

基于新型冠状病毒的 突发公共事件应急出版思考^{*}

◎ 周华清 郑 骋

摘要:突发公共事件对出版社的应急出版能力提出较高的要求,在新型冠状病毒肺炎疫情暴发之际,出版企业启动应急出版机制,为防控新冠肺炎疫情发挥了重要的作用。本文采取个案研究方法,以新型冠状病毒应急出版为例,分析出版社在应急出版中的成功经验与不足,为提升出版社突发公共事件应急出版能力提供参考。出版社应当建立全媒体应急出版流程,增强应急出版能力,通过突发公共事件传播国家形象,主动承担社会责任,利用突发公共事件开展事件营销。

关键词:新型冠状病毒肺炎 突发公共事件 应急出版 社会责任 事件营销

中图分类号: G231

DOI:10.19393/j.cnki.cn11-1537/g2.2020.04.002

2020年1月武汉突发新型冠状病毒感染的肺炎(Covid-19)疫情,并被纳入我国乙类传染病进行防治。新冠病毒随着春运迅速向全国扩散。面对突发疫情,发挥突发公共事件下的应急出版优势,为全国提供科学的防疫知识是出版社的重要责任,对提升疫情防控能力具有积极作用。我国出版企业积极参与到应急出版的科普工作中,出版了系列防治图书。但从本次应急出版物的策划与出版来看,还存在较多需要提升之处。因此,研究出版社的应急出版模式,对提升我国应对突发公共卫生事件能力具有现实价值。

一、突发公共事件下应急出版研究

突发公共事件的应对能力是一个国家综合国力与应急保障能力的体现。我国学术界对突发公共事件的研究较多,在知网以篇名检索“突发公共事件”查询到7208条研究文献,这些研究成果中,关于出版社突发公共事件下

的应急出版方面的研究极少,仅有十余篇相关研究成果,显示我国在突发公共事件下的应急出版研究需要加强。通过对现有研究文献的梳理,我国出版社突发公共事件的应急出版研究主要关注以下领域:第一,应急出版预案建设。黄春霞等针对我国应急出版存在不足的现状,以人民军医出版社为例,认为应从完善的组织管理系统、充足的资源储备、科学的流程、可靠的保障、有力的队伍五个方面加强建设。^{[1][2]}第二,应急出版的社会责任研究。王斌会结合新型冠状病毒防疫出版,认为应在突发公共事件中发挥强信心、聚民心 and 暖民心的作用,在新媒体环境下出版社应当承担更大的社会责任。^[3]第三,突发公共事件下的应急出版措施。孙宇以清华大学出版社应急出版为例,提出精益管理的应急出版保障措施,应完善组织架构、做好人才储备、实行扁平化的流程。^[4]在应急出版的操作上,认为首先要建立科学的应急出版流程,搭建应急出版专家与作者群,建立完善的编辑、出版、加工

^{*} 本文系福建省高校人文社科研究基地新媒体传播研究中心(闽江学院)基金2018年度重点课题研究成果(项目编号:FJMJ2018A03)、澳门基金会科研项目研究成果(项目编号:MF1933)。

[1] 黄春霞.出版应急预案体系的实践与思考[N].中国新闻出版报,2012-07-13(004).

[2] 黄春霞,李琴.出版应急预案体系建设浅议[J].中国出版,2012(11):24-26.

[3] 王斌会.新媒体时代突发公共事件中出版企业社会责任与社会效益契合探析[J/OL].科技与出版:1-3[2020-02-19].https://doi.org/10.16510/j.cnki.kjyeb.20200219.001.

[4] 孙宇.精益管理在应急出版创新发展中的应用——以清华大学出版社应急出版为例[J/OL].科技与出版:1-4[2020-02-19].https://doi.org/10.16510/j.cnki.kjyeb.20200218.025.

预案。^[5]曾星等认为做好应急出版,要有敏感的政策意识,过硬的政治素质,应在平时多储备出版资源,建立规范科学的出版流程。^[6]吴琦磊等系统梳理了新型冠状病毒应急出版概况,并从应急出版中发现不足,总结出版亮点,对新型冠状病毒防疫图书出版的分析较为系统。^[7]从现有关于突发公共事件的应急出版研究来看,除吴琦磊外大多还是处于经验介绍层面,缺少对应急出版的系统性研究与思考,无论从研究成果的深度还是数量来看,国内出版界与相关学者都需要加强这方面的研究,尤其需要加强新媒体与新阅读方式下的应急出版研究,因此本研究具有现实

指导价值。

二、新型冠状病毒应急出版现状

面对新型冠状病毒疫情的快速蔓延,为了让医疗机构、科研院所和公众了解新型冠状病毒肺炎病因、治疗、防治等相关信息,在国家卫生健康委员会的指导下,各级疾控中心、出版社、医疗机构和高校迅速响应,短期内编写与出版了系列防疫图书,为我国的防疫工作起到重要的作用。据不完全统计,自2020年1月23日至2月18日,国内出版了超过25种防疫图书(表1),反映出我国在

表1 新型冠状病毒应急出版一览表

书名	出版社	作者	出版方式	出版时间	发行渠道
新型冠状病毒感染防护	广东科技出版社	广东省疾病预防控制中心	纸质图书、电子书	2020.1	新华书店、微信公众号、电子书平台
新型冠状病毒感染肺炎防控漫画(共五季)	中国人口出版社	中国人口出版社、中华医学网	纸质图书、网络读物	2020.1	微信公众号
新型冠状病毒感染的肺炎防治知识问答	中国中医药出版社	沈承玲主任等	网络读物	2020.1	微信公众号
新型冠状病毒感染的肺炎公众防护指南	人民卫生出版社	中国疾病预防控制中心	纸质图书、电子书、网络读物	2020.1	微信公众号、电子书平台
新型冠状病毒感染的肺炎防护手册	江苏凤凰科学技术出版社	吴超主编	电子书	2020.1	书店销售、电子书平台
新型冠状病毒肺炎护理手册	中国科学技术大学出版社	储爱琴主编	电子书	2020.2	电子书平台
预防新型冠状病毒肺炎科普系列挂图	福建科学技术出版社	福建省委宣传部、省卫健委	网络读物	2020.2	互联网下载
新型冠状病毒肺炎健康教育手册	人民卫生出版社	中国健康教育中心	电子书	2020.2	互联网下载
新型冠状病毒感染防护(藏汉双语)(彝汉双语)	四川民族出版社、广东科技出版社	广东省疾病预防控制中心	电子书	2020.2	互联网下载
防疫三字经——新型冠状病毒公众防护指南	中国医药科技出版社	中国医药科技出版社	网络读物	2020.2	微信公众号
新型冠状病毒肺炎暴露风险防范手册	中国环境出版集团	北京科技大学环境暴露与健康研究中心	网络读物	2020.2	互联网下载
新型冠状病毒感染防治一本通	云南科技出版社	王昆华等	纸质图书、电子书	2020.2	新华书店
新型冠状病毒疫情集体场所防控100问	安徽科学技术出版社	安徽省疾病预防控制中心、安徽出版集团	纸质图书、网络读物、电子书、有声书	2020.2	互联网下载
新型冠状病毒感染的肺炎公众防护指南(藏文版)	青海民族出版社	中国疾病预防控制中心	电子书	2020.2	出版社官网、微信公众号、抖音账号
黑龙江省新型冠状病毒感染的肺炎防控手册	黑龙江科学技术出版社	黑龙江省卫健委、省疾病预防控制中心	纸质图书、电子书、网络读物	2020.2	互联网下载
新型冠状病毒预防绘本	黑龙江科学技术出版社	黑龙江省卫健委、省疾病预防控制中心	纸质图书、电子书、网络读物	2020.2	互联网下载
江西省新型冠状病毒肺炎学生防护手册	江西高校出版社	江西省委教育工委、教育厅、省卫健委	电子书	2020.2	“赣教云”教学平台
对新型冠状病毒肺炎说“不”	复旦大学出版社	上海市女医师协会	电子书	2020.2	互联网下载
新型冠状病毒职工防护知识50问	中国工人出版社	全国总工会应对新型冠状病毒感染肺炎疫情工作领导小组	网络读物	2020.2	微信公众号

[5] 孙宇,张淙.关于应急出版机制的几个要点分析[J].科技与出版,2014(4):62-64.

[6] 曾星,张怡泓,张国深.如何做好应急出版[J].出版参考,2011(18):15.

[7] 吴琦磊,杨海平.国内新冠肺炎防疫图书出版研究[EB/OL].(2020-02-20).<https://mp.weixin.qq.com/s/0k0Ed99ILG96TBQzJcvQcg>.

续表

甘肃省新型冠状病毒感染的肺炎疫情心理防护指导手册	甘肃科学技术出版社	甘肃科学技术出版社	纸质图书、网络读物	2020.2	互联网下载
新型冠状病毒肺炎影像学诊断(数字版)	西安交通大学出版社	郭佑民、陈欣、牛刚主编	网络读物	2020.2	互联网下载
新型冠状病毒肺炎中医诊疗手册	中国中医药出版社	王琦、谷晓红、刘清泉主编	网络读物	2020.2	电子书平台
新型冠状病毒感染的肺炎家庭自我防护手册	北京出版社	曹照龙	纸质图书、电子书	2020.2	互联网下载
写给孩子的新型冠状病毒科普绘本	广东教育出版社	安潇	纸质图书、网络读物、电子书、有声书	2020.2	微信公众号
疫情防控居家健身指南	北京体育大学出版社	廖远朋、胡毓诗	电子书	2020.2	互联网下载

数据统计截至 2020 年 2 月 18 日

突发公共卫生事件应急出版方面有了较大的提升。

(一) 出版社应急出版能力明显提升

突发公共事件具有突发性、不确定性与扩散性的特点,将突发公共事件的真实情况与应对方案快速、准确、系统地向公众传播,不仅可以提升应对突发公共事件的能力,而且能够避免因突发公共事件带来的谣言、恐慌等次生灾害,因此建立突发公共事件应急预案与提升应急出版效率是关键。2003 年来,我国经历了 SARS、汶川地震、H1N1、登革热、非洲猪瘟等一系列突发公共事件,见证了福岛核事故、非洲埃博拉等国际突发公共事件,已经形成了较强的突发公共事件应急出版能力。面对突如其来的新冠肺炎疫情,广东科技出版社与广东省疾控中心合作,仅以 48 小时就完成了编写与出版,1 月 23 日率先在全国出版发行了首本《新型冠状病毒感染防护》图书,其电子书在各大电子书平台与微信公众号可免费下载,纸质版图书分发至全国书店销售,并在广州的图书馆、火车站、花市等公共场所赠阅。广东科技出版社的图书应急出版能力,说明我国出版行业已经形成了较为完备的突发公共事件的预案机制。表 1 显示在不足一个月的时间内,我国陆续出版发行超过 25 种防控新冠病毒肺炎的图书,尤其是在 1 月疫情迅速扩散阶段出版了 5 种,显示了出版社具有较强的应急出版意识。

(二) 坚持社会效益优先的应急出版模式

突发公共事件应急出版的重点是信息的有效传播,通过快速、客观的方式向公众传递新冠病毒肺炎的防护、传播方式等知识,能够有效提升防疫水平。出版社一方面需要根据当前的媒体传播方式确定出版物形式,另一方面突发公共事件应急出版必须做到社会效益优先。我国出版企业在本次新冠病毒肺炎应急出版中,确定了保证应急出版物的传播效果,发挥应急出版社会效益优先的原则,表

1 显示此次新冠肺炎出版物均采用了基于互联网的出版发行方式,大多以电子书、网络读物、社交媒体为主的出版方式,向目标受众提供在线阅读,不仅有利于信息的扩散,也提升了电子出版物的传播效果。此外,我国出版企业承担了社会责任,所有电子与网络出版物均提供免费阅读,仅有《新型冠状病毒感染防护》《新型冠状病毒感染的肺炎防护手册》《新型冠状病毒感染防治一本通》等少量纸质图书以成本价在书店销售,其中广东科技出版社出版的《新型冠状病毒感染防护》纸质图书,面向广州市民免费派发、赠阅,而且向港澳同行以授权出版的方式及时出版。值得一提的是,多家出版社利用专业优势,推出了藏汉双语、彝汉双语、朝汉双语、藏文等多个版本,对提升民族地区的防疫工作水平发挥了重要的作用。

(三) 重视数字化传播与移动化阅读需求

面对突发的公共卫生事件,传统出版物在编辑、印刷、发行等方面存在较大的不足,不仅出版发行速度慢,也会给出版企业带来资金压力,更重要的是传统出版物不能满足突发公共卫生事件传播需求。数字化与移动化的电子应急出版物,成为本次新型冠状病毒知识传播普遍采用的出版形式,免费的电子出版物,第一时间为国内外提供专业的防疫指导,同时也成为居家防疫公众获取防疫知识的有效手段。现有新型冠状病毒防疫出版物,绝大多数采取了电子书、网络出版物、有声书的方式出版,仅有 9 种采取电子出版物+纸质图书的方式发行。我国当前的防疫应急出版方式与受众的阅读行为保持一致,这也是我国突发公共事件应急出版的新变化。

三、我国出版社新冠病毒应急出版的不足

本次新冠肺炎应急出版在出版速度、发行效果、传播效果等方面,都取得了良好的效果。但我国出版企业的

应急出版也存在一些不足,主要是应急出版资源缺乏统筹,出版物过于单一,对新的应急出版环境与公众需求缺乏研究。

(一) 需实现应急出版资源的有效整合

从表1来看,国内科技、教育、医药、高校和民族等类出版社,集中出版了大量新型冠状病毒防护图书,有力支持了各级政府、社区与公共区域的宣传与防疫科普,对广大人民群众了解新型冠状病毒肺炎发挥了重要作用,但由于疫情暴发突然,在缺乏全国统一部署与指导的情况下,各省市疾控部门与出版社联手启动应急出版措施,短时间内集中编写出版了诸多版本的防控图书,由于各地出版社与疾控部门防疫思维趋同,导致重复性的应急出版物大量出现,某种程度上造成了应急出版资源的浪费。上述25种新冠病毒出版物中,有22种属于内容相似的新冠病毒肺炎防护手册或知识问答,应急出版物的策划内容过于单一,应急出版图书需要加强统筹与策划。

(二) 需重视应急出版物的对外出版传播

数据显示,新型冠状病毒确诊病例已经在数十个国家出现,病例较多的国家主要集中在中国周边,防控新型冠状病毒成为这些国家的重要工作。我国作为新型冠状病毒较早暴发,且目前是全球病例规模较大的国家,在研究新型冠状病毒的防控、治疗等方面积累了大量经验,在国际上具有重要的话语权,为国际防疫应急出版创造了条件,出版社可以适时对外出版。广东科技出版社率先出版的《新型冠状病毒感染防护》图书,第一时间授权香港、澳门同行出版香港繁体版和澳门版,并准备授权东南亚地区出版英文版和马来文版,以迅速扩大图书的读者范围和受益人群。^[8] 应急出版图书的对外出版,不仅可以为相关国家和地区提供专业性的防疫指导,还能提升我国出版界的国际影响力,也是我国出版走出去的新思路,遗憾的是我国大多数出版社并未重视应急出版物的对外出版。

(三) 需满足公众多样性的阅读需求

本次突发新冠肺炎疫情,国家采取了停止一切聚集性活动的防控措施,要求居民减少外出,长时间的居家行为难免对人的心理与身体造成一定的影响,加强对公众的心理疏导,满足公众在防疫期间的生活、工作、学习等需

求也同样重要,然而表1显示绝大多数出版社忽视了公众多样化的阅读需求,出版了大量雷同的应急出版物,一定程度上降低了应急出版物的传播效果。仅有少量出版社关注到公众多样化的阅读需求,推出形式多样、内容丰富的防疫应急出版物。如北京体育大学出版社发挥体育学科优势,为公众出版了指导居家健身的网络应急出版物,《疫情防控居家健身指南》以图文内容为主,通过二维码实现在线视频教学。甘肃科学技术出版社出版的《甘肃省新型冠状病毒感染的肺炎疫情心理防护指导手册》、西安交通大学出版社出版的《新型冠状病毒肺炎影像学诊断(数字版)》、中国中医药出版社出版的《新型冠状病毒肺炎中医诊疗手册》、广东教育出版社出版的《写给孩子的新型冠状病毒科普绘本》等应急图书,针对不同受众多样化的阅读需求,出版了心理防护、临床治疗、儿童阅读等方面的出版物,对其他出版社的应急出版具有参考价值。

(四) 需加强应急出版的学术研究

随着各国突发公共事件不断出现,应急出版意识与能力开始被出版社重视,及时策划出版应急出版物成为应对突发事件的重要手段。在此背景下,我国对突发公共事件的应对进行了深入探索,不仅形成了较为系统的预案,也展开了相关的学术研究。但笔者通过对国内突发公共事件研究文献的分析却发现,出版企业的应急出版研究极为欠缺,仅有十余篇应急出版研究论文,且主要停留在传统出版模式下的应急出版研究。在新的传播模式、新的媒体环境、新的阅读需求下,现有研究已经不能适应当前以及未来应对突发公共事件的应急出版需要,迫切需要加强应急出版的学术研究。笔者认为,应当从以下几个方面加强应急出版研究:第一,以数字传播为代表的应急出版传播模式研究;第二,新阅读方式与阅读需求下的应急出版研究;第三,纸质出版物与数字化应急出版物的传播效果研究;第四,突发公共事件下应急出版管理与统筹研究;第五,应急出版物形态与传播路径研究。

四、突发公共事件下出版社应急出版策略

近年来,国内外突发公共事件呈现高发的趋势,无论是汶川地震、新西兰火山喷发等自然灾害,还是突发

[8] 严奉强,杨敏珊.48小时不眠不休 尽显责任使命和担当——广东科技出版社《新型冠状病毒感染防护》出版纪实[EB/OL].[2020-02-10].<http://data.chinaxwcb.com/epaper2020/epaper/d7171/d4b/202002/104470.html>.

SARS、H1N1、埃博拉、登革热、新冠病毒带来的疾病流行，或是福岛核事故、马航 MH370 等突发事件，无不成为世界关注的焦点。及时准确地出版公众关心的社会热点应急出版物，形成常态化的应急出版策划意识，已经成为出版社的基本出版能力。对本次新冠病毒肺炎应急出版的研究，将为出版社在突发公共事件下的应急出版提供值得借鉴的经验。

（一）应建立全媒体应急出版流程

突发公共事件出现后，快速响应与科学应对是面对突发公共事件的基本要求。应急出版不具备充足的选题与撰稿时间，要提升出版社的应急出版能力，就需要建立应急出版预案流程，确保面对突发公共事件的科学决策行为。现有应急出版经验与应急出版流程，是以传统的采编与印刷为核心的出版流程，不能适应以互联网为基础的全媒体应急出版环境，提升应急出版物的传播效果才是核心，出版社迫切需要建立全媒体的应急出版流程（图1）。在突发公共事件出现后，出版社启动应急出版小组，根据出版事件与国家相关出版精神确定应急选题，利用日常积累的专家与作者库，用最短的时间完成项目立项、撰写、审定。出版社应急出版领导小组根据全媒体出版与传播优势，需将应急出版物以三种方式进行出版与传播，满足政府、媒体、公众对应急出版的需求。第一，以电子出版物为主。可采取编辑电子书、有声书等形式，发挥数字出版的快速传播优势，第一时间免费向公众传播。第二，发挥新媒体传播平台优势。构建基于互联网、社交媒体、短视频平台的传播手段，发挥新媒体高活跃度、高影响力、高传播效率的优势，向公众宣传出版物信息，提供免费电子版下载与阅读。第三，适时出版纸质出版物。应根据突发公共事件类型与传播对象的阅读需求，确定纸质出版物的出版形式，以提升应急出版物的传播效果为核心。

（二）需提升应急出版能力

应急出版能力是出版社出版经营水平的表现，也是出版社应对突发公共事件出版作业的考验。并非所有的出版社都需要设立应急出版预案，也不一定参与突发事件的应急出版，但应急出版能力却是评价出版社出版能力

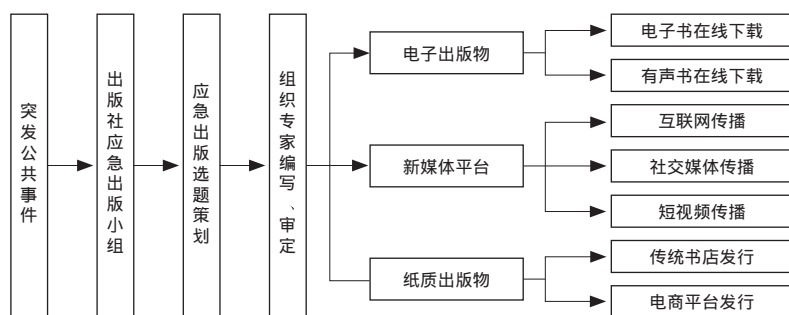


图1 出版社突发公共事件全媒体应急出版流程图

的核心指标之一。出版社的应急出版能力构建需要从日常出版中逐渐积累，一方面培养敏锐的突发公共事件出版策划能力，结合出版社的定位，根据突发公共事件的类型策划、编辑、出版相应出版物；另一方面应当在日常出版中建立专家与学者数据库，及时更新数据库，了解专家学者的研究趋势，为应对突发公共事件应急出版积累人力资源。出版社还应当发挥技术优势，利用大数据技术辅助应急出版，^[9]借助大数据技术分析舆情，了解潜在的突发公共事件的发展，做好应急出版的选题与资源储备，比如热门词条、微博热搜、专业机构信息等，提前做好潜在突发公共事件研判，为应急出版争取选题先机，争取相对充足的出版时间和出版人力资源，从而增强出版社的应急出版能力。广东科技出版社注重应急出版能力的提升，面对突发公共事件均及时出版相关图书（表2）。面对突发新冠肺炎疫情，从策划选题到出版仅用时48小时，成为全国最早出版的新冠肺炎防疫出版物，《新型冠状病毒感染防护》为公众提供了权威、专业的病毒防护指导。该书的出版不仅来自社领导与编辑团队强烈的使命感与责任心，更重要的是该社在长期的出版过程中锻炼出了较强的应急出版能力，对国内出版社具有重要的参考价值。

（三）借助突发公共事件传播国家形象

突发公共事件具有极强的新闻效应，往往伴随着大量负面的新闻报道，对其所在国家的形象造成一定的影响。以此次疫情为例，由于世界各国不能及时、客观和系统地了解疫情的发生过程，以及新冠病毒的病因、传播、治疗与防护等信息，在疫情导致的突发性与恐慌性影响下，很多国家对我国的防疫工作持负面的认知。以美国为

[9] 李海凌.大数据时代医学出版的选题策划[J].中国编辑, 2014(3): 43-44.

表2 广东科技出版社应急出版情况表

出版时间	突发公共事件	出版图书
2020年	新型冠状病毒肺炎疫情	《新型冠状病毒感染防护》
2019年	非洲猪瘟疫情	《非洲猪瘟防控知识问答》
2011年	福岛核电站泄露事故	《核辐射安全防护知识问答》
2010年	口蹄疫疫情	《口蹄疫防控知识问答》
2008年	汶川大地震	《生命救助手册》
2008年	手足口病疫情	《手足口病防治手册》
2004年	禽流感爆发	《禽流感预防与控制》
2003年	非典型肺炎疫情	《防治非典型肺炎中药处方与食疗》

首的西方国家刻意抹黑,导致我国积极的防疫应对措施成为西方国家攻击的理由,由此可以看出突发公共事件会对国家形象造成影响。面对突发疫情,需要传递我国防疫工作的积极有力措施,发出中国声音,用出版讲好中国故事,通过突发公共事件塑造和传播国家形象,成为出版企业应急出版的重要责任。对出版社来说,客观、准确、系统地向国内外公众传递科学的防疫措施,第一时间策划防控新型冠状病毒肺炎出版物,是避免西方国家刻意扭曲、抹黑我国形象最好的方式。一方面,要加强对防控疾病的出版物的策划与出版,让国内外专家、媒体、公众了解科学的防护手段,主动翻译成多国语言版本,并授权给同样面临疫情困扰的国家出版;另一方面,出版社还应当启动突发公共事件系列出版物的策划,推出一批反映在抗击疫情中的感人事迹、典型人物、重大事件的图书及音像出版物,向国内外讲述中国故事,传播中国声音,充分发挥突发公共事件的聚焦作用,实现转危为机。

(四) 应承担突发公共事件应急出版的社会责任

突发公共事件大多为重大流行疾病、突发自然灾害、重大生产事故,对一个国家的治理构成极大的挑战,也对公众造成深远影响,因此对突发公共事件的有力应对是一个国家治理能力的体现。应对突发公共事件需要调动各种社会资源,目的在于控制事件的发展,将事件影响降到最低,因此具有极强的公益性。从我国本次新型冠状病毒疫情应急出版来看,发挥出版社在应急出版中的信息传播作用,向公众传播科学的病毒防控手段,是出版社面对突发公共事件所承担的社会责任。从已经出版的25种应急出

版图书来看,我国出版企业面对突发疫情主动承担了相应的社会责任,积极联合各级疾控中心、医疗机构和相关的专家学者,通过免费的方式向公众出版关于新冠病毒防控与应对的出版物,对全国的疫情防控工作发挥积极作用。面对突发的公共事件,出版社应当从以下三个方面开展应急出版,承担更大的社会责任。第一,根据信息传播方式与阅读行为确定出版形态,积极探索新的出版形式,发挥互联网、电子书、有声书、社交媒体的传播影响力;第二,向公众提供低成本高价值的应急出版物,让公众及时通过电子书、网络出版物、社交媒体等方式,免费获取相关图书资料,实现应急出版图书的有效发行;第三,可依托出版社的定位与资源优势,实现差异化的出版,满足公众的信息阅读需求。

(五) 利用突发公共事件营销

面对突发公共事件的应急出版与传播,将为出版社提供一次展示出版实力的机会,也是出版社塑造形象的机遇,同样也是出版行业竞争与洗牌的过程。出版社通过突发公共事件的应急出版,可以向全国新闻媒体、出版机构、图书作者与广大读者展示企业实力,传播企业形象,确立所在行业领域的竞争优势,为未来的市场竞争奠定基础。比如,以科普类图书出版经营为主的出版社,利用突发公共事件的应急出版物策划,能够树立在科普图书出版领域的专业形象;而以教育出版为主的出版社,借助于各地教育部门“停课不停学”的号召,积极推出满足学生学习需求的电子出版物,无疑也是展示企业形象,拓展出版市场难得的机会;甚至是以出版人物传记为主的出版社,也可以参与突发公共事件的应急出版,主动策划与突发公共事件相关的选题,去发现、记录、讲述突发公共事件中的平凡的人与感人的事,提升出版社的综合竞争力。综上所述,应急出版并非仅限于突发公共事件相关性学科或行业的出版社,而是要增强整个出版界的应急出版意识与社会责任意识,增强出版社的事件营销能力,实现出版社承担社会责任的同时,为出版社赢得新的市场发展机会。

(作者单位:周华清,福建工程学院人文学院,澳门城市大学人文社会科学学院;郑骋,澳门城市大学人文社会科学学院,揭阳职业技术学院)