

传统图书出版与新媒体融合发展的问题与分析

张宝珠

(企业管理出版社有限公司 北京 100048)

[摘要]随着新媒体融合的发展,传统图书出版业面临着巨大的挑战。如何在新媒体融合的冲击下适应变化,抓住机会,是每一家图书出版企业需要思考的问题。本文针对新媒体融合背景下传统出版业存在的问题和发展的建议进行了详细的分析和研究,供读者参考。

[关键词]新媒体融合;存在问题;发展建议

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.05.2407

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视媒体融合发展,曾就文化与科技融合做出一系列决策部署。党的十九届五中全会,明确提出要实施文化产业数字化战略,加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式。这些重要决策部署,为出版业加快数字化转型升级指明了方向,是我们推进出版业融合发展的根本遵循。

中宣部副部长张建春在2020年12月21日以“创新引领消费融合赋能变革”为主题的第十届中国数字出版博览会指出,近年来,我国数字出版产业蓬勃发展,2018年被列入国家战略性新兴产业目录,2019年产业收入规模超过9800亿元,产业形态不断丰富,优质内容供给不断增强,已成为出版业发展的生力军和文化产业极具活力的领域。

数字出版的蓬勃发展,是出版业高质量发展的重要体现,是文化与科技融合的生动写照。但随着信息传播渠道越来越多样化,便利化,直接冲击着传统图书出版模式。鉴于此有必要针对新形势下的图书出版行业进行一些分析与研究,进而探索出适合图书出版的发展道路。

一、媒体融合背景下传统出版业的现存问题

(一) 数字化图书对纸质图书的影响。

数字化图书出版经过十多年的发展,一直呈现上升趋势,而且因其便捷、可交互、价格低廉等特性,且能方便的整合与优化各种文化资源,实现文化信息的共享,这些优点都对传统纸质图书出版造成了很大的冲击。随着越来越多读者的阅读习惯改变,传统图书市场不断被压缩,数字化转型迫在眉睫。

(二) 对数字化转型认知不足。

这个认知不足有两个方面,一方面虽然数字出版概念出现十多年,但是很多出版企业并没有意识到数字出版的重要性和必要性,二是即便认识到数字出版的重要性,也没有理清清楚新兴技术如何应用到图书出版业务中,或者只是简单尝试,仅仅囿于入门级应用,数字化出版缺乏整体规划,比如出版战略与业务模式不够清晰、流程重组、管理模式、信息化内容的选择、实施路径、策略等都不够清晰。

(三) 盈利模式还未清晰。

很多出版社对数字化转型的难度估计不足,匆匆上马,最后发现投入不小,但未达到预期。目前出版社数字产品主要有以下几种,一是技术比较成熟的电子书,二是碎片化的数字产品,包括音视频,三是依托网络平台的运营产品,这些内容物的市场规模虽有一定积累,但始终处于初级阶段,无论是外部的购买能力还是出版社内部优化形成的产品体系,都还缺乏清

晰的商业模式和稳定的赢利点。

(四) 核心资源不足。

目前,大部分出版社的数字产品还是传统出版物通过数字化手段转化而来,比如电子书、短视频、微课片段,真正高质量的数字资源开发还比较少,空有大量的资源沉淀,但是没有把这些资源激活。在某种意义上,尤其是在数字化时代,需要创新,更需要洞见、洞察力。

各个出版社在专业化人才储备和培养方面也有很大不足,针对媒体融合发展所需的数字产品策划、开发、技术支持、营销等方面的人才缺口都很大,既懂传统出版又精通媒体融合的人才不多,这是推动媒体融合的一大瓶颈。数字化转型意味着人才的能级必须要升级。没有人才结构的调整,人才密度与能级的提升,数字化转型升级是难以落地的。

二、传统图书出版与新媒体融合发展的背景

二十一世纪是信息高速发展的世纪,新媒体也逐渐渗透到我们的日常生活中,但是在融合发展的过程中包含着各种因素的共同作用,也就是说,传统图书出版与新媒体融合发展需要以政治、经济、文化等为背景。

(一) 政治背景

传统图书出版在文化发展中占据一席之地,新闻出版产业也是我国大力发展的产业之一。从党的十八大开始,习近平总书记提出媒体融合发展的战略目标,随后国家下达了一系列媒体融合的要求和方法,要求媒体融合需要将内容融合先进技术,以此推动新媒体的深度整合。一系列上层建筑为传统图书出版与新媒体的融合提供了强大的政策保证,在政治层面上为进一步的融合发展提供了良好的背景。

(二) 经济背景

经济的高速发展为新媒体融合发展提供了基本的经济条件。从上世纪九十年代开始,现代化技术如计算机网络技术、数字化通信技术等已经渗透到各行各业,和其他产业进行融合,这使得行业与行业之间的边界变得不那么清晰。经济的发展自然也带动了消费,互联网技术的发展和普及使得消费变得越来越无边界,传统的消费观念渐渐发展成依赖于互联网的消费理念。消费观念的转变进一步改变了消费者的消费需求,对于图书出版行业而言,消费者从以前的购买纸质书变为现在的广泛阅读电子书以及新媒体推送,因此传统图书出版在经济迅速发展的背景下,通过互联网宣传及销售,通过互联网进行业务转型及业务增值,找到适合当前经济形势下的新媒体融合新方式。

（三）文化背景

在我国的历史文化长河中寻找传统图书出版与新媒体融合的文化基础，可以用四个字来概括，那就是万物互容，这也与老庄学派以及佛教中所倡导的共存学说所一致，与大自然中的和谐共处也是相通的。当今时代，万物互联，各行各业都彼此牵扯，因此大家都期望在彼此的融合发展中展现自己多元化的那一面，依靠彼此的力量共同发展，实现互利共赢，和谐共处，这与我国一直以来的传统哲学思想是一致的，所以传统图书出版与新媒体融合也是遵循这一思想的。

三、媒体融合背景下图书出版发展的建议

（一）加强顶层设计。

出版单位管理者要加强顶层设计，引领发展方向。重视融合发展 and 数字出版，能够做出系统规划部署，推动出版业数字化水平上一个台阶。

（二）内容和技术的融合。

用好现代化成熟的技术手段和网络优势获取市场信息，然后对政策方向、市场热点、读者取向等各种信息数据进行分析 and 研判，找出能引起读者认同的共鸣点，更好的开展图书数字出版工作。

（三）出版服务质量升级。

从传统图书出版服务升级，可以采取“需求+内容+服务”的改革模式，实现定制开发形式，如与读者直接交互的网络平台、公众号、短视频账号、二维码技术等，这些手段不仅可以精准定位读者的需求，并及时对图书进行数字化的深度加工，最终发挥网络的强大优势，实现图书的按需出版和立体宣传。

（四）营销模式的改变。

媒体融合的背景下应该采取更加多样化的营销手段，充分利用新媒体平台改变过去单一的营销模式，多维度、多角度的尽可能与读者互动和分享，建立以读者为中心的营销方向，让读者参与进来，让读者拥有话语权，可以使图书内容的展示更加有创意、更加吸引人。

（五）数字化出版技术的标准化

就当前的图书出版的技术来讲，对于出版的技术方式来讲，应该给予出版更多的数字化应用，国家和政府应该给予相应的支持，对于出版方式应该给予一定的资金技术的支持，对出版系统的升级以及创新给予一定的技术以及资金支持。但是，虽然数字化出版的发展已经有了一定的眉目，但是就总体的发展势头来讲，还是存在着或多或少的不足之处，对于出版数字化技术进行一定程度的理论以及技术的创新，目前数字化技术的应用上创新性不足，出版数字化还是有一定的局限性。数字化产生的局限性对于图书出版以及新媒体的融合发展会产生不利的影响，是两两之间的相互融合、相互促进的阻碍。加上在数字化的初期，体系的标准化以及规范化没有完全建立，所以对于出版以及新媒体发展具有一定的甚至，应该建立健全应有的发展机制，使数字化能够更规范，更合理的掺入到图书出版以及新媒体融合上。并且，这种有效的解决方式能够很好

地解决资源浪费等问题，所以，对于数字化的发展方式来说，数字发展水平的标准化会有有效的促进其两者之间的相互发展。

（六）拓宽电子书市场

随着网络技术水平的发展，电子书在人们的日常生活中发展的越来越迅速，但是，对于现阶段的统计来说，虽然电子书的发展较为迅速，但是电子书在阅读中所占据的比例还是很小的一部分。参考国外的电子书的发展来讲，电子书人们日常生活中所占的比重是较大的，并且电子书的发展能够给人们带来一定的输入，所以，国外对电子书的发展是非常积极的。像亚马逊来说，对于电子书的推广具有十分显著的作用，并且取得了较好的推广的效果。所以就目前电子书的发展来看，电子书市场是可以继续的进行拓展的，简言之，电子书的市场发展在我国仍处于起步阶段，积极的促进电子书在图书出版以及新媒体融合中的作用，不断地推动电子书对图书出版的推动作用，这样对其图书出版的进度以及新媒体发布的时效有很好的保质的作用，所以，电子书市场在图书出版以及新媒体融合的状态之下是非常有利的选择。

（七）数字化出版以及新媒体融合人才的培养

人才的培养始终是事业发展的主要驱动力，在传统出版以及新媒体融合的发展过程中，需要大量的人才支撑，所以对于人才的培养是非常重要的。基于图书出版以及新媒体融合的发展来讲，优秀的人才供应对于其发展也是必要的。所以这就要求必须将更多的时间以及精力投入到人才的培养上，对人才的培训需要更加的专业化、技术化的人才培养计划。为现代化的出版以及新媒体融合发展提供更多的理论支持。在培养人才的同时，也应该积极的鼓励在职的人员进行活动的策划，让更多人感受到图书出版以及新媒体融合的魅力。同时吸引大量的青年人才加入到图书出版的行列之中，为图书出版以及新媒体融合的发展提供更好的发展平台。

2021年是中国共产党成立100周年，是“十四五”开局之年。新时代为出版业发展提供了重要机遇和广阔空间。出版行业要以推动高质量发展为目标，以改革创新为动力，推动媒体融合，顺应时代潮流，在市场竞争中获得新的动力并谋求更灿烂的发展。

参考文献

- [1]刘婷.传统图书出版与新媒体的融合发展[J].记者摇篮, 2021(1): 21-22.
- [2]崔元起.传统图书出版与新媒体融和发展路径研究[J].科技经济市场, 2021(1): 70-71.
- [3]曹娅.传统图书出版与新媒体融合发展路径研究[J].中国传媒科技, 2020(8): 57-59.
- [4]阳艳弟.传统图书出版在新媒体融合发展中的困境与出路[J].记者观察, 2020(33): 106-107.
- [5]郭娜.传统图书出版与新媒体融合的思路探索[J].魅力中国, 2020(5): 46-47.
- [6]薛倩琳.我国传统图书出版与新媒体融合发展刍议[J].中国传媒科技, 2020(4): 62-6