

出版深度融合背景下编辑工作的革新思路探讨

曾繁荣

(北京理工大学出版社 100081)

[摘要] 高新科学技术的应用是现代发展的必然趋势。出版业也要全面融入现代化的科技手段,抓住机遇,将出版技术、市场方向、销售渠道进行全方面融合。网络发展推动出版业发展,传统编辑多以编辑自我思维为主,编辑会将自己所见所闻、所思所想、所感所悟融入自己的文章中,以自己的思想主导文章的出品。但是现在是自媒体的时代,信息流传范围扩大,速度加快,出版业早已从编辑主导转换为读者需求主导。

[关键词] 出版深度融合;编辑工作;革新创新

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.07.215

一、在出版深度融合背景下,编辑工作改革创新的重要意义

融媒体发展和出版融合发展是大势所趋,国家方针政策,相关支持政策,读者的多元化选择,都是在明确的告知我们,传统的出版行业必须要进行改革创新,满足市场的需求,满足读者的要求,因此传统出版行业就需要同信息技术及出版行业相关的新兴业态进行有机融合,这才是对传统出版行业的机遇所在。

在传统出版行业中,编辑所完成的相关内容、来源途径、发布平台局限性都很大,出版行业要实现真正的深度融合,首先要明确融合的大方向,这样才能提升自己的转型速度,进而扩大自己的影响力,提升自己的潜在竞争力。现在是一个推广出版行业深度融合的时代,所以必须要改变传统编辑的工作方式,加大改革力量,以此来彻底转变编辑的固化思维,加速实现出版业深度融合发展。因此现代出版业下编辑工作需要与信息科学技术进行深度融合,以读者需求为导向,顺应出版市场发展趋势,为读者提供符合各自喜好的服务。在出版深度融合的背景下,文字需要进行技术处理,出版方式也会相应改变,使得传统的文字出版内容、文字的编辑再加工,都去要创新,传统编辑工作的改革创新势在必行。

二、编辑在出版深度融合背景下的改革创新要点

1. 改革创新编辑工作的方式

编辑以往的工作方式就是创作文章,关注的永远都是文章本身,出版社经营管理、盈利与否都与编辑关系不大,导致传统的出版行业盈利方式单一,尤其是现在网络信息传递非常迅速,引起出版行业的不景气。编辑的营收方式也是简单的通过个人所撰写的文章或者图书进行业务提成,没有将编辑与出版企业的发展进行挂钩,对于网络技术应用、互联网思维模式都没有体现出来。因此我们要创新的进行编辑创作,在编辑完成文章创作后,可以全方位的对文章进行操作,周边开发,多途径传播,让编辑真正参与到出版行业中间来。变革后的出版业,不再仅仅将内容呈现在纸质上,而是通过出版业将读者与创作者、发行业者进行联系,改革后出版物的发行方式会变得形式多样,对于出版业的生存发展大有益处,它能演变出其他的

盈利模式,对于现有出版业有着深刻的影响。

2. 多元化的进行图书形式设计

编辑在工作中只单纯的重视文章书籍本身,在书籍的设计上面参与较少,这就导致文章书籍过于单一,所以编辑应该在创新中进行全盘考虑,融入插画、版面新颖、语言有趣等,编辑应该一应考虑进来,更重要的是在出版业深度融合的背景下,一定要将创作和信息化技术相结合,这样最终才能呈现出多层面的创作。在出版融合的基础下,要借助互联网去进行创作的完善,满足读者多元化的需求,最终提升编辑和出版企业的收益。

3. 实现编辑系统信息科技化

编辑也是逐渐进步的,最早的手工书写到电脑录入,每一步都是进步。现在进入融合出版的时代,又对编辑提出了更高的要求,掌握编辑系统信息化的建立。尽管现在编辑早已实现计算机录入,但还是以文字处理为主,没有延伸到信息技术化编辑技术。尤其是年龄较大的编辑,对于这项技术更是陌生,我们就可以进行分组完成一些编辑工作。可以将技术手段较为熟练的年轻编辑和写作经验丰富的大龄编辑分为一组,分组合作,优势互补,发挥好信息技术化编辑技术的作用,最终形成一支编辑写作水平高,信息化技术手段熟练的编辑整体团队,加快编辑工作的改革进程,提升图书编辑效能。

三、在出版深度融合背景下,如何进行编辑工作的改革创新

1. 转变服务模式,朝着深精细进行改革

内容为王。传统图书出版模式,新兴网络发行方式,不论什么方式,只有内容引起读者关注,才能提升销量,创作的周边营销,线下销售或者线上营销,都是创作内容在读者认可的前提下进行的。新媒体的发展,反而对创作内容提出了更高的要求,如何创作出有趣生动、含义深刻、内容优质的内容,显得尤为重要。编辑的自身硬实力这时就需要展现出来了,怎样将现有的资源进行融合互通,深入挖掘资源的深厚含义,怎样提升读者的满意度,满足不同读者差异性需求,为每一位读者提供精准服务,将创作出来的作品进行细化分类,趣味性较强的、情感类的、连载形式的等多种供读者选择的形式,使得读

者喜爱上互联网出行的这种方式，并且产生牢固的读者黏性。

符合条件的内容产品，我们就要进行再次加工，增加产品和读者的互动性，代入感强，将产品内容和提供服务融合为一体，提升以内容为基础的服务价值模式。例如我们可以提供创作出来的内容中所蕴含的知识框架，给读者提供一个思考的途径，可以设计不同的模块，以此来满足读者个性化的需求，并且让读者有了一个思考文章内涵的途径。在服务模式不仅仅停留在阅读感受上面，更能帮助读者加深思考文章深意。我们出版企业需要设身处地的为读者考虑，帮助他们提升学习的能力，帮助读者解决问题。让读者看到我们出版企业的进步。

目前很多出版企业，还不能掌握怎样去有效运营自己所累积的资源，怎样将创作进行顶层全面设计，没有成熟的经验借鉴，面对创新也缺乏应有的勇气，并且编辑在长期的工作下面已经形成了固化思维，因此一定要提升编辑的自我认知、认知读者、认知全盘的能力。

2. 转变关注重点，提升读者体验

大多数认知条件下，通常都认为编辑就是创作好内容，并且创作的作品能够畅销。一个优秀的编辑在文章的创作效果呈现上面是否能通过印刷进行全面展示，在创作的选题上面能不能准确把握，如何对内容进行有效筛选和组织都有自己独特认知。但由于出版企业营运方式不同，营运机制差异、技术条件有限，使得编辑无法做到对读者心中有数。网络发展之快可能是之前人们难以预料的，现在几乎人手一部手机，网络加手机，就可以实现随时随地的知识获取。新浪微博、微信、抖音、喜马拉雅这些手机程序都能让我们获取自己想要的知识，甚至网络上还有视频音频教程、百度百科平台问答等也能让大众自己掌握以前不了解的很多知识，这些APP都非常受大众的喜爱。从中可以发现，以前单一的从书本上面获取知识早已不能满足人们的多样化需求了。在信息技术时代，得到知识的途径越来越多，因此需要将出版行业纵向延伸，深入发展。

实现纸质书籍和电子设备的互相转换，提升读者的阅读体验。可以在纸质书籍中间印上相关的二维码，通过手机扫描二维码为读者提供个性化服务，语音阅读，知识详解等线上拓展服务。这样就能保证纸质书籍体验感不丢失的前提下，开发出使用功能的延伸、升级，增加读者对于纸质书籍的黏性，保证纸质书籍的销量。通过二维码的扫描，实现了我们与读者之间的交流互动，实现读者使用书籍情况的反馈。

3. 转变销售内容，实现多渠道营收

当今的出版市场，对作者的认知可能胜过作品，很多人会因为喜欢这个作者从而搜罗其大量作品进行阅读，很多时候，作者就是作品，因此对于作者，我们也要适当包装，实现创作者的价值转化。以往创作者也会通过开办讲座的而形式进行营收，这样需要作者转换于不同地点不同场次，读者体验感

不高。在出版融合的背景下，出版社可以运用网络平台进行操作，作家知识商铺，专家订阅，实行按人、按时间收费。其实网络上很多程序已经采用这种形式运营，但是存在一些弊端，知识内容不够专业深入，一味追求大众口味，追求流量，这样很难维持用户的长期稳定性。因此出版社需要做的是运用网络平台，对一些含金量高、专业性强的知识领域进行开设，形成稳定的受众群体。

出版社变为一个专家的集散地，编辑筛选出最优秀、最符合条件的作家，为他们开设长期网络平台，更帮他们建立品牌，为作家进行服务。以往出版社考量的仅仅是书籍的销量，现在还可以关注作家的订阅数量。作者也可以通过自己的网络平台和读者建立联系，实现互动交流，这样作者也更加有动力去维护自己的平台，以此来获取更多的关注，从而实现收益分成。从单纯的销售书本到销售作者的内在知识、思想感悟，这对于编辑来说都是一次巨大的挑战。

四、结语

总之，时代发展带来了技术进步，技术进步推动了产业调整。出版行业也不例外，出版社的转型升级，是一件需要深度谋划、全盘考量的工程，他要求技术要提升、内容要丰富、运营要有效。出版社可以通过转变服务模式，朝着深精细方向进行改革；将关注重点向纵深发展，以此来提升读者体验；也可以转变销售内容，进而实现多渠道营收。作为出版社最重要人物编辑，在出版业升级换代的今天，也是必要转变自己的角色。改革创新编辑工作的方式，实现编辑系统信息化，转变传统思维模式，坚持学习新知识新技术，成为一名能筛选出优质内容，能推动整合资源优势，能策划运营作品作者的优秀编辑，最终推动融合出版的转型和升级。

参考文献

- [1] 乔靓. 融媒体背景下编辑出版人才培养创新策略[J]. 记者观察. 2020 (24)
- [2] 张燕妮. 新媒体时代对图书出版编辑工作的创新思考[J]. 新闻研究导刊. 2020 (13)
- [3] 李晴川. 全媒体时期，图书编辑的任务和工作特点[J]. 传播力研究, 2019, 3 (11): 169.
- [4] 杨云鹏. 新时期下图书出版编辑的创新与改革[J]. 传媒论坛, 2019, 2 (03): 147+149.
- [5] 杨春柳. 云出版背景下媒体出版编辑工作的革新思路[J]. 佳木斯职业学院学报, 2018 (03): 105+107.
- [6] 侯金芳. 校对在编辑工作中的模式与作用探讨[J]. 出版广角, 2015 (09): 80-81.
- [7] 樊敏. 当前社会条件下编辑业务的特点及创新[J]. 科技风, 2014 (21): 180.