

传统图书出版编辑如何应对大数据时代的冲击探析

陶丽娜

青海民族出版社

[摘要]在当前大数据时代背景下,各行各业都受到了不同程度的影响和冲击,其中包括传统图书出版行业。传统图书出版行业想要取得良好发展,必须要从实际出发并进行不断地摸索和研究,创新出版内容和方式,积极应对大数据时代带来的影响和冲击。本文将从传统出版行业的现状及存在的问题出发,对其受到的冲击和影响进行分析,提出了一些应对方法和策略,希望能给相关人士一些建议和参考。

[关键词]传统图书出版;大数据时代;应对;冲击;方法和策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.11.834

传统图书出版行业如何应对当前大数据时代带来的冲击和影响,是出版编辑共同面临的问题,需要每一位出版编辑人员进行深度思考和不断探索。在实际工作中,传统图书出版行业要从实际出发,顺应时代潮流,应用各种先进科学技术,不断对图书出版进行改革和创新,以此来应对大数据时代的挑战。

一、传统图书出版行业的现状及存在的问题

(一)传统图书出版行业的现状

1.读者关注点方面

当前读者有两种类型:一是精神洁癖型读者,二是来者不拒型读者。精神洁癖型读者,他们对图书的品质要求较高,对于一些常识性的错误是不允许出现在图书中的,如错别字、语法错误、词语运用不当等,且对图书的品质有一定的甄别能力。因此,一般的图书质量满足不了这部分读者的需求;来者不拒型读者,他们对阅读的方式没有较高要求,对图书的信息要求也不高,他们的阅读兴趣是多种多样的,因此对传统图书没有特别的需求。

通过对市场占有率情况的调查数据显示,一些长篇和连载小说是当前最受读者欢迎的图书,因此一些散文、诗歌、短篇小说等因读者不感兴趣也逐渐没有了市场。随着互联网技术的普及和应用,读者的阅读渠道是多种多样的,并不依赖于出版图书等。受以上不同因素的影响,读者对图书出版的需求也逐渐降低。

2.图书时效性方面

当前读者购买图书,一方面是为了满足自己的精神需求,另一方面是对作者的认可和欣赏,更重要的是纸质图书具有储存和收藏的价值。但是,纸质图书时效性较差,读者一般可以通过互联网进行首次阅读,对于一些没有二次阅读需求的图书就不会去购买了,因此纸质图书会因为时效性差而损失了部分读者市场。以最受读者欢迎的连载小说为例,读者能够在互联网平台上第一时间去阅读,满足其精神需求。而纸质图书出版则需要经过出版社“三审三校”才能完成,需要较长时间。这样,便满足不了读者对阅读快节奏的需求,因此对读者也不会产生很大的吸引力。

(二)传统图书出版行业存在的问题

1.信息程度浅

在大数据时代,信息的来源范围广,且信息量大,人们获取信息的成本也相应降低。图书出版编辑想要保证选题能够吸引读者,就必须要在海量的信息中选出具有深度和价值的选题。而在实际工作中,编辑海选选题主要是凭借经验

和意识,并没有对选题进行深度挖掘,因此所选信息的准确性不能完全保证,这样的选题和内容是不会吸引读者的。

2.编辑效率低

传统图书的出版流程复杂且繁琐,其中加工和校对是重要的组成环节。在加工和校对环节,对编辑业务素质的考验是十分严格的,因为这两个环节都是在纸质样稿上进行,且执行“三审三校”制度,并反复进行直至无误为止。

3.信息交流差

信息的交流和反馈是编辑的基本能力之一,它直接关系选题是否符合市场需求,以及群众对信息的接受程度。图书编辑交流信息的形式从以往的信件交流逐渐发展到热线电话和问卷调查,但随着时代的发展,这些方式逐渐出现了周期长、时效差、交流片面等缺点,导致信息的交流性较差。

二、大数据时代对传统图书出版行业的冲击和影响

大数据时代对传统图书出版行业的冲击和影响主要表现在四个方面,分别为出版流程、内容编辑、知识获取和传播载体。以下我们从这四方面进行详细介绍和分析。

(一)对出版流程的影响

在传统图书出版流程中,校对工作耗费的时间较长,因为要人工对纸质样稿进行不低于三次的校对,耗费大量的人力和时间。校对工作主要是对书稿中的一些字、词、句的语法错误进行改正,然后处理文章的内容,对其真实性、合理性进行合理辨别,同时要对文章的逻辑性进行审阅,最终形成终稿,直至出版。负责校对的编辑人员主要是利用自身的一些知识储备对文章进行校对,大量重复繁琐的工作导致他们不能发现书稿中的所有错误。另外,受编辑人员自身能力参差不齐的影响,出版图书的质量也不是很稳定。因此,当图书出版后,读者经常能够发现书中的错误和问题,长此以往,他们也就对纸质图书失去了阅读的兴趣。

(二)对内容编辑的影响

在传统图书出版中,关于图书内容编辑的要求有两点:一是图书中要有合适、新颖的插图来吸引读者的关注,激发他们阅读的兴趣;二是图书的内容要丰富多彩,同时还要符合科学常识。对于一些散文、诗歌之类的文学作品,要保证不会出现文字性或语法性错误。当前,人们处在快节奏的生活和工作中,对于阅读也是追求快餐式的方式。读者首先会被合眼缘的画面吸引,再通过小片段的阅读来确定是否感兴趣。因此,传统图书出版不再符合当下读者的追求,编辑需要对图书进行内容、版式、构思和插图方面的改革和创新,来达到吸引读者的目的。

（三）对知识获取的影响

当前大数据时代，知识和信息的获取渠道越来越多，其资源也是越来越丰富，不管是学术性知识，还是专业性稿件，再或者是文学作品，读者都能够从海量的信息中找到自己的阅读兴趣，因此读者对阅读的要求在不断提高。传统图书出版编辑工作不具备数据索引和查找的功能，因此读者需要花费大量的时间和精力来查找自己感兴趣的读物，久而久之则逐渐放弃了对出版物的高质量追求。

（四）对传播载体的影响

传统图书只有纸张作为传播载体，因此在时效性和知识量方面不具备优势。相比较之，一些文学作品不受时效性的影响。文学大军们可以通过网络平台发表自己的作品，尤其是一些长篇和连载小说，十分受读者的追捧。而一些学术类的期刊则不十分注重文章的时效性，他们通过网络平台及时发布一些科研成果，同时还会定期发行一些纸质期刊以供读者查阅和收藏。总而言之，在大数据背景下，很多图书不再将纸质图书作为唯一的传播载体，在追求文章的时效性方面也增加了其他的传播载体来积极应对。

三、传统图书出版编辑应对大数据时代冲击的方法和策略

（一）正确看待数字出版形式

数字出版的形式受到了读者的高度认可，并逐渐成为主要的阅读形式。图书出版行业应该正确看待当前数字出版的形式，并有效地抓住这一发展契机，创新图书出版形式，将图书出版和数字出版进行有效结合，积极应对当前图书市场面临的挑战和机遇。图书出版编辑要从多方面入手，努力提高自身专业能力和综合素质，学习和掌握数字出版的相关技术，并将其运用到实际操作中，成为一名优秀的图书编辑人员。

（二）优化图书的选题角度，顺应时代潮流

能够吸引读者、让大众感兴趣的话题，才能有效地促进图书的销量。因此，图书出版编辑要对读者市场进行调研和分析，并通过网络技术全面分析受欢迎的书籍类型，再根据读者的阅读习惯和关注点来优化图书的选题角度。这项工作可以提高编辑分析、整理、提炼网络信息的能力，具体如下：加强创新思维能力、挖掘新颖的选题角度、编辑吸人眼球的内容等。只有积极应对和不断创新，并顺应时代潮流，才能保证图书出版行业占据一定市场。

（三）提高出版图书的质量

图书的质量有待提高。一些出版社为了吸引读者，将书籍的外观做得格外醒目，却忽视了图书的内容，造成了图书的质量下降，引发了读者的不满，进而对图书失去了阅读的兴趣，这样非常不利于图书出版行业的发展。图书出版社应该对图书市场进行深度调研，确定出版方向，并积极采用先进技术，充分展示图书的精华和魅力。图书编辑人员要确立传承文化、丰富社会、服务大众的思想，积极提高自身专业能力，努力学习相关先进技术，不断提高工作效率和工作质量。

（四）有效结合数字出版和传统纸质出版

将数字出版和传统纸质出版进行有效结合是未来图书市场发展的方向。随着我国经济的增长和人们生活水平的提高，大众对知识的渴求越来越强烈，数字出版能够在很大程度上满足人们对便捷的信息量的要求。出版社要从实际出

发，适应读者的阅读习惯和阅读品味，利用互联网技术和平台推出数字出版图书，并且还要关注一些个性化人群的需求，按需出版一部分纸质图书，以满足读者学习和收藏的需求。另外，长时间的数字出版图书阅读会很大程度损伤人们的视力和健康，尤其是青少年读者。因此，在学习方面还是要加大传统纸质图书的出版。

（五）提高编辑的专业能力和综合素质

提高编辑的专业能力和综合素质能够有效应对大数据对传统图书出版编辑行业的影响。图书出版涉及很多专业领域，图书编辑在排版和纠错的过程中必须要了解图书内容，这样才能体会文章所要表达的含义，更好地对文章进行校对。由此可见，编辑工作对专业知识量的要求很高。还有部分励志图书需要向读者传递正确的价值观，因此需要编辑人员具有高度负责的态度、较高的思想觉悟和较强的编辑能力等综合素质，这样才能够保证图书的准确性。

（六）运用互联网技术，拓展图书市场

互联网是当前信息获取和流通的重要载体，对人们的生活和工作产生了深远的影响。运用互联网技术，拓展图书市场是一种有效地推动图书出版工作的方式。一是互联网技术能够满足市场需求，因为读者对阅读的需求主要体现在时效性上，满足读者需求能够占领图书市场；二是互联网技术能够得到更多的信息支持，海量的互联网信息能够解决出版内容不全面的问题；三是互联技术能够帮助编辑更好地抓住选题。互联网信息是时下最新、最流行的，因此具有很高的市场灵敏度，通过互联网信息抓住选题能够更好地符合市场需求，扩大销量。

（七）不断推进传统图书出版与新媒体的融合

传统图书出版与新媒体融合是提高图书产能的重要方式之一。目前，新媒体处于快速发展的阶段，并且在社会的各个行业领域都有渗透，提高传统图书出版与新媒体的融合是当前图书出版的主要目标。传统图书出版和新媒体融合的方式可以通过“内容+服务”或“内容+需求”的方式，且利用数字技术、二维码技术、H5技术等实现。

结语：综上所述，大数据时代对传统图书出版造成了较大冲击和影响，传统图书出版行业想要生存和发展必须要正确认识大数据技术，优化选题，努力提高自身的综合水平，将传统图书和数字图书进行有效结合等来积极应对大数据时代的影响和冲击。

参考文献：

- [1]王慧敏.论新媒体背景下图书出版编辑工作创新问题[J].传媒论坛,2020,3(12):78-79.
- [2]毛宁.分析新时期下图书出版编辑的创新与改革[J].中国民族博览,2020(10):249-250.
- [3]肖莉华.基于融媒体环境探析新闻记者核心能力[J].中国报业,2020(12):88-89.
- [4]孙婷婷.广电新闻记者转型和能力提升策略[J].记者摇篮,2020(10):31-32.
- [5]郑耘.融媒体环境下广电记者的转型和能力提升[J].新闻前哨,2020(9):20-21.