

出版社新编辑培养策略

王建建

陕西旅游出版社 陕西 西安 710061

【摘要】：新形势下，新媒体的快速发展，使得出版社不仅面临着激烈的市场竞争，还受到了来自时代发展带来挑战和冲击，而编辑人员作为出版社中的重要组成部分，其综合素质对于出版社的建设与发展都具有紧密联系，并且，在新媒体环境下，新兴媒介的不断涌现，也对编辑人员的工作能力水平提出了更高的要求。为此，出版社就应不断优化编辑人员的培养模式，注重新编辑人员的重点培养，才能更好地培养出符合时代发展并具有复合型能力的新型编辑人员。本文通过探究出版社新编辑培养中面临的主要问题，针对新编辑的培养方法展开论述。

【关键词】：出版社；新编辑；培养策略

编辑作为出版社中的重要组成人员，对于出版社的建设与发展具有重要的影响作用。近年来，随着时代的发展变迁，新媒体时代的到来，出版行业受到了极大的冲击，行业中的市场竞争压力不断的增大，对于出版社的编辑人员也提出了更高的要求，这就使得传统的出版社编辑人员培养模式已经无法适用于现代化的出版需求了，新媒体时代促使着媒介传播形式得到了巨大的变革，从信息的生产到传递模式都有了新的变化与发展，对于现阶段的出版社而言，既是机遇也是挑战，为了更好地抓住时代发展的机遇，这就需要从出版社新进编辑人员的培养工作开始着手，作为出版社的关键性人物，编辑对于出版社的创新发展具有较为深远的作用，为此，如何更好的培养出出版社新编辑人员已经成为了现阶段出版社建设发展中的重中之重。

1 新编辑面临的主要问题

1.1 出版流程生疏

对于出版社而言，出版流程作为出版社日常工作中的重要环节，编辑人员应充分明确出版社的出版流程，才能更好地开展相关的后续工作。在长期的历史发展中，出版社形成了自身特有的出版流程，并且随着出版社规模和数量的不断扩大，其出版流程也在不断地延长，包含的出版流程内容也在不断地扩大，从最初策划组稿中的市场调查、形成选题、选题论证、预约书稿到稿件收取、编辑加工，而编辑加工又包含了初审、复审和终审、交稿，以及后期的书稿美术设计、校对等多个环节的出版流程，而对于新编辑而言，其工作的开始，就需要从熟悉出版流程做起。由于新编辑大多对于出版流程缺乏熟悉和了解，这就需要出版社的相关人员应做好相应的职业培训工作，才能更好地提高新编辑人员对于出版流程的了解与认知，然而，现阶段的出版社职业培训中，由于缺乏完善的职业培训机制，对于职业培训工作的重视程度不足，导致出版社的职业培训工作开展的实效性较低，进而导致了新编辑人员对出版流程较为生疏。

1.2 缺乏资源积累

在传统媒体时代，出版社编辑的工作主要集中于对于文字等方面的处理工作中，包含了对于句子语法、标点、格式、错别字等方面的纠错和改正，然而，新媒体时代进程的不断加快，极大地冲击

到了出版社原有的出版形式和发展格局，信息的传递已经不仅仅单一性地由出版社掌控，新兴媒体的不断涌现，为许多自媒体人士提供了多样化的信息传播平台，人们开始利用网络平台来进行信息的传播，部分作者也开始通过网络平台撰写小说以及著作，这就极大地冲击到了出版社的现有出版格局，使得编辑人员仅仅停留在文字处理方面的工作能力已经无法满足新媒体时代下读者对于多元化阅读的需求了。编辑人员技能、资源的缺乏，使得部分编辑人员的工作能力根本无法有效胜任现阶段出版社的编辑工作，这就需要注重提高新编辑的职业技能，拓展其知识面。

1.3 业态变化影响

在传统的出版社编辑工作中，编辑人员的工作主要包含策划选题、约稿、加工稿件、审核稿件以及与作者沟通修改稿件等方面的工作。在此期间，编辑人员占据着主导地位，而随着新媒体的快速发展，对于现有的出版社发展格局带来了较大的影响作用，也促使读者对于信息质量提出了新的需求。在此背景下，出版社编辑人员正处于“去中心化”的业态环境中，作者和读者地位的不提升，为编辑人员的编辑带来了新的挑战^[1]。

1.4 绩效考核压力

对于新编辑而言，绩效考核的压力对于其工作能力和工作质量的提升具有直接的影响作用。大多数的出版社为了工作效益的提升，采用了绩效考核的方式，以利润为导向，这在一定程度上有利于提高编辑人员的工作积极性，然而，对于新编辑而言，却容易形成巨大的绩效考核压力。新编辑作为新晋的编辑人员，本身在业务能力上就存在着不足，而为了完成绩效考核工作，就容易促使着新编辑人员更加注重于经济效益的提升而忽视了编辑质量和社会效益等方面的保障。并且，对于抗压能力不强的编辑人员而言，绩效考核的压力就容易导致其承受不了而选择退出，这就容易导致人才的流失。

2 新编辑的培养方法

2.1 加强编辑职业培训

为了更好地提高新编辑的工作能力，更好地胜任出版社的相关工作，就需要注重加强对于新编辑人员的职业培训工作。出版社应提高对于新编辑培养的重视程度，意识到新编辑的职业培训工作对

于出版社的重要性,才能更好地开展出版社的新编辑培养工作。首先,对于新编辑而言,出版社就应做好相应的入职培训,详细介绍编辑部各个岗位的职责和日常的工作,使得新编辑能够对于编辑岗位具有一定的了解。其次,应加强新编辑对于工作业务流程的培训,通过编辑部提供相应的文字资料,供新编辑自己阅读,依靠于新编辑的入门自学,使得新编辑对于出版的业务流程具有一定的了解^[2]。而后,则可以通过采取由编辑部的有关人员亲身带其体验,为新编辑关于出版流程方面的问题给予解释,从而进一步加深新编辑对于出版流程的掌握。最后,出版社编辑部还可以通过建立自身的网络电子资料库,为新编辑的业务学习和工作提供较大的便利,从而加强新编辑的职业培训。

2.2 提供学习的平台

对于新编辑业务能力的提升而言,最为重要的是提供一个能够学习的平台,为此,这就要求出版社应为新编辑提供相应的学习平台。首先,对于出版社内部的学习平台而言,出版社的编辑部门应定期开展先关的业务培训,其培训的内容应包含出版规范、英文编辑、法律法规、继续教育以及计算机技术等各个方面的内容,通过为新编辑提供内部的学习渠道,来加强新编辑对于出版编辑中相关法律法规、职业道德以及出版规范等方面的了解,提升新编辑的业务能力,并且还可以通过引导新编辑参与相关的学术会议,来加强新编辑对于学术前沿动态、政策法规等方面的了解^[3];其次,对于出版社外部的学习平台而言,出版社应结合自身情况,为新编辑人员提供外出进修和学习的机会,来拓展新编辑的知识面,扩大新编辑的工作视野,从外界的进修学习中转变自身的思维观念,更新编辑观念,来构建新媒体的发展思维;最后,出版社应加大对先进技术和设备等的引进力度,通过整合相应的资源和大数据技术,来为新编辑的学习提供必要的设备支持,并且还可以通过聘请相应的技术人员来对新编辑进行培训,从而提高新编辑对于新兴技术和设备的应用能力。

2.3 发挥编辑室传帮带作用

为了更好地使新编辑能够尽快地适应岗位工作,并提高新编辑培训工作的针对性,就需要注重通过“以老带新”的“一带一”培训工作,来发挥出编辑室传帮带的作用。出版社可以通过采取由原有岗位的老编辑和新编辑同时上岗的形式,一对一的进行相关的职业培训,从岗位的职责、工作流程以及注意事项等方面进行实际操

作,在实践中不断发掘错误,并及时改正,才能更好地提高新编辑的业务能力。并且,出版社应要求老编辑严格依据相应的出版流程规范来进行培训,帮助新编辑了解其从事岗位的工作重点和工作难点。另外,除了原有岗位的老编辑外,其他编辑人员也应发挥出传帮带的作用,带动新编辑营造出“互助共进”的工作氛围,并应充分发挥出老编辑的引领和标杆作用,来帮助新编辑制定职业发展规划,传授具体的专业知识、工作技能以及工作方式,强化新编辑对于编辑职业的敬畏感,从而才能更好地提高新编辑在编辑工作的认同感和归属感^[4]。

2.4 在绩效考核上提供成长的缓冲期

针对于新编辑培养中绩效考核压力的问题,这就要求出版社应注重改良绩效考核的机制,在绩效考核中为新编辑提供成长的缓冲期。一方面,应注重完善出版社的绩效考核机制,结合新编辑人员的工作能力、工作难易度以及岗位设置情况等方面,不断完善相应的绩效考核机制内容,最大限度地为新编辑提供成长的缓冲期。可以通过分阶段来逐渐提高对新编辑的绩效考核压力,在每个阶段的绩效考核通过后在进入下一阶段的绩效考核,来为新编辑学习和成长提供必要的时间,从而既能有效缓解新编辑的绩效考核压力,又能给予其一定的绩效考核动力;另一方面,还可以通过建立向上评价机制,实现双向的绩效沟通评估机制,加强主管人员与新编辑的沟通与交流,营造出良好的沟通氛围,以平易近人的形式来了解新编辑的工作感受,对于绩效考核不佳的新编辑应予以额外的支持和鼓励,并且在前期应将绩效考核的结果与其薪酬福利相分离,来缓解新编辑的压力。

3 总结

总而言之,新媒体环境下,对于出版社编辑人员的工作能力提出了更高的要求。在新媒体环境下,多元化的媒体技术和媒体平台的出现,使得对于出版社编辑人员的信息化素养和互联网技能等方面也提出了新的工作需求。为此,这就需要出版社应提高对于新进编辑人员培养工作的重视程度,意识到新编辑的有效培养对于出版社未来发展的重要性,并结合当前出版社新编辑培养中存在的不足和缺陷,提出相应完善的建议,来不断优化出版社的人才培养模式。顺应时代发展的潮流,培养出与时代发展进程相符的优质编辑人才,才能更好地生产出符合时代需求的编辑内容,从而保持出版社的建设发展活力。

参考文献:

- [1] 韩骑,张晓红,周豪.新时代背景下高校出版社新编辑的培养策略--以中国地质大学出版社为例[J].传播与版权,2021(10):10-13.
- [2] 房平.试析出版社人力资源管理中对新入职编辑的激励与培养策略[J].新闻研究导刊,2020,11(18):166-167.
- [3] 梁莹莹.“互联网+”时代背景下科技类图书新编辑的培养策略[J].中国传媒科技,2020(08):81-83.
- [4] 史娜.出版社策划编辑培养策略浅析[J].采写编,2019(05):124-125.

作者简介:王建建,1982.1,女,陕西富平,汉族,研究生,陕西旅游出版社教育图书出版中心副主任,副编审,研究方向:图书出版。