

数字出版中科技图书编辑的角色思考

李 香

(郑州大学出版社, 河南 郑州 450000)

摘要: 随着网络技术的快速发展, 出版行业逐渐向数字出版方向转型, 这不但对传统出版行业形成一定冲击, 也对编辑人员专业素养提出了更高要求。本文以科技图书编辑为例, 首先具体分析数字出版带来影响, 并在此基础上深入探讨数字出版下编辑人员的角色定位以及角色思考, 以期对相关工作人员提供有效参考。

关键词: 数字出版 科技图书编辑 角色定位

中图分类号: G230.7 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-9082 (2023) 04-0197-03

数字出版主要是借助信息化方式, 结合图书信息内容完成重构加工处理, 进而生成数字化图书产品。当前数字出版已经成为出版行业发展的重要趋势, 要求科技图书编辑应及时转变自身工作思路, 明确自身角色定位, 切实提高自身专业水平, 有效保障工作质量。

一、数字出版对科技图书的影响

1. 对科技图书发展的影响

科技图书不同于其他类型的图书, 由于图书内涉及的大量公式、数据等内容, 具有更强的学术性, 书稿版面较多, 出版成本也更高。科技图书通过应用新媒体技术进行数字出版, 能够减少印刷环节, 并在一定程度上降低出版成本。数字出版能够对既往科技图书书稿中涉及的数据、表达进行转化, 有利于优化图书的可读性。数字出版更加重视前期调研工作, 建立在准确预测基础上, 能够进一步确定图书出版数量, 在强化各项数据精确度方面具有明显优势。具体而言, 在科技图书出版前期, 可集中进行调研, 深入了解科技图书读物受众, 进而确定出版数量, 在节约成本基础上促进图书库存量控制。另外, 数字出版在图书保存方面较为方便, 以数字出版技术作为支撑, 针对具有高价值的科技图书, 经电子版转化, 能够在后续为研究人员提供支持, 可为学术研究提供方便^[1]。

2. 对科技图书编辑的影响

当前图书出版数字化已经成为主流发展趋势, 在此背景下, 科技图书出版流程中的组稿、审稿、校对等工作方式均发生明显变化。之前图书出版需要在编辑人员明确作者后, 与作者进行沟通, 在获取作者同意后, 商定稿件内容, 在稿件完成后, 由作者寄到出版社, 编辑人员进行加工、修改, 最终出版, 整个流程较为繁琐, 需要编辑人员与作者保持密切沟通。基于数字化出版的流程中, 首先,

编辑人员可以借助微信以及邮件方式与作者进行联系, 在一定程度上减少组稿时间。其次, 通过应用数字化方式, 所有沟通以及稿件的删改均存在记录, 能够有效避免后续稿件杂乱的情况。再次, 可通过使用不同颜色对稿件修改、增加内容进行标注, 有利于提高整个审稿工作的清晰度。同时, 借助电子文档, 系统能够对错字以及漏字情况进行标注, 在提升工作效率方面具有显著作用。

二、科技图书编辑工作的现状分析

在数字出版背景下, 由于部分科技图书编辑对新媒体技术认知有限, 在创新能力方面存在明显不足, 部分编辑工作人员甚至存在流于形式的情况, 导致相关数字出版工作难以得到有效提升, 进而使新媒体技术的优势无法得到有效发挥。所以, 时代发展要求编辑人员应积极与新媒体相接触, 主动迎合市场, 确保为用户提供高质量图书内容。

新媒体时代下, 纸质媒体在信息传播中的占比明显下降, 人们可以借助移动设备, 实现对信息的获取, 并参与到信息从传播中, 并且在生活节奏加快的情况下, 人们对碎片化阅读这一方式的青睐度更佳, 这也使用户对纸质图书需求量下降。新媒体应用使信息内容创作的便利度更高, 并且已经形成了全民创作趋势, 大部分作者可以借助新媒体技术, 实现内容上的创作, 进而增加自身收入。作为科技图书编辑, 同样是内容传播者, 可借助自身专业知识, 完成书稿创作, 而一旦没有保持与作者之间的有效联系, 将会导致无法为作者提供引导, 进而导致科技图书稿件不足。这些现象最终导致当前科技图书编辑、作者之间的联系逐渐疏远。

数字出版下纸质图书不再成为刚需, 与之前出版方式对比, 数字出版在盈利方式方面也存在明显区别, 这就要求编辑人员应切实提高自身专业能力, 有效优化数字出版服

务方式，建立数字版权意识，进而保障出版社经济效益^[2]。

三、数字出版中科技图书编辑的角色思考

1.科技图书编辑的角色定位

1.1把关者。原先科技图书出版需要在收集图书信息的基础上，对信息进行筛选以及整合，最终进行制作，运行周期相对较长，并且还会面临书籍出版即过时的风险，这将会对整个出版行业发展不利。而进入到互联网时代，数字出版能够有效缩短图书信息收集、整理时间，进而提升图书制作效率。因此，科技图书编辑应结合时代变化，明确角色定位，充当把关者角色，重点做好网络信息筛选工作，将落后信息予以剔除，强化科技知识服务水平。同时，科技图书编辑应做好关卡设计，结合数字出版相关要求，深入各网络社区、论坛中，积极参与相关信息讨论，加强自身先进知识储备，并明确科技图书消费群体当前兴趣方向，实现对研究成果的挖掘，确保图书内容与用户需求以及兴趣相符^[3]。

1.2创新者。网络技术发展使数字出版下的图书呈现了更多趣味性，这对科技图书编辑人员专业素养、创新能力提出了严格要求。具体而言，编辑人员应切实加强图书内容创新，优化自身工作水平。数字时代要求图书内容呈现出数字化特点，提供给用户更加良好的感官，强化图书内容的多元化水平。因此，在图书信息采集方面，编辑人员应改变原先图片、文字形式，加强音乐、视频以及模具等内容的融入，切实加强创新设计，有效提升科技图书产品质量。例如，针对海洋生物类的科技图书，编辑人员可收集鲸鱼相关纪录片、叫声，制作成二维码，用户能够在读书过程中，扫描二维码，有效强化用户阅读体验。同时，编辑人员应切实创新图书营销模式，以用户科技知识需求出发，在原先营销方式基础上，推出定制类书籍，积极融合成本、收益等元素，形成新型营销模式，确保图书供应与用户需求高度一致，使出版社能够建立业内口碑，有效保障图书产品质量。编辑人员可以从宣传模式着手，结合数字化时代背景，积极跟进当前网络时代发展，深入分析用户群体常用网络活动区域，结合相关网络平台特点，制定有效宣传策略，从而在最大程度上扩大受众基数。

1.3引导者。科技图书专业性较强，涉及知识面较广，并且在信息内容方面涉及外国文献、专业术语等。原先环境下阅读相关科技图书，需要用户通过查阅专业词典，才能对技术知识进行了解，现在借助数字出版能够有效改善这一问题，在数字出版环境下，编辑人员应该充当引导者的身份，可将超链接、信息检索技术应用到图书生僻内容

中，使用户能够在观看图书基础上，对生僻信息进行解读，在提升阅读便利性的同时，能够有效保障用户的阅读效率。

2.科技图书编辑的角色转型路径

作为科技图书编辑，应在传承纸质出版优势的同时，结合数字出版技术，切实加强创新工作。在提高对数字出版认知的前提下，使数字出版与传统出版互利互补。在始终坚持以内容吸引用户的理念下，不仅在出版形式方面做好创新工作，也在阅读方式方面做好创新工作。另外，科技图书编辑应该积极拓宽传统交流渠道，可借助热线、邮箱以及微博、论坛等平台，保持与用户之间的交流，强化与用户之间的黏性，在保持与用户进行积极互动的基础上，全面了解用户需求。同时，编辑人员应该主动与其他网络平台进行合作，并提供相应的付费服务，在科技图书中增加VR、智能技术等内容，确保图书内容紧跟时代发展。同时，科技图书编辑需要遵从内容至上的准则，明确数字出版时代带来的变化，有效保障自身专业水平，在强化理念更新的同时，确保科技图书内容的先进性，并熟练应用相关网络交流平台，深入挖掘潜在用户群体^[4]。

2.1转变思想观念。互联网与新媒体技术融入出版行业，这对出版行业相关工作形成了一定的冲击。科技图书具有较强的专业性，受众面相对较窄，借助数字出版，能够在一定程度上提升经济效益。首先，科技图书编辑应该切实提高对数字出版下新技术的应用，积极改变自身工作观念，将现代科学技术融入实际工作中，弥补之前出版工作存在的局限性，通过合理增加视频、音频等形式，有效丰富数字出版内容，进一步强化用户的体验感。其次，科技图书编辑应明确认识到当前信息传播的融媒体趋势，积极借助新媒体技术对传统出版工作进行变革，在创新工作思维方式的基础上，充分发挥新媒体技术优势，在最大程度上优化科技图书的影响力。再次，科技图书编辑应紧跟时代潮流，有效强化经营管理理念，并积极寻找优质客户，深入对客户需求进行挖掘，以客户为导向加强管理思维方面的创新，对自身工作进行指导，并合理选择相应的数字化技术，在强化自身工作能力的基础上，有效提高图书质量及经济效益。最后，当前用户趋向于碎片化阅读，科技图书编辑应结合该趋势，结合日常生活，勇于突破固有思维模式的束缚，根据自身实际工作内容，合理选择相关新媒体账号进行深入学习，明确工作思路，制定针对性策略，积极迎合市场，有效保障图书可阅读性。

2.2健全合作机制。互联网时代下，出版社为促进自身

长效发展,需要大量优质创作者。首先,科技图书编辑人员应该与创作者建立合作机制,展开持续性合作,确保科技图书能够始终得到充足的稿件,进而满足出版社工作需求,实现与作者的双赢。其次,科技图书编辑人员应充分明确当前互联网对出版行业的影响,加强与作者之间的沟通及交流,明确需要在内容创作方面做出的改动,进而有效强化自身实力。最后,科技图书编辑人员应结合作者具体情况,制定针对性发展规划,加强对现有资源的整合,有效提升出版社经济效益。虽然大数据使信息呈现爆炸化发展趋势,但是对于用户群体而言,保持图书的高质量仍属于吸引用户的重要条件。而通过与优质作者形成长期合作,能够始终保持图书质量,并能够留住用户,同时编辑人员应加强对新作者的挖掘,有效促进出版社长远发展^[5]。

2.3强化新媒体技术应用。新媒体与出版行业的融合,能够提高编辑对数字出版技术的认知。在开展图书选题、加工过程中,编辑人员可以从读者阅读需求出发,积极拓宽图书发布途径。具体而言,可将二维码印在媒体、线上阅读海报上,读者可直接进行扫码阅读,可有效提升图书阅读便利性。同时,可直接在图书出版官网中,搜索相应的图书,能够有效提升图书资源共享力度。借助在线应答服务,能够与纸质教材产生互动,能够提供增值性的服务。在相关服务中,借助在线应答服务,经人工答疑,能够为用户答疑解惑,有利于强化互联网多元应用效能。

2.4优化出版服务。在科技图书出版过程中,编辑人员应密切关注出版服务的创新性,不仅要保持图书的同步开发,还要结合阅读产品,配套相应的营销策略。首先,手机阅读应保持独立开展服务,有效减少用户不适应,提高用户阅读兴趣。其次,应借助手机终端设计,便于用户进行文本上传、共享,可分享给朋友、同事进行试读,在扩大受众的同时,提升文本阅读效果。再次,通过线上图书出版,能够满足PC终端用户阅读需求,有利于全面强化线上出版服务。最后,建立针对性的营销方案,能够有效扩大图书发展途径,对读者购买需求进行满足。同时,编辑人员还要以出版内容着手,加强创新工作,可出台线上预定功能,结合预定人数,确定相应的印刷出版服务。

2.5提高自身专业水平。作为科技图书编辑,应在行业领域范围内强化自身知识水平。当前图书市场竞争激烈,编辑人员应始终坚持内容为王的准则,确保自身图书竞争力。

为有效达成这一目标,首先,科技图书编辑人员应以海洋、自然、工业科学领域作为重点,强化自身知识储备,

建立在有效知识积累基础上,能够帮助编辑人员建立独到视角,确保在海量内容中筛选出优质内容,确保自身图书内容的前沿性。其次,编辑人员应积极关注国家政策变化以及行业发展动态,建立敏锐嗅觉,积极搜寻热点信息,确保图书产品能够始终跟进时代的发展。再次,科技图书编辑应结合数字出版大环境,切实强化自身数字化技术水平。具体而言,数字化阅读逐渐呈现多元化发展趋势,这要求编辑人员具备良好的数字技术水平。结合实际工作,编辑人员应积极拓宽科技信息收集范围,定期在相关网站中进行查阅资料,确保能够及时了解先进科技信息,图书科技编辑应积极借助大数据,收集潜在用户,并与其保持持续性的线上交流。另外,为进一步丰富科技图书内容,确保能够给予用户更加良好的阅读体验感,进而保障阅读质量。科技图书编辑可借助WPS、PS等软件完成工作,有效提升工作效率,进而提高自身综合素养。

结语

综上所述,对于科技图书编辑而言,数字出版属于新事物,需要以新技术以及编辑创新思维作为依托,有效提升行业整体发展。科技图书编辑应紧跟数字化时代发展,有效转变自身数字出版意识,打破原先编辑工作以及营销方式存在的不足,通过明确自身角色定位,加强自身专业能力培养,可有效强化图书产品信息表现力,提升数字出版产品品质,进而扩宽读者群体,给予读者更加良好的使用感受,实现出版行业的长足发展。

参考文献

- [1]李小良.数字出版与编辑身份的转变思考[J].采写编,2022(09):157-159.
- [2]李佳.大数据时代数字出版编辑的能力提升对策[J].采写编,2021(09):137-138.
- [3]李平.互联网时代科技图书编辑的数字出版创新意识培养[J].中国传媒科技,2020(07):88-90.
- [4]赵莹莹,韩啸,曹敏.基于数字出版时代传统编辑转型的分析[J].学报编辑论丛,2019(00):253-257.
- [5]季德春,邱彦涛,谢骏.数字出版时代科技期刊编辑工作的现状及优化路径[J].编辑学报,2015,27(S1):55-57.

作者简介:李香(1982-),女,汉族,山西榆次人,硕士研究生,单位:郑州大学出版社编辑,研究方向:科技类图书编辑。