

传统出版编辑向复合型出版编辑转型途径

夏显夫

(花城出版社 广东 广州 510075)

[摘要]网络信息发展速度非常快,媒体的形式也多种多样,线下实体被线上网络科技取代,人们的日常阅读活动产生了翻天覆地的变化。网络和手机移动终端的连接显然更加具有融合性,大大超越了传统纸质图书和出版媒体的使用效率,因此传统的出版编辑必须要向复合型的出版编辑转型,以便于适应多元化的社会发展态势。文章阐述传统出版媒体向复合型出版媒体转型的途径,以便于促进边境领域内的发展,并提供有价值的参考意见。

[关键词]传统出版;出版编辑;复合型出版编辑;转型途径

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.07.358

引言

随着互联网技术的快速发展,新媒体的形式也多种多样,人们接触到各种各样的媒介形式,并且在新的形势之下有了新的思考。现代受众更加喜欢使用便捷的电子设备进行阅读,从而能够使传统出版形式向复合出版形式转型,随着媒体融合时代的不断发展,阅读效率的逐渐提升,阅读碎片化形式的逐渐发展,都对于传统出版行业产生了巨大的冲击。

1 传统出版编辑向复合型编辑转型的障碍

1.1 对新技术存在抵触心理

不可否认,在传统的出版编辑向复合型编辑转型的过程中,传统的优越感一直存在,虽然新媒体融合的时代不断发展,传统的出版编辑领域也受到了很大的挑战,但是很多传统的编辑仍然认为新技术只是昙花一现,或者只是一种技术性的手段,并不能完全取代以往的出版形式。虽然目前新媒体技术在互动性和开放性方面占据明显的优势,给传统的出版行业带来了极大的挑战,其发展理念,发展方式,传播速度明显优于传统的纸质印刷,但是还是有很多出版社或出版编辑,对于复合型的编辑转型是抵触的,认为传统的出版编辑仍然能够焕发新机,而复合型的编辑转型,只是在某种程度上帮助传播纸质图书的手段。

1.2 缺乏对新技术的正确认知,无法将新技术应用到实际工作中

这种对于新技术存在抵触的心理现象,其主要原因是因为传统出版行业内并没有很多新型出版技术,有很多职业出版人没有办法将新的技术应用到自己的实际生活之中,对新技术的抵触心理常常是因为新技术本身有一定的难度。从传统出版编辑向复合型编辑转型,往往需要从心理上认可新技术,但是目前大部分的编辑认为新型出版模式比较复杂,而且有很多编辑方式闻所未闻,如果没有经过一系列的考察和发展,那么很有可能没有办法帮助新时代的媒体人向复合型的方向转变。目前一个比较大的问题就是以新技术为主导的复合型编辑培训机制滞后。很多编辑因为没有相应的技术,因此不愿意主动的尝试和改变。

2 传统出版编辑向复合型出版编辑转型途径

2.1 积极更新工作理念

为了使得传统的出版行业获得新的行业生存和发展空间,一定要首先接受新型的出版技术,并且逐步向复合型编辑转型。如果缺乏正确的认知,那么就没有办法获得全面的发展,因为在新媒体的阅读方式和营销方式方面存在不足,传统的编辑认为新型出版模式比较复杂,相比传统的编辑,一定要有新的数字化选题能力较强的文字功底,而且一定要有专业的判断力。因为学习型的技术,是很多网站和媒介使用是非常推崇的一种方法,但是这种方法是存在一定技术要求的,必须要对于这些创新性的数字技术能够运用自如,并且在传统的文字编辑结束之后,编辑工作人员

2.2 努力学习创新型技术

传统的编辑只是有一定的编写和搜集素材的技能,并且在实际的选拔过程中,可能要求其对于出版产品的市场信息比较敏锐。但是在新的历史时期,复合型的编辑被提出了更多的要求,相比于传统的编辑,一定要有新的数字化选题能力较强的文字功底,而且一定要有专业的判断力。因为学习型的技术,是很多网站和媒介使用是非常推崇的一种方法,但是这种方法是存在一定技术要求的,必须要对于这些创新性的数字技术能够运用自如,并且在传统的文字编辑结束之后,编辑工作人员

要有可以将相关内容应用到相关界面的技能,并且能够根据出版产品需要,插入适当的图片、声音以及视频等形式的内容来使得出版产品更加丰富。

2.3 打破传统思维的禁锢

加强对于编辑工作人员技能培训的同时,一定要定期的考核其用新型技术处理出版产品,编写和整合新型出版产品的技能水平是否有所提升。对于现在出版产品的市场信息运营数据等,必须要有全面的分析,要能够在第一时间内了解读者的想法,并且在向复合型编辑转型的时候,可以通过引进其他先进的技术和人才,促进传统思维的突破。为了打破传统的思维,一定要对于新的内容进行合理的筛选和把关,督促传统的编辑人员在拓展专业知识的同时,向复合型的编辑转变,打破传统的思维局限并且能够在编辑人员更新工作理念,掌握新的先进技术之后,实现对于出版产品品质的把关和筛选。打破传统思维的桎梏,是为了能够使其眼界更加开阔,对于编辑人员的责任意识进行培养,培训之后能够使其思维更加适应新时代的发展。

2.4 对内容进行更严格的筛选及把关

新的宣传方式能够得到传统出版行业的青睐,首先对于出版内容进行严格筛选,适应新时代的发展特征,并且传递正能量,对于读者来说成为一种新的增值服务,并且在完善通信手段的同时实现速度更快的传递。在多媒体融合时代,利用可利用的有价值,信息结合多样化的应用技术,在传统的出版编辑行业内,对于出版内容进行精心设计,对内容的严格把关,能够更加引致读者的青睐。

2.5 掌握有效的数字营销手段

在编辑内容的选择上,将会借助多年的工作经验和人脉优势,结合网络信息的方法对于新的思维品质有新的想法,使得出版产品的选题更加具有时代意义和时代价值。在媒体融合时代,可以利用信息和多种多样的传递技术,使数字营销手段拓展出版物的影响力,并且使新闻的传输速度更快。通过这些新的营销方式,使得产品能够在很多新的传递途径蔓延,通过微信公众号,编辑人员可以将出版产品最为精华的宣传内容、最吸引读者的信息发送给读者,在通过读者的微信群转发、朋友圈转发,其宣传的速度和影响的范围都是十分理想的。

结束语

为了能够使得传统出版行业在新的时代焕发生机,就需要将其转型的路径研究的更为透彻。满足传统出版编辑向复合型出版编辑的转型,使得未来出版领域百花齐放,全面推进复合型出版媒体的融合,促进该领域在信息时代的显著进步。

参考文献

- [1] 赵海霞. 大数据时代对传统图书出版编辑的冲击及对策[J]. 传媒论坛, 2020, 3(21): 97+99.
- [2] 谢放. 传统出版编辑向复合型出版编辑转型途径探析[J]. 传媒论坛, 2020, 3(18): 77+79.
- [3] 刘一霖. 传统出版编辑向复合型编辑转型探析[J]. 传媒论坛, 2019, 2(11): 138+140.
- [4] 贾卫华. 传统出版编辑向复合型编辑转型途径的探析[J]. 记者观(09): 37.

关于提高国际天气预报节目服务质量的思考

刘波

(北京华风气象影视有限公司 北京 海淀 100081)

[摘要]随着全球化的发展,涌现了越来越多的“国际人”,天气预报电视节目的受众也越来越国际化,如何针对这些观众提高节目本身的服务性是本篇文章的思考角度,同时结合本人目前工作的3档国家级天气预报节目,谈一下国际天气预报的服务视角及如果提高服务质量的问题。

[关键词]国际天气预报;服务视角;服务质量

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.07.359

引言

国际天气预报节目是中国电视天气预报对外传播的一个形象代表,不仅代表着中国电视天气预报节目的制作水准,同时也是海外人士获取自己国家天气预报的主要来源,另外,也是海外华人华侨思乡的一个情感寄托和载体。做好国际电视天气预报节目,不仅能够向全球观众播报中国乃至全球的天气信息,还承担着介绍中国文化,做好文化输出以及引导国际舆论的任务。

目前中国的国家级的天气预报节目,有CCTV4天气预报节目,每天四档节目向国际华人播报中国乃至全球的天气信息;CGTN天气预报节目,每天六档用英文播报的形式向海内外观众传递气象信息。新华社天气预报,主要针对东南亚地区观众传递天气新闻和信息。

1 电视天气预报的服务定位

电视天气预报节目已经渗透到社会的各行各业,人们观看电视天气预报的目的不再是单纯的获取天气信息,而是根据个体的差异有着各种各样的目的。

1) 单纯获取天气信息——“天气”预报

虽然人们对于信息的获取有着不同的个体差异,但是根本性还是天气信息的获取,比如说对于交通、旅游、医疗、农业、房地产等等经济生活的需要,以及个体生活的需要,所以电视天气预报在制作的时候一定要突出自己的定位,目前国家级天气预报节目基本上按照服务电视频道的不同有了定位上的差距,但是综合性频道的电视天气预报节目还有着这种界限的模糊,这就需要电视天气预报制作作者科学的制定符合观众需求的天气预报内容,细化天气变化对于人们生产生活的需要,使得电视天气预报的服务更加精准化、从根本上满足人们获取天气信息的需要。

2) 获取更加专业权威的解读——“科普”预报

对于很多观众来说,看天气预报节目并不只是为了获取天气信息,而是增加对另一领域的了解,比如说台风、飓风等等的命名,排号以及危害,比如说回南天,比如说寒露风等等这些更专业一些的天气名词,人们更需要得到一些专业权威同时又简洁的解答,所以在节目制作过程中不能为了科普而科普,而更多要考虑对观众的负责和尊重,保证科学准确的同时,创作出观众乐意看、看得懂的气象科普节目,力求形式多样化、生动活泼、引人入胜。

3) 出于对新闻事件的关注——“新闻”预报

快节奏的社会发展,人们对于信息的获取更加及时,也更加冗杂,天气跟人们生活息息相关,天气新闻也更加吸引人们的眼球,在天气预报常规节目中加入对天气新闻的解读,会更加及时的满足人们对于时事的好奇心,比如近两年在新闻节目中穿插气象专家连线节目,通过直播连线天气分析员,使得气象专家的解读第一时间权威发布出去。

2 国际电视天气预报的服务视角

2000年以前,大家获取天气预报的形式比较单一,就是集体围坐在电视机前等待电视天气预报节目,随着新媒体的发展,人们获取信息的途径更为丰富,电视天气预报节目也受到了前所未有的冲击,人们对天气预报的诉求也越来越多样。人们希望天气预报越来越准确,同时,也希望节目的制作风格鲜明,形式多样,更加丰富多彩。而国际电视天气预报节目因其特有的观众定位,服务视角要更加特别和精准。

1) 着眼于全球华人华侨——满足家国思乡情怀

国际天气预报节目的受众很大一部分来自海外的华人华侨,他们看天气预报的目的,某种程度上仅仅是一种思乡情怀的表达,有的华人华侨更像是2000年前国人