

# 信息化时代下图书编辑如何做好选题策划

周虹

内蒙古大学出版社有限责任公司 内蒙古自治区呼和浩特市 010010

**摘要:**现阶段,随着信息网络技术与数字技术的飞速发展,社会已经进入了信息化和数字化时代,这使得很多行业的发展形势都发生了翻天覆地的变化,图书出版行业也不例外。作为图书出版工作的核心,选题策划起到了重要作用。在信息化条件下,图书出版环境已然发生变化,图书编辑要及时对选题策划方法进行调整,以适应时代发展。本文针对信息化时代下图书编辑如何做好选题策划展开探讨,并提出应对策略。

**关键词:**信息化时代下;图书编辑;选题策划

图书的选题策划是出版社的市场判断、经营思路、出版理念等因素的综合体现,也是编辑人员创意能力、创新意识的客观表现。选题策划的好坏,决定了选题的成败,也决定了出版社收益的好坏。因此在图书策划的过程中,编辑人员不仅需要拥有足够的创新意识,还要把握市场和图书出版理念,以便较好地完成选题策划。信息时代的到来,不仅给图书出版带来了较大冲击,也对图书编辑的选题策划能力提出了更高要求。基于此,有必要对图书编辑如何做好选题策划展开研究,以促进图书出版业更好更快发展。

## 1 图书选题策划的重要意义

第一,满足社会进步的需求。21世纪是信息大规模发展的时代,人们身边一直充斥着多种多样的信息,这种现状也让人们在有效信息进行筛选时显得尤为困难,图书编辑人员应该承担起向广大读者传达有效且精准的信息的责任。短视频等数字媒体的广泛应用对当前的图书市场造成了巨大冲击,选择图书这一途径获取知识的人所占据的比重正在呈逐年下降的趋势,因此图书选题策划更应提上日程。好的选题策划,再加上后续有效的多方面监控,能帮助图书出版社以较快的速度占领更大的市场<sup>[1]</sup>。

第二,图书选题策划是图书市场化的趋势。图书市场化,要求图书出版业要跟上时代发展的步伐,提高市场占有率,谋得更多的社会和经济效益。图书出版行业想要获得更多读者的关注和青睐,就要让图书产品具有鲜明的特点,因此选题策划创新必不可少。

第三,图书选题策划对文化有引导作用。图书选题策划一定程度上影响着读者的精神世界。究其原因,图书出版社出版何种类型的图书,想要让读者看什么样的

内容,都是由编辑通过图书选题策划来完成的。基于文化角度分析,优秀的图书出版物会对人们的思绪和心情产生正面的、积极的影响,甚至会影响人们的精神世界。因此,图书编辑人员在选题策划时,要充分考虑到图书内容的导向作用,构筑正确的科学发展观,端正思想,使读者的精神文化层面更加丰富。

## 2 信息化时代下图书编辑选题策划工作面临的主要问题

第一,选题策划仍需进步。大数据信息时代给图书编辑选题策划带来新机遇的同时,也使其面临前所未有的挑战。因此,在新时期,编辑人员不仅要注重自身擅长的领域,还要具备其他方面的知识。但目前部分编辑人员能力欠缺,缺乏对信息技术知识的掌握,导致选题水平偏低,无法满足时代发展需求。第二,话题意识有待提高。图书编辑的选题策划工作需要足够的话题意识,敏感地把握图书市场发展方向。但目前许多图书编辑在进行选题策划工作时,普遍选择以往成功的选题,不愿加深思考进行创新,导致选题策划工作质量始终难以提升。第三,选题策划方式单一。我国文化事业发展速度较快,读者的精神需求逐渐提高,然而部分图书编辑无法满足读者阅读的多样化需求,且面对大数据时代带来的海量信息,编辑人员仍旧使用市场调查和问卷等传统方式进行策划,跟不上信息时代发展,未做到与时俱进。

## 3 做好图书选题策划工作的具体策略

### 3.1 提高市场意识,重视信息的搜集

图书编辑一般在进行选题策划后,图书需要经过市场竞争的考验,成功的图书选题可以第一时间吸引读者的眼球,从而拓宽市场的传播渠道,因此选题是决定图书市场竞争力的关键。在新媒体时代,图书选题策划需要通过市场信息进行大量整合和分析,最终确定正确的选题。图书的选题要具有一定的创意和独特的视角。拥有独特创意的图书选题,会立即得到读者的欢迎和喜爱,这就说明拥有市场意识对选题策划的重要性。图书

**作者简介:**周虹,出生年月:1983年4月,籍贯:辽宁省,民族:汉,性别:女,学历:本科,副编审,毕业于内蒙古师范大学文学院,研究方向:编辑出版。

的题材选择应该以市场为导向,从而帮助出版社在市场经济的大环境下占有一席之地,从而打造属于自己的品牌,提高品牌的社会影响力。

出版行业是靠信息技术支撑的,对信息的依赖性很大,同时也是信息产业的构成部分之一,所以图书编辑在进行选题策划时,要具有创新意识和发散思维,注重信息的搜集和整合,建立完善的数据库共享平台,通过数据库筛选有效信息并展开策划活动。在新媒体时代,加快了信息传播速度的同时也拓宽了渠道,这就要求图书选题要更加新颖和有创造力。选题策划是建立在市场信息收集的基础上,所以要想确保选题新颖且满足大众的审美需求,就必须要保证信息搜集的时效性和准确性。并且要对市场的信息及时反映,尽快确定图书选题,抢占市场先机,从而提高图书市场的占有率,保证出版社的经济效益<sup>[2]</sup>。

### 3.2 将多种策划方式融合创新

在信息化条件下,只有较好地把握社会心理,才能够完成好的选题。而通过实现多种媒介形式的融合,能够帮助图书编辑在统一的信息平台上进行创意联合,从而实现选题策划的资源共享。利用新的选题策划模式进行图书策划,能够打破纸质图书、手机和网络的界限,在发挥纸质图书内容优势的同时,完成多种媒介形式出版物的开发。比如,对受追捧的网络图书,可以通过优质资源进行再次开发,实现图书选题的形态转换,使图书的生命力得到增强。所以,图书编辑在选题策划过程中,除了考虑纸质图书这种介质形式,还要加强图、文、音、画的整合,加强多媒体编辑手段的运用,实现跨媒体的选题策划。此外,图书编辑要关注各类媒体的文化内容,从中发现好的选题,并借助媒体制造的热点吸引读者的注意。比如,各个电视台播放的热门电视连续剧,如果出版社能在电视剧深受欢迎、广为人知的时候,抓住机会及时做好选题策划,迅速推出相关纸质图书,便极有可能制作出很受欢迎的图书。同样的方法也适用于现行各网络平台推出的综艺节目,其中不乏水平较高、具有思辨精神的节目,这些有着智慧光芒的综艺类节目通过互联网广为传播,迎合观众口味,并深受其追捧。如果出版社能充分把握观众的消费心理,吸引观众的视线,将其注意力同步转移至纸质图书,并反过来利用互联网进行迅速有效的宣传,便可能获得强烈的市场反响,同时实现社会效益和经济效益。这也是典型的融合多种媒介进行创新的选题策划模式。

### 3.3 合理利用品牌特色

图书编辑在进行选题策划时结合品牌特色,不仅会扩宽市场影响力,还能够树立良好的品牌形象,所以对于图书出版企业而言,塑造品牌对实现企业经济效益最大化、社会效益最大化都有着十分积极的推动性作用。

所以图书出版编辑在进行选题策划前,要多接触品牌,提升品牌特点,还要将纸质出版物与手机读物、网络读物相联系,使纸质出版物变得更加的丰富、立体,实现与受众的良好互动。而在这个过程中,图书出版企业的品牌形象会慢慢被受众认可,进而更好地树立起品牌特点。需要注意的是完成品牌塑造后,还要做好品牌形象的维护工作,这就需要图书出版企业做好与受众的沟通和交流,培养自身的忠实读者,并且要利用一切手段延伸自己的品牌,提高自身的品牌价值,从而使其影响力越来越高,使图书出版企业能够在激烈的多元化竞争环境中占得一席之地<sup>[3]</sup>。

### 3.4 通过全程策划实现选题价值

在图书编辑过程中,选题仅仅是图书出版的源头,图书策划会贯穿图书出版全过程。所以,图书编辑要加强图书的全程策划,通过开展动态的策划活动,获得更多的市场信息和读者反馈信息,更好地完成图书编辑出版工作。而从较高层面上把握图书出版和传播过程,能够为图书出版提供战略性指导,从而更好地实现图书的选题价值。例如,人民文学出版社在出版《哈利·波特》系列图书时,在首次引进该系列图书之前,就在网上开展部分段落翻译评比活动,制造一些内容悬念,为其赢得了一定的市场关注度。实际上,目前图书编辑已经能够借助网络了解读者的声音,根据实时反馈的信息进行图书出版全程策划,能够有效推动纸质图书的运作。因此,在图书出版过程中,图书编辑要及时掌握选题进展,并根据获得的市场信息和出版市场的变化情况进行决策的调整。为达成这一目标,图书编辑需要借助移动通信媒体和网络,保持对社会文化的敏感度,及时对受众关注的问题进行筛选和解答,使选题策划效益不断增值<sup>[4]</sup>。

## 4 结束语

总之,随着网络信息技术的深入普及,图书选题策划工作面临诸多困难和挑战,同时也有更广阔的发展空间。保证图书出版的有序进行,就要确保图书编辑的工作能够更好地顺应时代的发展潮流,准确把握市场的动态。编辑策划选题要充分把握科技动态,运用现代化信息手段,创新选题内容,顺应市场需求,在市场竞争中占得先机。

### 参考文献:

- [1]徐海珍.信息化环境下图书编辑做好选题策划的策略[J].传播力研究,2018(22).
- [2]张宇明.新时代图书编辑选题策划思路的探讨[J].传媒论坛,2020(6):90+92.
- [3]贾江涛.浅析信息化环境下图书编辑做好选题策划的策略[J].文化创新比较研究,2017(04).
- [4]桂瑗.新形势下图书出版对图书编辑的新要求探讨[J].新媒体研究,2016(07).