

# 数字出版时代教辅编辑的能力培养实践探讨

付凯

青岛出版社有限公司

**[摘要]**尤其是教辅图书，“互联网+教辅”出版模式已然成为新的出版业态，需要编辑们能够强化自身的融合。尤其是教辅图书，“互联网+教辅”出版模式已然成为新的出版业态，需要编辑们能够强化自身的融合出版能力，从策划开始到编辑、校对，不断更新教辅图书的内容，线上线下联合，提高教辅图书的出版效率以及品牌影响力，进而为整个图书出版业的持续发展增添动力。教辅图书作为文化书籍的重要组成部分，其主要受众群体基本上是教师和学生，因此着力提升教辅图书质量的工作显得尤为重要。本文主要论述了数字出版时代教辅编辑的能力培养实践，以供参考。

**[关键词]**数字出版时代；教辅编辑；能力培养

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.10.506

## 引言

在由传统的纸质教辅向数字化教辅转型过程中，传统的教辅出版企业、互联网公司、各级教育部门、线上和线下基础教育培训机构等在数字化教辅方面的竞争也日趋激烈。因此，教辅图书出版只有和时代发展紧密结合，积极创新发展思路，才能在市场中得以生存和发展。

### 1 教辅图书质量提升的重要意义

从现阶段的书籍销售市场上看，教辅图书的更新换代时间较短且速度较快，在数量上其往往呈现出短期内大幅度增加的趋势。相较于以基础性知识为侧重点的课本，教辅图书则注重练习和拓展，从而体现出辅助性或协助性的功能特征，使学生更为灵活有效地吸收和运用课本中的基础性知识。从教辅图书的市场销售情况上看，部分销量良好、质量较高的教辅图书确实能够有效地提高学生的解题能力，帮助其培养良好的学习习惯，发展其智力和思维灵活性，从而帮助学生在取得优异成绩的同时，也能够实现学科素养的提升和各方面能力的发展。这部分优质的教辅图书在内容方面呈现出层次分明、条理清晰的特点，其解题技巧也能够做到深入浅出，因此对于学生梳理知识点、搭建学科知识框架具有十分显著的积极作用。然而，当前我国图书市场中仍旧存在质量较差的教辅图书。从内容上看，这部分教辅图书存在内容混乱、讲解缺乏逻辑和层次、错误频出等问题，导致学生难以理解相关知识点，更毋论借此构建学科知识体系。由此可见，出版社需要重视教辅图书编辑工作的全部环节并始终将其置于图书出版工作的核心位置，为教师和学生创造出知识体系合理、讲解透彻、难度适当、内容健康、解答正确、准确无误的教辅图书。

### 2 现阶段教辅图书编辑工作中的主要问题

#### 2.1 产品内容创新不足

在教辅图书实现融合出版的过程中，在线内容的整合以及纸质内容的编辑，两者密不可分。基于此，要求出版社编辑要做好内容的创新和融合，实现传统出版和数字出版共同策划。虽然大多数出版社都能够与时俱进，增加了对线上教辅图书出版的重视力度，但是却缺乏配套化、系统化的

融合出版内容资源。因为在教育图书市场中，教辅图书的市场容量很大，而且使用需求率较高，因此各类出版社都想要在教辅图书市场中分一杯羹，这导致同质化产品相对较多，内容质量参差不齐，扰乱了整个出版市场的秩序。尤其是一些老牌出版社，在面临教辅市场中同质产品恶性竞争的情况下，很难效仿小型机构用低价策略来吸引消费者或客户群体，只能在产品内容创新方面下功夫。但这无形中为出版社教辅图书编辑增加了工作难度，一些老牌编辑仅从习题编辑以及课程衔接方面进行了创新，并没有对页面布局、格式排版以及线上线下内容同步策划等方面进行创新，融合出版能力也没有在实际出版的产品内容中得到有效体现。

#### 2.2 对教材内容的理解不够深入，教辅类图书作品个性化效益不高

学校会根据自身的课程内容和教学进度选择不同的教辅资料。在学校教育中，国家一直倡导“以学生为主体，教师为主导”的教育理念，但学生却很少自主选择教辅图书，原因就是部分教辅图书中的课程内容由于编写者对教材内容的理解不够深入，而导致所编写出的教辅图书内容与学生的教材内容之间存在很大的差异。当学生使用这种个性化效益不高的教辅图书，就会从语言形式、思考方式、认知理解等层面产生不适应性，进而导致教辅图书的使用者出现教辅效益两极分化的现象。

#### 2.3 教辅书刊编辑无法与时俱进，无法顺应数字化时代的变化

在移动互联网的时代背景下，读者对教辅资料的需求也随之发生了相应的变化，而作为教辅书刊的编辑，应该具有敏锐的市场嗅觉。在过去网络没有被普及的时候，学生们只能通过阅读纸质书籍来获取知识，学生和教师们也需要购买纸质教辅书刊来查询相关资料，而现在，通过互联网便可查阅到相关资料，读者在大数据库里还可以检索到相关的课外拓展资料等，这些方式可以满足读者的需求，因此，读者便不再愿意花钱购买纸质版教辅资料。由此可见，如何将教辅书刊优化升级，适应数字化时代的发展，是当前教辅类书刊编辑所面临的重要问题之一。编辑不仅要

为电子出版物，还应该对书籍内容进行优化，对内容资源进行整合，使电子类教辅出版物适应教辅行业发展的新模式。

### 3 数字出版时代教辅编辑的能力培养实践

#### 3.1 强化教辅图书编辑的思维转型

如今，业界普遍认识到出版行业的融合进步需要与互联网新技术进行融合对接，使出版物内容能够在程度、力度、方式上呈现出新的发展业态。基于此，教辅图书编辑必须要融合新的出版理念，将“互联网+”意识和传统纸质出版理念融合在一起，生成与时俱进的数字化出版思维。在策划初期，要求教辅图书编辑能够做好积极的市场调研工作以及受众分析工作，了解融合出版理念的基本构成，与此同时，要对所出版教辅图书的同步教材有基本的把握，做好调研。而在策划图书体例结构的过程中，无论是课程讲解模块，还是基础训练模块，都要有强烈的功能定位，并设置好简单的栏目名称、板块结构布局等。而且依照学科和年级的不同，策划内容也要有所侧重。以英语和语文等语言类学科为例，教辅图书的策划需要设置一些听力部分、背诵和朗读部分，条件允许的话，可以用视频、语音的状态呈现。而一些理科类教辅图书策划的时候，要标明是双色印刷还是四色印刷，使理科实验的流程和图形结构能够更加立体，充满色彩，提升使用者的用户体验，认可该教辅品牌和编辑理念。

#### 3.2 构建全新的编辑融合发展素质

“互联网+出版”行业的更新，对教辅图书编辑的素质提出了更为严格的要求。一方面，教辅图书编辑需要对教育行业有充分且深入的了解，出版社在选择编辑的时候，应尽量以具有教师工作经历或师范院校毕业的应聘者为主，这样才能保障他们所策划的教辅产品符合教育和学校实际需要；另一方面，要求教辅图书编辑必须要具备互联网思维，能够将线下的知识内容以及线上的教学素材融合起来，通过市场调研和受众分析，提高服务效率。在实践中，要求出版社的教辅图书编辑必须要主动应对挑战，在全面了解教辅图书出版整体流程的基础上，从策划到后期的出版发行，都要全程跟进，不断学习，提高综合素质。

#### 3.3 重构信息化的教辅图书编辑角色

线上线下教辅图书融合出版，对编辑能力和素质的要求都更加全面，这就要求教辅图书编辑要尽快做好角色的转换并努力实现角色融合。首先，要求教辅图书编辑的思维加速转型，树立开放和协同的理念，对教辅图书市场以及当下的教育领域有深刻的认识与理解，使教辅图书能够朝着多向性和关联性、技术性与数据性、精准性和交互性的方向发展；其次，要求教辅图书编辑能够实现角色的融合，从市场调研开始到基本的图书策划，再到选题、编辑加工、校对，都需要教辅图书编辑层层把关。尤其在编辑线上内容以及与其他

教师或出版社联系的时候，都需要编辑亲力亲为，做好把关人和协调者的角色。例如，教辅图书编辑要参与稿件的编写、设计以及构架融合的工作，同时也要对产品后续的销量以及营销宣传进行思考，并注重使用者的用户体验；最后，基于信息化的背景下，教辅图书编辑更应该拓展网络教辅的宣传和销售平台，与多家电商保持联系，对教辅内容进行营销，打开销路，扩大口碑，从而为提高出版社收益，以及促进整个教辅图书行业的发展助力。

#### 3.4 提升教辅图书编辑的内容整合能力

就图书出版行业，尤其是教辅图书出版来讲，无论是书籍的形态发生何种变动，都要以内容为王。基于此，在新时代背景下，教辅图书编辑必须要强化自身的媒介融合能力和编辑融合力，做好各类教辅内容资源的汇总和升级。首先，要进一步提高教辅组稿和编辑的质量，做好线上线下内容的匹配。因为线上的教辅图书内容是线下教辅教材的拓展和延伸，需要两者紧密联系起来。例如，聘请名师录制微课，上传到线上素材库，帮助使用者随时回顾和积累；其次，在教辅内容选择和表现形式上，线下纸质的教辅一般以图片、文字为主，而线上的教学内容大多以视频、音频、图片为核心，二者间要存在互动联系。例如，线上线下都是对知识点的总结，但是线下内容相对简洁，突出的是重点知识；最后，教辅图书资源的设置需要依照教材的更新以及学习目标和学习日程的变化有所变动，线上线下内容都要及时更换。例如，教辅材料的设置需要随教材题量和进度来设定，不能超前，同时也不能落后。而线上知识点的讲解也应该与学校同步，让使用者能够在练习的同时，回顾旧知识、预习新知识，提高对纸质教辅材料的利用率，从而强化教辅图书的市场占有率。

### 结束语

总而言之，在教辅出版行业竞争激烈的大环境下，教辅出版单位不能只单纯地关注出版教辅类书刊所带来的经济效应。如何提升教辅类编辑的策划、创新能力已经成为教辅出版业赢得一席之地之的关键问题。从教辅出版业的长远发展来看，只有兼顾双效，切实地为广大师生提供精良的教辅读本，真正做到服务于社会和读者，才能赢得市场。

### 参考文献

- [1] 金亚玲. 浅谈市场竞争环境中教辅编辑的自我提升[J]. 新闻传播, 2013(9): 184.
- [2] 冯黎. 数字出版背景下教辅编辑所需的能力构建探讨[J]. 新闻研究导刊, 2017, 8(1): 169, 171.
- [3] 王宾. 教辅图书质量与教辅编辑专业化[J]. 理论界, 2010(7): 189, 225.