

# 增强选题策划的创新意识

张竞余

(机械工业出版社华章分社 北京 100037)

**[摘要]**随着新时代经济的不断发展,社会生活的方方面面都发生了变化,特别是大数据的出现,使人们能够通过互联网搜索各种信息,使读者能够使用手机等移动终端、计算机和各种阅读工具进行看书,对传统图书纸质市场产生了重大影响。随着当前图书市场的激烈竞争,人们对图书的需求不断增长,这对图书编辑人员的能力提出了更高的要求,选题策划是图书出版的重要组成部分,只有选好题材,才能策划出好的图书内容。在当前形势下,编辑需要在选题和策划上增强创新意识,用好的选题来抓住读者的注意力,为图书行业的发展奠定基础。

**[关键词]**选题策划;创新意识;策略

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.04.1209

## 一、增强选题策划创新意识的重要性

确定选题是图书出版的重要步骤,也是图书策划最基本的任务。随着网络技术的不断发展,图书行业的竞争变得尤为激烈,各种网络平台通过各种各样的渠道在向读者推送图书信息。选题人员应该自己选择一个能引起人们阅读欲望的话题,根据自己的经验在社会效益优先的前提下写一个选题意向草案。选好一个最佳选题后,还要针对该选题策划图书内容,图书策划的主要目的是提高图书出版的内容质量,更好地展示收集到的最有价值的素材,从而获得更广泛的读者的认可,缩短图书与人的距离。

选题策划有其自身的特点,不仅涉及选题,还参与整体精神文化的传播、储存和积累,是精神商品的创造、设计和规划的蓝图。一方面,选题和策划的创意是图书出版成功的重要手段,出版界必须推出若干创新主题,以实现突破和跨越,出版高效率、高品质的图书。在策划选题时,策划编辑要借鉴他人的成功案例,以新理论、新方法、新思想、新知识等为选题,在充分调研的基础上,策划有价值的、创新性的选题;另一方面,主题选择策划具有足够的可预测性。可预测性是对可能出现的社会和经济效益以及市场发展趋势和形式的预测,以便在出版图书时减少投资并实现最大利润,并且保证选题策划具有时效性。出版社要想在激烈的市场中占有一席之地,需要摸清市场的需求和规律,通过市场调研了解什么时候出版,做好整体规划。

## 二、增强选题策划创新意识的策略

### (一) 有市场意识,不断收集信息

在编辑选择了一个主题和计划之后,必须经历一些市场竞争,最终适者生存。成功的选题是编辑通过对市场上的大量信息进行整理和分析而获得的,这种选题一上市就受到人们的热烈欢迎,这也证明市场是认可这个选题策划的发展方向的,这也是关于创造高质量图书内容的核心。编辑人员如果要想在选题和策划上有创新意识,就需要不断收集市场信息,进行有效的分类分析,过滤掉无用的信息,然后进行一系列的策划。大数据时代,信息传播速度非常快,这就要求编辑对市场信息采集的真实性和及时性,及时获取市场信息并尽快决定选题是主导市场的重要一步。

### (二) 面向社会,实现合作共赢,营造市场氛围

要想在残酷的图书市场竞争中生存下去,就需要面对社会,提高市场认知度。选题和策划是否成功,最重要的是对市场的准确分析。许多成功的选题经验表明,重视市场调研、分析市场趋势、了解读者的需求、增强选题编辑的市场意识是检

验企业否适应新的市场环境的重要指标之一。图书市场研究中最重要的是对读者的研究,选题策划受到读者需求的约束,这将直接影响图书的发行。因此,策划编辑在选择和策划图书主题之前,需要了解读者的需求,并建立强大的创新意识,以便满足长期和潜在客户的需求。

### (三) 提高综合编辑能力,夯实选题策划基础

编辑人员必须具有高度的领悟力,同时对选题的方向有精确的控制,这样选取的课题才能更符合时代的发展,更好地体现为社会、为人民服务的原则,为人们的生活带来便利,实现良好的社会效益。同时,编辑人员必须具有很强的敏感性和洞察力,才能在面对政治原则时有效区分和坚持正确的观点。同时,面对思想政治观点问题,要明确抵制各种错误观点,采取适当的方法加以纠正。编辑人员的专业性也很重要,这为更科学、更学术的选题和策划奠定了基础。同时,编辑人员要不断丰富自己的专业知识,树立终身学习的理念,并及时关注社会的发展趋势,使策划的内容能够走在时代的前沿。

### (四) 更新传统图书选题策划的理念和方法

选题和策划是一项创造性的活动,编辑的准确思考和分析可以满足读者阅读的欲望。为避免过于拘泥于传统的选题策划理念,图书编辑应积极创新策划理念,对选题策划进行新的思考和定位,确保选题的科学性、有效性和传播性。例如,在策划时,要确定一个合适的选题,编辑必须从多个角度考虑和审查选题,这取决于读者的需求。同时,在制定选题计划的过程中,图书出版编辑应利用网站、微信、微博等互动渠道,充分了解读者对选题的看法,并从中获得选题计划的灵感,在互动交流中,不断提升选题策划的有效性。

## 结语

总之,在当前的图书市场,选题策划已经成为企业生存和发展的最重要的一环。对于编辑人员来说,在实现社会效益的同时,选题和策划的过程应该以市场为导向,不断收集市场信息,紧跟市场趋势,不断创新,不断提高选题策划的质量,只有这样,才能创作出更好的作品。

## 参考文献

- [1] 卫广刚. 图书编辑的选题策划创新意识[J]. 科技创新导报, 2012(23).
- [2] 罗小红. 图书出版新闻化背景下的选题策划方法[J]. 新闻传播, 2019(6).

## 作者简介:

张竞余(1981年),男,汉族,河南安阳,本科,研究方向:图书编辑。