

传统图书出版编辑如何应对大数据时代的挑战

刘伊玲

(中南出版传媒集团股份有限公司, 湖南 长沙 410005)

【摘要】在大数据时代,信息资源的日益充裕、信息的传递、传播的广度、深度的不断扩展,传统的出版业面临着新的挑战,而传统的图书出版编辑也面临着艰难发展。传统的图书编者要想与时俱进,就必须改变自己的编辑思路、优化自己的内容、提高自己的工作效率、建立多种不同的出版方式,从而使自己的工作更有意义。基于上述研究,文章着重探讨当前我国传统图书编辑面临的主要挑战,分析在大数据时代下存在的问题,从而总结几点传统图书出版编辑应对大数据时代挑战的有效措施,以期为我国图书出版业的发展提供借鉴。

【关键词】传统图书;出版编辑;大数据时代;挑战

引言:在信息技术发展的今天,我国图书出版业正在经历一场深刻的变革。一方面,由于数字化图书的出现,对传统的书籍出版产生了一定的冲击,从而使传统的图书出版公司面临着巨大的竞争压力。此外,在出版方式、出版程序、内容等各方面,都与传统的图书出版企业整个观念、经营方式等方面都有了根本的改变。另一方面,各种相应于数字图书出版的各种编辑软件的应用,使传统的编辑方法发生了变化,特别是在数字图书的编者工作中,可以通过在线完成组稿、审稿、改稿、校稿等工作,因此传统的图书出版业正面临着前所未有的挑战和变革。本文基于大数据时代传统图书出版编辑面临的极大挑战及在这过程中出现的种种问题提出几点有效措施,以期图书出版专业人士提供参考建议。

一、大数据时代传统图书出版编辑面临的挑战

(一) 图书出版模式与出版程序需要创新

传统图书编辑的主要方式是:设置相应的题目,整合图书的内容,以及按照出版业制定的行业质量管理体系的管理标准和有关的要求,对编辑出版的工作进行合理安排。在大数据时代,传统的图书出版业在经历了整个图书出版业的变革之后,面对着新的市场环境和新的挑战,必须抓住当前的发展契机,进行更新换代。特别是在大数据环境下,图书出版方式的变革,使传统的图书编辑模式在适应能力上有所削弱,缺少了一些生机。与此同时,一些弊端也渐渐显露出来,特别是在出版过程中,为了适应出版业的变化,必须对传统的出版流程进行合理有效的调整,如加强主题科学性、创新出版手段、提高编辑效率等。

(二) 图书出版方式与出版内容需要改变

在全面深化改革的背景下,国家出台了产业结构调整

带来了巨大的影响。在整个大环境的变迁中,图书编者面临着空前的再评价。一方面,要在大数据时代,用互联网思维和数字化思维来改变企业的经营观念。另一方面也要借助大数据时代的各种信息化手段和技术,使传统的书籍出版方式和内容得到有效的变革。特别是在数字图书产业的链条中,要拓宽出版渠道,在发行内容上要突出市场因素的作用,同时要增加与大数据时代读者的需求相适应的出版内容。

(三) 传统图书编辑工作效率相对较低

在传统的图书编辑工作中,有关信息的收集方式相对单一,整理方式相对固定,对于信息的处理效率相对低下。随着信息时代的来临,图书编辑工作的信息量不断增长,而在获取和挖掘有效信息方面也变得越来越困难。这就使传统图书编辑工作变得更加艰难,而以“经验性”的编辑方法,已不能适应目前图书出版业的现实需要。特别是编辑、加工、校对等方面的工作,对提高编辑工作的效率有很大的影响。再加上部分编辑人员不熟悉资讯工具,需要进行纸样的校对等,这也妨碍了图书编辑工作的进一步提高,这些都导致传统图书编辑工作效率的降低。

(四) 读者需求的改变

随着我国互联网的飞速发展,青少年的生活、娱乐、社交、学习等行为习惯的形成都与网络技术的发展密不可分。快速的生活把他们的阅读时间分割开来,许多时候,年轻人根本没有足够的时间去看书,手机、平板电脑是他们阅读习惯的重要因素,而手机、平板电脑是他们的主要阅读工具。传统的纸质书在这个时代的冲击下,越来越多的年轻人愿意再买一本书,只要它的品质足够好,他们就会喜欢,会有更好的收藏欲望。但其购买行为并不纯粹是出于阅读的目的,对于他们而言,在纸质出版物之前,在线共享阶段的内

容阅读可能就已经结束，而购买则纯粹是一种社会形式或个人心理需求。

二、传统图书出版编辑的现状问题分析

（一）图书出版形式单一，内容重复

在新的时代背景下，短视频和动画作品充斥着人类的日常生活，丰富的表现方式不仅丰富了表现的内涵，更增加了作品的趣味性。与此形成鲜明对比的是，传统的书籍发行方式单一，内容重复，难以引起读者的阅读兴趣，造成了图书的可读性和吸引力下降，从而影响了图书的市场份额。同时，在快速的生活中，人们更倾向于使用简洁、直观的阅读材料，以有效地获得有用的资讯。然而传统书籍往往都是冗长的，而且往往要耗费大量的时间来阅读，而且有很大的时效性，很难在任何时候都方便地进行查询，这与时代发展的步伐背道而驰，严重地制约着图书出版业的发展。

（二）图书出版时效性问题

在大数据时代，传播平台多元化，传播效率更高，传播的时效性也得到了极大地提升。在互联网平台上，人们作为信息的传播者和接收者，可以在任何时候把身边的新鲜事物发布到网上，同时也能让其他的网民看到最新的新闻。然而，由于传统的图书编辑过程繁杂，需要花费大量的时间来组织、审稿、编辑，在保证编辑质量的同时也会降低图书的时效性，从而降低图书的市场价值，从而阻碍出版业的健康发展。

（三）图书编辑人员专业能力局限

随着信息技术的发展，传统的图书编辑在内容和时效性上都得到了极大地提高。然而，在传统的图书编辑工作中，有些编辑仍沿用传统的工作方式，仅关注书本的编审，忽视了选题策划、行销等环节，编辑观念陈旧，编辑内容和模式缺乏创新，造成编辑内容缺乏新意。但是由于当前大部分的编者都具有很好的书桌工作能力和丰富的图书编辑工作经验，但由于缺少大数据技术的应用，不能充分发挥大数据技术的优势，从而影响到数据采集和分析质量，造成图书编辑缺乏针对性，不符合市场需求。

（四）信息交流与反馈缺乏及时性和全面性

信息回馈是一项非常重要的编辑技能，它直接关系到编辑是否能够掌握市场动向、理解读者的水平。以往图书编辑通过书信交流、热线电话、问卷调查等方式获取读者的信息，但由于存在片面性、时效性差、周期长等问题，同时也存在着单向的收集，不能实现双向沟通。在大数据时代，各个群体的信息可以更加全面及时地反馈，可以通过网络和各种终端设备，建立起一个真正的群体和圈子跨平台、跨界面的沟通。

三、传统图书出版编辑应对大数据时代挑战的有效措施

新时期，我国社会主要矛盾已经发生了转变和转移，人民群众的精神和文化需求日益增长，阅读的范围和类型也在不断改变。大数据时代的来临，不仅满足了一部分读者的阅读需要，同时也为传统的图书编辑工作带来了新的发展契机。在此基础上，本文提出了从、现代数字出版形式、经营理念、选题角度、编辑效率、评价指标体系等几个方面进行配套改革，从而将图书出版业、图书消费者、图书出版编辑等要素关联起来，并利用要素市场配置资源的功能，促进传统图书出版编辑的转型升级等。具体体现在以下几个方面的措施建议：

（一）正确看待现代的数字出版形式

在信息技术的发展背景下，图书的出版形式发生了巨大的变革，数字化的出版模式得到了广泛的认同。因此传统的图书编辑必须努力提高自己的业务水平，既要熟练掌握传统的出版技术，又要充分了解现代数码技术的优点，积极学习和掌握有关的数字出版技术，并将其运用到实践中去。因此要对出版产业的发展趋势进行全面的梳理，为数字出版事业的健康发展奠定坚实的基础，编者要熟练掌握各种数码出版技术，对论文进行规范化、校对，才能确保论文的质量。

网络已经深入到我们的日常生活中，对我们的图书出版事业也有很大影响。通过网络思维可以解决在大数据时代下传统图书编辑所面临的问题，同时也保证了图书出版业能够始终掌握市场趋势，保持与市场同步，不被淘汰。因此，网络思维对图书出版业产生了深刻的影响，有关部门要充分运用网络思维，形成新的工作思路，借助网络技术，及时把握市场动向，积极调整图书出版编辑的方向。借助网络技术，以市场动态为中心，以网络思维为基本思想，全面解决当前图书出版编辑面临的问题，开辟新的市场。

（二）更新图书出版编辑经营理念

思考是解决问题的关键，如果没有正确的管理理念，传统的图书编辑要想实现转型升级，就会遇到困难。从目前数字图书的发展状况和面临的竞争压力来看，基于用户的需要已成为其基本条件。因此，在对图书出版业的经营理念进行更新时，应从市场的角度出发，从读者的个性化需求、阅读习惯、阅读目的等方面进行全面的研究，并对其进行针对性的开发和开发。特别是“个性化生产”的概念的提出，给各个行业带来了很大的冲击。在传统的图书出版编辑实践中，我们可以对这种观念进行深度分析，并根据特定的读者群体，在一定的人群基础上，对特定的书籍进行编辑。

同时随着信息时代的到来，人们的阅读习惯也在

发生着改变,传统的图书编辑观念已不能适应读者的需要,使传统书籍的读者数量日益减少,其影响力也在逐渐削弱。因此,图书编者应在工作观念上进行创新,立足于读者的需要,构建准确的读者服务群体,实现个性化的服务,为图书出版业注入生机,推动图书出版事业的创新发展。比如在出版内容方面,编者应根据市场需要,进行内容的优化、编辑方式的创新,使读者获得更好的阅读体验,从而吸引更多的新读者。同时,借助互联网信息技术,建立双向阅读的方式,加强与读者的互动、沟通,搜集读者的意见和建议,并在一定程度上提高了读者的黏性,从而推动图书出版业的健康、稳定地发展。以此为基础,力求提高编辑内容的针对性,满足读者个性化的服务需要,从而促进图书出版业的优化升级,推动传统传媒的创新发展。

(三) 展开市场需求调研,优化选题角度

图书出版业要实现良性发展,必须确保图书的质量和效率,从而推动图书销量的增长。为此,出版业编辑要系统、科学地分析市场需求的变化,利用互联网信息技术进行调研,对网络图书的点击率进行全面的梳理,对当前大众喜爱的图书种类进行研究,并按照读者的偏好进行选择。这对编辑人员进行分析、收集、整合、细化和综合的网络信息资料的能力提出了更高的要求。与此同时,在同一主题上,编辑要增强创意思维,寻找新的视角,才能更好地抓住读者的注意力。只有在出版形式和内容上进行积极的创新,才能保证图书出版业的竞争优势。所以要准确地把握读者的需要,严格把握题目的质量,并推出符合市场需要、吸引读者的主题。好的选题不仅能为图书的发行与销售打下坚实的基础,而且能为传统的图书编者开拓新的市场。但是在选题时,我们应认识到,书籍的基本宗旨是传播文化知识,而不能用与社会主义核心价值观相违背的错误观念来博取读者的眼球,不能为了当前的利益而去跨越道德底线的鸿沟。

(四) 创新拓展图书形式

目前,随着各类网络终端设备的日益普及,读者也更倾向于通过网络阅读,因此纸质图书的市场也在逐渐萎缩。面对网络技术和大数据时代对图书出版业的冲击,传统的图书出版业应积极应对,努力推动图书数字化的发展。比如要加强与那些运营规范、受众多、影响力强的网站、网站的合作,把图书的数字化销售渠道,解决纸质图书的销售问题,扩大图书的读者规模。另外,在大数据时代,短视频、融媒体是大众文化的重要组成部分。因此,图书编者必须摒弃“文字化人”的观念,利用互联网、短视频等相关要素,结合图书的内容,制作有声读物、短视频情景剧等融

媒体、新媒体产品,如此,也能有效拓展图书形式,让网民群体有更多的渠道阅读、接触图书。同时,如果网络广播和短视频的质量好,可以为自媒体账号的运营和孵化打下坚实的基础,有利于资源发布、信息采集、图书营销、读者互动,从而提高图书编辑的工作效率。例如,在之前的图书统计中,“喜马拉雅”图书《白话红楼梦》、《平凡的世界》等有声图书数字化转型,在该平台上的累计点击量达到非常高的一个水平,对产品的收益和影响力是显而易见的。

(五) 提升图书编辑人员综合能力

编者是图书出版的核心,其专业素质和职业素养直接关系到出版社的发展。面对信息时代的新形势,图书出版商应加强对编辑人才的培养,坚持“以人为本”的经营思想,积极学习新知识和新技术,提高自身的职业素质。加强编辑工作者的大数据意识,增强他们的信息化素质。比如,按照出版工作的需要,可以通过运用大数据技术进行教学、解释大数据的概念、分析大数据技术的优点、深化编辑人员对大数据的认识。在平时的编辑工作中,引导编者使用大数据设备、大数据平台,提高了编者的实际运用能力,提高了编者的工作效率和水平,为图书出版工作提供了良好的服务。因此,在新的历史条件下,只有加强编者的信息素质,使他们能够熟练地使用大数据,才能充分利用大数据的优势,使之成为图书出版工作的一种辅助手段,为图书出版数据化发展提供人才支持。

结束语:综上所述,由于大数据技术的影响,传统的图书出版编辑工作在一定程度上受到了限制。面对目前的困境,我们必须正视目前的形势,理性地分析现状,积极寻找对策,创新产业观念与发展方向,加大大数据技术的运用力度,明确市场需求,提升选题质量,优化选题内容,全面建设一个与时代要求相适应的数字出版平台,提升图书编辑队伍的整体素质,促进图书出版事业的发展,让传统图书出版事业更上一层楼。

参考文献:

- [1] 彭明兰.浅谈传统图书出版编辑如何应对大数据时代的挑战[J].新闻传播,2022,(03):65-66.
- [2] 官军燕.大数据时代下传统图书出版编辑应对挑战的有效措施[J].中国传媒科技,2021,(12):114-115+118.
- [3] 赵莉薇.大数据时代传统图书出版编辑面临的挑战及对策分析[J].新闻传播,2021,(14):82-83.
- [4] 张荣.传统图书出版编辑如何应对大数据时代的冲击[J].采写编,2021,(02):151-152.