

基于融合出版转型背景下教辅编辑角色的重塑

张明华

《中学生学习报》社有限公司

[摘要]受当前融合出版形势的影响,各出版行业都在寻求发展之路,而基于融合出版背景下小学教辅编辑面临一些问题需要解决,如融合出版想法不足、优质参考资料较少等等。本章结合融合出版背景下小学教辅出版面临的现实情况以及通过提升自身能力完成教辅角色重塑,仅供相关人士参考。

[关键词]融合出版;教辅编辑;角色重塑

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2021.12.145

一、引言

随着科技技术的发展,现代化编辑出版已经逐步代替了传统的手工编辑工作。在融合出版的大趋势下,教辅编辑需要重塑自身角色,具备一定的发展思想、精品意识、互联网意识、服务想法等等,严格筛选教辅内容,推动教育出版工作的顺利完成。另外教辅编辑应该对融合出版时代提高重视,并且清楚自己的定位,运用新的行业想象不断提升自己编辑能力,成功塑造与融合出版相符的教辅编辑角色。

二、基于融合出版背景下小学教辅出版面临的现实情况

(一) 缺乏一定的融合出版想法。

受以往的升学考试政策的影响,小学教辅资料的出版和发行都与其他资料不同,在当前经济销售的情况下,虽然老式图书受到网络的冲击,但是小学教辅资料在市场中的销售率相对较为稳定。基于种种原因,小学教辅出版行业忽视了融合出版意识的培养,甚至一些企业处于观望状态^[1]。

(二) 缺乏优质参考资料。

想要在融合出版背景下取得进步,需要大量的优质参考资料。但是以往的小学教辅出版,受应试教育背景的影响,市场占据份额较大,因此,他们无法意识到市场的危机,忽视了数字资源的构建和更新,以致能够应用于融合出版的数字资料较少。另外,小学教辅出版行业投入到数字资源建设方面的资金较少,导致融合出版进度较慢,甚至停止不前。

三、基于融合出版转型背景下教辅编辑角色的重塑

融合出版理念已经构成,并且得到人们的认可,作为一名教辅编辑不能一味的采用传统的出版理念和出版方式,应该具有一定的融合出版意识,并且在此意识下,通过建立一些思想,提升自身能力,成功塑造一个全新的教辅编辑。

(一) 建立发展思想,维护创作者

创作者是图书出版行业的“衣食父母”,当前教辅书籍也不例外。市面上教辅资料多样化,想要教辅资料卖的好,不单单要有出色的编辑人员,还应该拥有一支优秀的教辅创作者,因为他们的学科知识充足,了解学科的发展方向,掌握学科的最新消息,因此教辅出版离不开创作者,另外一名出色的教辅编辑也离不开创作者的支持,需要与创作者共同进步,共同成长,成为创作者坚实的后盾。

第一,教辅编辑应该不断扩大创作者资源,吸收大量的优质一线教学人员加入到创作行列,组建成稳定、强大的创

作队伍,从源头上把控教辅资料质量,增加教辅资料的市场竞争能力^[2]。

第二,在原有待遇的基础上提高待遇,从而获得优秀创作者的教辅选题独家出版规划权利,针对一些有需求的教辅创作者应该给予帮助,提高自身在优秀创作者资源的知名度。

第三,出版企业中编辑人员还可以聘用一些教育、出版专业人员任命本企业的研究人员,实现自主研究和成果使用深度融合,对教辅资源的发展、教学行业的政策、市场变动等等进行研究,根据研究成果,增加教辅资料研发和选题力度,提高产品转型速度,提高教辅资源发展方向的洞察力和掌控力。

(二) 建立精品思想,选取含金量高的资料

教辅资料与其他图书不同,其具有一定的教育教学特性,它的出版工作是非常专业的工作。目前,教辅出版行业出版的教辅资料同质化严重,几乎是大同小异,因此教辅编辑具有一定的精品意识,在众多优质资源中选取含金量最高的资料,组成优质的教辅资料。因此教辅编辑不仅仅要具有编辑自身的职业素养,还应该具备教师、教研人员的职业素养。

第一、编辑职业素养:掌握语言、文字的规范使用

图书编辑人员应该具备一定的基础能力和知识架构。首先,应该了解与出版相关的法律和法规;其次,还应该了解语言、文字规范,比如说《现代汉语常用字表》、《中文书刊名称汉语拼音拼写法》、《简化字总表》等等相关资料;再次,了解图书设计等相关的国家标准,如图书的结构、版式等等。结合所确定的主题,将编辑工作所涉及的规范分为三个层次:政府规范、专家规范和社会习惯规范,其中,政府规范比较重要,其是中心^[3]。编辑人员在整理稿件时,应该灵活使用刚性和柔性规范,提高稿件的处理速度,保障稿件的质量。

第二、教师职业素养:了解新课改要求和教材内容。

教辅编辑应该熟悉、了解国家课程的基本纲要文件,了解教材的内容,掌握教材的结构框架、学科特征、重难点内容等等,构成一个完整的知识框架,并且掌握课程改革趋势,了解学科知识的更新特点,保障自己成功编辑的产品能够深受广大小学教师、学生、家长的喜爱。

第三、教研人员的职业修养：研究水平和学科理论

教辅编辑应该具备较强的学习能力，全面落实党的教育政策，了解教育行业的法规，吸收国内外有价值的教学经验，能够洞察到教学改革的信息，逐渐提升自身修养和教研水平。教辅编辑还应该结合实际需求，搜集教师教学、学生学习等方面的资料，主动参加优质教师的演讲会、示范课等相关的教研活动，了解当前的教学趋势，掌握相关的教学理论，提升自身学科修养，紧跟学科发展动向，通过这种方式，保障自己编辑的教辅资料能够成为教学理论的支撑，而不是一本别样的课本习题集。

（三）建立创新思想，提高品牌影响力

出版产业包括内容和创意，内容是竞争的主体，拥有独特的内容资料，才能够占据市场领域最高位置。因此，教辅编辑要具有创新思想、敢于创新。

第一，教辅编辑不仅要在内容进行创新，还应该从形式上进行创新，研发出的产品即实用还要有新意，形式上能够吸引目光，并且拥有自己的特点，同时实现内容和形式上的有机融合。这样在这个变化万千的市场上，含金量高的内容加上新奇的形式才能够保障产品销售率持久不下。研发教辅的过程中，教辅编辑应该保障内容优质、形式稀奇、版式新颖等等，这样才能够保障所生产的教辅资料在教辅市场上脱颖而出，不在受同质化的影响^[4]。

第二，教辅编辑应该在理念上进行创新，延伸视野，改变想法。教辅编辑在编辑产品时，应该结合所在出版社的出版计划，有目标、有组织的筛选主题，将时间作为中心轴，将点连成线，将线连成面，最大化发挥优质教辅产品的品牌效应，树立一定的产品形象和企业形象，进而打造企业知名度，增加品牌特点，提升品牌影响力，加大其在市场竞争中的能力。

（四）建立互联网思想，完成数字化出版工作

数字化出版链条分为内容和平台两个环节。由之前的出版向数字化出版转型，不仅仅是形式上的改变，传播方式、内容延伸和服务方式等等也发生了变化，不单单局限于传播内容的改变。教辅编辑在主业优先的基础，有针对性的推进数字化出版。当前，电子书平台的构建以及传播方法已经逐渐成型，教辅编辑可以将选好的优质内容，转交给优秀平台进行推广、宣传和销售。现阶段，我国许多出版企业为了符合教辅数字化出版，研发出相应的电子书包，教辅编辑应该对其进行充分考虑，研发出相应的教辅电子产品或者平台；除此之外，出版行业还应该同时推进纸质教辅资料和电子教辅资料，整理内容时，应该在以往的编辑加工程序上科学合理的利用数字化技术，借助以往的纸质版内容优势，根据不同的内容资源和读者的个性化需求，开发和推广相应的数字产品，使教辅内容以多种形态来符合市场的需求，实现“同内容、不同创意、同产品、不同形式”。

（五）建立服务思想，为教学实践

教辅服务是出版行业的重要步骤，因此教辅编辑应该具有一定的服务理念，并积极参与到教辅资料售后服务工作中，积极配合教辅内容的修改工作、数字化资料的选择、资料的使用指导等等各项后期服务工作。首先，教师编辑应该定期回访进行回访，如每年至少去学校两次，进行教辅服务保障，认真听取教师、学生和家長对教辅服务保障的意见，并将意见进行整理，用于后期教辅资料的优化。另外，教辅编辑在研发产品的过程中，应该设立相应的教辅增值服务，如产品种类繁多、内容趋于数字化、使用多样化、常规交流等等。产品种类繁多，是指实现产品多元化，结合不同学生的不同需求，丰富教辅产品，不仅仅要明确内容，还应该保障编排上科学合理，达到“减负增效”的效果，从而满足学生的不同需求，为学生提高精确的教材资料。内容趋于数字化指的是在纸质教辅资料上添加二维码，丰富学生的学习路径^[5]。使用多样化指的是同时给教师提供纸质版和数字版的教辅资料，方便教师使用相关的教辅资料。常规交流就是将学校作为沟通的桥梁，教辅编辑与教师进行沟通交流，可以举行各种座谈会、研讨会等等，方便教师熟悉本出版社的教辅资料，了解其优势。一本优质的教辅资料成功出版离不开优秀的创作者和负责的教辅编辑。一名优秀的教辅编辑应该有新意、有想法，通过各种方式提升自身的能力，紧跟时代和教育行业发展的脚步，自我成长成优秀有能力的人才，从而在这个融合出版转型的背景下完成角色的重塑。

四、结语

现如今，融合出版的理念已经形成，同时一些出版行业在融合出版背景下取得了自身的进步，但是一些小学教辅出版社缺乏一定的融合出版想法、优质参考资料也不充足。作为一名小学教辅编辑，在融合出版背景下，应该拥有一定的融合出版想法，并且建立发展思想、精品思想、创新思想、互联网思想以及服务思想，同时丰富自己的创作者资源，成功构建出优质的教辅资料，为企业在市场竞争中增加一份胜算。

参考文献

- [1] 王建建. 出版融合转型背景下教辅图书编辑如何向产品经理角色转型[J]. 新闻传播, 2021(16): 2.
- [2] 肖志华. 融合出版背景下科技编辑应具备的基本素养——从教辅加工视角出发[J]. 传播力研究, 2021, 5(8): 2.
- [3] 张伟, 柳晨, 秦茂盛. 出版融合发展中编辑能力的重构与提升——以西安交通大学出版社编辑人员培养为例[J]. 出版广角, 2019(15): 3.
- [4] 韩赞. 新时代科技出版融合发展路径探索——以某出版社科技图书出版为例[J]. 科技传播, 2020, 12(15): 2.
- [5] 施其明. 全媒体背景下“现代纸书”的运营研究[J]. 出版广角, 2017(17): 30-32.