

# 浅谈图书策划编辑的创新意识培养和创新能力提高

张晓纳

河南电子音像出版社

**[摘要]**近年来随着我国经济产业的逐步改革,更多的人开始对文化产业感兴趣。在此情况下,图书策划编辑不仅会面临新的机遇,也会承受到新的挑战。本研究主要站在图书策划编辑的角度,对在新形势下如何开展工作进行详细的阐述与分析,以期能够促进我国图书文化产业的发展。

**[关键词]**图书策划;创新能力;编辑工作者;创新意识

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.08.050

## 引言

众所周知,在图书出版过程中策划编辑发挥着至关重要的作用,策划是否科学,选题是否合理,这些问题都直接关系到图书的出版质量。好的图书策划编辑能够有效提升书籍的销量,从而为企业带来经济效益。笔者多年的工作实践证实,图书策划编辑只有具备过硬的专业技能以及良好的职业素养才能够有效应对瞬息万变的出版环境。如今随着互联网技术的兴起,越来越多的人选择使用互联网软件进行阅读,这就要求图书策划编辑能够形成相应的创新意识,对出版物进行创新与改革,从而带动行业的整体发展。

## 一、全媒体时代背景下图书出版行业发生的变化概述

如今,我们俨然已经进入全媒体时代,越来越多的人选择利用工作以及学习的空余时间进行碎片化阅读。图书出版行业为了能够顺应全媒体时代的发展,也做出了相应的改变,具体包括两个方面:第一,互联网环境中任何人都能够发表观点,这打破了策划编辑的主导地位;第二,全媒体环境下,读者群体可以自由选择想要阅读的内容,这也打破了策划编辑的主导地位。以下将对这两个方面进行详细的阐述与分析:

(一)作者能通过网络自由发表作品,打破了图书策划编辑的主导地位

在以往的图书出版行业中,只有具备一定专业技能的人才能够发表文章。不仅如此,一篇优秀的文章要想问世,除了需要作者进行写作,更需要策划编辑进行选题、论证、审稿、加工、整理等。由此可以看出,传统图书出版工作是一项十分繁琐且复杂的过程。然而随着全媒体时代的来临,任何人都可以在互联网环境中发表自己的观点和意见。这不仅能够拓宽作者的发表渠道,而且能够加强与读者之间的沟通与交流。因此,在这样的大环境下,图书策划编辑就需要对该变化引起足够的重视,在互联网环境下加强与作者以及读者之间的沟通。

(二)全媒体时代背景下,读者阅读自由选择度更高

全媒体时代下,读者群体的阅读不会受到时间与空间的限制,能够自主选择阅读方式和内容。在以往的图书出版行业中,读者的阅读内容主要取决于编辑想要呈现的内容。不仅如此,由于地域差异,一些读者无法阅读到该地区没有授权的书籍。然而随着全媒体时代的来临,读者通过在互联网中进行搜索,就可以轻而易举地找到自己感兴趣的读物。由此可见,新

时代下图书策划编辑需要不断调查读者群体的阅读兴趣,从而占有市场主体地位。

## 二、在全媒体时代背景下图书产业存在的不足

值得注意的是,在全媒体时代下,图书产业要想获得长久发展还需要对以下几个方面的问题引起足够的重视:第一,在以往的图书出版行业中图书策划编辑与作者以及读者之间的沟通较少;第二,编辑工作者的创新意识不足;第三,纸质书籍对读者的吸引力降低。以下将对这三个方面进行详细的阐述与分析:

(一)传统图书产业中读者与作者的互动性不足

在以往的图书出版行业中,作者与读者之间无法进行有效交流,二者只能通过图书策划编辑进行沟通。如今随着全媒体时代的来临,读者与作者能够通过互联网账号进行沟通与交流,作者在读者的建议下对作品进行修改。

(二)图书策划编辑创新能力不足

在以往的图书出版行业中,策划编辑始终处于主体地位,这就导致出版编辑容易受到固有思路的限制,失去了创新意识与创新能力。如果图书策划编辑不对此引起足够的重视,那么出版行业就无法得到长远发展。

(三)传统图书对读者的吸引力不足

在全媒体时代下,读者群体不仅能够在互联网中搜索到海量阅读内容,更是可以根据自己的需求进行个性化阅读。这就导致读者群体对传统纸质书籍的需求逐渐变少。经过调查发现,当前我国很多年轻人更加愿意在公众号以及微博等上面进行碎片化阅读。

## 三、推动图书策划编辑在全媒体时代转型的策略思考

通过上述分析能够发现,图书出版行业要想获得可持续发展,就需要策划编辑有效转型。笔者认为图书策划编辑只有不断提升自我的创新意识以及创新能力,才能够有效适应不断变化的市场环境。图书策划编辑需要具体提升三个方面的能力:第一,对阅读内容的加工与采集能力;第二,对选题的创新能力;第三,与读者及其他工作人员之间的沟通能力。以下将对这三个能力进行详细的阐述与分析:

(一)信息采集加工能力培养

在图书策划的过程中,编辑工作者首先需要阅读内容进行分析与整理。互联网环境下,读者每天都会面对各种各样的

信息，如何能够在众多阅读内容中吸引读者的目光就显得尤为重要了。因此，编辑工作者首先需要加强信息采集与加工的能力，这就要求编辑工作者具备敏锐的洞察力，能够快速发现热点话题，并对相关信息进行科学整理，最终通过简洁明了的方式呈现在读者面前。当前图书出版行业要想获得较高的经济效益，编辑工作者除了具备市场眼光，还需要能够将海量信息进行科学归类与整理。实际上，读者能够通过互联网查询到任何信息，只是获取到的信息十分杂乱无章。图书策划编辑的工作就是帮助读者将所有的信息进行整理，并附上相应的图片或视频，从而提升读者的阅读质量。除此之外，在选题过程中，编辑工作者还需要根据当前研究现状进行合理预期，这就要求编辑工作者具备相应的能力。图书产业趋向于商业化发展，在信息采集集中如何挖掘出新的具有感召力的信息，需要编辑拥有前瞻性思维。

### （二）选题创新能力培养

选题与策划是一项十分繁琐的工作，因此，编辑工作者需要具备一定的创新能力，只有这样才能够将繁琐的工作进行科学化、系统化处理。尤其是随着互联网时代的来临，各行各业的发展都依托信息技术手段进行了创新发展，图书出版行业也不例外。图书策划编辑需要勇于使用前沿的技术手段，对获取到的数据进行分析与整理，才能够为读者提供更加优质的阅读内容。如今很多编辑工作者盲目跟风，过度迎合市场环境，最终导致图书内容同质化现象十分严重。为了避免此类事情的发生，图书策划编辑就需要在选题过程中突出重点，选择更加新颖的形式和内容，避免平庸化选题的出现。另外，图书策划编辑还需要具备一定的知识产权意识，不要对同行作品进行抄袭，也避免同行抄袭自己的内容。只有这样才能够提升图书策划编辑的竞争力。

笔者认为，图书策划编辑要想提升自我的创新能力以及创新意识，就需要在日常工作中通过各种方式不断积累丰富的专业技能知识，并关注本专业的最新信息，久而久之就能够形成一定的职业素养。例如，在拿到一个常规选题时，图书策划编辑就能够根据自身的职业素养，快速找到新颖的分析方向，并运用掌握的信息对选题进行创新。由此可见，选题策划的过程中编辑工作者需要具备一定的创新能力，只有这样才能够多角度分析内容，并最终在前人基础上形成自身的观点，最终达到吸引读者眼光的目的。

### （三）协调沟通能力培养

如今，随着全媒体时代的来临，图书策划编辑需要不断加强沟通，只有通过这样的方式才能够为读者提供更加优质的内容，进而满足读者的阅读需求。为了提高沟通效率，图书策划编辑需要掌握丰富的专业知识以及业界动态，明白读者的需求以及作者的想法。因此，笔者认为图书策划编辑需要加强三个方面的沟通能力：第一，与作者之间的沟通；第二，与设计人员之间的沟通；第三，与出版行业其他人员的沟通。以下将对

这三个方面进行详细的阐述与分析：

#### 1. 与作者的协调沟通

在以往的图书出版行业中，编辑工作者与作者之间的沟通较少，主要是作者通过投稿的方式呈递给编辑。而编辑主要是在了解作品的前提下，与作者进行基本的交流。如今随着互联网时代的来临，图书策划编辑应当积极与作者进行沟通与交流，并充分发挥自身的主观能动性来吸引更多优秀的作者进行投稿。

#### 2. 与设计人员的协调沟通

在图书策划的过程中，编辑工作者除了需要对文字内容进行审核，还需要对书籍中出现的图片以及排版形式进行审核。研究发现，科学的排版方式以及图片不仅能够提升读者对作品的理解，还可以提升读者的阅读兴趣。因此，图书策划编辑可以在调查读者阅读兴趣的基础上，与设计工作者进行有效的沟通与交流，使最终呈现的作品更加符合读者的艺术审美。

#### 3. 与出版及营销人员的协调沟通

为了能够保障出版的书籍可以在一众阅读作品中脱颖而出，图书策划编辑还需要积极与出版企业中的营销人员进行沟通，听取分析他们的意见，只有这样才能够最大程度上保障企业的经济效益。因此，策划编辑需要对营销以及出版工作足够重视，并积极与出版行业中的其他同类作品进行对比，了解自身与他人之间的差距，从而进行有针对性的改变。除此之外，图书策划编辑还需要加强与读者之间的沟通，例如，编辑工作者可以通过微博以及公众号中的评论功能与读者进行交流，了解读者的建议，并对工作进行有效革新。

## 四、结语

通过上述分析能够发现，传统图书策划工作已经不再适合当前时代的发展。因此，图书策划编辑需要勇于面对新时代挑战，积极应对工作变化。笔者认为图书策划编辑需要在加强创新发展的过程中，着重培养三个方面的能力：第一，对阅读内容的加工与采集能力；第二，对选题的创新能力；第三，与读者以及其他工作人员之间的沟通能力。图书策划编辑需要积极面对自身的不足，虚心接受读者提出的建议，并为其呈现更加优质的阅读体验。

## 参考文献

- [1] 罗小红. 探析智媒体时代下的图书策划创新[J]. 传播与版权, 2020(3): 3.
- [2] 边琨. “互联网+”时代图书策划思维创新探析[J]. 中国报业, 2020(4): 2.
- [3] 王向军. 探究图书编辑中选题策划与创新的方法[J]. 传播力研究, 2019, 3(24): 1.
- [4] 贾晓林. 图书编辑的创新和发展思考[J]. 科技传播, 2019, 11(5): 3.
- [5] 孟飞飞. 图书策划编辑如何提升职业素养[J]. 传媒, 2019(9): 3.