

融媒体时代少儿图书编辑面临的困境及对策探析

李颖楠

(希望出版社有限公司 山西 太原 030012)

[摘要]随着融媒体时代来临,少儿图书编辑将会遇到许多发展机遇和挑战。与少儿相关的图书应遵守以少儿为中心,秉承以内容为主的基础原则,在传统编辑模式与观念的基础上,顺应融媒体趋势,开辟出全新道路。因此,面对信息革新,少儿图书编辑需加强市场意识与创新思维,高效促进传统少儿图书观念与融媒体传播机制的结合,为创新新时代少儿图书市场而努力。本文对融媒体时代少儿图书编辑的困境进行分析,并针对符合时代的发展方向提出有关解决对策。

[关键词]融媒体时代;少儿图书编辑;困境;对策

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.04.1338

引言

科技信息技术的迅速发展,使得出版行业经历了从传统的纸质出版到新载体出版的巨大跨越。少儿图书作为行业的关键组成部分,在该种格局与环境下,面临着融媒体时代所带来的种种挑战与机遇。对少儿图书来讲,其主要挑战是因为其固步自封和无法紧跟时代发展;而机遇则为少儿图书在载体与内容上,都将会有更多方向来发展和突破。

一、少儿图书编辑工作的困境

(一) 市场化冲击,编辑制度被弱化

在经济利益的影响下,编辑体制的弱化越来越严重,可以体现在少儿图书的每一个环节。进入新时代,少儿图书出版走上了企业化经营之路。少儿图书出版市场也受经济利益所驱动,追求经济利益是每一项业务的核心。追求效率是行业发展的原动力,但也会显著降低少儿图书编辑的质量和品味,导致出版质量参差不齐。造成这种现象的一个重要原因是编辑系统具有一定的局限性。

由于少儿图书出版已开始向市场化发展,首先需要保证出版物的盈利,导致少儿图书编辑进行策划时既没有根据市场需求来进行编辑,也没有考虑受众群体,而是仅仅以获取经济效益为目标。与此同时,整个市场的研究体系也在弱化。在传统的少儿图书编辑系统中,和其他图书的出版流程一样,编辑需要研究少儿图书市场、书店和其他少儿图书销售地点,研究读者,并整合和分析大量数据和信息,并得出结论。然而,在现代运筹学的过程中,研究往往变得模棱两可,变成文字游戏,在这个过程中变成一个环节,缺少了很多实质性的研究或参考,一本书的出版,是否能真正符合市场需求和内容并未能得到真正论证,审读评制度也比以往大大简化。以往编辑收到稿件后要严格审查内容,同时将同行评审和编辑工作结合起来,让作者反复修改润色。但现在,这些流程正在弱化,图书质量每况愈下,许多少儿图书编辑系统因误以为遵循流程、注重经济效益而搁置。

(二) 产业化背景下,资源配置陷入困境

在产业化的背景下,资源配置是有问题的。所谓产业化,是指主要在数字化、网络化、信息化趋势下形成的大规模产业。网络和信息化在一定程度上促进了少儿图书的出版,同时也扩大了受众,但也造成了出版业资源的冲突。电子书、有声书、移动网络书等的出现,给出版商的纸质阅读市场带来了不小的压力。纸张市场越来越低迷,一些出版商转型、倒闭或破产。这与网络出版的繁荣形成鲜明对比。因此,如何实现少儿图书出版资源的合理配置,为出版商带来经济效益,是少儿图书编辑面临的新挑战。

二、对当代少儿图书编辑工作困境的解决对策

(一) 完善目前少儿图书编辑工作制度

出版企业未建立完善的图书编辑管理制度,会严重影响少儿图书编辑工作。多数少儿图书编辑会按照主观意识来进行选择和编辑图书内容,致使发生少儿图书质量参差不齐的现象。出版企业完善少儿图书编辑管理制度时,应从少儿图书选题的市场调研、审读制度、编辑的校核制度和人员管理等方向上开始发力。在少儿图书市场调研方面,要求少儿图书除了注重少

儿图书效益外,还应该重视对当地书店和家长对少儿图书的关注度,取得高价值的少儿图书市场调研报告,并根据其报告策划少儿图书主体与出版等有关工作。在少儿图书编辑的审读制度中,工作人员需遵循要求严格审核少儿图书,保证图书的正面导向,禁止抱有侥幸心理。在少儿图书编辑的校核制度里,需少儿图书编辑人员在完成编辑任务的基础上严格校对图书内容,不可以对编辑软件过于依赖,以防止遗漏。在人员管理方面,为提升少儿图书编辑人员的积极性,出版企业需制定并完善人员管理制度,其中要格外注重激励机制的完善,对工作质量较高的人员,需给予物质、精神奖励,为其他人员树立榜样;对工作态度不认真的人员,需进行教导,确保其工作态度的认真,这样才可以提升少儿图书编辑工作的质量,进一步提升少儿图书出版行业的图书质量。

(二) 熟练应用新媒体网络工具,有效创新编辑市场

如今,常见的新媒体渠道主要有网络新媒体、电视新媒体、手机新媒体等。近年来,移动互联网终端技术发展迅速,互联网已成为大众的日常必需品。因此,在融媒体出版时代的编辑市场意识创新研究的发展中,发现编辑新媒体工具的熟练和应用是培养创新思想所需要的技能。只有融媒体编辑能够通过新媒体软件获取、编辑、转化和整合互联网信息,才能有效地创新编辑市场,在技术、生活等信息资源的编辑过程中,为发展融媒体作出自己的贡献。融媒体时代,不少少儿图书编辑部门通常利用网络系统平台整合信息资源,通过微博、微信公众号等方式扩大媒体信息资源的使用。因此,融媒体出版时代编辑市场感知的创新,不仅为图书编辑提供了传统媒体编辑应具备的获取和编辑能力,而且在全媒体编辑过程中也有一定的创新,有效帮助其摆脱传统纸质媒体的束缚,创新发散思维编辑制作,科学合理运用新媒体形式,将适应时代演进特点的信息融入媒体作品编辑中。将编辑市场与新媒体相结合,成为一种更具创新性、趣味性和引人注目的信息资源。因此,在全媒体出版时代,对编辑市场认知的创新,需要少儿图书编辑熟练使用新的互联网媒体工具。这是编辑上手的基本前提,也是必然趋势。

结束语

未来阅读方式是网络、移动、碎片和智能化的融合。传统图书出版商需要从单纯的专业知识提供者转变为多元化的服务提供者,以提供全面、创新、可靠的服务。出版社必须提供持续周到的服务。这给传统少儿图书出版商带来了无穷的机遇和挑战,需要积极应对挑战,改头换面,勇往直前,大胆创新。只有这样才能适应新媒体的发展趋势,当今的市场竞争中站稳了脚跟,成功开启文化发展与推广的新格局。

参考文献

- [1]马怡.少儿图书编辑选题策划能力的提升思路探讨[J].新闻研究导刊,2021,12(05):204-205.
- [2]高娃.少儿图书编辑需加强的职业素养[J].采写编,2021(02):148-150.
- [3]袁丁.论图书编辑创新意识培养的必要性及策略[J].传媒论坛,2020,3(24):86+88.