

新时期传统出版与新媒体融合的问题及发展策略

张琳

(重庆西南师范大学出版社有限公司 重庆 400715)

[摘要]新时期中,随着信息技术及新媒体技术的发展,传统出版与新媒体融合是必然选择。传统出版与新媒体融合能够推动传统出版行业的持续稳定发展,促进传统出版产业转型升级,是新时期传统出版突破发展的重要方向。

[关键词]新时期;传统出版;新媒体;融合发展

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.05.079

近些年来,在互联网和智能技术的冲击下,传播形式、内容、速度更加多元、丰富、快捷,新媒体成了传媒行业的新形势。而历史悠久的传统出版行业逐渐陷入困境之中,不得寻求新的发展形式,面临着与新媒体融合发展的挑战。本文主要对新时期传统出版与新媒体融合的问题及发展策略进行研究,以期能够为传统出版的可持续发展提供一些帮助。

一、新时期传统出版与新媒体融合的优势

新媒体具有数字化、互动性、便捷性等优势,其中数字化不但对人们的阅读习惯、方式产生了变革性的影响,还丰富了人们的阅读资源,产品形式多样化,不但数字化阅读产品,还有多媒体产品,如:视频、音频、图像等;新媒体的互动性。借助数字化平台,作品质量得以提升,服务者和阅读者之间互动性加强,读者和作者之间实现了双向沟通;新媒体的便捷性。借助新媒体设备,人们随时可以获取相关的阅读内容,如:手机、平板等,获取途径、内容更加便捷、高效。但快餐式的阅读方式对阅读意义产生了负面影响,不利于健康阅读的养成。

在此环境中,传统出版物读者群、市场份额正在逐步减小,持续发展面临着新媒体的冲击。为了稳固自身的发展实力,传统出版需要新媒体融合在一起。一方面,传统出版物传播效率低、内容针对性不强,很难长期吸引大众的关注。而新时期,借助新媒体,传统出版物的受众范围能够得到一定的拓展,通过多种不同的平台,传统出版物可以拓展自身的传播渠道,从而获得更多人的关注,宣传范围得以扩大;另一方面,传统出版物更新周期长、速度慢,难以满足新时期人们的阅读需求。而借助新媒体的便捷、快速优势,传统出版物适当创新内容、发展理念,通过优化业务流程,可以满足人们快速找到自己需要阅读产品的需求;另外,传统出版速度慢、内容简单,而新时期,借助新媒体通过微博、微信等渠道,通过为读者提供舒适、优质的阅读资源开发,可以促使人们快速地获取大量相关信息,实现可持续发展目标。

二、新时期促进传统出版与新媒体融合的有效途径

1. 树立融合发展思维

新时期中,为了促使传统出版与新媒体融合,应树立融合发展思维,明确市场定位。一方面,传统出版应改变以往注重图书内容的思维及理念,树立融合发展思维,借助新媒体思维,从传统出版行业入手,通过图书内容促进服务、技术、资源、用户等各方面的联系,实行改革创新,形成“内容+”的出版新理念、思维,促进传统出版转型升级。同时传统出版行业工作人员应以科技创新为切入点,创新工作理念,把握好新媒体发展机遇,以主动的姿态参与到传统出版工作中。如:传统出版行业工作人员应不断通过网络教学补充自己的知识短板,利用新媒体渠道收集当前相关培训内容,从而促进传统出版符合实际需求,获得更多用户。

2. 明确市场定位

新时期中,传统出版与新媒体融合,应明确自身定位,在深刻认识自己的资源优劣势、全面了解市场情况的基础上,通过扬长避短、深入调研消费者的实际需求、潜在需求,实施

线上数据与线下零售相结合的方式,制定自身的差异化竞争策略,开发差异化产品,革新技术和观念,丰富内容数据,从而为消费者提供差异化服务、开辟差异化细分市场。如:通过将一定的图书封面作为输入,形成任意输入一个图书封面的编码,并对其进行大数据建模后,可以进行深度卷积神经网络的学习,能够快速找到和这个封面为类似的其他封面,可以促使消费者在海量图书中快速的找到与其类似的图书封面。

3. 以图书内容为核心

新时期中,传统出版与新媒体融合应实现技术与内容的有效融合,才能促进可持续发展。一方面,新时期中,图书出版依旧需要以内容为核心,在确保内容优质的基础上,将内容作为首要考虑因素,才能获得更多消费者。因此,图书出版应根据新时期读者的需求,在确保图书出版内容健康的基础上,以优质的内容为核心,选择符合市场及读者需求的图书出版。并且应摒弃落后思想观念,剔除内容陈旧的图书,结合新媒体的特点,开发多种不同的表现形式,通过应用数字技术,提升图书出版效果,吸引更多人的关注。同时,新时期中,图书出版应与互联网结合,通过数字化加工,设计出多种不同风格、层次的图书作品,满足读者的阅读需求。如:根据读者的需求,通过构建图书资源平台,适当设置付费方式等途径,提升图书出版效益。

4. 实现传统资源数据化

传统出版图书数量多,甚至有些已经成为文物、孤本。新时期中,图书出版企业应构建条目式数据库,根据自身的实际情况,形成大型知识库。同时,对已出版的图书,根据出版年份、作者、提要等元素,借助新媒体技术、信息技术等各种新技术的应用,提供书目检索,方便读者快捷地找到符合自身需求的图书;对于已经出版的一些名家著作,应由知名演播人员以音视频的方式播放原书知识,将音像资源和互联网结合在一起,通过公开课、付费知识课程等形式,扩大图书出版影响力;对于较高学术价值、符合市场与读者需求的图书,应在数字化处理后,根据相关法律法规合理解决图书版权后,上传到不同平台,实现有偿服务。如:对于一个较高学术价值、具有影响力的作品,可以充分发挥这些图书的价值,将其作为付费书籍向读者展示,不断提升图书出版的效益。

参考文献

- [1]马莹.融媒体时代传统出版社的营销转型策略[J].传媒论坛.2021(04)
- [2]屈闻聪;刘洋.传统出版业数字化转型:困境、国际经验与对策[J].新闻传播.2021(01)
- [3]吴英华.图书出版与新媒体融合发展的路径选择[J].记者摇篮.2021(03)

作者简介:

姓名(张琳 1984.7.17),性别:女,民族:汉,籍贯(四川省遂宁市),学历(硕士),职称(出版专业技术人员中级),研究方向:课程与教学论,工作单位:重庆西南师范大学出版社有限公司(邮编:400715),单位地址:重庆市北碚区天生路2号。