

【DOI】10.12315/j.issn.1673-8160.2021.10.090

网络时代的英语图书编辑策略的创新思考

张琳

(重庆西南师范大学出版社有限公司,重庆 400715)

摘要:随着时代的不断发展,网络技术也在不断地革新,为英语图书编辑带来了新的挑战。网络时代的来临为英语图书编辑提供了极大的便利,英语图书编辑的读者和作者之间不需要线下见面,在网络线上就可以实现投稿、编辑、出稿等工作。本文就网络时代的英语图书编辑出现的问题进行了分析和探讨,并提出了一些有效创新策略,以供参考。

关键词:网络时代;英语图书编辑;创新策略

随着网络全球化的不断发展,我国的经济发展与国际也在不断接轨,英语也就在国际交流中变得尤为重要。作为中外文化交流的语言,英语图书也逐渐走进国人的视野中,例如英文小说、英文书刊、英文杂志等。英语图书编辑这个紧跟时代潮流的工作也引起了很多国内出版社的关注,大量出版社都参与到英语图书编辑出版的队伍中来,使英语图书在国内的出版量迅速增长。但是在这个网络迅速发展的时代,英语图书编辑仍存在着很多问题。

一、网络时代创新英语图书编辑工作的必要性

(一)符合快速发展的文化消费市场的需求

在互联网时代背景下,人们的图书阅读有了更广的选择,也意味着对于知识文化有着更高的需求。从整体来看,图书消费市场呈现出多样化的特点,部分读者更加青睐于纸质书,部分读者往往热衷于电子书,在新时代的背景下,消费者在面对不同形态的图书产品面前,呈现出阅读个性化的发展特点。在全面满足融合消费市场需求的基础上,我们应着重加强图书出版质量的管理工作,全面从图书的编校、印刷、装帧水平入手,加强质量管控,提供给广大读者良好的阅读体验。从这个角度来看,能有效促进图书业态形成良性闭环,全面保障图书编辑出版行业的核心竞争力全面提升,更好地符合时代发展的要求。^[1]

(二)促进图书出版行业的良性发展

在互联网时代背景下,信息技术也在深刻地影响着图书编辑工作。考虑到很多用户都习惯于从网上下单购物,这样就意味着电子书和纸质书一样具有相应的市场需求。对于纸质书来说,其能让用户真实体验到实物的感觉,在翻看阅读中能体会到一种所散发的油墨味的氛围,并能通过精美化的装帧设计,有效实现更加突出了艺术和人文气息,实现读者的触觉、感觉和视觉的有机融合。而电子书能更好地迎合信息化时代发展的特点,体现出数字化的科技感,便于携带,借助于专业化阅读器或者智能手机来阅读。应充分认识到两者的竞争关系和共存关系。在进行图书编辑出版的过程中,应重视从质量入手,加强英语图书品质打造,全面激发不同读者的阅读兴趣,刺激相应的消费行为。

(三)能进一步提升编辑的创新意识

在互联网信息时代背景下,人们更加青睐于新媒体平台,这种优势则是传统图书所无法比拟的。传统图书行业为了更好地迎合时代发展的要求,重视全面有效地实现自身的竞争

力全面提升,则应重视如何结合实际来保障满足将更具吸引力的优质英语图书资源提供给大众。从这个角度出发,广大图书编辑则应主动迎合时代发展的要求,重视创新意识的培养,能有效将原有理念和新媒体时代背景相互融合,更好地朝着图书行业朝着数字化存储及传播的方向发展,更好地迎合智能化终端的匹配和发展,从而能符合大众的实际需求。^[2]

二、网络时代的英语图书编辑出现的问题

(一)缺乏创新理念

大量英文图书出版社的出现,让英语图书变得鱼龙混杂、种类颇多,出版的图书质量也参差不齐。虽然在现在图书市场中的英语图书很多,但是英语图书的专业度却很低,让很多专业人员无法在图书市场中找到自己需要的英文图书。因此,英语图书的出版不应只实现量的增长,更应该注重英语图书编辑的质量,英语图书编辑的技术水准与英语图书的质量是有密切联系的。在过去的年代,只要精通英语的交流,就可以与其他国家的人进行沟通,然后获得更好的英语图书素材,开始进行英语图书编辑,但是在当前的网络化时代,不需要在现场找到编辑素材,通过网络就可以得到自己想要编辑的信息。如果英语图书编辑仍跟不上时代的潮流,改变传统的编辑策略,就很难实现进一步发展。

(二)传统的工作方式

在网络化迅速发展的时代,英语图书出版社要想在图书市场上站住脚,就必须完成高质量、有技术含量的英语图书编辑。因此,英语图书编辑要充分利用好网络信息,找到自己需要的信息资源,并且在这个过程中要具备良好的分析能力和观察能力,从网络中复杂繁多的信息中找到自己想要编辑的题材,并进行专业化的加工,最后出版以供人们阅读。英语图书编辑应改变传统的工作方式,不能只是一味地在网络中追求量的积累,而忽略了英语图书的质量,传统的工作方式只是把网络中的信息无筛选的摘录到图书中,这样不仅无法满足人们对于英语图书的阅读需求,长此以往也无法使英语图书在市场中立足,会慢慢消失在人们的视野中。因此,网络时代的英语图书编辑要完成创新就变得至关重要。

(三)工作环境的束缚

在传统的图书行业中,其属于企业事业单位,往往都意味着比较稳定的工作环境,工作制度、福利待遇等各方面都比较有优势,再加上固定的市场环境以及社会环境的影响下,图书编辑的工作环境往往较为固定,这样有助于在特定期内推

动图书行业的健康发展。但是,在快速发展的新媒体的信息化时代背景下,传统的工作模式以及制度内容不符合时代发展的要求,会造成存在着一定的束缚性,如果不对于违反时代发展规律的内容及时语音更新,这样造成图书行业的发展潜力受到很大程度的束缚,也意味着全面制约了图书编辑的创新性发展。^[3]

三、网络时代英语图书编辑的创新策略

(一)挑选读者感兴趣的内容

由于传统的英语图书编辑缺乏创新型,选择出版的内容也较为陈旧单一,导致市场中出现的英语图书跟风现象严重、内容相似雷同。出现这些问题的原因在于英语图书编辑思想的陈旧,但是随着网络化时代的来临,英语图书编辑不必只局限于特定的话题,可以从网络中挑选读者感兴趣的一些内容来进行编辑,比如时尚类杂志、汽车类图刊、经济形势、政治时事等都可以吸引读者的眼球,站在读者的层面来编辑一些紧跟时代潮流的内容,这样才能使英语图书在市场中立足。在数字化时代中,特别是面对着巨大的各种信息媒体的冲击和影响,报刊编辑则应结合自身的特点,积极构建体现出读者需求为中心的工作意识。在实践的定期化编辑工作会议过程中,可有效开展多角度的全面培训工作,进一步梳理出符合时代发展潮流的工作思路,鼓励编辑工作富有创新意识,实现总体编辑工作质量的全面提升。同时,在编辑稿件的过程中,则应牢记参考基层大量的读者信息,从这里挖掘出具有价值的读者感兴趣的内容,这样从而能全面保障英语图书内容的受欢迎程度。

(二)创新编辑形式

在网络化迅速发展的时代,英语图书编辑必须转变传统的编辑形式,在网络中找到自己所需的内容材料,通过网络市场进行调研,挖掘受众面广的内容进行编辑。同时,由于英语图书中都是英语的内容,这就需要英语图书编辑具备一定的英语翻译和阅读能力,然后通过自己的理解将英语图书编辑成中英文对照的形式,这样不仅能够帮助读者更方便地阅读英语图书,而且能够提高读者对于英语图书的阅读兴趣。首先,编辑在具体的审稿环节中,更加重视稿件的实用性问题,这往往也是最为重要的方面,其直接影响到能否成功发表。如果图书的实用性无法体现,自然也意味着难以发挥出足够的价值,无法获得编辑的赞同。在具体的升高中,应明确规定图书稿件的实用性要求,如果作者无法满足,则应退回修改处理。其次,在审稿实践过程中,还应论证稿件内容的实用性问题。结合具体的审稿流程来看,一定要通过多方面的考察,重点落实如何进行稿件内容的实用性、真实性进行反复论证。如果实际中不重视实用性的标准,这样就会造成审核质量的下降。当图书作品不重视实用性,或者作品实用性较弱,图书编辑则应提出自己对这个问题的看法,特别是提出质疑,难以保障稿件的录用。图书编辑审稿应把握好文章的规范性要求,这也是衡量文章实用性的一个方面,从而能判断其是否满足发表的标准。由此可见,图书编辑审稿整个流程则是对于稿件实用性的各方面考察的过程。^[4]

(三)品牌式运作

在当前图书市场激烈的竞争环境中,英语图书要想在竞

争中占据一定的地位,就需要进行品牌式运作,为英语图书建设和打造知名的品牌,实现高度和深度的运作,这样才能使英语图书在市场中占据一席之地。英语图书品牌的扩展,其主要运作方式就是满足受众群体的阅读需求,引导读者主动阅读英语图书,提高读者对于英语图书的认知度和满意度,以此来提升品牌价值,提高英语图书在市場中的地位。通过多方面的交流体系的创设,旨在全面保障英语图书编辑的读者意识得到全面加强。首先,编辑人员可以结合图书的情况,创设微信公众号、微博账号等,对于热点问题可以进行网络平台的发布。在此过程中,则应迎合新媒体发展的要求,重视发布内容质量的提升,并能保障具有足够的数量的粉丝,形成一定的影响力,重视潜在读者的开发;其次,编辑人员还可以在社交平台上积极开展结合图书实际需求的各种活动,如有奖竞猜、抽奖活动等,可以通过转发并评论图书英语图书内容的用户,进行每月一次的社交平台的抽奖,可以进行包邮送一本当月的读物或者英语图书的台历等。最后,编辑则应积极结合读者的实际需求,从多角度利用新媒体平台来掌握读者的需求,可以邀请读者进入微信群、QQ群,并保持就英语图书热点话题具有一定的讨论和交流热度,这样则有助于提升编辑的工作思维,提供高质量的编辑工作。^[5]

四、结语

随着时代的不断发展,网络化的来临,英语就变得尤为重要,这就对英语图书编辑带来了新的挑战。因此,英语图书编辑在网络中一定要挑选读者感兴趣、受众面广的内容来进行创新编辑,提高读者对于英语图书的阅读兴趣,满足读者的阅读需求,同时也应该注重品牌式运营,为英语图书打造知名品牌,提升品牌价值,这样才能提高人们对于英语图书的认知度,使英语图书在激烈的市场竞争中立足。

参考文献

- [1]姜风华.网络视阈下英语图书编辑策略探讨[J].出版广角,2012(06).
- [2]陈习东.网络视域下英语图书编辑策略探讨[J].中国报业,2012(04).
- [3]李慧君.基于网络时代的英语图书编辑策略研究[J].编辑之友,2010(09)
- [4]李树河.新形势下关于高职英语教材编写的思考[J].才智,2017(28).
- [5]李佼佼.广西高职商务英语(视)听说课程教材使用现状及启示——以广西经济管理干部学院为例[J].现代商贸工业,2016(32).

作者简介:张琳(1984-),女,四川省遂宁市人,硕士,出版专业技术人员中级,研究方向:课程与教学论。