

全媒体时代出版行业提升教材编辑核心竞争力的策略

夏亮

[摘要] 全媒体时代的到来不仅改变了人们的生活方式，同时也为信息传播带来了新的途径，并为媒体行业的发展带来了全新的机遇与挑战。教材作为我国教育行业使用的基本资料，其内容直接决定教学内容，因此提升教材编辑核心竞争力对提高教学质量具有积极意义。文章在分析全媒体时代提升教材编辑核心竞争力必要性基础上，提出了全媒体时代出版行业提升教材编辑核心竞争力的具体策略。

[关键词] 全媒体时代；出版行业；教材编辑；核心竞争力

[作者简介] 夏亮，国家开放大学出版社有限公司。

DOI:10.16852/j.cnki.45-1390/g2.2018.12.031

进入全媒体时代，传统的纸质媒介不再是单一媒介，而是成为多种媒介中的一种。因此，对于出版行业来说，无疑是面临着巨大的挑战。教材作为一种特殊的信息，其内容相对固定，传播途径也一直以纸质媒介为主，因此对于出版行业来说，要提高自己的生命力就必须需要重视教材编辑，提升教材编辑核心竞争力。

一、全媒体时代提升教材编辑核心竞争力的必要性

（一）全媒体时代下出版行业自身生存与发展的需要

在全媒体条件下，人们的信息获取不再单纯地依靠纸质媒介，电脑、平板、手机等均成为现代人们获取信息的常用手段。这是由于依靠网络获取信息更加方便快捷，内容也更为精准。而依赖纸质媒介为生存方式的出版行业，其发展必然面临巨大冲击。教材作为一种教学用具，其信息的传播方式受网络的影响相对较小，仍然是以纸质教材为主，因此有效开发教材行业对于出版行业来说无疑是取得生存与发展的必然手段。我国当前教材编辑能力并不高，尤其是针对一些高校、职业院校的不同专业的教材编辑基本都是一些具有一定理论知识与实践经验的教师，虽然他们能够完成基本的教材编辑工作，但质量不高，因此出版行业有必要提升教材编辑的核心竞争力。

（二）全媒体时代下教育行业发展的需要

全媒体时代的到来同样也对我国教育行业的发展带来了冲击，网络教学的普及程度越来越高，教育行业要想取得发展就必然需要提高教学质量、更新教学内容。尤其是高校的教学内容与过去相比发生了巨大的变化，而且未来也会不断产生变化，但当前我国教材编辑能力显然无法满足高校教学内容的更新需求。与此同时，全媒体也为我国教育行业发展带来新的契机，网络开始成为新的教学内容传播媒介，而且随着网络信息总量的不

断增加，也为教材内容的丰富提供了有利条件，但由于网络信息真假难辨，因此对教材编辑的信息识别能力有着较高的要求。可以说，对教育行业来说，新媒体时代的到来为其发展同时带来了机遇与挑战，而提高教材编辑核心竞争力对于促进教育行业抓住机遇、取得进步具有关键作用。因此，提高教材编辑核心竞争力也是教育行业发展的一种必然要求。

（三）全媒体时代下教材编辑自身发展需要

教材编辑作为我国教育行业内容的编纂者与教材信息搜集者，其素质能力关乎整个教育行业的发展，对我国未来的发展产生重要影响。从教材编辑自身角度来看，新媒体不仅创造了更加有利的教材编辑环境，同时也对教材编辑的能力提出了更高的要求。网络技术缩短了教材编辑与出版、教育行业沟通的距离，因此也加剧了教材编辑之间的竞争，越来越多的低水平教材编辑被淘汰出局。教材编辑自身要想在激烈的市场竞争中取得发展，就必然需要提高自己的核心竞争力。在新媒体时代，教材编辑的能力需求开始有所变化，信息的集成与整合能力成为关键，传统的单纯具有较多知识积累、文字编辑能力的编辑已经不再被需要，具有较强综合能力与竞争力的编辑更容易受到青睐。因此，教材编辑自身的发展离不开综合性核心竞争力的塑造。

二、全媒体时代出版行业提升教材编辑核心竞争力的策略

全媒体时代出版行业提升教材编辑核心竞争力的措施主要集中在注重营销方式转型、经营理念创新、加强信息整合、重视对新媒体思考以及提高编辑团队综合素质与能力几个方面。

（一）加快教材营销方式转型

在全媒体时代下，互联网信息传播方式开始成为主

流方式,在这样的背景下,传统教材营销方式显然已经无法适应时代需求。近年来我国出版行业也在一定程度上开展了营销方式的转型工作,但转型速度与效率并不高,出版行业的营销转型工作只是一种形式,具体的转型实践程度并不高。因此,我国出版行业有必要加快教材营销方式转型,从而为推进自身的教材编辑核心竞争力塑造奠定基础。

首先,作为出版企业要认识到教材编辑核心竞争力提高是自身在全媒体时代下取得生存与发展的必要手段。因此,要将营销方式转型工作提上日程,以互联网为依托对教材内容、教材理念以及教材优势进行传播。其次,出版企业要不断地对自己的教材营销转型工作进行跟踪,对发现的问题及时整改,并吸取经验、不断反思,从而进一步加快教材营销方式转型步伐。

(二) 对经营理念进行变革与创新

出版行业作为我国传统媒体行业的基本组成部分,其经营管理方式受传统观念影响颇深,因此出版行业教材编辑核心竞争力的打造,就必然需要对其经营理念进行变革与创新。一方面,出版企业应该认识到在全媒体时代下,要想取得生存与发展就必然需要顺应全媒体潮流,改变传统经验式的经营理念,以精细化经营管理理念为主导,通过市场细分、市场分析以及市场策略的制定来提高自身竞争力。比如针对教材市场,应该根据教材使用对象、教材内容进行进一步市场细分,并根据当前教育形势对教材内容进行变革,从而促进自身教材出版市场竞争力的提升。另一方面,出版企业还应该注重创新,不断学习其他行业的创新经验,并勇于尝试新的方式方法。比如,在教材编辑核心竞争力塑造过程中,应该积极吸引年轻群体,并鼓励教材编辑创新,从而提高其创新意识,为出版行业的发展创造新的发展空间。

(三) 注重并加强对教学信息的整合

信息整合是全媒体时代下各个行业生存与发展的基本措施,对于出版行业来说同样如此。传统媒体形势下,出版行业的教学信息整合只是停留在对少数信息的整合,而全媒体时代下,出版行业需要整合的教学信息内容是庞杂的,因此必然需要编辑提高自己的信息整合能力,从而提升其核心竞争力。

首先,教材编辑要对庞杂的信息进行集成处理,包括对信息的筛选、分类、整合等,并且还要有逻辑、有规则地对信息进行组合,从而为具体的教材编辑工作效率提升提供有利条件。其次,教材编辑还要依据教学内容对相关信息进行整合,尤其是要注重对传统教学内容的更新,并注重对新媒体形式的利用,将教材内容编辑成以纸质、电脑、手机等方式均可阅读的形式,从而方便教师教学与学生学习,提高自身核心竞争力。

(四) 重视对新媒体内容的思考与创新

在全媒体时代条件下,传统纸媒的地位虽然有所下降,但从教材角度来讲,其传播方式仍然是以纸媒为

主。新媒体虽然为教材内容的传播提供了新的方式,但仍然无法取代纸媒的地位。因此,出版社编辑应该有意识地加强对新媒体内容的思考与创新,将教材内容进行新媒体转换时,充分结合新媒体特征,在传统纸媒的教学内容中加入视频、音乐等元素,并要考虑学生生活的媒体环境,注重对新媒体环境的应用。与此同时,教材编辑还应当注重对新媒体形式应用的创新,比如在电子白板教学条件下,教材编辑可以结合教学白板,让学生参与知识的发现、总结以及应用过程,从而使得教学过程更加开放,进而促进教学效果的提升。另外,教材编辑应当注重考虑不同地区新媒体应用能力的差异,在创新过程中应结合教学实际,避免出现可行性差的现象。

(五) 提高教材编辑团队综合素质与能力

出版行业教材编辑竞争力的提升离不开对教材编辑团队的建设,尤其是在当前条件下,我国很多出版企业的教材编辑团队综合素质与能力良莠不齐,因此有必要提高教材编辑人才的知识与能力水平。一方面,出版企业应该提高教材编辑岗位的准入门槛,并且健全自己的人才培训与开发机制,着重提高教材编辑人才的素质与能力,进而为提升教材编辑核心竞争力奠定人力基础。另一方面,教材编辑自身也要不断学习,尤其是学习新媒体的相关知识,对国内外优秀新媒体开发教学案例进行钻研,从而不断提高自己的业务能力,促进个人的发展。

三、总结

总而言之,全媒体时代条件下出版行业的教材编辑核心竞争力提升是一种必然趋势,无论是从出版行业、教育行业还是出版编辑自身来说,其发展都离不开对教材编辑核心竞争力的塑造。本文提出的几点策略主要是从出版行业角度提出的,事实上教材编辑核心竞争力提高也离不开教育行业、编辑自身以及其他行业的不断努力。相信通过我国各界的通力配合,全媒体时代下我国教材编辑核心竞争力一定能会有较大幅度的提升,从而为促进我国出版行业的可持续发展以及教育事业的不断进步做出贡献。

【参考文献】

- [1]姜军.图书出版业与新媒体融合发展方向探析[J].新闻研究导刊,2016(1).
- [2]汪洋.科技期刊新媒体融合发展的思考——《现代商贸工业》杂志的探索与实践[J].新媒体研究,2017(8).
- [3]吴玲.浅谈医学图书出版的新媒体融合[J].电脑知识与技术,2017(28).
- [4]吴红博.社会主义学院学报与新兴媒体融合发展研究[J].中央社会主义学院学报,2016(6).
- [5]徐彬.媒体融合浪潮下办好报纸副刊的新视野[J].科学咨询(科技·管理),2017(5).
- [6]石峰.期刊媒体融合中必须正确认识和处理的五个关系[J].传媒,2017(17).