

# 智启新篇：人工智能深度融合高等教育教材的破局之路

□司汉

## AI赋能：我国高等教育变革的新引擎

### (一)人工智能的重要性

人工智能作为新一轮产业革命的核心驱动力，已成为各国科技竞争的新焦点。人工智能竞争，关键是人才数量和质量的竞争，核心是人才培养。美国发布《国家人工智能研究和发展战略规划：2023更新版》，重点支持人工智能人才培养，全方位培养一批多元化人工智能人才队伍。英国发布《在英国发展人工智能》报告，提出将高等教育与人工智能技术相结合的发展策略。日本发布《人工智能战略2019》，建立包含素养教育、应用基础教育、专家型人才培养的多层级人才培养体系。

我国在高质量发展背景下，

亟须构建适配产业升级的教育体系。在4月教育部举办的人工智能校长局长专题培训班上，教育部部长怀进鹏强调，要牢牢把握以人工智能赋能教育高质量发展的战略价值、目标任务和理念方法，抢抓人工智能发展的历史机遇，充分发挥智能技术的变革性力量，赋能教育强国建设迈上新台阶。

### (二)人工智能逐渐走入课堂

2024年，教育部公布了两批“人工智能+高等教育”典型应用场景案例，一共有50例，标志着我国在推动高等教育与人工智能技术融合方面迈出了坚实步伐。这些典型案例涵盖智能助教、智能助学、智能助

管、智能助研等多个领域，充分展示了人工智能在提升教学质量、优化教育管理、促进科研创新等方面的巨大潜力。如北京大学口腔虚拟仿真智慧实验室的建设与应用，通过人工智能技术为学生提供了高度逼真的实践场景，显著提升了教学效果。

进入2025年，《北京市推进中小学人工智能教育工作方案(2025—2027年)》明确提出，自秋季学期起，北京市小学至高中全学段将开设人工智能通识课程。这一系列政策的出台表明，人工智能教育已呈现出从高等教育向基础教育全学段渗透的趋势，其重要性日

益凸显。

### (三)教材的重要性

教材作为人才培养的核心载体，肩负着传递知识、培养能力和塑造价值观的重要使命。人工智能时代，教材更需顺应时代潮流，承担起培养具有AI思维复合型人才的重任。怀进鹏在人工智能校长局长专题培训班上明确提出“加快建设人工智能课程体系、推进课程教材建设”，为高等教育教材改革指明了方向。高质量的教材不仅能够系统传授人工智能知识，更能引导学生形成运用AI解决实际问题的思维习惯，为其未来在各领域的发展奠定坚实基础。

## 破局之策：构建AI与高等教育教材深度融合新范式

### (一)树立标杆教材，引领融合方向

打造一批精品规划教材，对于确立AI融入高等教育教材的标杆典范具有重要意义。目前，“十四五”普通高等教育本科国家级规划教材、第二批职业教育“十四五”国家级规划教材均处于评审阶段。针对这些正在评选的优秀标杆教材，应专门设置AI融合专项指标，明确AI技术在教材内容、教学方法、实践环节等方面的融入要求。同时，尽快组织编写团队提出AI使用方面的整改思路，邀请专家进行指导和论证，确保教材在AI融合方面具有前瞻性、科学性和可操作性。通过树立这些标杆教材，为其他教材的编写和修订提供范例，引领高等教育教材AI融合的发展方向。

### (二)借鉴课程思政经验，推动AI深度融合

自2020年教育部印发《高等学校课程思政建设指导纲要》以来，课程思政已在全国高校实现全学科覆盖，成功推动专业教育与价值观培育的同频共振，构建起“如盐入水”的育人新生态。在教材中融入人工智能，可借鉴课程思政的成功经验。

(1)重内容：专业课程应有机融入AI，避免出现“贴标签”“两张皮”的现象。要深入挖掘各专业与AI的结合点，将AI技术自然地融

入课程内容体系，使学生在专业学习的同时，掌握AI在本专业的应用方法和技巧。

(2)畅渠道：将AI融入教学建设的全过程，深入挖掘课堂中的AI元素。从教学大纲的制定、教学内容的设计、教学方法的选择到教学评价的实施，都应充分考虑AI的应用。

(3)强队伍：将AI建设要求和内容纳入教师相关培训，提升教师的AI素养和教学能力。只有教师具备较强的AI能力，才能更好地将其融入教学过程，引导学生学习和应用AI。

(4)转评价：将AI融入教材和教学的成效作为学校建设、教师考核评价的重要内容。通过评价的导向作用，激励学校和教师积极推动AI融入高等教育教材和教学。

人工智能融入高等教育教材不仅是知识传授方式的革新，更是一场关乎人才培养质量、国家创新能力提升的深刻变革。它要求教育工作者以敏锐的洞察力和果敢的行动力，持续探索、不断创新，充分认识到这一融合的紧迫性与重要性，让人工智能技术真正成为推动高等教育高质量发展的强劲引擎，为培养适应未来社会需求、引领科技创新潮流的复合型人才奠定坚实基础，在全球教育竞争的舞台上，书写属于中国高等教育的辉煌篇章。

## 痛点洞察：现行高等教育教材问题剖析

当前，AI专业类教材发展迅速，在一定程度上满足了专业人才培养的需求。然而，AI技术在其他各专业教材中的融入情况却不容乐观。为了使学生能够更好地运用AI工具，适应未来职业发展需要，对现有教材进行重构势在必行。

一方面，教材应系统编入AI对各个专业领域带来的实际

变革。例如，在工程类教材中，需详细阐述人工智能在优化设计流程、提升生产效率、实现智能运维等方面的具体应用；在医学类教材中，应介绍AI在疾病诊断、影像分析、药物研发等环节的创新实践。通过这些内容，让学生深入了解AI对本专业的深远影响，增强其学习的针对性和实用性。

另一方面，注重培养学生主动运用AI解决问题的思维习惯。教材不应仅仅局限于呈现AI技术本身，而应在各学科案例、实践环节中巧妙引导学生思考“如何用AI解决专业问题”。例如，在优化教材的任务方面，可以将某教材中原本要求手动计算或设计的任务，改为使用手动和AI软件完成，既能让学生掌

握传统方法，又能促使其探索AI工具的应用，培养其批判性思维和创新力。又如，在增加AI使用频率方面，对于教材中要求查阅资料或撰写报告的任务，可改为尝试使用多个AI软件完成，并甄别内容真假。这不仅能提高学生的学习效率，还能培养其信息辨析能力，使其在面对海量信息时能够去伪存真。

# 浅谈版权经理人岗位设置

□段宁

## 出版业引进来和走出去规模日益扩大

国际合作在出版社的业务中一直有着特殊的地位。新中国成立之初，很多图书都直接翻译自俄文版，这些书为我国社会主义工业化建设提供了最急需的参考资料，也为初建的专业院校提供了急需的教学用书。后来陆续有一些影印版图书，为国内读者“睁眼看世界”打开方便之门，对各个行业的发展起到了很好的推动作用。1992年中国正式加入《世界版权公约》，版权意识越来越深入人心。同时，随着国家改革开放不断深化，出版业的引进来和走出去规模日益扩大，各个出版社都设立了专门负责版权的岗位。这么多年过去了，最早开始做版权贸易的同志都已相继退休，版权也随着时代发展遇到了很多新情况。如何根据出版社自身特色做好各自的版权贸易、成就良好的社会效益已成为各社关注的问题。

从事版权工作的人员一般被称为版权经理人，其主要职能和责任：一是版权资源的开发，版权经理人需要根据其所在出版社的编辑和市场需求，筛选优质作品，拓展选题资源，并就版权情况进行梳理，核查作品版权归属，明确著作权人授权范围(如

纸质书、电子书、影音改编等)，规避法律风险；二是版权的合作谈判，与作者、代理机构或海外出版方洽谈版权引进或输出的条件，明确作品衍生开发授权(如教材开发数字课程等)，起草、审核版权合同，明确双方权利义务(如版税比例、付款方式、授权期限等)，确保条款合规且符合出版社利益；三是就图书版权相关信息进行管理，做好地方版权局所需的合同登记，收集引进图书销售数据，做好年度销售报告和版税支付等；四是做好行业沟通和作者服务，与作者、版权代理机构、行业协会保持密切联系，建立长期合作关系，提升出版社在版权市场的竞争力，协助国内作者处理版权相关事务(如海外推广等)，增强作者黏性，促进优质内容持续产出；五是做好相关宣传以及基金和奖项的申报工作，比如对重点图书制作宣传海报，组织利用好国际书展等宣传途径，进行经典中国国际出版工程、输出引进版优秀图书推介活动等。版权经理人需兼具编辑和法律素养、市场敏感度和谈判能力，通过高效运营版权资源，为出版社创造经济效益与品牌价值。

关于这个版权贸易岗位的设置，不同的出版社都有各自的尝试和演变。但总的来说，版权贸易岗位有两种设置方式：第一种是由总编室负责或是单独的纯职能部门负责；第二种是版贸由独立的兼具编辑功能的部门负责，这个部门既负责版权的引进和输出，也负责相关外版图书的

## 版权经理人：多面手撑起出版新天地

编辑出版工作。第一种是版权贸易岗位比较常见的设置方式。它脱离于具体编辑部门之外，使版权经理人有时间、有精力可以着眼行业发展，挖掘经典书、畅销书和适应最新行业发展趋势的图书，让合适的编辑做合适的引进版图书，提高制作效率，并

配合社里重点图书和项目进行对外宣传，集全社之力做好图书的引进和推出工作，使其形成规模，提升出版社的品牌形象。在第二种版权贸易岗位设置方式中，版权经理人也是编辑，可以随时了解图书的具体进展情况，把握引进版图书的制作节奏，保证图书在合同规定的时

间期限内出版，尽可能增加图书的销售时间，同时也能根据所了解到的外商的具体需求，有针对性地策划原创输出图书，提升输出版图书的制作品质，不少曾输出多种文版的图书在策划之初就融入了走出去的理念，才能使图书更加适合进行海外市场的推广。

## 版贸岗位：因需而变的创新与突破

以笔者自己所在的出版社为例。出版社始终认为引进是“睁眼看世界”的必需，输出是“世界看中国”的必需，尤其是20世纪80年代后，随着经济与文化的对外交流进一步增加，出版界对日、对美、对欧洲诸国及我国香港地区的版权贸易逐步增多。为了迎合国外读者急于了解中国这一文明古国的迫切愿望，出版社策划了多种宣传我国优秀传统文化和建设成就的图书，广受海外读者喜爱。当时的外事活动及一些书稿、文件的往来都是由总编室词典组懂外语的同志承担。随后，为了适应发展需要，总编室选拔了外语好的同志成立了外事组，专门负责对外联系与合作，以及英文和日文书目的

制作。80年代中后期，出版社提出了“完善主体，加强两翼”的发展战略，其中一翼就是国际合作，并于1991年专门成立了国际合作室，负责处理对外图书的版权与制作、办理社内人员出国手续及参加国际大型书展等事宜，在后来的机构改革中，也逐渐成为编辑部一个重要的部门。但随着出版业和市场需求的飞速变化，单独的国际合作编辑部逐渐显露出一些问题。部门人员除需完成正常的编辑任务和考核指标外，还需完成与版权、外事、外宣等有关的其他工作，致使时间和精力无法集中，导致催收译稿不够及时，好书跟踪不够紧密，因营销不充分和盗版等问题使得引进版图书销量下滑严重，种种

问题迫使必须对国际合作部门的模式进行改革。2023年底，社里对国际合作板块进行了工作调整，一部分人员归入其他编辑部门，一部分人员归入总编室，在总编室设置版权经理人岗位，从事与外版、外事、外宣等的相关工作。

将外版、外宣、外事工作纳入总编室统一管理一年多来，全社编辑对于外版图书投入了空前的热情，这些不再是一个部门的工作，而是变成了全社的事情，变成了所有编辑的分内事。编辑们会更加关注引进版图书的签约、续约、再版和营销等工作，也更加积极推进自己图书的走出去工作。选题阶段就跟版权经理人商量图书输出事宜，不但热情提供图书信息材料，而且积极联系

作者策划宣传推广活动。一年多以来，引进版图书数量基本持平，略有增长，输出版图书签约数量翻番。各种国际书展，尤其是北京国际图书博览会成为编辑们的主战场，策划签约仪式、新书发布会、宣传推介会、研讨会等各类活动，吸引了很多海外参展商和大众读者驻足，网络直播间的粉丝也大幅增长。

版权经理人的岗位设置从来不是一成不变的，只有适应出版社自己的工作需要，将新时出版业新任务新要求落到实处，强化引进图书版权管理，推动出版社高水平走出去，增强出版社国际影响力和竞争力，助力中国文化和科技走出去，才是这个岗位的价值所在。