



GAODENGJIAOYU JIAOCAI CHUBAN YANJIU



GAODENG
JIAOYUJIAOCAI
CHUBAN YANJIU



杨 玲 ○ 著

高等教育教材出版研究



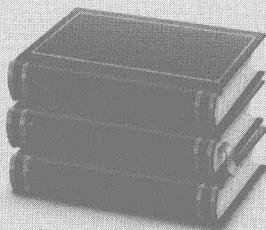
首都师范大学出版社
CAPITAL NORMAL UNIVERSITY PRESS



GAODENGJIAOYU JIAOCAI CHUBAN YANJIU



GAODENG
JIAOYUJIAOCAI
CHUBAN YANJIU



杨 玲 ○ 著

高等教育教材出版研究



首都师范大学出版社
CAPITAL NORMAL UNIVERSITY PRESS

· 北 京 ·

图书在版编目(CIP)数据

高等教育教材出版研究/杨玲著. —北京:首都师范大学出版社,2011.3
ISBN 978-7-5656-0259-7

I. ①高… II. ①杨… III. ①高等教育—教材—出版工作—研究—中国
IV. ①G642.33②G239.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 259975 号

GAODENGJIAOYU JIAOCAI CHUBAN YANJIU

高等教育教材出版研究

杨玲 著

责任编辑 艾 叔 责任设计 沙 沙

责任校对 洪 敏 责任印制 宏 波

首都师范大学出版社出版发行

地 址 北京西三环北路 105 号

邮 编 100048

电 话 68418523(总编室) 68982468(发行部)

网 址 www.cnup.cnu.cn

北京泰锐印刷有限责任公司印刷

全国新华书店发行

版 次 2011 年 3 月第 1 版

印 次 2011 年 3 月第 1 次印刷

开 本 787mm×960mm 1/16

印 张 12

字 数 196 千

定 价 25.00 元

版权所有 侵权必究

如有质量问题 请与出版社联系退换

前言

教材是体现学校教学内容、教学方法的知识载体和进行教学的基本工具,也是深入教学改革,提高教学质量的重要保证。高等学校由于知识的密集性,其教材不仅是学校教学、科研水平及其成果的重要反映,也是国家科学文化积累的重要组成部分和其发展水平的标志之一。作为高校教育活动赖以开展的基本资源,大学教材建设一直是中国近现代高等教育发展和课程变革的重要内容,大学教材的建设历程反映出高等教育教学理念和课程体系的发展过程。因此,探讨高等学校教材建设规律对发展我国高等教育事业及提高我国科学文化水平有着重要的作用和意义。对于大学出版社而言,大学出版社从诞生之日起就与大学教学、科研有着密不可分的关系,可以说大学对教材的需要直接促进了大学出版社的产生。大学出版社的使命和高等教育的性质及其基本职能紧密相连,并担负着编辑和传播大学学术、文化成果的特殊使命。因此,服务于高校的教材建设,体现了大学出版社的生存价值和意义,研究大学教材出版规律对于大学出版社的生存和发展无疑也具有重要的价值和意义。

进入 21 世纪后,我国高等教育逐步从精英教育向大众教育转型,高校人才培养的目标随之向应用型人才培养转化,伴随着高等教育理念和教育目标变化的还有信息技术和网络技术带来的教学方法和教学手段的改变。与此同时,大学教材市场空前繁荣的背后也带来了教材同质化和低水平重复问题。文化体制的改革、出版集团化倾向、运营资本化趋势,以及读者需求的改变。又使得大学出版社在教材出版领域面临着结构和竞争战略的调整。上述这些都成为摆在高等教育界和出版界,特别是大学出版社面前的课题和挑战。

本书研究即基于以上背景,结合本人在大学出版社的多年实践管理经

验、对教材出版的理论探索以及本人承担首都经济贸易大学重点教改项目《精品教材构成要素与编写规范》的部分研究成果展开。研究内容可归纳为六个部分：一是对大学教材和精品教材的内涵、构成要素进行了研究和解构，探讨了精品教材的评价机制问题；二是在回顾国内大学教材出版发展脉络的基础上，对国内大学教材出版现状进行了调查研究，并对其成因进行了分析总结；三是通过中外大学教材的对比研究，分析了国内教材、教材出版与国际先进水平的差距；四是在上述调查研究的基础上，分析了精品教材的产生机制；五是从教材出版角度，对精品教材进行了结构设计，并提出编写规范；六是分析了目前大学教材市场的出版格局、竞争环境及竞争焦点的变化，探讨了大学出版社的教材出版战略选择，以及精品教材出版和健康的教材出版生态系统的构建。

中国高等教育的发展，催生了教材市场的繁荣。各家出版社，特别是高校出版社，以自己的特点、实力为基础，从实践方面对教材出版的模式进行了诸多探讨，积累了许多可行的实践经验。但我们也应看到，当前教材市场的无序竞争、品种重复、内容陈旧等问题相当严重。因此，从出版的视角对教材出版问题进行理论上的探讨，应当引起从业者的高度重视。遗憾的是，目前从出版社视角对大学教材进行系统研究的成果尚不多见，我希望本书的出版能够起到抛砖引玉的作用，并对高等教育人才的培养、高校的教材建设和大学出版社的未来发展有所裨益。在本书研究和思想形成过程中，本人所供职的首都经济贸易大学出版社的周嘉硕董事长提出了具有建设性的意见；薛捷、孟岩岭等出版社同仁也奉献了许多真知灼见和宝贵建议。本书的出版得到了首都师范大学出版社及俞斌副总编的大力支持，责任编辑也付出了辛勤的劳动。本书在写作过程中参考了一些人的研究成果，虽已列出，但恐有遗漏，敬请谅解。对以上各位的帮助，本人表示诚挚的谢意。囿于学识和水平所限，书中难免有谬误和疏漏之处，敬请广大读者批评指正。

目录

第1章 大学教材的内涵界定	1
大学教材的性质与功能	1
一、大学教材概念的界定	1
二、大学教材的功能和地位	3
三、大学教材的属性	6
四、大学教材的经济学特性	9
大学精品教材的内涵	12
一、精品教材的提出	12
二、精品教材的含义	14
第2章 国内大学教材出版发展脉络及现状	16
大学教材出版的历史沿革	16
一、近代大学教材出版	16
二、当代大学教材出版	20
大学教材出版现状及主要问题	24
一、当前大学教材的出版格局与特征	24
二、目前存在的主要问题和原因探析	32

第3章 中外大学教材的比较分析	40
美国高等教育的教学理念与出版理念	40
一、美国高等教育概况	40
二、大学教材的出版建设	44
中外大学出版社的比较	50
一、设立方式的差异	52
二、办社宗旨和市场定位的差异	52
三、经营管理的差异	53
四、国外大学出版社的启示	56
中外大学教材的对比分析	57
一、教材差异及成因分析	58
二、教材质量约束差异及成因分析	74
第4章 大学教材构成要素与编写规范	78
教材的构成要素	78
一、要素与因素	78
二、大学教材的构成要素	78
大学精品教材要素分析	79
一、思想性与文化性	80
二、知识性与科学性	81
三、认知与心理规律	84
四、编写技巧与制作	89
大学精品教材的设计与编写	93
一、精品教材的编写设计基础	93

二、精品教材的编写规范	95
第5章 大学教材评价机制	102
大学教材评价指标体系	102
一、专家评价指标体系	103
二、教师评价指标体系	104
三、出版者评价指标体系	106
四、教材知识老化程度的量化分析	108
大学教材的社会评价机制	113
一、精品教材评价机制	113
二、大学教材的市场筛选	115
三、社会评价体系的构成	117
四、专业教材评价机构	119
大学教材成果评价体系	121
一、建立教材成果评价体系的原则	122
二、教材成果评价相关因素权重分析	123
三、教材成果量化评价体系	124
第6章 大学出版社教材出版战略	128
大学教材出版的地位与作用	128
一、大学出版社发展概况	128
二、教材出版在大学出版社中的地位与作用	133
大学教材出版的竞争分析	136
一、产业政策引发竞争格局巨变	136

二、竞争焦点的分与合	140
三、终端需求改变产品形态和服务模式	142
大学出版社教材出版战略选择	144
一、教材出版结构调整	144
二、教材出版模式和市场创新	148
三、坚持精品教材出版战略	153
大学精品教材出版保障机制	160
一、精品教材出版的制约因素	161
二、健康教材出版生态系统的构建	162
 第7章 大学教材调查报告及分析	167
对国内大学教材的总体评价	167
大学精品教材的调查情况	169
本版教材与外版教材的比较	170
大学教材的使用和选用情况	172
大学教材的结构和适用情况	174
 附录 调查问卷	176
参考文献	180

第1章 大学教材的内涵界定

大学教材的性质与功能

一、大学教材概念的界定

“教材”是最基本的教育用语,也是使用比较随意和宽泛的用语之一。在众多的论述中,虽然阐释和探讨的同为教材问题,但是随着语境的不同,其内涵和外延也大相径庭。目前,比较常见的定义有以下几种(参见图 1.1)。

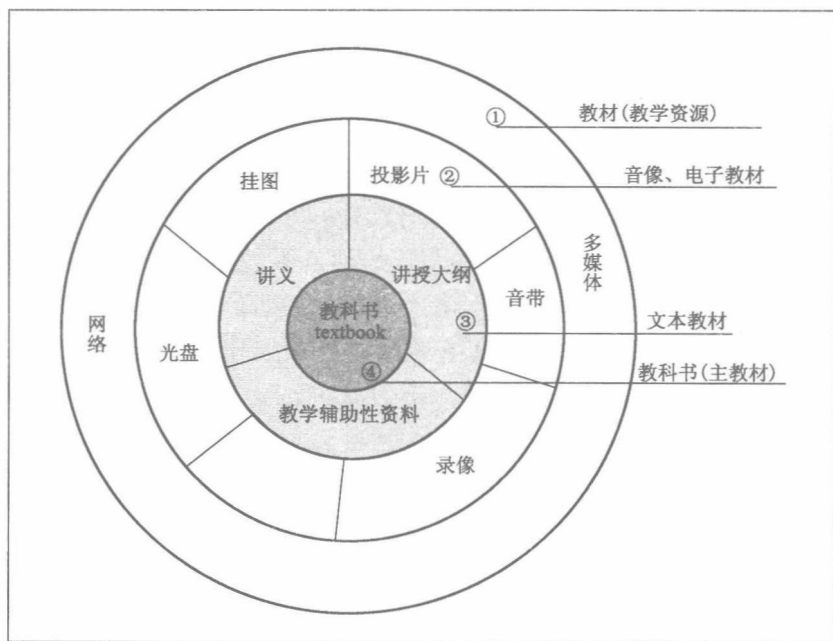


图 1.1 教材含义的多样性

第一,将教师指导学生的一切素材、材料或手段都统称为教材。这是一种最广义的教材概念,这种极其宽泛的解释或许称为“教育资源”更为合适。

第二,将师生在教学活动中所使用的一切拥有特定教育价值的教学材料或工具称为教材。它包括教科书、各种教学辅助性图书资料等文本教材;多媒体课件等视听教材;模型、仪器等承载或传递特定教育信息的物化形态的教具。其中,教科书是最有代表性、最主要的文本教学材料。这里的教材实际上就是教学资料,其概念要大于教科书。

第三,教材仅仅指在教学活动中不能缺少的、师生共同使用的教科书(或课本),即与教科书概念完全等同。这是狭义的教材概念。

《辞海》中对教材的定义是:“根据教学大纲编选的供教学使用和要求学生掌握的基本材料。有文字教材,如教科书、讲义、讲授提纲等;视听教材,如挂图、投影(幻灯)片、音带、录像等多种形式。”在2002年教育部颁发的《基础教育课程改革纲要(试行)》中,采用了与《辞海》相一致的教材概念:“教材”包括依据课程标准编选的教科书和其他课程资源。这是目前广为采用的一种定义,其内涵与外延基本与第二种定义相同,教材既包括教科书,也包括用于教学的其他课程资源。

随着教育技术和教学理念的变化,有的学者认为,现代教材的概念应该加以拓展,除作为文字教材的教科书外,还应包括音像教材、电子教材、网上教材。如华中师范大学的钟启泉教授认为,教材源于实质性的科学、文化、艺术、生活的各个领域,并以计划的形式表现出来,它包括了学生在教师指导下借助活动在心理上和实践上主动地作为普通教养与专业教养的成分必须加以掌握的物质对象与观念对象。这种界定更强调教材的广义特征,无论对教材的内涵还是外延都加以了拓展,同时强调与学生能力培养相关的教学技术的运用和教材形式的多元化。

尽管关于教材的定义表述各异,但我们认为核心的区别主要体现在以下两个方面:一是除教科书外,是否把其他课程资源如教学参考书、讲义等也纳入教材的范畴。二是除纸质教材外,是否把视听教材、电子教材

等也包括在教材的范畴之内。

本书主要研究高等教育教材的建设问题,所关注的是大学教材。就概念而言,大学教材仅是教材的一种,与一般教材并无不同,因此在定义上也存在着如何界定的问题。但无论是从何种教材定义出发,首先,基于课程内容的教科书,即主教材是教材的主要形式;其次,在出版领域,大学教材是一类具有特定含义的图书品种,指专门针对大学的某个专业,按照教学计划中规定的该课程时数以及制定好的作为教学指导性文件的教学大纲编写出来的正式公开出版的教学用书。因此,本书的有关讨论主要围绕公开出版发行的大学主教材展开。这无疑是与高校教材改革和教材建设的研究主旨相一致的。在本书的研究讨论中,我们特做以下界定:①本书中的大学教材主要指主教材,即所谓教科书,而将教学参考书、教师用书等作为主教材的附加产品加以讨论;②本书中的大学教材指具有传播意义的教材,即以图书产品形态存在的教科书教材,不包括未正式出版的讲义、讲授提纲等。③本书将围绕主教材衍生的其他介质教材,如电子课件等作为纸质教材的立体开发形式加以讨论。

这里需要注意的是,国外高校教材的含义与国内是有区别的。如上所述,国内大学教材一般指比较严格意义上的教材,也就是某门课程的教师和学生共同使用的教科书。教科书是课堂教学的依据,也是教师讲课的蓝本,依据课堂教学大纲或基本要求编写,对本科教育,教育主管部门和学校要求每门课都要使用相应的教材。因此,我国的大学教材实际上相当于国外的 text book,即教科书。国外高校中只有基础性课程才有这种严格意义上的教科书,一般专业课程大学教材的含义相当于 teaching material,与我们广义的教材概念相似。

二、大学教材的功能和地位

(一)大学教材是构成高校教学活动的必要条件

20 世纪 70 年代末,日本学者藤冈信胜立足于教学论视野,从教师、教

材、学生三者之间的关系出发,对教材在教学过程中的地位和作用进行了界定,并阐述了教材与课程内容和教学工具的区别与联系。其主要观点可归纳如下。

1. 教师—(教材)—学生

教学是在班级这个场所内进行的,是以教材为媒介构成的教师、教材、学生三者之间相互作用的过程。在这个教学过程中,教材是构成这种完整教学过程的一个要素,并具有决定性作用。

2. 教师—(课程内容—教材)—学生

课程内容是教师让学生习得的富含某种文化价值的科学知识、概念、法则等。教材不同于课程内容,但又是以一定课程内容为前提,只有能够具体承载课程内容及其价值的素材,才拥有作为教材的意义。换言之,教材是承载并传递课程内容的载体和媒介。

3. 教师—(课程内容—教材—教具)—学生

教材是将作为课程内容的概念、法则等以有形的方式表现出来并导入教学过程的事实、现象或素材,而教具则是指为学生提示这些事实、现象或素材时所使用的一切物质性手段或工具,即教具是指教材的物质性侧面。从这个意义上说,教科书既是教材也是教具。

藤冈信胜的上述阐释实际提出了教材的3大功能:①教材是构成教学过程的关键因素之一;②教材是承载并传递课程内容的载体和媒介;③教科书既是教材也是教具。

长期以来,在我国教育界,与藤冈信胜持相同观点的教学3要素论,即认为教学系统一般由教师、学生和教材3个要素组成占据了主流地位。近年来由于现代教育技术的发展和教学观念的变化,教学中媒体的作用越来越重要,教学4要素论应运而生,即教学系统由教师、学生、教材、媒体4个要素构成。但是我们可以看出,无论是3要素论还是4要素论,教材的功能并未发生根本的改变,在高等教育体系中,大学的教学活动没有脱离在教室场所展开的传统模式,大学教材依然是构成完整教学过程的关键要素,既是承载并传递课程内容的载体和媒介,也是教学的有效工具(参见图1.2)。

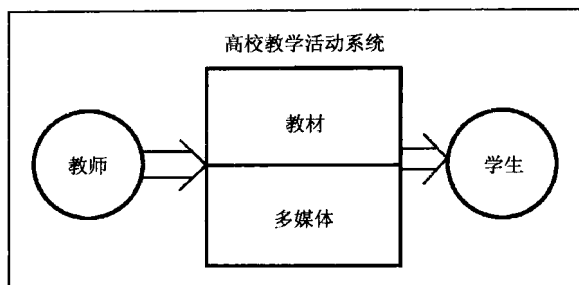


图 1.2 大学教材的功能

(二) 大学教材是高校人才培养目标的基础性依托

由于高等教育在社会的发展中承担着人才的教育和培养的责任,大学教材作为知识传承和传播的载体,在人才的培养中也承担着相应的责任。大学教材将人类在长期实践中所积累的专业知识予以精练的概括,为大学生提供认识问题、解决问题所必需的知识和方法;与此同时,在展示知识和学习获取的过程中,让大学生逐步体验到如何从实践中发现和提出问题、认识 and 解决问题,逐步从模仿发展到独立思考,从学习发展到创新。目前,我国的高等教育正处于大众化的普及时期,高校的教学内容和课程体系面临着一系列的改革,大学教材的设施性作用更不容忽视。它不仅对学生知识的增长、能力的提升及终生的发展起着不可低估的作用,还对教师自身的业务发展产生重大影响,其建设质量和数量不仅在很大程度上影响甚至决定着高校教学内容和课程体系改革的效果,而且最终必然对人才培养目标的实现产生重大作用。

(三) 大学教材是国家科学文化的重要积累

高等教育的性质决定了大学教材中知识的密集性,大学教材往往是学校教学、教师科研水平及其成果的重要反映,这些也是国家科学文化积累的重要组成部分。这些知识成果借助于教材的出版得以物化并沉淀积累,并借助发行渠道得以传播和扩散。

(四) 大学教材是教师知识活动和学生知识活动的重要组成部分

大学教材在学校教育中的权威地位具有双重性:一方面,大学教材是

课程的中心环节和学校教育的重要载体,教科书的地位得到教师和考试制度的权威的强化;另一方面,大学生可获得的信息渠道日益多元化,使传统教材的权威性受到挑战,对教材批判性的学习,将成为大学生成长的一部分。因此,高校教材不仅是教师知识活动的一部分,也是学生知识活动的重要组成部分。

(五)大学教材是教材图书市场的重要组成部分

高等教育大众化程度的提高和高等教育改革速度的加快为高校教材的发展带来了契机,不仅教材需求的总量持续增长,教材的需求也呈现多元化、层次化、区域化和国际化的趋势。为满足大学教材的需求,图书市场中大学教材的份额逐年攀升,大学出版社也得以迅速发展和崛起。因此,大学教材不仅是图书市场的重要组成部分,也是大学出版社的重要支柱产品。

三、大学教材的属性

大学教材承载的教育功能,决定了大学教材建设与出版的社会价值和意义,同时,大学教材的属性特征则决定了大学教材出版必须遵循的规则和规律。

(一)大学教材的商品属性

以产品形态存在的大学教材,首先具有商品属性,因而具有商品的两个显著特征:一是独占性或专用权;二是具有可获得性或使用价值。教材的商品属性决定了大学教材的出版和建设不可能脱离市场环境的约束,比如,不同的出版社对于不同的教材产品具有不同的价值判断标准,不同的作者对于教材的撰写具有不同的付酬要求等。

(二)大学教材的文化属性

大学教材所传达的知识,必然隶属于某一意识形态领域,并构成一定的价值取向。因此大学教材具有文化的属性,并且是具有文化属性的商品。由于大学教材所阐释的是关于某一学科的特定的文化知识,因此具有以下特性:

1. 传承性和系统性

教学的首要目的是对于学科知识的传承,大学教材的内容主体一般

是在学术界已有定论的思想体系,其内容必须具有相对的成熟性,体系也是系统完备的。

2. 权威性和稳定性

大学教材的地位决定了其权威性,而且大学教材一旦被选用会持续使用一段时间,因此具有相对的稳定性。

3. 新颖性与前沿性

知识的时效性决定了大学教材的内容要随着科技的进步和学科研究的深入而不断发展。新颖性和前沿性,一方面要反映本学科国内外研究和教学的先进成果,另一方面不仅在知识内容上要超越旧教材,在理论上或观念上有所创新,而且在知识呈现和表达方式上也要跟上时代的进步和需求的变化。

(三)大学教材的信息属性

任何一种物质商品都含有信息的成分。大学教材承载的信息价值显然远远大于它的物质价值,虽然优良的材质和精美的装帧可以给人带来阅读的愉悦和享受,但人们要获取的依然是其中蕴含的知识和信息。大学教材的信息商品属性决定其具有以下特征。

1. 共享性与排他性

对于物质形态的商品来说,其使用价值是由构成该商品的物质属性来体现的,商品本身就是对使用价值的一种限定。因此,物质商品在交换过程中,随着商品实体的转移便转移了全部使用价值。也就是说,一般的物质商品交换是对称的,而且具有排他性。与一般的物质产品不同,大学教材的使用价值不会随着商品实体的转移而被全部转移,这是由大学教材使用价值的共享性决定的。大学教材在商品交换中为读者所购买后,作者和出版社并没有因此而失去产品的使用价值,还可以转手让渡给其他使用者,即具有共享性或非对称性。然而在现实的实践活动中,我们会依靠契约关系来规范作者和出版社对教材内容的再次使用,即依靠知识产权保护等法律手段和人为的保证,使得大学教材仍然具有独立性和排他性。

2. 潜在性

大学教材具有物质产品和文化、信息产品的多重属性,因此,其使用



价值并不能单纯依靠外在载体来简单判断,即单凭一本教材的外观不能准确判断出其内在质量的高低。大学教材使用价值的这种潜在性是造成教材图书质量难以判定的重要因素。

3. 层次性

教材图书的生产过程属于复杂的智力劳动过程,无论是作者原稿的写作,还是出版社对书稿的编辑加工,都要求较高的知识水平和创造才能。因此,即使是对同一层次同种教材的编写(比如同是《西方经济学》),由于作者和编辑的知识水平不同,大学教材的使用价值会呈现出不同的层次。同时,对于读者而言,也需要一定的知识水平和理解力。就同一本教材而言,读者不同,从中得到的效用和满足程度也会不同。所谓“仁者见仁,智者见智”,这也是造成大学教材质量难以准确评判的重要原因。

4. 时效性

教材图书的使用价值是由其知识和信息内容对人的有用性所决定的,这种内容的有用性是和时间密切关联的。随着时间的推移,新鲜的知识会逐渐陈旧,使用价值也随之而衰减。大学教材使用的稳定性会与教材的时效性要求形成矛盾,这也是在教材建设中要妥为解决的问题之一。

(四) 大学教材的媒介性和工具性

从传播的角度而言,信息必须借一定的媒介物进行传播,教材是传播知识的媒介物,也是学生学习课程内容的媒介物和主要工具之一。作为正式出版物的大学教材无疑也是传媒产品,因而具有“公众认为良好的”的特性,即教材使用者对教材图书的质量会产生信任感。如一名大学生购买了一本会计学教材,他对书中的内容应是信任和认同的。如果这本书恰巧是一本劣质教材,那么,其不良影响借助于传播的力量和读者的信任要远远大于一本没有正式出版的讲义,由此可见强调出版精品教材的意义所在。

(五) 大学教材的政治性

大学教材是文化的产物,也必然是政治的产物,大学教材传递的知识是社会政治、经济和文化相互作用的结果,大学教材既要体现教育重要决策者的意图,又要体现教育专家的思想;既要为出版社的利益服务,也要为那些帮助学生通过考试的学校和教师的利益考虑。大学教材是教育决策者、政