

# 出版编辑如何做好融合转型

安薇

关键词：融合出版；出版编辑；互联网；转型

内容提要

出版社要想顺应融合发展这一世界传媒业的主流发展趋势，作为其核心力量的编辑人员则必须要能够审时度势，积极地转变自身的思维，完成自身的转型工作，进而肩负起融合发展的重要使命，成为推动出版业可持续发展的重要原动力。基于此，本文笔者即从多个方面入手，就融合出版视角下出版编辑的转型展开粗浅的研究与探讨。

现如今越来越多的出版社强调用户的体验、内容以及与技术融合发展，以此打破传统图书出版业的运行模式，维持其可持续发展，满足媒体融合时代对传统图书出版业提出的崭新需求，应对带来的冲击。也正因如此，面对新兴的出版生态环境，出版编辑更要展开积极的转型，进行科学合理的应用，从而打造出高品质的出版物。鉴于此，笔者结合个人从业经验，从多个方面入手，对出版编辑的转型展开粗浅的探讨，以期为更好地履行知识的传播、文化的传承做出有益的铺垫。

## 一、融合出版视角下出版编辑转型的必要性

出版者其本身服务于知识的拥有者与需求者，肩负着沟通桥梁的重要使命，这也就决定了出版者的角色定位应该是从需求到供应。而过去传统的出版行业受到市场本身的限制、信息的局限，导致了并非每一名出版编辑都能够清楚地得知出版物流向了哪里，难免会存在孤芳自赏的情况。

然而信息时代的来临，使得越来越多的出版编辑能够通过诸多的平台信息，清楚地了解到用户的所需、所求，进而针对不同的用户提供个性化的出版服务。尤其是以纸作为唯一知识载体的时代已经过去，现今的出版业与其他的行业一样，要想谋求发展都要拿出更好的服务。因此，出版社在基于自身出版这个大需求不变的前提下，在融合出版视角下，用户所购买的仍然是知识，只不过这部分知识的载体服务等一系列工作发生了变化。这些变化不得不促使出版编辑进行转型，这个蜕变恰恰是为了适应出版业的时代变革，是为了推动出版社的可持续发展。

## 二、融合出版视角下出版编辑的转型动向

传统的出版业与新兴出版业相互融合发展，并非单纯的技术创新，也并不是内容上的创新，而是出版业从内容

生产到技术进步，这一系列流程的综合创新。就如2012年兴起的MOOC在线开放课程给高等教育的教学内容、教学方法以及教学模式、教学机制等诸多方面都带来了崭新的变革，这并不单纯是某一个点上的变革，其推动了教材建设工作的变革，也加快了传统出版向着数字出版转型的升级步伐。

尽管现今的出版业并没有针对出版编辑能力推出一个权威的要求模型，但是在融合出版视角下，出版编辑的未来转型，势必会在角色、内容、技能这三个方面得以显现。

首先，出版编辑在岗位角色上的转变。基于融合出版视角下的出版编辑，不仅需要具备传统的出版行业专业素养，还要具有互联网思维能力，能够顺利地应用现代化技术开发出数字化产品。而这一需求上的转变就决定了出版编辑的岗位角色，将由传统的编辑角色转变成为项目经理的角色，向着复合型、创新型人才转变。其次，出版编辑在工作内容上的转变。受到数字媒体的冲击，传统纸质出版普遍增长乏力，这就使得出版编辑必须要适应这一市场变化，在适应需求转型的基础上，寻求数字化与传统纸质出版的融合契机，对自身的出版形态加以优化、改造，这正是现如今以数字化出版为代表的融合出版，对出版编辑工作内容提出的最客观的要求。最后，出版编辑在工作技能上的转变。基于融合出版视角下出版编辑的转型，不仅体现在其思想观念上、工作内容上，最为重要的还是在于提升并且强化出版编辑本身的工作技能，打造出既能够具备编辑加工能力，又能够设计互联网产品的多重技能型复合人才。

## 三、融合出版视角下出版编辑如何做好转型

第一，培养出版编辑的互联网思维。培养出版编辑的互联网思维，可谓基于融合出版视角下做好编辑转型的重要抓手。这是因为出版编辑只有具备互联网思维，才能够使其树立起跨界意识，从而以一种创新的、开放的态度，

采写编 2021年第2期

面对并且参与到出版社内部的融合发展之中。本文所指的互联网思维,是指在互联网新技术的发展条件下,对出版业市场、用户以及整个经营过程进行重新审视、重新定义的一种崭新的思维能力。所以,要想切实做好出版编辑的互联网思维培养,首先就应该对传统出版内容、出版产品以及出版服务进行重新审视,并在此基础上打破固有的思维定式,从思想观念上展开革命,打造一套全新的思维理念服务于出版行业。为此,应结合出版编辑的实践工作以及出版社的发展定位、新兴信息技术,从市场需求、用户需求出发,对自身的工作内容、产品设计进行优化,打造用户为上、内容为本、产品为体的经营模式。此外,还应创新出版社的营销策略,增强出版编辑本身的市场敏感程度,让其能够积极地探索渠道融合的有效方式,进而实现向服务者的顺利转型。

第二,提升互联网产品的设计技能。在融合出版的发展过程中出版编辑正逐步走向项目经理这个角色。而结合项目经理的实际工作流程,可以将其每一个步骤都细化分解为与之相匹配的工作能力。这些工作能力恰恰正是出版融合视角下出版编辑转型应该具备的互联网产品设计技能,可以作为出版编辑转型的有益参考。例如,在分析调研与需求上,出版编辑应该具备分析行业特性、市场竞争环境、实际的盈利情况、产品可行性与竞争力的能力;在定位产品上,出版编辑应结合调研阶段获得的相关数据,对需求产品加以具体化操作,并且掌握功能设计、信息框架设计、场景分析等能力;在交互设计上,出版编辑要能够结合用户的抽象化需求展现出产品的具体形态,因此需要具备绘制业务流程图、任务流程图、页面流程图的能力,书写产品需求文档的能力;在视觉设计上,出版编辑应该掌握风格的定义能力、详细的设计能力以及视觉规范等能力。

第三,完善编辑人才的管理机制。对于出版编辑而言,出版社才是编辑顺利转型的重要外部力量。所以,基于融合出版视角下的出版编辑转型,同样也需要依靠出版社给予正确的引导与鼓励。因此,出版社应该出台相关的政策鼓励出版编辑进行数字化转型。为此,可以从绩效考核上对出版编辑的数字化转型给予一定的扶持,让出版编辑能够从转型中获得相关的利益保障,以此鼓励出版编辑进行自我转型。同时,还要设立有效的人才激励机制,激发出版编辑转型的主观能动性。并且为出版编辑提供完善的在职培训,将数字出版培训工作纳入出版编辑的成长计划之中,帮助编辑们掌握更多的数字出版知识,以便于其在今后有能力参与到数字出版工作中,促进其顺利转型。还要积极吸纳跨领域的优质互联网人才进入出版社,从而为融合出版添加新的支撑力量,让出版编辑们得到更多交流、学习的良好机会。

第四,坚持不懈的学习。无论时代如何进行变换,无论技术如何进行创新,出版行业永远都是内容至上的产业,也就是说出版产品的内容建设才是出版社立足于市场发展的根本基石所在。因此,即便是在融合出版视角下出版编辑除了要转变自己的思维模式,提升互联网设计能力以外,还要不断地学习,以此拓宽自身的视野,并以开放的态度坚持科学的价值观、世界观,坚持严谨的论证选题,坚持深耕细作的原则,以便于推出真正具有文化品味、具有思想价值观念的出版物,让自身真正契合时代的发展精神,从而更好地服务于出版行业,时刻做好转型发展。

### 结束语:

在信息化飞速发展的今天,不同的媒介早已紧密整合在一起,使得人们迎来了媒介融合时代。而作为本就受到互联网、数字化媒体巨大冲击的传统出版业,要想实现可持续发展,除了要打破传统的运作模式以外,还必须要推陈出新,打造全新的业务领域、业务模式,实现对各种媒介资源的充分利用。这就需要出版编辑立足于出版社本身的实际条件进行主动的分析、思考,站在宏观的角度对掌握的相关资源加以优化配置。同时,还要不断地强化自身的本领,学习并且掌握互联网产品的设计技能,以便更好地顺应融合出版这个不可逆转的重要趋势,确保出版的健康、稳定发展。

### 参考文献:

- [1]胡杨.融合出版趋势下图书编辑的转型[J].传播力研究,2019(04).
- [2]郭海雷.浅析融合出版背景下编辑职业转型的路径选择[J].编辑学刊,2019(01).
- [3]邢洁.出版融合背景下编辑转型的思考[J].锋绘,2019(6).
- [4]赵朋举,潘俊成.浅议融合出版背景下专业图书编辑转型发展[J].中国出版,2020(01).
- [5]杨珊珊.出版融合背景下编辑的产品策划能力分析[J].传媒论坛,2019(12).
- [6]卢雪华.媒体融合视域下出版编辑力提升路径研究[J].出版参考,2020(07).
- [7]赵静宜.新时期图书出版编辑的创新与改革探讨[J].新闻研究导刊,2017(01).
- [8]沈丽娟.数字时代关于编辑力的解读与思考[J].新媒体研究,2016(07).
- [9]杨晓婷.提升记者编辑能力的有效策略探讨[J].西部广播电视,2015(10).
- [10]周小斌.新媒体数字时代下的编辑出版的转型与创新研究[J].新媒体研究,2015(02).

(作者单位:国家开放大学出版社)