

建设模式，乃至应用方式与中小学也几无差别，忽视了教育对象的特殊性，盲目推进学前教育信息化建设，不良后果不言而喻。

（三）幼师的整体素质偏低

由于对幼儿的直接教育者——幼师的教育水平不高，导致不能够有效地促进幼儿的健康成长，目前我国学前教育师资力量匮乏，大多数教师的综合素质不高，难以将信息化建设运用于幼儿一日生活的教学当中，由于学前教育环境、教育内容的特殊性，在教学当中结合信息化建设对于教师来说有点难度。而且，大部分的幼儿教师缺乏专业的培训，尽管有些地方组织培训，但是覆盖面狭窄，因此培训的效果不佳，老师不能将信息资源与课程结构进行合理的有机结合，这都是当前我国幼儿园信息化教育建设所面临的问题。

二、我国学前教育信息化建设与应用的重要举措

（一）推进学前教育的信息化建设

对于传统的教育，不仅不适用于普通的义务教育与高等教育建设，同样对于幼儿园的教育也是比较落后的。而信息技术改变了传统的教学模式。使幼儿园的幼儿接触到真实的世界。并且推进信息技术在幼儿教育方面的作用，不仅是信息技术对幼儿学习与发展的直接促进，最重要的是从幼儿学习与发展的角度，在生态环境中信息化技术的合理应用。学前的教育信息化的中心任务是信息技术学前儿童的学习与发展，这既有对家长学习教养知识的支持，也有对老师专业化发展的支持以及幼儿园的各方面建设与支持。所以只有打破传统，将学前教育信息放在学习型社会的建设中，才能够将信息化建设更好地为幼儿发展服务。

（二）增强信息化教育的研究力度，真正惠及儿童的健康发展

随着信息技术的快速发展，学前信息化教育的研究探索力度也要有所增强。以此使信息技术得到最大化的合理利用，趋利避害。并且把当前急需解决的问题放在信息建设的第一位。先是信息时代背景下，幼儿的生活状态的变化，虚拟与象征的

学习经验对幼儿产生的心理的研究，还有积极探索适合中国幼儿实际的学前教育信息化管理与模式等等，这些问题都需要我们在信息化教育进程发展中不断的探究、总结、发现、研讨与解决，以此来实现学前教育信息化教育真正的惠及幼儿的发展。

（三）加强学前信息化技术的软硬件建设

信息化技术需要科学的理论创新以及一定的硬件设备才能保证信息化技术的合理应用。目前大部分的学前教育新信息化建设比较好的地区都以计算机、网络以及配套的基础资源为主要的突破方向。尽管有些地区取得了一定的成效，但是从大方向看软硬件建设仍与学前教育的实际情况存在着一定的差距。所以说，加强软硬件设施的建设仍需要经过长时间的努力才能得以实现。例如，对于西部欠发达地区以及贫困山区，政府以及社会的积极人士应主动投资拨款为他们建设良好的硬件设备，同时加强大学生支教的理念，为西部地区输送一些人才资源，来更好地为贫困地区的幼儿服务。

综上所述，在幼儿时期，重点开发幼儿学习环境的数字化教育资源，针对学前教育活动进行优化，非常有利于幼儿的成长。目前为止，我国的学前教育信息化建设与应用还存在一些不足，仍然需要不断的探索，增强信息化教育的研究力度，加强信息化技术的软硬件建设。

参考文献

- [1]李聪.基于信息化背景下学前教育建设的研究[J].才智,2019(26):155.
- [2]张译丹,张洪秀.学前教育信息化的内涵与建设研究[J].黑龙江教育(理论版),2019(04):39-40.
- [3]李倩.当前我国学前教育信息化建设面临的主要问题及对策[J].信息与电脑(理论版),2018(01):214-216.
- [4]马婧婧.关于学前教育信息化的内涵解读[J].亚太教育,2016(05):256.

新媒体时代编辑出版工作创新路径分析

郑红

(辽宁科学技术出版社有限责任公司 辽宁 沈阳 110001)

【摘要】互联网技术的发展,使人们的阅读方式发生了变化,对于纸质版的图书人们的阅读量开始减小,传统的图书已不能满足人民精神生活的需要,因此,对于图书出版的行业来说,这是一个不小的挑战。公众在激烈的市场竞争中生存下来,为了更好地满足用户的需求,必须最大限度地利用媒体、网络、信息、通信等新技术。

【关键词】新媒体时代; 编创出版; 创新路径

1 新媒体时代编辑出版工作现状

1.1 内容无法满足客户需求

从阅读者的角度来看,物质生活条件的不断改善促使人们追求一个更高的精神世界,阅读是学习知识和娱乐的重要手段,它必然会给读者带来精神上的幸福。开发高质量数据、移动终端和社会网络等技术,有助于积累丰富的图书编辑经验。通过调查显示,在内容、作者、装帧设计、出版社、纸张等元素中,七成读者最关注的还是内容,可见,内容还是读者选择图书的主要考虑因素。而目前图书出版市场上快餐类、跟风类书籍,内容浅薄,质量低劣,读者在选择图书时往往容易被低水平的图书淹没,质量过硬的图书无法脱颖而出,从而导致读者对出版行业丧失了信心。此外,一些图书出版单位为了快速获利,往往通过形式新奇、噱头炒作等方式来短期获利,这种急功近利的行为也使图书内容大打折扣。

1.2 出版机制没有顺应时代的发展

在新媒体时代,新的产业形态迫使出版业加速变革,这是传统出版业生存的关键。目前,大多数出版商落后于社会的快速发展。随着互联网和信息技术的飞速发展,传统图书在生产过程中发生了巨大的变化和变革。数字出版业已成为出版业发展的新趋势,传统版本的数字化、转型和现代化是一个关键问题。然而,我国许多图书出版商仍然坚持传统的管理方式。在出版单位转型过程中,产业转型不是一个扁平化的过程,商业模式也不是一个标准。一些出版商继续以出版发行图书为主要资产,数字技术落后,无法满足时代发展的要求,数字出版存在技术难题。

1.3 有关专业水平有待提高

图书编辑在图书出版中起着重要作用,他们必须进行市场研究,负责收集和整合内容,营销和广告。然而目前,一些图书出版单位对数字出版的认识仍然不到位,认为数字出版就是将纸质出版内容直接电子化或网络化的复制,图书编辑对新形势的变化关注度不够,对数字新媒体技术知之甚少,对新的传播形式和营销方式业务还不熟悉。新媒体时代,要求图书编辑掌握计算机网络、信息通讯、传播、营销经济学等多方面知识和技能,而传统的图书出版编辑呈现出明显不足。

2 新媒体时代编辑出版工作的创新路径

2.1 更新理念,进行角色转换与定位

新媒体和新技术的出现必然会导致出版业的变革,行业的变革也会导致思想的更新。编辑和出版是出版单位的核心,它更新了以前的概念,提高了人们对创新、作用和定位的迅速变化、新技术和工作方法的应用以及大众和社会的需要。在新的媒体时代,书籍编辑内容的复制性、服务的适应性和作品的多重性都具有新的功能。因此,图书出版编辑必须要突破传统的封面设计装帧模式、纸张大小设置模式、版式等因素的限制,用立体化的思维去思考问题,将新媒体时代下的新技术融入到编辑工作中,不仅对编辑内容进行深度挖掘,同时也在包装和设计方面加强创新和改革,更好地迎合当下读者市场的需求。

2.2 创新思维,提高图书出版维度

一方面,必须提高公众的认识,在主题规划的早期阶段,出版编辑必须分析市场,充分考虑市场和公众的需要,并澄清书籍出版的地位。在新的媒体时代,出版商不仅要注意书籍本身的内容和质量,还要审查和分析书籍的增值作用,实现书籍的多样化发展和改进,并进行适当的编辑工作,以确保书籍的完整性。另一方

面,必须注意内容的选择,优质的图书内容是阅读的最重要先决条件。作为内容过滤器,书籍出版商不仅必须能够在纸质上处理内容,而且还必须能够根据新的媒体和技术优化内容资源。图书编辑要通过创新策划,向读者呈现更丰富、更全面的内容。

2.3 提高资源的整合能力

在新媒体的发展过程中,自媒体的发展已经在大军中崛起,其对传统出版产生了较为直接的冲击,个人的网络作品较受欢迎,人气很旺。实际上,这样的局面对于编辑来说有着一定的优势,可以在一定程度上扩大其信息的收集范围。因此,编辑应当打破传统信息收集模式的局限性,利用互联网技术将各种资源整合,从中筛选出合适的选题、内容及营销推广方式,实现全面网络化、数字化。需要注意的是,网络的最大的特征就是信息的传播速度非常快且覆盖的范围较为广泛,虚拟性较强,消息的可靠性有待考量。因此,图书出版编辑应当在海量的信息中筛选出有效的信息,关注图书出版行业的发展动向,并利用数字图书馆来提升选题和组稿的效率。

2.4 提高营销策划能力

在市场经济体制下,很多出版社变成了自负盈亏的企业,要在激烈的市场竞争中获得利润,就必须瞄准读者,狠抓图书营销,研究读者心理。目前很多编辑部通过组织读书小组、读书会等方式,通过书展等营销活动,强化读者与编辑之间的联系。因此在市场经济环境下,图书编辑必须高度重视营销工作,提高对市场的敏锐的嗅觉。图书编辑过程中,首先要充分考虑图书内容是否符合读者的需求,并对发行渠道、推广模式进行详尽的数据分析,针对读者群体习惯、兴趣等不同进行市场细分,选择与不同群体相对应的媒体方式进行准确的目标投放,并制定相对应的营销策略和宣传推广方式,为读者提供完善的、个性化的服务。“互联网+”时代,需要尤为重视客户体验,作为图书这个特殊产品的生产者的出版社及编辑,不仅要提高并创新读者在图书宣传和营销过程中参与互动的程度,更要培养读者在图书生产过程中的互动意识。可以通过APP进行宣传和推介,使每个接触者都有可能成为其产品的体验者甚至长期使用者,乃至成为其产品的免费宣传推销员。

3 结语

总之,新媒体时代的到来为图书出版编辑工作带来了一定的挑战,为适应这种截然不同的环境,图书出版编辑应当深度审视新媒体、新技术的价值,并对当前图书出版编辑工作中的问题进行分析,通过各种创新模式来加强新媒体时代下图书编辑工作的创新,从理念到能力、从内部到外部进行全面创新,以便为图书出版企业的发展提供内部发展动力。

参考文献

- [1]李丹.新媒体时代传统编辑出版的应对策略[J].科技传播,2018(16).
 - [2]张荣君.新媒体环境下图书出版编辑工作创新[J].传播与版权,2019(01).
 - [3]马静怡.新媒体时代图书编辑工作创新路径思考[J].传播力研究,2018,2(06).
- 作者简介:
郑红(1980.2-),女,辽宁新民人,沈阳大学,副编审,研究方向:图书出版。