

融合出版时代专业编辑素养提升策略研究

杨粮菊

(重庆大学出版社有限公司, 重庆 沙坪坝 400044)

摘要: 随着信息技术的进步与发展, 融合出版已成为出版行业的重要发展方向, 需要出版行业构建数字时代下的新型传播体系, 坚持正确的文化传播方向, 推进融合出版的发展。这也对出版行业从业者提出了更高的要求, 专业编辑要在新环境下更新出版理念与思维, 不断学习新兴技术, 提高自身的专业能力与素养, 确保出版物的质量和内容, 提高自身的融合出版能力。基于此, 本文将围绕融合出版时代专业编辑素养提升策略展开研究, 分析融合出版带来的影响, 探寻专业编辑素养提升的有效策略。

关键词: 融合出版; 专业编辑; 素养; 策略; 研究

中宣部印发的《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》明确指出了媒体深度融合的重要性, 为出版行业指明了媒体深度融合发展的目标、任务与工作原则, 随着政策的出台, 出版行业融合不断纵深发展, 跨越了数字化转型升级的阶段, 向着新的方向发展。融合出版是新技术与出版行业的有机融合, 最终能够实现出版行业产品策划、内容制作、发布、营销、人才队伍的融合, 形成一体化的管理机制, 促进行业的有序化发展。新时代对出版行业从业者提出了新的要求与挑战, 如何适应时代的新变化与发展, 是专业编辑需要考虑的重要问题。

一、融合出版时代对出版行业的影响

(一) 技术更新带来的影响

融合出版技术以信息技术、互联网技术为载体, 依托信息技术的发展产生变化, 同时也能够推进信息技术在出版领域的更新与进步。随着相关的关键技术加速推进, 大数据、云计算、人工智能以及区块链等技术能够与出版行业更加紧密地结合, 为出版行业带来较为深刻的技术革新。同时, 线上技术助力数字内容产品的开发、数字版权等保护工作的进展, 促进了图书行业的种类丰富、市场的加速成熟, 有效推进了出版及相关行业的发展。随着虚拟现实等技术的发展, AR、VR 技术逐渐融入出版行业, 并受到了更多的关注与受众的支持, 相关的技术研发企业也参与进产业链中, 开发出的有声书、立体书等为读者带来种类更加丰富、体验更新奇、质量更优的产品, 相关的消费者、受众能够获得更加优质的体验。同时, 随着市场的逐渐成熟, 相关技术也得到了更多发展、质量进一步提升, 逐渐完善化。这就要求了专业编辑对新技术的认知能力与信息素养的提升。

(二) 市场销售方面的影响

随着信息技术的发展, 人们获取知识和资讯的渠道更多元化, 大多数人更习惯使用手机、IPAD、计算机等智能终端, 图书行业的市场销售也逐渐经历了单一到多元的新变化。在传统出版时代, 纸质书与光盘是图书产品的主要形态与载体, 新时代下全新的产品形态促进了不同领域技术的结合, 出现了不同形态的产品, 如有声书、电子书、数字教材、短视频、知识付费等。在电商平台的发展过程中, 图书销售已不再是单纯的销售模式的叠加, 而是呈现线上线下渠道融合、相互促进的形式。线上知识服务内容能够为纸质图书的销售做出贡献, 同时电商平台能够通过分析用户偏好等形式进行更加精确化的营销。新的模式带来了较大范围的

行业革新, 各个出版社会选择不同平台、实体书店、网店、宣传平台、特定社群等做市场营销, 这就需要更多领域的专业知识与专业人才的加入。

(三) 融合出版时代的特点

融合出版作为传统出版与新兴出版行业的融合模式, 是新媒体时代下的产物之一, 其以传统出版行业为基础, 以新兴技术为支撑, 在行业的上中下游都呈现出了一定的创新性。融合出版相较于传统出版行业, 对专业编辑的素养要求逐渐提升。首先, 出版形式的多元化以新媒体为依托, 极大地丰富了出版物的内容、呈现形式、传播手段。例如, “传统出版+”模式下, 出版行业能够与其他产业相互融合, 开发产品, 如与文创、知识付费等合作, 将文化与艺术相结合, 兼顾文化产品的开发等。这就要求了专业编辑需要为用户提供更加多元的体验与知识服务, 精准分析用户的需求和体验。其次, 出版工具与阅读方式的多样化也为出版行业带来了更多改变, 数字化出版已成为重要的出版模式, 能够借助音乐、动画、影视等方式, 实现从静态到动态的技术进步, 也能够通过更加先进的技术, 为读者呈现更加具体直观的内容, 增强其体验感。这就要求了编辑具备更优质的信息化素养, 在选题策划、内容制作、发行营销、产品服务方面融入信息化意识, 促进媒介与资源的有效整合, 实现信息技术内容的应用、平台管理手段的融汇互通。

二、融合出版时代专业编辑工作现状分析

首先, 在传统出版社中的骨干人员大多对于新时代下的信息技术手段接受度不高, 将信息技术应用于出版行业的主动性不够强; 依赖于“编—印—发”传统纸质图书出版模式, 使用纸质化办公的习惯没有完全改变, 倾向于应用纸质图书创造效益。这种传统的出版行业思维限制了专业编辑在新时代发展背景下的转型与发展, 没能及时接受新的出版行业发展趋势。同时, 专业编辑人员职业素养中的谨慎性、理论性、严肃性强的特点也不利于其尝试新兴技术, 导致其改革转型的积极性不足。其次, 在融合出版机制的完善方面, 出版社还需要更进一步的发展。融合出版是纸质图书业务的延伸, 也是基于传统出版行业的衍生性内容, 表现为响应国家引导、适应市场需求的过程。当下大多出版社都处于探索融合发展的正确方向的关键阶段, 部分出版社缺少对于融合出版的整体规划和研发人才引进不足, 导致项目进展缓慢或者项目盈利能力不足, 没能形成完善化的融合出版机制。

三、融合出版时代专业编辑素养提升策略研究

(一) 提高编辑核心职业素养

无论是在传统出版时代, 还是在融合出版时代下, 出版行业的本质都不会改变, 其内容仍然是核心与主要的价值所在。出版行业从业者是文化的传递者, 在出版内容与出版形式不断变化的当下, 需要专业编辑提高自身责任意识, 把关出版物的质量, 在融合出版时代下坚守本质, 不断提高自身的能力, 增强自身的政治素养、专业素养、信息素养等核心素养。首先, 在政治素养方面, 专业编辑要认识到出版社肩负着重要的文化思想宣传作用, 在促进国家文化发展, 建设文化强国等方向发挥着重要的作用,

专业编辑作为出版社的重要力量,应当坚持自身的政治信仰,加强政治理论学习,具备较强的政治敏锐性,保障出版物正确的导向性。其次,在专业素养方面,不断提高文字内容的编辑加工能力,把好内容质量关,确保知识的科学性和准确性,同时还需要树立终身学习意识,持续深耕1-2个专业领域,掌握该专业领域的专业基础知识和跟踪其前沿发展,做好该专业领域的选题规划与产品研发。我社有位专业编辑多年一直深耕比较小众的园林类专业,悉心打造高等职业教育园林类专业系列教材,目前这套书有20种图书入选“十二五”“十三五”职业教育国家规划教材,年销售码洋超过500万。最后,在信息素养方面,专业编辑要提高对社会信息的适应能力,加强自身对于信息的获取、优化、加工、传播的能力,识别并利用合适的信息,在融合出版时代下要学习运用大数据技术、互联网工具等进行对出版内容进行审阅与核对工作,如利用术语在线、百度学术、知网等查询文献。同时还要建立起互联网思维,应积极主动地学习并掌握融合出版阶段编辑所需具备的相关技术,如学会音频剪辑、视频制作、计算机绘图、特效制作、拍摄等,应对时代发展对出版行业发展的要求。

(二) 更新出版理念与思维

专业编辑的素养提升、能力发展与转型需要思想上的支撑,要促进行动上的变化,需要先对出版理念进行更新,培养其融合出版的思维,形成相应的工作方法并最终落实到实践工作之中。首先,在对专业编辑思想与理念的更新中,可以先学习先进的经验,寻找成熟的产品项目进行学习。随着新技术的发展,融合出版产品与相关的产业不断出现,向已形成规模的产品学习更加直观,对编辑的学习能力提升有较大帮助。专业编辑需要从出版物的内容、市场需求、发行、技术等方面进行研究,总结其在双效益实现方面的经验,思考这些经验是否能够灵活应用到自己的项目实践之中。例如,编辑可以对当下市场上较为常见的文化传播平台,如喜马拉雅、微信公众号、抖音、B站、得到、懒人听书等平台的运作规律与受众进行分析,理解市场上的主流做法,学习文化传播在信息技术影响下的新规律。其次,专业编辑还可以学习出版行业的相关政策与标准、融合出版的相关政策,这些出台的政策经过行业专家、学者的研究与探讨,能够为编辑的专业理论、工作方法、工作流程提供指导。再者,编辑要树立起终身学习意识,培养自身的综合素养。

(三) 创新工作模式与实践

实践锻炼能够帮助编辑提升对市场的把控能力、选题策划能力,实现工作经验的积累。首先,专业编辑的培养需要出版社与互联网相关企业的合作,在项目中对专业编辑进行针对性培养,学习互联网思维与营销宣传能力。同时需要学习结合市场需求对出版物的方向进行把控与设计,实现融合出版的落地。通过出版现状的分析与市场调研,结合合作方的意见与出版工作经验,专业编辑能够在项目合作过程中收获更多经验,提升互联网思维能力,融入新的出版工作模式之中。其次,专业编辑要主动学习新技术,实现工作方式的创新。融合出版主要指将出版业务与新技术融合的新型出版形态,新技术的使用能够影响出版行业的选题策划、内容制作等领域,能够为编辑提供更多产品形态的选择,提高与读者互动的效率,丰富市场营销策略等。为此,专业编辑要提高自身对于新技术的掌握,将市场化的需求与技术进行衔接,主动探索新的工作模式。融合出版时代下,创新需要对各个流程的综合考虑,实现出版内容、技术应用、人才队伍的共同建设、资源融通。再者,出版社可以整合优质资源,在内部规划项目小组,

将作者、研究领域、读者需求等信息进行汇总,建立其资源数据库,结合线上技术构建新的出版产品线。例如我社在策划专为智博会打造的《解码智能时代2021:前沿趋势10人谈》一书时,临时组建了一个项目小组,聚集了专业编辑、10位来自人工智能理论研究和智能产业领域的代表人物(包括中科院院士、图灵奖得主、产业领军人等)、采访者、脚本创作者、摄像者、剪辑人员等,最后成功制作了10个话题,包括大数据、人工智能、区块链、工业互联网、数字孪生、量子科技、深空探测和脑机接口等。大家分工合作,最后在智博会开幕前,纸质书和访谈视频同时发布。

(四) 出版社加强培训和激励

首先,出版社要在内部进行对人才的培养,创新工作模式。传统的出版行业会根据出版流程划分不同的部门,工作内容界限分明,但在融合发展环境中,出版社可以尝试将部门进行融合,开发新的项目,培养专业编辑能力多元化发展,促进专业编辑向复合型编辑转型。同时,在组建项目的过程中,能够培养更多符合融合时代的数字技术人员、市场营销人员等,获取市场与用户的消费需求,实现编辑的融合出版技能的提升。其次,在融合出版形势下,技术的飞速发展促进了传统出版行业的升级,出版社要保障编辑的综合素质与技能符合当下市场与行业的需求;要多给专业编辑提供培训机会,并明确培训目标,既要保证其具备出版工作经验,也需要其了解新媒体发展规律,有机会提升有关计算机技术、互联网意识、与数据分析市场调研方面的能力。出版社要发挥激励政策的作用,促进专业编辑的能力高效提升。一方面要优化考核制度,完善考核目标,将融合发展融入发展目标,与绩效和激励措施相结合,激励专业编辑向复合型编辑转型。例如出版社可以采用纸质书和相应的数字产品同步,同步策划、同步制作、同步出版运营。数字产品选题论证可以参照纸质书的三级论证制度,融合出版的品种指标和销售指标也可纳入专业编辑及营销人员的绩效考核之中,从制度上引导全员对参与融合出版。另一方面要建立起奖励制度,以正向鼓励的方式营造良好的发展氛围,提高专业编辑的工作积极性。例如,树立正面典型与榜样,给予更多的奖励措施,鼓励内部项目的良性竞争,带动整个行业的创新转型。

四、总结

编辑作为出版社中负责产品策划、实施、研发的核心角色,是出版行业的核心人力资源,对于出版行业适应融合出版的发展来说至关重要。强化专业编辑人才的培养,是传统出版行业在新环境下转型升级的关键环节,出版行业从业者要重视新形势的变化,提高自身的专业素养,快速适应新的融合出版环境,提高出版行业的工作效率,为读者呈现更加高质量的优质作品。

参考文献:

- [1] 王娟利.融合时代期刊出版人才的职业核心素养培养——以《中学数学教学参考》编辑创新培养为例[J].传播与版权,2020(06):65-67.
- [2] 张曼夏,何洪英,葛亮,杨莉娟,朱丹.新时代科技期刊青年编辑素养及提升[J].学报编辑论丛,2019(00):240-244.
- [3] 闫翔.融合出版时代编辑应该具备的素养分析[C]//提升编辑素质增强文化自信——中国编辑学会第18届年会获奖论文集(2017).,2017:230-237.