

现在教辅类报纸的出路

张乾

(《英语周报》社有限公司, 山西 太原 030000)

[摘要]教辅报纸与教育事业的发展关系密切,在发行与营销过程中,顺应文化体制改革的需求,与时俱进提升教辅报纸内容质量,挖掘更多元化的发行渠道,获取现代教辅报纸的健康发展的出路。本文对教辅报纸的发展现状进行了简单概述,在此基础上,重点研究了现在教辅类报纸的可行出路,以供参考。

[关键词]教辅报纸;教育;发行

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.07.980

目前,国内教辅报纸市场环境愈加复杂,产品质量参差不齐,难以保证健康、长久的发展,影响了教辅报纸功能的发挥,亟待通过可靠出路,规范并保障教育报纸行业在新时期的发展。

一、教辅报纸的发展现状

我国教辅报纸从20世纪末开始呈现出快速发展趋势,如雨后春笋般涌现出丰富的品种,市场初期的发展较为理性,打开了该行业欣欣向荣的发展前景^[1]。但是近年来,行业内部的竞争愈加激烈,加之自媒体、新媒体行业的兴起,进一步给教辅报纸的可持续发展带来了巨大挑战,教育新形势背景下,双减政策的提出对于现在教辅报纸而言,既是改革创新的机遇,也是新一轮考验。

二、现在教辅类报纸的可行出路

当前,现代教辅报纸的发展必须顺应国家政策而行,正确理解双减政策的内涵,从科学的教育观出发,走品牌化经营道路,更好的应对发展瓶颈、销售困难、读者群分流等严峻形势,在市场竞争中占据不败之地。

(一) 响应国家号召, 凸显教辅报纸优势

现代教辅报纸要全面掌握“双减”政策的具体要求,响应国家号召,依据其中明确的培训机构广告宣传相关规定,在内容撰写过程中对校外培训广告加强针对性管理,确保校外培训广告不会出现在教辅报纸上。同时,利用教辅报纸的资源优势,对家长加强“双减”政策的宣传,促使家长正确理解“双减”政策,给予该项政策相关工作更多支持和配合,减轻孩子的作业负担,注重对孩子综合素质的科学培养,突出教辅报纸在贯彻落实“双减”政策和推动我国教育事业进步过程中的积极作用,获取更多社会效益。

(二) 品牌化经营, 以读者利益为首位

现代教辅类报纸并不是随意便可发行的,需要国家有关部门做出批准的决策后才能够面向市场发行,其群体为学生、教师和家长,是一种兼具文化品位、科学性、知识性的课外辅导读物。基于教育新形势下的现在教辅报纸,要肩负起影响学生素质与基础教育事业的使命任务,准确定位自己的精神文化传媒职责,依据产品独特的属性,做好促进青少年思想道德文化水平提升的工作,避免产品沦为一般的商业产品和学习材料,以读者利益为首,打造产品品牌,有计划的实现品牌化经营目标,具体实践时做到以下几点^[2]。

首先,以国家现代化教学思想、教学方针为品牌建设的具体指导,从学习方法的介绍、学习规律的揭示、读者知识视野的拓宽、学习兴趣的激发、学习思路的多元化发展等方面深入工作,将产品打造成读者喜爱的文化精品。

其次,以回报社会、坚持真理、讲求诚信、遵纪守法为经营的基本原则,建设专业队伍,保证工作人员具有正确的世界观、价值观、人生观,同时兼具良好的道德情操,可以在岗位工作中办好报纸产品,文明行事,有责任心的做传播科学文化知识的使者。

最后,以大局观为可持续发展前提,不盲目追求眼前利益,杜绝绝对读者和社会有损害的事情,将报纸产品的发行纳入

推动国家精神文明建设的范畴中。

(三) 立足于课堂, 严抓产品质量

教辅报纸产品要与课堂教学相结合,为教学提供辅助性的服务,因此要其产品设计、撰写和发行均要立足于课堂,严抓产品的整体质量。在具体工作中,充分利用有限的版面,展示有价值的教育新闻信息,对内容进行科学的取舍,将常规的课堂动态、教育新闻、校园新闻舍弃掉,把彰显时代气息符合发展趋势的课堂教学新动向、新事新人着重体现出来。值得注意的是,教辅报纸可以从融媒体的角度出发,利用课堂教学中现代教育技术应用方面的新闻,实现教辅类报纸和新媒体时代的融合发展。

例如,现代社会中短视频行业十分火热,青少年热衷于使用手机制作、观看、评价和传播各种短视频,教辅类报纸的记者可以从这个新鲜事物入手,对中学生进行针对性的采访,发现大部分中学生都开通的短视频账号,在平台上记录和展现自己的学习生活,教师同样在短视频平台教授学习的技巧、方法,“教”与“学”充满时代气息,记者围绕此现象撰写了相关新闻稿件,切实达到了新时代中教辅报纸产品内容求新的预期效果,提高了产品质量。

(四) 多渠道发行, 转变经营思路

现代社会环境中的教辅报纸发展,应重视渠道的开发,将渠道与内容两手抓起,构建广泛撒网式的发行模式,转变陈旧、单一的经营思路^[3]。

例如,教辅报纸可以借助代理商做好声势的制造工作,将读者的眼球吸引过来,通过各地的代理商迅速占据市场份额,在行业竞争中获取优势,向更多省市伸出发行的触角。

又例如,教辅报纸的编辑部工作人员,在落实代理商片区代理工作的同时,为了完善发行网络,制定有关机制充分运用代理商自身熟稔的发行人脉关系,提升了发行的灵活度,令市场得到更大的扩展空间,同时积极推进和相关企业之间的合作,参与文化希望工程,为企业提供订报赠阅的服务形式,给予社会实际的回报,通过为企业农民工子女提供教辅报纸免费订阅服务等措施,向社会展示报刊的人文关怀精神以及强烈社会责任感,赢得群众支持,提高品牌的社会地位与美誉度,为多渠道发行创造便利条件。

结束语

总之,现代教辅报纸同时面临着发展的机遇和挑战,为了找到正确的出路,必须深入分析和掌握教育政策,顺应国家提倡的教育理念以及用户需求,不断提升品牌价值和影响力,增加社会各界对教辅报纸的信任度、认同度,进而提高营销业绩,充分体现出教辅报纸的发行意义。

参考文献

- [1] 曾垂超. 综合类教辅报纸的区域发展战略[J]. 出版科学, 2014, 22(2): 49-52.
- [2] 曾培培. 新媒体时代教辅报纸的重新定位与转型发展思索[J]. 新闻研究导刊, 2019, 10(16): 239-240.
- [3] 李明. 教辅类报纸目前存在的普遍问题及原因[J]. 中文信息, 2018(2): 103, 98.