

新时代图书编辑的提升之路

孟瑞婷

山东友谊出版社

[摘要]随着科学技术的不断发展,传统的图书编辑模式已经很难适应当下的社会需求。新时代下需要图书编辑在传统模式下进行改革和创新,以适应新时代下的社会发展需求。因此,出版社需要培养有创新思维,政治过硬且业务精湛的编辑团队,以提高在新时代下的竞争力。

[关键词]新时代; 图书编辑; 提升之路

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2021.10.1612

引言

随着数字出版行业的快速发展,使得传统的图书编辑受到了较大的冲击,这就需要传统的出版社要不断地提升图书编辑人员的综合素养,提升编辑人员对新技能的掌握和应用,从而快速打通信息资源的有效互动利用。新时代下人们改变了传统的阅读方式,充分提高了碎片化的时间利用率,便捷的方式受到人们的欢迎,促使传统的图书编辑工作要不断的融合创新,以顺应时代发展的需求。

一、新时代下图书编辑提升的必要性

自从我国改革开放之后,科学技术方面得到了前所未有的发展和进步,其在各个领域得到了广泛的应用,对人们的生活方式产生了较大的影响,同时也促进了媒体行业的创新和改革。新媒体的快速崛起,使得传统的图书出版受到了冲击,信息传播媒介的变化使人们获取信息的方式和渠道更加多元化。而传统的图书编辑工作也需要跟上时代的发展,比如对电子书籍、网络快报等等,以应对新时代的发展需求。由此可见,在新时代的快速发展背景下,对于图书编辑既是挑战也是机遇,这就需要图书编辑行业要不断地优化和完善行业的运作模式,积极地解决并创新图书编辑工作内容和流程,以提高图书编辑在市场活动中的竞争力。在互联网的不断发展中,人们获取信息的方式更加的快捷高效,尤其是如今比较主流的信息媒介,像是微信、微博、短视频平台等,新的信息媒介结合了图片、视频和图文等内容,其信息内容更加的丰富快捷,对信息获取者产生多感官的冲击,这也凸显了传统媒体在信息传播中的弊端和不足。由实际的情况可知,人们对新的信息媒体有着更强的依赖性,传统的纸质媒介已经难以满足当下读者的需求。纸质媒体的发展状况越来越低迷,促使图书编辑不得不努力地做出改革和创新。积极地融合新时代下的信息传播媒介,以提高图书编辑行业的可持续发展,这同时也是新时代发展的必然结果。针对现在图书编辑工作要不断地优化和完善,将先进的互联网技术与具体的图书编辑相融合,提高图书编辑的创造和创新能力,为行业的发展注入新的活力和生机,提高图书编辑行业在新时代市场竞争中的实力。

二、新时代下图书编辑的发展现状

其一,信息更新速度较慢,图书编辑的工作流程复杂。随着数字技术和互联网的加入,使得新媒体的信息传递速度得到了明显的加快,尤其凸显了图书出版速度较慢。主要是图书编辑的制作时间和工作复杂,直接影响着图书出版的时间效率。其二,出版类型的增多为图书编辑工作带来了很大的难度,同时降低了图书编辑的内容筛选能力。在大数据的

推动下,新媒体对编辑内容的选择和推送更加的科学化精准化,这是传统图书编辑急需改进的方面。其三,传统理念的图书内容已经难以满足人们对文化信息的需求。图书出版的思维和理念滞后于新媒体的技术发展。图书的出版中更加注重内容,其出版的方式主要是书刊纸媒,编辑选择具体的内容进行推送,这种方式因为没有与受众的喜好进行研究,使得受众与编辑之间的黏性不高,尤其与新时代下的新媒介对比更容易流失受众群体。互联网的普及使人们的生活方式和获取信息的方式产生了变化。尤其是智能手机应用率的提升,极大地提升了信息传播的速度和便捷性。其四,人们从被动地接收信息转变成了主动地获取信息并能够与信息进行交流和互动,这是传统图书所不能做到的。在新时代的信息传播中,受众可以充分地表达自己的观点且与信息有着较强的互动性,使得受众与媒介之间的黏性更高,这也为传统的图书编辑带来了很大的挑战。针对目前图书编辑的现状,需要出版社通过不断的创新和优化来实现传统图书编辑出版的变革。在数字媒体的发展中,依然存在众多的问题,传统的图书编辑模式由于技术方面的限制,对图书编辑出版的变革转型产生着一定的阻碍^[1]。

三、新时代下图书编辑的提升策略

(一) 结合时代特征,实现全面创新,提高编辑质量

随着新媒体的核心技术和应用,促使图书出版的发行理念产生了较大的变化。在新时代下,图书编辑的工作被赋予了更高的要求以及全新的使命,需要图书编辑人员积极地应用新的科学技术促进图书编辑工作的创新和发展,出版更多符合人们需求的作品。在传统的图书编辑工作中,图书的封面以及纸张的大小、字数等都有着较为严格的规定。新时代下随着对新技术的有效应用,使得图书的呈现方式更加的多元化、立体化。这就需要图书编辑人员要积极的探寻图书更多的价值和内涵,推动行业的传承以及迭代更新,在对传统图书编辑工作进行完善和优化的同时要不断地创新工作内容和模式,以适应新时代的发展趋势。新时代的技术发展为传统的图书出版行业提出了挑战,同时也提供了发展的机遇,为了提升传统图书编辑的竞争力,要从编辑的最基础工作开始创新,提高编辑的文字营销能力,积极应用新媒体的技术,引进高素质的行业精英。在图书的编辑以及策划活动中,明确并发挥图书的地位和价值,筛选出人们喜欢的精神文明内容和材料,推动传统图书媒体的转型以及发展。通过总结新时代图书出版的特点,从多个角度和维度创新,凸显图书编辑的优势和功能,为读者带来全新的体验和阅读感受。

在信息技术的发展和进步中,很多自媒体的作品对传统

图书编辑的工作产生了取代的现象，自媒体的作品在创作内容上更加的丰富且贴近人们的生活，这种接地气的作品内容受到人民群众的欢迎。作为图书编辑要看到自媒体的优势，充分发挥自身的资源优势，打破传统的思维模式，利用互联网的相关技术对编辑内容进行高效的整合以及筛选，从而实现编辑内容以及策划和营销为一体的工作模式。传统的图书编辑工作，从定稿到印刷需要较长的时间周期，那么应用互联网就可以有效的弥补传统图书出版中的弊端，利用互联网的优势迅速将信息进行传播，以此来缩短图书出版的周期。在此基础上，图书的编辑人员要紧跟社会时事热点新闻，充分利用热点新闻的内容。另外，选题规划要更加的明确具体，与传统的图书选题规划不同，要体现网络的便捷和快速性，不断地提升编辑内容的效率和质量。

（二）提升图书编辑人员的综合素质

传统的图书编辑人员的思维因为受到传统出版模式的影响，其思维方式比较固化。然而在新时代的发展中，需要用创新思维模式，应用新的科学技术，使得图书编辑人员的思想和能力都能够做到与时俱进。作为图书编辑人员要积极的应用现代化的技术来更新自身的思维模式，对新时代下的图书编辑发展和技术进行学习及掌握，以更好地做好图书编辑工作的创新和探索。各个出版社要组织编辑人员进行专业素养的提升培训，帮助其用发展的眼光看待新时代下编辑的出路和方向，促进编辑人员能够积极主动的提升自身的综合业务能力，以推动编辑工作的创新和变革。

新时代下，信息技术飞速发展，移动客户端的广泛应用，社交媒体以及短视频直播等的新形式的不断涌现，线下线上的结合以及虚拟现实直接的接轨等等，共同构成了庞大的舆论场所。在纷繁复杂且言论自由的社会现状中，作为一名图书编辑人员，需要具备强大的政治敏锐和鉴别能力，使得自己能够在图书编辑工作中保持清醒的头脑以及正确积极的政治立场。图书编辑自身拥有良好的政治眼光和素养才能输出更多有价值的内容，确保编辑方向的正确性。尤其在网络信息庞大的市场环境中，编辑人员要通过敏锐的洞察力正确的鉴别各类信息，积极落实每一项编辑工作，充分展现一名图书编辑人员的专业度和政治能力。图书编辑涉及的领域众多，作为一名合格的编辑人员无论在哪一个板块，负责哪一方面的出版工作都需要以专业的工作素养为支撑，只有如此才能适应新时代下图书编辑工作的创新和变革，为行业注入新的血液和活力。为了实现图书编辑人员综合素质的提升，首先需要认识到新时代下图书出版未来的发展方向和潜力，从而加强出版社的基础性设施建设，不断引进新的技术，完善并优化现有的工作和管理模式，为图书出版的创新转型创造条件。尤其是对基层的工作人员要提高其信息化和网络化意识，促使其能准确地把握新时代下行业的发展动态和方向，以提升出版社全员的信息化以及现代化工作能力^[2]。

（三）优化出版社的营销策略

图书的出版要顺应人们的心理需求，从而筛选出读者喜欢的内容。从营销的角度来看这是图书编辑人员的主要工作方向。出版社可以建立开放性的图书交流互动平台，增强与读者之间的黏性，通过大数据等分析读者的阅读需求，提高

营销的精准性，为人们提供更多有价值感兴趣的内容，有效推动图书出版行业的发展和进步。与传统的出版营销相比网络化的营销方式覆盖的范围更广。新时代下的出版方式多是以网络作为媒介，对读者进行单方向的信息输出，其影响范围较广。那么出版社在制定网络化的营销策略时要重视这些营销特征，以此为核心展开营销规划和推广，以便于达成预设的营销目标。营销成功的关键是能否满足读者的需求，因此在制定具体的营销策略时，首先需要对市场进行充分的调研，利用大数据对读者进行科学的分类，制定适合大多数读者需求的内容并进行精准的营销，提高出版社的盈利水平，以实现出版社的可持续发展目标。其实网络营销整体还处在一个发展中的阶段，这就需要出版社深入地研究其特征，如网络营销打破了传统的时间和空间的限制、信息传播的速度提升、成本降低等。将网络营销的特征作为传统营销中的补充，发挥传统出版的优势。

在图书市场激烈的竞争中，图书的营销工作受到出版社的关注和重视。在传统的图书出版中没有充分发挥营销的职能作用，这主要是因为传统的纸媒图书比较笨重，且流通性较差等。新时代下的出版营销有着更多的优势，利用现代化的网络和技术开展营销工作，缩短了营销的流程，拉近了图书编辑人员与读者之间的距离，使得编辑在出版营销中的作用更加明显。编辑作为出版物的具体策划者并参与产品的全程开发和制作，且对产品的内容和特点以及作者情况有更加深入的全面的了解，这是编辑人员相对专职的营销人员的优势，在图书出版的营销活动中具有更强的权威和说服力。新时代下的出版营销有着较强的时效性，编辑根据读者的反馈与作者进行及时的沟通，对产品进行有针对性的修改，提高出版物的质量和修改的及时性。编辑在参与营销时对出版物的价值和不足有一个全面的认识，有利于及时地调整和完善产品，极大的满足读者的阅读需求，优化并完善读者的用户体验。因此在新时代的出版营销过程中，出版社的沟通以及营销推广的能力将成为一个出版社在市场竞争中的强大动力。

结语：

总之，在新时代的发展过程中，我国的图书编辑行业面临着新的变革和发展，如何提升图书编辑的综合能力使其能在竞争激烈的市场中立于不败之地，这是每一个图书编辑人员的责任和义务。通过不断地提升自身的业务能力和专业水平，促进图书编辑水平的创新发展。作为图书编辑要积极地参与到图书的出版营销活动中，为出版社的双效增长做出应有的努力，以顺应新时代下的图书编辑发展方向。

参考文献：

- [1] 赵菁. 论新时代图书编辑工匠精神[J]. 传媒论坛, 2021, 4(18): 91-92.
- [2] 张卫明. 新时代图书编辑能力的内涵及提升路径研究[J]. 文化产业, 2021(19): 156-157.

作者简介：孟瑞婷（1981.11-），女，汉族，山东济南，副编审，本科，主要从事图书出版方面的研究。