

# 新时代编辑出版的转型与创新分析

何朝辉

(湖南少年儿童出版社 湖南 长沙 410001)

**[摘要]**随着我国新时代的到来,信息化技术逐渐进入到了人们的视线中,我国传统的编辑出版工作空间逐渐受到了挤压,电子化编辑出版的出现使得人们对传统的编辑出版提出了新的要求。想要在新时代获得生存与发展的空间,就需要传统编辑出版在新时代进行一定的转型与创新,结合时代需求提升自身的水平。

**[关键词]**新时代; 编辑出版; 转型和创新

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.07.666

在新时代下,新媒体技术和现代化技术均在迅猛发展,针对性地研究在此历史阶段下的编辑出版模式能够有效地解决各种负面生产模式的限制,开发出新型生产模式,为图书期刊等出版提供必要的支持,有效地改进人们的阅读感受。

## 一、新媒体下出版编辑的技术及应用

传统媒体所代指的是报刊、广播和电视等已经出现已久的媒体生态,相对比下的网络媒体、数字媒体和手机媒体则被统称为新媒体,新媒体的概念是极为宽泛的,主要应用互联网技术、数字化技术等,为用户传递各种信息<sup>[1]</sup>。

传统媒体在加工出版材料的时候存在明显的单一化的情况,整体效率较慢并且传输质量也并不高,现代化的编辑技术和加工技术整体效率开始显著提升,这主要是因为现代电子技术的应用促使编辑加工可以更为便捷化和高效率地完成,通过电脑技术和相关图片处理软件完成加工,同时也能够从根本上提高编辑加工工作的水准。

新媒体对于策划和选题的促进作用也是不容忽视的,现代选题旨在通过电脑等工具完成对信息资源的筛选,同时重点分析选题是否可以获得受众群体的喜欢和关注,不仅会进行综合分析,而且还会和市场调研相结合,用于确定科学合理的策划方法,这可以从根本上提高选题的成功率,而非像传统策划那样直接从策划者本身的经验和职业觉悟上着手进行选择,这一方面难以有效地贴合经济市场的实际需求,另一方面则是很有可能导致错过优秀的选题。由此可以明确,新媒体无论是在策划选题还是在其他方面,都具备相应的优势<sup>[2]</sup>。

此外,新媒体在编辑出版后期宣传方面所发挥的作用也是不容忽视的,传统编辑出版使得出版物宣传被忽视,仅仅凭借自身过硬的图书质量来促进销售量的提高。但是伴随现代社会经济的迅猛发展以及图书市场的扩大,企业间的经济竞争日渐激烈,如果仅仅依托于图书发布会这种简单的宣传模式的话,整体收效将难以提升,所以针对性地应用门户网站、微博和微信等新媒体工具就显得极为重要,可以利用最低的经营成本创造更加可观的经济收益,但是此种方式很有可能导致图书出版的基本品质降低<sup>[3]</sup>。

## 二、我国新时代编辑出版尚且存在的问题

现代化的编辑出版制度更加完善化了,使得编辑出版效率和质量都随之得到了显著的提升,同时,编辑出版制度也反而在一定程度上影响了人们的实际阅读习惯。为切实有效地满足人们的实际需求,出版编辑显然已经必须要以现代化为目标进行阶段性发展。当然从其他角度来看,新时代下的出版编辑也并非全无缺陷,尤其是传统出版编辑在自身创新和转型过程中的问题更是亟待解决。

结合相关调查数据可以明确,在普通受众群体中,有许多的消费者认为我国传统出版单位的内容加工质量水准不足,难以满足现阶段的实际需求。主要原因在于多元化文化的冲击下,差异化的读者衍生出差异化的需求,彼此间无论是性格特征、年龄特征都存在本质上的差异,这显然给现阶段的出版编辑提出了更多要求。但是现阶段现代化编辑出版企业多是利用现代化技术来完成选题加工,忽略阅读所具备的本源作用,并未对其进行加工处理,这显然偏离受众群体的实际需要<sup>[4]</sup>。

在新时代下的编辑出版已经获得巨大的进步,传统的编辑出版模式被打破,崭新的现代化生产方式正在迅速兴起,但是因为电子出版物存在海量的信息,所以现阶段已有的管理机制和管理方法尚且无法有效地贴合现代化技术的进程,难以有效地实现对信息编辑出版的科学管控,所以只有做好全面编辑出版控制才能够有效地推进其建设和发展。

新时代的发展是为了提高人们的生活质量,因此,各种现代化的信息技术逐渐被研制出并且应用于了人们的生活。为了保证各种措施的落实,新政策新思想成为时代的主流。这就代表国家与社会对编辑出版的新要求、新挑战。想要获得人们的青睐,就应当不断在工作中落实新时代思想,为我国的全面发展做出一定的贡献。

## 三、编辑出版的创新和转型路径

在新时代背景下,针对编辑出版的基本特征,将针对创新技术的研究区分为技术创新、商业模式创新以及产品创新,只有做好这三项工作,才能够为编辑出版的深远发展奠定基础,才可以提供必要的支持。下面将会针对性地进行说明。

### (一) 技术创新

在明确未来编辑出版的转型和创新方向以后, 技术研究和科技创新也将会成为研究的重点内容。在获得大数据传播以后, 传统编辑出版行业的本质特征以及其包含的所有内容都获得巨大的拓展, 在此种情况下, 编辑出版行业的转型发展将会充分依托于各种技术的创新应用, 因而促进技术创新显然是现阶段现代化编辑出版行业需要重点考量的工作内容, 其将会直接关系到未来出版编辑工作的建设和发展, 关系到行业是否可以获得稳定的进步。现代化图书行业的技术主要包含两大组成部分, 其一是内部数字出版技术, 其二则是出版行业当中的运营能力的组成部分, 在新时代下的编辑出版工作和传统的编辑出版工作存在的最主要差异在于前者具备更为广泛的技术支撑, 无论是在创建产品还是管理产品方面都已经获得巨大的进步。在技术平台当中的各种类型的软件和系统都将会促使编辑出版行业获得更为巨大的进步, 实现出版行业生产和销售的快捷化和便携化的发展。

### (二) 商业模式创新

从商业模式角度来看, 现代化编辑出版商业可以结合手机用户、平板用户以及电脑用户等方面的受众习惯完成信息传播工作, 在前期可以通过对智能移动终端的数据收集明确消费者的习惯, 同时在潜移默化中实现对用户的消费习惯的改良和优化, 在前期可以广泛地售卖电子出版物, 以保证在短时间内迅速获得经济收益, 而在后期则可以借助于销售电子出版物当中的作品的方式来收获长时间的经济效益。其次则是可以借助于对部分电商平台的应用, 实现对现代化出版物的有效推广和宣传, 或者是可以借助搜索引擎来完成分享工作, 以此来实现有效宣传, 通过此种方法可以有效地降低所需要承担的经济压力。

此外还有一种方式是直接和运营商进行沟通合作, 尤其是在大数据技术飞速发展的时代背景下, 电信运营几乎可以说覆盖到人们日常生活的方方面面, 用户群技术较为庞大, 并且信息推送力度也相对较高, 结合上述特征, 将手机阅读看做是通信运营的增值项目显然是极为重要的, 在此项目当中的通信商所承担的责任是极为重大的, 不仅可以成为技术的提供方, 同时还能够成为编辑出版物的宣传推广方, 甚至可以成为服务方, 是整个经营链条中的关键组成部分<sup>[5]</sup>。所以出版编辑单位需要积极有效地融入增值的服务队列当中, 这样才可以更为有效地贴合现阶段的各种实际需求。

### (三) 产品创新

传统出版编辑所完成的只有纸质产品的出版工作, 但是如果想要有效地贴合大数据时代的发展进程, 就不仅需要完成此项目标, 结合现代化转型路径推动对电子书等新兴媒介的应用, 这是时代发展的必然趋势, 所以推进与其相互对应的现代化产品和软件的开发显然具有极为重要的意义。

比如, 从网络原创的角度着眼优化创新, 伴随人们的版权意识的提升, 在正规渠道购买原创阅读内容已经广泛受到欢迎和认可, 在此种形式下, 无论是基本的经济来源还是点击量都需要由网络中的读者贡献, 整体操作也并不困难, 首先是需要寻找到优质的原创作者, 而后将作者的作品上传到网站当中, 经历层层筛选以及考核以后将其发布于网络当中, 读者可以以几分钱或者一毛钱的价格购买章节进行阅读, 同时将相应的收益发放给作者, 虽然单笔交易金额极少, 但是网络当中的用户数量却是海量的, 所以可获得的经济收益也会极为可观。

### (四) 工作人员思想与技术创新

此外, 我国为了统一管理出版工作者, 曾经制定了相关法律文件, 指导编辑出版工作的正常进行, 其中还给出了新时代编辑出版工作者应具备的良好职业素养, 培养好编辑出版工作者自身的良好政治素养与社会责任感, 对于编辑出版工作的发展也具备较强的促进作用, 新时代的编辑出版工作者是思想的践行者, 想要深化落实这一思想, 就应当在日常的编辑出版工作中维持自身的良好责任感, 坚持以提升人民的思想水平为己任, 不断提高自身工作人员的综合水平与能力, 坚定自身的思想地位不动摇, 提升自身的文化素质, 从而保证在新时代为编辑出版工作做出出色的贡献。

## 四、结语

总而言之, 在新媒体技术、信息技术和大数据技术等获得深度发展以后, 正在影响着现代出版编辑工作的建设和发展, 相关工作者所面临的挑战和机遇是同步增加的, 为更好地贴合新时代下的受众群体的阅览需求, 有必要对出版编辑的模式和形态进行优化更新, 只有这样才能够满足现阶段的实际发展需要。

## 参考文献

- [1] 王海霞. 数字出版视野下高职教材的策划与出版创新[J]. 记者摇篮, 2020(10): 19-20.
- [2] 李平. 互联网时代科技图书编辑的数字出版创新意识培养[J]. 中国传媒科技, 2020(7): 88-90.
- [3] 王春娟. 科技图书出版编辑全媒体融合思维转变探讨[J]. 科技传播, 2020(6): 68-69.
- [4] 胡艳辉. 数字出版环境下的编辑方法与创新[J]. 新闻研究导刊, 2019(23): 189-199.
- [5] 张海娜, 吴凡洁. 科技编辑如何适应科技创新[J]. 科技传播, 2018(16): 49-50.

### 作者简介:

何朝辉, 1981.09, 男, 汉, 湖南邵阳, 本科, 中级, 研究方向: 编辑出版。