它们新的收入增长点。

3. 提高出版质量,推出优质图书

教育出版在教育事业发展中起到了支撑作用。“双减”政策的落地,改变了人们对于教育本质和规律的认知。教育出版机构要树立正确的发展观,以“立德树人”为根本任务,提高教材教辅图书出版质量,研发符合“双减”后教学改革发展的,适应用户需求的优质图书,这是出版社的立身之本。教育出版机构要吸纳学科专家、专职编写人员和教研员等组建专业的编写队伍,以工匠精神进行教材创新、编校、设计和印刷,打造优质教材。

图书质量是教育出版机构的生命和根本,是可持续发展的基石。尽管当下读者的阅读媒介发生变化,但内容质量始终是读者关注的重点,内容为王依然是出版单位坚守的重点^[4]。教育出版机构要积极学习贯彻新时代党的教育方针,坚持正确的政治

方向和价值导向,加大教育学科、课程、教材、教辅产品的研发力度,凸显主流价值观,将法治教育、家国情怀教育、传统文化教育、生态文明理念渗透到出版物中去,为青少年健康成长提供丰富的精神食粮。

4. 增强服务能力,关注用户体验

教育出版的价值不仅在于它能为教育事业提供符合其需求的图书产品,还在于它具有教育知识服务能力。教育出版机构要想突出重围,稳步发展,必须要把社会效益置于首位,关注教师、学生、家长等产品用户的需求,以用户为中心,增强教育知识服务能力,提高教育出版服务质量。要明确“双减”背景下课后服务的内涵,即课后服务是学校教育的有益延伸,是义务教育的有机组成部分,是“五育并举”、减负提质的有效渠道^[5]。随着“双减”政策的实施,学校课后教育服务需求不断提升,对素质导向的优质课程需求也更加强烈。

教育出版机构应从传统的内容提供商转变为教育服务商,研发面向学校以及最终用户的教育服务产品^[6]。为了提高服务的效率和专业性,出版机构要制定系列性内容资源研发和数字化开发计划,从纸质教材入手,开发教辅图书配套的数字产品,积极尝试纸质图书与线上配套资源相结合的出版新模式,增强教育资源的有效供给能力。例如,青岛出版集团基于对用户需求的精准把握,在“双减”政策出台后迅速成立了“青版少儿成长中心”,推出了优质助学服务,本着大教育的方向,以图书为载体进行整体课程输出,不断拓宽在线教育市场,促使传统出版不断向教育融合出版与出版服务转型^[7]。

5. 扩大资源储备,重视人才建设

当前,教育出版事业进入新的发展时期,编辑出版工作举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务更加凸显,这对教育出版行业的人才培养也提出了新要求。因此,打造一支与国家发展战略新需求相适应、与构建我国新发展格局相匹配、与新一代信息技术应用相融合的高质量教育出版人才队伍,势在必行^[8]。人力资源建设是教育出版资源建设的重中之重。

一方面,要重视出版业人才培养形式的专业化。高校应将部分优秀的青年教师选派到编辑出版实务部门参与出版工作实践,同时加大力度聘请出版界的专业人士担任专职、兼职教授或顾问。这种出版教育与出版社合作的模式,不仅能为学生提供实习

的理想场所,也可以在一定程度上缓解专业教师缺乏实践经验的问题^[9]。另一方面,出版机构要认清培养新型、专业教育出版工作者的重要性,邀请学科专家、教研员组建教材教辅产品编写队伍,参与教材教辅产品编写工作。出版机构可以瞄准时机,面向教培机构进行招聘,吸纳、储备人才,并以“培训+外聘”的形式吸引优秀教师,充实编辑队伍。在此基础上,组织编写队伍开展一系列与出版建设相关的理念、机制、方法的交流活动,引导他们总结、借鉴编写经验,以精益求精的态度开展教材编校、设计工作。

6. 重视数字出版,拓宽销售渠道

“双减”政策的出台,导致教育格局重塑,引发教育观念变革。在融媒体环境下,数字化出版和营销一直是出版界颇为关注的两个问题。教育出版要整合技术、资金以及教研专业力量,积极通过技术提升,寻找更多发展传统产业领域、拓展内容服务的机会,建设精品化的数字资源,开发在线教育市场,搭建智慧学习平台,进入智慧教育领域。例如,湖南教育出版社早在 2015 年推出拥有虚拟实验室、考试解决方案、在线测评、素质评价等栏目的贝壳网;目前他们又开发了更多优质的线上教育教学资源和智能化的教育产品,进一步提升了学校教研、培训专业服务能力。

媒体融合转型是一个系统工程。教育出版机构在数字资源开发、标准化建设的同时,还要考虑“优质内容和服务进校园”的问题,引进和重用具有营销经验的策划编辑、了解信息技术的运营主管,寻找

教育出版与新媒体传播的契合点,改变单一的传播形式,拓宽教育出版产品的营销渠道,构建良性发展模式。这就要求教育出版机构重新定位教育出版,根据融媒体环境下的市场需求,以用户需要为市场定位核心,用微博、公众号、视频营销等整合营销传播方式取代传统的图书发行传播模式,为作者、出版商、用户互动交流搭建桥梁^[10]。同时根据教育出版新格局,满足用户的多样需求,增加产品的附加值,推动精品化的内容进市场、进校园。

参考文献

- [1] 曾建辉.“双减”政策下我国教育出版的格局新变及未来发展[J].科技与出版,2022(1):63-69.
- [2] 陈兰枝,范军.“双减”时代的基础教育出版:挑战、机遇与发展路径[J].出版广角,2022(7):33-37.
- [3] 洪玉华,范燕莹,金鑫.2021 教育出版:放下该减的,放眼寻增量[N].中国新闻出版广电报,2021-12-13(1).
- [4] 陈光.从守故到创新:四川教育出版社的改革与发展[J].出版广角,2021(1):51-53.
- [5] 都晓.“双减”背景下的课后服务研究述论[J].新疆师范大学学报(哲学社会科学版),2021(4):12.
- [6] 秦伟,余春华.“互联网+”教育出版的实践探索[J].出版广角,2016(13):82-83.
- [7] 范燕莹.教育出版应做到“三个增强”[N].中国新闻出版广电报,2021-08-23(5).
- [8] 苏雨恒.立德树人担使命 教育出版谱新篇[J].思想理论教育导刊,2020(10):14-19.
- [9] 赵苏阳.美国出版教育体系及其对我国的启示[J].中州学刊,2009(2):255-257.
- [10] 卫军英,杨玲.新媒体环境下学术出版如何营销传播[J].中国出版,2014(22):7-10.

Education Publishing from the Perspective of “Double Reduction”: Changes, Challenges and Responses

Wu Xin

Abstract: After the “double reduction” policy was issued, the education and training market has been tightened, and the education publishing sector has been reshaped. The changes in the state’s control over the quality of educational materials and teaching aids, as well as the changes in users and market demand have profoundly impacted the educational publishing sector. From the perspective of “double reduction”, educational publishers should meet the challenges from competition, development prospects and channel expanding. Educational publishers should change their role as soon as possible, formulate development strategies scientifically, design diversified publishing products, launch high-quality books, improve service capability, pay attention to talent construction and accelerate integration and transformation. Only by doing so, can they provide high-quality services for the development of the education.

Key words: “double reduction” policy; education publishing; product diversification; users demand

责任编辑:沐紫