

信息化视域下

图书编辑做好选题策划的方法探析

文/苗金英

摘要：选题策划是图书出版工作的重要一环，是图书编辑工作的关键内容。编辑想要编创一本好书，需具备良好的选题观念与选题策划能力。在信息化视域下，我国现有的图书出版环境发生明显改变。出版的每个环节都要追随时代发展脚步，在进行选题策划时也要牢牢把握住时代的脉搏，做好相应的调整与优化，才能顺利完成图书编辑工作任务。

关键词：信息化视域；图书编辑；选题策划；实践方法

选题策划作为图书的关键部分，编辑工作者需要全面掌控图书出版的基本观念，并结合市场发展的经济规律，在原有的基础上展开创新优化，明确适合于市场发展、满足出版观念的选题内容，随后对相应选题下的图书展开编创。现阶段信息技术在各个领域中运用十分广泛，并使社会大众的工作效率不断提高。为此，图书编辑的选题策划工作也要与时代同步发展，编辑工作者不仅要强化自身的策划能力，还要避免信息化对行业带来的不利影响，努力做好图书编辑的选题策划工作，这样才能确保图书出版行业长足稳定发展。

一、图书编辑选题策划的优势作用

（一）有助于满足社会发展的基本要求

信息社会，是以电子信息技术为基础，以信息资源为基本发展资源，以信息服务性产业为基本社会产业，以数字化和网络化为基本社会交往方式的新型社会。现代信息社会，人们每天面对海量信息，使社会大众选择有效信息的难度大增，图书编辑工作者需要肩负起向众多读者群体传达高效与精确的信息职责。同时，短视频等数字化媒体的普及，使图书市场面临巨大影响，所以要加强图书选题策划工作。良好的选题策划，加之后续的全面监管，能够使出版社快速占领市场的有利地位，尽可能满足社会发展的基本要求。

（二）有助于促进知识经济时代的发展

当前社会已经进入到知识经济时代，常规的图书产业不断创新发展的，从过去图书出版的来料加工方式，演变成选题策划方式。作为新时代环境下的一名

图书编辑，目前首先要做的工作，就是在参差不齐的信息数据中，收集、整合、分析可靠信息，同时把分类信息转变成可用的选题策划基本素材，再通过整合优化，在这些素材中进行选题开发，使其变成精神“食粮”^[1]。

（三）有助于促进图书出版市场化发展

图书市场化发展需要图书出版行业跟随时代发展的脚步，增强市场的占有份额，创造更多的经济效益、社会效益。图书出版行业想要提高读者的关注度与认可度，需要充分展现图书产品的显著特点，所以选题策划的创新非常关键。

（四）有助于在文化中展现引导作用

图书选题策划在某种程度上，将会对读者的精神世界带来影响。根本原因是出版社出版发行哪种类型的图书，想让读者看到哪些内容，全部交由编辑以图书选题策划的方式得以完成。在文化的层面展开分析，优秀的图书出版物会对社会大众的情绪带来影响，甚至会影响人类的精神世界。为此，图书编辑工作者在选题策划过程中，要意识到图书内容的积极作用，形成正确的发展观念，纠正自身的错误思想，让读者的精神世界变得更加丰富多彩。

二、信息化视域下图书编辑在选题策划工作中存在的实际问题

（一）选题策划需持续优化

信息化视域下，给图书编辑选题策划带来许多发展良机，也使其面临一定的艰难挑战。信息社会知识分化和知识综合趋势明显，知识更新比之前的任何时代都频繁，因此图书编辑工作者不但要重视自己所

擅长的领域,还需要不断学习新的知识新的技能。但是,现阶段部分图书编辑工作者的能力不足,没有完善掌握信息技术的运用技能与理论知识,促使选题水平过低,难以满足信息化时代发展的基本要求。

(二) 话题观念需要提升

图书编辑的选题策划工作要有良好的话题意识,准确把握图书市场发展的基本方向。但是多数图书编辑在选题策划时,常常选择过去成功的选题,不习惯展开深入思考与创新优化,使得选题策划工作的质量效果难以得到保障。

(三) 选题策划方式过于固定

在信息化视域下,我国文化事业发展迅猛,读者更加看重精神追求,而部分图书编辑难以满足读者的多元化要求,并且面对信息化时代所形成的大量信息,图书编辑工作者依然运用市场调查、问卷调查等常规方式展开策划分析,没有与信息化时代发展相融合,使图书编辑的选题策划工作缺少时效性、时代性特点。

三、解决选题策划工作实际问题的方法

(一) 不断提升选题能力

图书编辑需要在信息化视域下,进一步强化自身的选题能力,并制定健全的机制,从而提高选题策划的工作效率。另外,出版社也要把选题工作贯彻落实到每名编辑工作者的身上,通过运用教育培训、头脑风暴、惩治激励等方式,不断强化图书编辑工作者的选题能力。

(二) 增强话题意识

图书编辑工作者应该积极主动关注时事新闻节目,实时浏览互联网信息,从而锻炼与自身相关的话题敏感意识,同时也要让工作者进一步意识到社会热点新闻带来的影响力,探索对图书编辑与话题策划工作有益的关键点展开分析,不知不觉中,增强图书编辑的话题意识,强化整体选题策划工作效果^[2]。

(三) 更新策划模式

更新选题策划模式,能够为广大读者提供满足需求的作品。基于整体层面,图书编辑工作者应该重视热点话题,并根据广大读者群体的基本要求,在信息化视域下的海量信息中,运用搜索引擎与关键词的方式,选取有价值的信息数据并加以应用,尽可能基于读者的观点深入思考问题,从而提高话题策划方式的创新速度。创新策划方式需要和时代发展相接轨,运用先进的网络化技术手段,通过大数据,选取具有创新性的选题策划内容。同时,也能和热点话题相互结合,运用网络等信息化工具手段,不断挖掘有价值的信息。

四、在信息化视域下图书编辑选题策划工作的改善方法

(一) 合理运用信息化技术手段,更新选题方式

在信息量与日俱增的今天,图书编辑想要从大量数据信息中筛选价值高的信息数据,并运用这些信息展开选题策划,需要利用新颖的选题方式。简单来讲,就是利用先进的数据分析技术,展开数据的聚类、挖掘与分析处理,以便获得价值高的信息数据。在选题策划准备环节,图书编辑可从网络化媒体、新媒体、传统媒体、自身知识库中,选取相应的选题信息。同时,利用舆情分析系统、数据分析系统,从自媒体平台中,选取相应的信息数据。而在选题策划环节,图书编辑也要明确出版物题目与编辑的实际意图,例如在题目选取过程中,可借助词频分析系统,处理各项媒体中目标博文的文本信息,把冗余词语去除,根据词频的高低,做好关键词的排序,形成具有新意的选题结构。所以,借助信息技术手段实施选题策划,可使图书编辑的工作效率不断提升。

(二) 根据数据信息,更新优化选题思路

在信息化视域下,社会大众可利用搜索方式,在众多信息中找到自己想要的信息。根据众多信息,图书编辑可更新固有的选题思路,以便高效地完成图书出版工作任务。为此,图书编辑可深入分析市场的实际需求,形成新颖的选题思路,并结合作者的专长,让创新思路充分展现。结合当前实际情况,众多精心编创的图书在进入市场后,容易面临夭折,然而部分策划也能收获到意外惊喜。此种现象之所以存在,根本原因是图书编辑对于读者需求的把控有一定偏差,使其在选题优化时未能把握好市场发展大方向。另外,图书编辑在众多信息挖掘、验证、分析中,需要了解选题策划的社会性质、时效性质、超前性质。在此期间,图书编辑的创新思路才能得到良好启迪,能够准确捕捉市场信息。

(三) 融合多种策划模式,提高读者吸引力

在信息化视域下,图书编辑的选题策划模式,想要牢牢把握住大众的阅读心理,应融合多种媒介应用模式。利用创新选题策划的方式,突破纸质图书和电子读书的界限,从而将纸质图书的内容以电子媒介方式展现出来。例如,社会大众较为喜欢的网络小说,策划选题工作者能运用优质媒介,再次开发图书,利用转变图书传播媒介方式,打响作品的知名度。图书编辑工作者在选题策划期间,应重视图书媒介,通过把图书内容和多媒体编辑方式相互融合,例如与播音、短视频平台建立合作关系,通过音频、视频的形式实现全方面图书推广。同时,图书编辑工作者还要运用其他策划手段,进行选题策划工作,增加策划成

功的概率,使图书编辑意识到不同媒体的文化内容重要性,在实际工作中学以致用、举一反三,牢牢吸引读者的目光,强化选题策划工作的有效性。

例如,某出版集团运用收视率较高的中央电视台的《中国诗词大会》节目热度,策划同名图书,从而促进中国传统文化的传播。此方案提议是逆向思考图书选题策划工作和信息时代的内在关联性,从而扩大图书的知名度,集团内部部门还把图书经过多个路径发行,利用宣传刺激的方式,增强读者的订阅购买欲望,以便获得较好的经济效益,是一次较为成功的选题策划案例。此方案取得成功的原因主要体现在方案负责人运用此种策划模式融合创新,在众多热门电视节目播出之后,其热度也会持续一定的时间,图书编辑能够把握住发展良机,借助信息化优势作用,展开图书策划工作,强化其成功概率。

为了实现预期目标,图书策划也要注重实时动态,全面解读者的需求,并结合实际要求,展开有针对性的图书主题活动,达到丰富策划思路的主要目标。除此之外,图书编辑在策划过程中,还要重视相应媒体的基本特点,根据特点差异把传播路径的优势展现出来。

(四) 利用品牌特色,提高策划的优势作用

自始至终,品牌是衡量出版社核心竞争力的显著标志。图书编辑的选题策划,也要和出版社的品牌特色相互融合,提高出版物的社会影响力,形成良好的出版社品牌形象。通过出版特色领域的系列图书,能够形成相应的出版规模,以便为图书策划提供品牌优势。例如,现阶段,部分大学出版社能够形成一定的行业优势,根本原因就是运用本校教育的优势作用,形成特色领域系统图书的编创,使读者在采购相应图书过程中,会首先想到此出版社。为此,在专业领域之内,打造品牌形象,能够让出版社在此领域中脱颖而出,并获得相应的经济效益、社会效益。为了实现这一目标,出版社也要利用多元媒体,提高读者和策划品牌的接触度,让自身品牌建设不断提升。通过把选题优势扩展的手机读物、网络化读物等方面,能够让出版物拥有许多丰富形式,可提高编辑和读者的互动有效性。与此同时,通过为广大读者群体提供整合书评、书友、书摘等多元互动阅读系统,以便让出版社和广大读者群体展开多方面交流,使出版物形成更多的表现模式。在此期间,品牌策划也会在不知不觉中得到读者群体的理解,提高读者的支持度。完成品牌塑造之后,图书编辑也要注重品牌的维护,制定和读者的互动交流制度,提高读者的忠诚度。在信息化视域下,品牌建设的延伸与增值,也会进一步扩大出

版选题的影响范围,让出版社在激烈市场竞争中脱颖而出。

(五) 注重全程策划的优势,提高选题策划的价值

在图书编辑工作之中,选题是明确编辑工作的基本方向,然而策划也会在图书编辑的各个环节中不断融入。基于上述观点看法,图书编辑在强化选题策划工作效率的同时,还可进行全程策划活动,借助信息技术手段,了解广大读者群体的真实反馈情况,以便在管控方面,调整好相应工作内容,保障选题策划工作有序进行。

例如,在《哈利·波特》出版期间,出版社之前在互联网上收集广大读者群体的不同看法与意见,广大读者群体认为《哈利·波特》这本书可通过电子书的方式出版,能够提高读者碎片化利用的效率,也有一部分读者认为以实体图书的方式出版,以便获得附赠书签等周边产品。通过收集意见,出版社不但了解读者的真实想法,还能在短期内提高《哈利·波特》的知名度。当前,我国的图书选题策划工作利用信息技术手段获得读者真实反馈的方式十分多见,图书编辑也可合理运用此种方式,进一步解读者的基本要求,大力推行电子图书的基础上,带动纸质图书快速发展。将此种工作方式的优势作用充分展现,图书编辑需具备较高的网络敏感度,积极和读者进行互动交流,才能获得读者真实的声音,使选题策划的基本方向更加准确。

五、结语

综上所述,图书编辑工作者需要对信息化视域下的选题工作开展创新优化,合理运用信息技术手段,并根据自身的实际情况、专业特长等展开实际工作。同时,图书编辑工作者还要跟随时代发展进程,借助信息技术的优势作用,不断强化图书编辑的选题策划工作质量,做到审时度势,把图书编辑和市场影响相互融合,合理调整选题策划工作内容,不断提高选题策划的工作效率。

参考文献:

- [1]张荣君.新媒体环境下图书出版编辑工作创新[J].传播与版权,2019,2(1):3.
- [2]高明.关于科技图书新编辑培养选题策划能力的思考[J].新闻研究导刊,2019,2(9):2.

作者简介: 苗金英(1981—),女,黑龙江宾县人,本科,副编审。研究方向:图书编辑校对和质检等。

(作者单位:哈尔滨工业大学出版社)