

新媒体传播时代图书出版编辑工作转型措施

任小明

山西教育出版社 030002

[摘要]新媒体时代背景下,信息传播速度更快、传播方式更加多样、覆盖范围更加广泛,给传统出版业带来了较大的冲击。基于此,本文采用理论与实践相结合的方法,概括了新媒体的优势,总结了创新图书出版编辑工作的重要性,提出新媒体时代图书出版编辑应转变传统思维模式、优化整合资源、把握市场需求、革新图书发行模式、重视人才培养的工作策略。

[关键词]新媒体;图书出版;编辑;发行;创新

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2020.04.378

引言

在新媒体时代,人类生产生活都无法离开网络,阅读方式也发生了巨大变革。图书出版行业需了解新媒体时代特点,实现智能化和网络化出版,逐渐扩大图书编辑的视野。图书出版单位若想在市场中站稳脚跟,需要借助信息技术的优势,满足新时代客户的要求。另外,传统图书编辑模式需要积极改变,适应时代发展,在工作模式和工作理念上进行创新,才能保证持续发展。在工作模式创新中,需要结合信息技术,重视服务质量与出版质量。

一、新媒体研究背景

阅读对人们的成长、生活起着举足轻重的作用,它使人在阅读中获得快乐,也可以从中学习知识,陶冶情操。从目前的形势来看,随着社会经济的发展和现代社会的不断进步,人们越来越喜欢“快”字,因此,只有真正地满足了读者的需要,才能让读者更好地理解并接受图书,从而促进读者在日常生活中更好地进行阅读。

传统的图书出版业在吸引读者方面表现出了很大的局限性,在海量的图书中很难准确地找到他们所需的图书。但是,随着信息化水平的不断提高,读者可以根据自己的实际需要,快速、准确地选择图书。这就导致了过去的图书出版编辑工作不能适应当今新媒体的发展,需要对其进行进一步的完善与提高。现在的社会生活越来越紧张,人们越来越倾向于追求更快的生活方式,将自己的业余时间划分为几个不同的区域,因此,在这个时代,传统的纸质图书因为携带不便,很难满足人们的实际需要,而智能手机、平板电脑等设备有方便携带和容易存储等优势,深受广大读者喜爱,成为当下最为广泛应用的阅读载体。因此,图书编辑必须积极地进行相应的变革,使之与当今社会发展的现实需要相适应。

二、新媒体时代图书出版编辑工作问题

(一) 图书编辑内容质量差

在新媒体时代,网络电子图书对传统图书出版行业造成了巨大冲击,很多人改变了阅读方式,通过软件或者硬件设施进行阅读,购买纸质图书的数量逐渐减少。针对这种问题的出现,首先需要考虑网络阅读优势,网络阅读突破了时间与空间限制,阅读者可以在任何地点、任何时间进行阅读,并且根据喜好选择阅读内容。其次,青少年对电子设备保持较高的兴趣,电子阅读或者是网络阅读,可以满足当代青少

年阅读需求,人类的阅读习惯发生了巨大变化。最后,在新媒体时代,虽然图书编辑工作逐渐进步,但依然无法紧跟时代步伐,在图书编辑内容方面出现质量低劣与浅薄等问题,纸质图书出版还会受到纸张和印刷清晰度等因素影响,相对于纸质图书而言,电子阅读方式更能带给读者愉悦的阅读体验。

(二) 内容无法满足群众需求

进入信息化时代,图书行业受到的冲击相对较大。从读者角度来看,物质生活和精神追求同样重要,在物质生活水平不断提升的背景下,只有拥有更高精神追求,才能为时代发展提供助力。阅读是进步的重要方式,阅读也能愉悦内心。目前,经济发展水平和群众精神高度不在同一层次,群众的内心较为空虚,需要通过阅读愉悦精神。在大数据技术和智能技术出现后,迫使图书出版行业做出改变。数据显示,传统图书在内容、作者以及设计等方面,始终需要关注的重点仍是内容,内容仍然是图书选择的重要因素之一。图书编辑从业人员由于素质不高,在内容编辑时出现跟风情况,读者在选择图书时也会被低水平图书吞没,无法接触到质量过关的图书,从而会导致读者失去阅读信心。部分图书出版单位为获取更多经济利益,往往通过炒作获取短期利益,从而影响名誉,导致图书出版行业无法实现持续发展。

(三) 出版模式和社会发展不匹配

在新媒体时代,行业发展需要和市场匹配,在已有发展模式上积极创新,才能保证市场地位。对于传统图书行业而言,若想在竞争激烈的市场生存,需要改变滞后的出版工作模式。在信息快速交融的今天,传统图书编辑和传播以及售卖需改变工作模式,通过智能出版或者数字出版,为行业注入全新活力。对于传统图书行业而言,积极转型是必然的,目前很多图书出版单位仍采用传统管理手段,缺乏动力与活力,企业转型无法达标。出版单位和书店仍将图书售卖作为盈利方式,数字技术手段相对落后,无法顺应时代发展要求。

三、新媒体时代图书出版编辑工作创新路径

进入新媒体时代,图书从业者需要了解社会发展和市场定位,从宏观角度制定发展方案,才能为图书编辑工作发展提供基础。

(一) 转变思维模式

新媒体时代,受众的阅读方式发生了显著变化,传统图书要在激烈的市场竞争中占据一席之地,就必须科学应用新媒体技术,因此,图书出版编辑人员要充分认识到新媒体技术的重要性,积极转变思维模式和工作方式,最大限度地满足读者的个性化需求。首先,要及时摒除传统出版模式存在的各种劣势因素,有效利用新媒体的针对性和服务性等优势对图书出版工作进行全面、系统地规划;其次,需要进一步丰富图书的内容和形式,利用新媒体技术优化图书宣传、推广模式;最后,还可以借鉴其他国家的先进经验和先进技术,革新并完善出版模式,更好地满足读者需求。

(二) 优化整合资源

数字技术的应用不仅能拓展资源收集途径,还能突破时间、空间的限制,有效缩短出版时间。在新媒体时代,首先,编辑出版人员要具有网络思维,善于借助互联网拓展出版工作的范围,并合理规划出版信息资源,确保选题策划、推广以及素材筛选的数字化、网络化。其次,编辑出版人员要具备资源整合能力,能在深入分析信息资源的基础上把握行业趋势,延伸图书出版产业链,并科学应用电子信息库和数字图书馆等,充分挖掘专家、作者资源,提高编辑出版工作的效率。

(三) 创新营销手段

归根到底,图书出版的终极目标就是受众要广,它既是知识传播的一种重要方式,又是一种商业活动,因此,要使整个图书出版业和新媒体之间能有机融合,就必须在原有的基础上,通过新媒介技术,加强对影响图书销售手段的创新。以往,国内出版商在销售图书时,大都采取组织阅读活动或实地宣传等方式。但是,此类营销方式往往会耗费大量的人力、物力,而且存在着效率低下等问题,从而限制了图书的有效销售。而在新媒介技术飞速发展的今天,出版社可以利用新媒介的方式来提升市场营销的整体水平。一方面,通过新媒介的传播,可以极大地调动读者的积极性和主动性,在出版的过程中,通过网络进行适当的宣传,让读者产生一种“粉丝”的感觉。在新媒介时代,随着网络技术和大数据的飞速发展,读者和作者之间的关系得到了进一步的改善,打破了传统的单向沟通,更好地促进了读者和作者之间的沟通,这对于出版社和作者而言,都起到了很大的促进作用。另外,粉丝们也有自己的社交平台,可以起到很好的宣传作用,从目前的图书市场来看,很多人都是靠着自己的粉丝,才成为畅销书的。在新媒介迅猛发展的今天,图书出版业的相关工作人员要积极地吸取各种成功的经验,把这些经验与图书出版工作有机地结合起来才能跟上时代的发展。建立了一个良好的读者群体意识,并在各大平台上协助作者将粉丝们聚集在一起,真正体现了粉丝的价值,从而推动了图书的高质量发展。同时,要利用现代科技手段和渠道,拓展当前图书市场的销售形式,比如,利用微信、微博、短视频等平台进行营销,使之达到声像同步、图文并茂的效果。

另外,近年来,随着网络技术的快速发展,以及人民的生活水平不断提高,消费者对网络的需求越来越大,因此,在网络营销的同时,也可以加强网络的推广,提高图书的销售效率。

(四) 运用超媒体编辑

新媒体传播时代是信息量爆炸的时代,人们每天从不同的渠道接收大量的信息进行筛选,选择自己喜爱使用的方式来接收选定的内容。当前全生态平台让图书内容的呈现更加具有冲击力,快速给人留下印象,吸引人们阅读。人们选择阅读方式时,也更加青睐电子书、有声书等阅读形式。纸质图书也逐渐向电子书方向发展,或者拓展该渠道。对于图书编辑来讲,超媒体编辑能力成为当前必须掌握的技能。超媒体编辑能力指的是制作符合人们信息浏览习惯的内容,将多媒体和超文本穿插融合,充分利用超文本的功能,处理多媒体信息,让文章的互动性更强。出版编辑工作除了为读者制作图书相关的文本,还可以开发出更丰富的形式,如超文本结合微视频,图文动态显示,让文本不再局限于文字,而是图文并茂、动态有声的阅读资源。例如当前儿童非常喜爱的电子绘本。根据绘本背面的二维码,进入一个超链接文本,有电子书,有动画,有讲故事的音频,还可以进行简单的点击互动,对于孩子来讲,非常新奇有趣,比单独读故事要更吸引人,他们对故事的记忆和理解也更深刻。

(五) 优化编辑技术,提升图书编辑质量

在新媒体时代,图书编辑工作需要针对技术手段进行创新,提升图书编辑质量。图书编辑在工作内容方面涉及较多,例如图书主题设计和图书内容编辑,后期还涉及推广与营销,若始终沿用传统工作方法,不光无法提升图书编辑质量,图书营销范围也无法扩大。因此,图书事业发展需要将数字技术作为基础平台,通过使用先进技术手段,不断更新图书内容,满足图书事业多元化发展要求。另外还需将纸媒和新媒体进行充分融合,为图书出版事业稳定发展创造空间。

四、结语

综上所述,新媒体时代的到来在极大程度上冲击了传统的图书出版编辑工作,为了更好地同市场需求相适应,出版行业要积极采取相应的创新措施。图书出版编辑工作者应当积极学习当下各种先进的知识以及专业技术,并对图书的出版有更加正确的认识,不能一味沿用传统的方式方法进行工作,要立足于时代发展和市场需求,更加科学合理地对图书进行优化选择,同新媒体技术相结合,实现图书市场营销水平的提升。

参考文献

- [1] 彭宝中.论图书出版领域编辑意识形态理论素养的建构[J].百科论坛电子杂志,2019(2):761.
- [2] 孟盟.新媒体视角下的图书出版编辑现状及其对策[J].青春月,2019(33):43.