



摘要:近年来,随着互联网的飞速发展,数字技术和网络技术广泛运用于人们的工作、学习和生活的方方面面,人们的生活方式也随之发生改变。在阅读方面,随着手机、平板电脑等电子设备的普及,人们开始利用电子书进行学习。这一变化给纸质书的发展带来了一定的挑战,与之相关的图书编辑出版业应顺应时代的变化,积极创新,寻求新的出路。基于此,文章对网络与数字环境下图书编辑出版工作的发展进行了研究,以期推动纸质书的发展。

关键词:网络与数字环境;图书编辑;出版

网络与数字环境下图书编辑出版工作的思考与研究

杨济如,李 召

从我国现阶段的实际情况来看,人们在日常生活中因为电子设备便于携带,已逐渐将纸质书替换成电子书。由此,图书编辑出版工作需要更加关注人们的内心需求,通过更加便捷的方式,满足人们日益增长的实际需求。图书编辑人员作为出版机构的核心人员,要根据市场需求,随时调整图书选题方向,最大限度地满足人们的阅读需求。高质量的图书不仅能增加读者的文化知识,还能丰富读者的文化生活,提高读者的文化素质。

一、网络与数字环境下传统图书编辑出版面临的挑战

当前,数字化、网络化快速发展,传统图书编辑出版速度慢、成本高、定价高,有时会跟不上人们的实际需求,传统图书出版受到了严峻的挑战。数字化的发展,让人们可以接触更多的网络平台,自由自在地阅读。这类平台的内容更新速度较快,使人们获取知识的途径更加广泛。图书编辑要想更好地体现纸质出版的价值,就要明确相关资源的利用,积极和新媒体合作,把握机会,转变被动局面。

二、网络与数字环境对图书编辑出版工作的影响

(一) 图书编辑出版形式的变化

当前,数字化图书快速发展,具有较高的时效性、便利性和互动性,这也是数字化图书的优势。数字化图书的发展在一定程度上改变了传统图书的编辑形式,也

带动了纸质图书营销渠道的相应创新——更多地将目光放在网络与数字化的营销渠道上,用更加便捷的方式为读者提供新的服务,如数字图书馆、电子图书、线上阅读频道等。这种快捷的获取知识的方式也让读者更加主动地参与到图书阅读中。一方面,数字图书便于读者阅读,且表现形式不拘一格;另一方面,图书的数字化发展也能真正改善传统出版社更新缓慢等的缺陷。因此,依托于科技网络的电子阅读已经成了当前不可避免的发展趋势。与纸质图书相似的是,数字化图书也是通过内容再加工的形式为读者呈现内容。

(二) 图书编辑出版流程的变化

传统的纸质图书在出版之前需要经过较为复杂的出版流程,包括选题讨论、组稿、编写、加工、排版、校对、印刷出版等步骤,这些流程使出版进度变得缓慢,也使图书内容的传播效率降低。这些步骤是相对固定的,符合图书出版的严谨性,但是过于冗长的出版周期在一定程度上影响了图书出版的时效性。比如,考试辅导用书的市场需求量很大,但在出版过程中也需要经过编校、排版、印制等环节的反复推敲,需要一定的时间周期,如果错过了考试周期,就错过了最佳的发行时机。数字出版改善了传统出版流程的不足,也弥补了工作流程的速度缺陷。数字化技术使得数字图书具有可复制性和快速传播性,能让出版社多个部门同一时间开展工作,完成文档的传输和信息的交互。这种技术也让各个部门共同协作,提高了工作效率,以最快的速度完成相关工作的对接。数字化图书带来的便利能迅速将社会热点展现出来,把握时效性,更快地抢占市场先机。

(三) 图书编辑出版成本的变化

在行业竞争激烈的今天,许多出版社开始考虑将信息技术引入图书出版。出版社应积极面对互联网环境的变化,改善当前的问题,提高核心竞争力,拥有可持续发展的动力。出版成本一般包括人工成本和材料成本,出版社要融入社会大环境,牢牢掌握社会发展的时效性,有效节约出版成本,在保证书稿质量的前提下缩短出版时间,成为应对当前网络环境变化的必要对策。另外,除了材料成本,时间成本也需要加以关注。传统出版的时间成本花费较多,图书编辑从编者交稿到完成出版,整个过程需要耗费较长的时间。为了更好地满足读者需求,编辑应掌握一定的网络技术,加快图书出版流程,节约时间成本。

(四) 短视频对传统图书、电子书的挑战

近几年,随着科技的迅速发展,人们的生活压力也在不断增长。在以抖音、快手等为代表的短视频平台的推动下,短视频已经成为人们通过网络获取内容、新闻消息的主要形式。目前,短视频挤占了人们阅读传统图书、电子书的时间,短视频“刷书”行为迅速发展,成为现代人碎片化阅读的一种主要方式。短视频的标题也足够吸引人,如“一分钟读完一本好书”。通过1~2min的短视频,了解一本书的核心精华所在,正好符合了现代人生活节奏快的特征,成为一种新的潮流,一种“高效读书”的方式。但就本质而言,这种碎片化、快餐式以及浏览式阅读均属于典型的浅阅读形式,人们的阅读习惯逐渐被改变,在新的阅读习惯的指导下,人们在阅读传统图书及电子书时难以形成连贯性思维。久而久之,人们越来越不愿意阅读,这对传统图书、全书阅读会产生一定的冲击。

三、网络与数字环境下图书编辑出版工作面临的困境

(一) 缺乏优秀的专业人才

现阶段,许多出版编辑单位存在人手短缺的现象,尤其是缺乏优秀的图书编辑。图书编辑在图书出版中扮演着重要的角色,其所负责的工作内容也较为复杂,既要负责市场调研、信息收集与整合的工作,又要负责选题策划和营销推广等工作。网络与数字环境下,优秀图书编辑不仅要承担传统媒体时代相应的编辑工作,还要紧跟时代潮流,掌握相关信息技术和新型营销方式。然而,目前部分图书编辑对所面临的新形势和读者的新需求关注度不够,对数字化新技术了解不足,对新的营销方式

掌握不全面,在面对新挑战时缺乏及时的应变能力。复合型编辑出版人才的缺乏是出版社亟待解决的新问题。

(二) 图书内容不能满足人们日益增长的文化需求

随着经济的增长和生活水平的提升,人们在物质需求得到满足后开始追求精神世界的满足。阅读就是让人放松和获得精神享受的一种形式。随着新媒体的发展和信息技术的进步,大多数社交媒体软件都能通过人工智能技术精准推算出用户的爱好和真实的需求,电子阅读器也会根据用户的阅读习惯和喜好,向人们推送更多有趣的符合用户阅读特点的内容,极大地节约用户的时间。电子阅读的发展无疑给传统的图书出版行业带来了不小的挑战,从当前情况来看,图书出版市场上也存在一些快餐类的书籍,读者在挑选书籍时,对这类书籍更为青睐,而部分内容质量较高的纸质书籍却无法及时引起人们的关注。

(三) 没有形成数字化图书出版模式

在新媒体行业的不断发展下,数字化图书占据了越来越重要的位置,也成为未来图书发行营销的重要趋势。从当前实际情况来看,我国个别图书出版编辑仍然保持着传统的工作方式,习惯性地使用传统的运营和管理手段运营数字化图书,工作缺乏创新,商业模式也比较老旧;个别出版单位没有及时转变想法,仍然将传统的营销方式当作重要的盈利方式,缺少和现代网络的结合,导致很多出版社数字工作稍显落后。数字图书出版需要建立一个完善成熟的工作系统,提高数字化的质量和效率。在传统图书出版工作中,同步采用数字化图书出版的形式,让图书资源更好地面对市场,提高图书数字化的水平,推动数字化图书发展,这在一定程度上可以提高出版社的经济效益。

四、网络与数字环境下图书编辑出版工作的优化策略

现阶段,从我国图书管理的发展情况来看,部分图书编辑仍然无法从新环境下的社会经济需要和读者的阅读需求出发优化图书出版。对此,编辑要及时发觉并做出调整,重新认识数字化发展趋势。

(一) 提升编辑人员的综合素质

在网络和数字化大环境的推动下,我国图书出版行业的发展面临复杂多变的困境。在这种情况下,物质生活的满足推动着人们精神文化需求的提升。从图书编辑的实际情况来看,图书编辑不仅要提升与传统出版相关的专业技能,还要提升相应的综合能力、网络化营销能



力等。要想更好地提高编辑的综合素质,需要出版社以重视人员能力的培养为抓手。目前,我国对图书出版重视度较高,但在实际发展中,对图书编辑的网络化培训较少,这需要出版社、编辑共同加以重视,同时,也要更加重视图书编辑的信息化学习,让他们全方位地认识到图书编辑工作的重点要求,提高图书编辑的专业能力和专业素养,让他们可以根据实际情况灵活地使用信息技术做好图书出版、营销等工作。

(二) 了解市场的实际需求

从当前图书出版编辑的实际工作中可以看出,在网络与数字环境下,图书编辑的工作和以往相比有了一些变化,需要图书编辑在实际工作中更多地了解网络新媒体的发展和信息技术的发展,不断提高自己的专业素养,积极了解新技术和新理念。在新时代背景下,图书编辑需要不断提高自身的创新意识,积极收集各类出版信息。图书编辑是新媒体时代背景下的工作者,在工作过程中要切实感受新时代背景下人们的新需求,从多样性的角度提升图书的内容质量,使其符合新时代的发展。要想呈现图书的多样性、可复制和可定制等特点,需要图书编辑建立创新思维,对图书出版形成更加成熟的、立体化的认识,推动自己在图书编辑工作中完善技能,不断学习,不断进步。

(三) 运用新技术创新出版模式

网络与数字环境下,图书出版编辑工作需要创新技术手段,弥补传统纸质图书出版存在的缺陷。图书出版的多样性意味着各类纸质图书的出版、宣传渠道也在不断增加,图书编辑要抛弃传统的营销策略和制作方向,重新规划图书出版,有效使用互联网技术,利用网络信息库等各种资源,积累知识经验,做好图书网络化、数字化的出版和推广。图书编辑应该加强自身学习,提高自身技能,获取更多图书出版的信息和策略,保障选题能够在真实有效的状况下和市场需求对接。与此同时,图书编辑也要从根本上转变图书的运作模式,提高出版效率和质量,在不断发展的时代中促进图书出版的进步。

图书编辑的工作十分广泛,如果使用传统的工作方式,就无法将时效性与市场性结合起来,也无法保证图书的质量。图书编辑的工作包括图书主题设计、编辑加工、营销推广等,这些烦琐的工作会因为传统的工作方式变得更为烦琐。因此,在新媒体时代下,图书编辑要多运用网络化数字技术开展工作,以平台网络数字技术为支撑,真正提升图书的质量,让图书在多元化的状态下获得更多读者的喜欢。在网络化不断发展的当下,建立专门的数字网络平台,科学合理地将出版社的图书融入进

去,实现新媒体和纸媒有效结合,提升图书的内涵和深度,这种方式不仅能够促进图书出版行业的发展,也能够在新媒体环境下不断提升图书的质量。

(四) 运用新媒体、自媒体推送图书资讯

网络与数字环境下,图书编辑要培养市场营销互动意识,可以借助计算机、网络信息等技术,创建相应的网络公众号平台,建立相关的自媒体账号,对图书相关资讯进行推送。在推送时需要展示内容品类的多样性,利用大数据分析来推荐产品,在推送系统上尤其要注意实现多品类的覆盖,避免头部产品集中带来的同质化泛滥。在推送形式的创新上,编辑也可以从传统的单纯图文阅读往趣味性更强的方向探索。比如,探索对话式、交互式的图书资讯推送,多加关注读者的反馈,从而对图书进行优化调整,提高图书出版工作的效率与质量。

网络与数字环境下,图书出版成为需要深化信息化、技术化特征的行业,图书出版编辑工作正在迅速发生变化,呈现出了鲜明的数字化特征。图书编辑要在这个阶段展现出超媒体的编辑能力,推动图书出版的发展。

参考文献

- [1] 李金秋.新媒体时代传统图书出版的生存发展之路[J].出版广角,2015(5):95-97.
- [2] 刘畅.新媒体时代图书出版跨界营销模式与创新路径[J].中国出版,2019(3):34-36.
- [3] 王丽.论媒介融合时代我国图书出版业的数字化转型策略[D].郑州:郑州大学,2014.
- [4] 李莹.“互联网+”时代传统图书出版融合发展研究[J].编辑学刊,2017(5):92-96.
- [5] 熊慧.全媒体时代纸质图书出版行业的改革策略[J].黑龙江科学,2019,10(15):82-83.
- [6] 韩冰雪.新媒体时代图书编辑须具备的品质[J].出版广角,2016(19):55-57.
- [7] 龚晓雪.浅议新媒体时代的图书编辑[J].编辑学刊,2017(4):111-115.
- [8] 杨荣,杜艳平,唐贾军.图书出版媒介融合运营模式研究:基于15家图书出版集团的观察[J].出版科学,2019,27(4):58-62.
- [9] 周茹茹.新媒体背景下纸数融合出版的创新与思考:以上海外语教育出版社为例[J].中国传媒科技,2019(12):104-105.

作者 / 杨济如

本科,编辑,研究方向为图书出版
单位系人民音乐出版社数字出版中心

作者 / 李召

本科,编辑,研究方向为图书出版
单位系人民邮电出版社高等教育出版分社