

如何推动传统出版行业与新媒体的融合

邸蓓蓓

(北京对外经济贸易大学出版社有限责任公司 北京 100029)

[摘要]网络技术的快速发展使得人们衣食住行等各个层面都发生了巨大的变化,网络的不断演进使得人们的生活更加简单,在互联网的冲击下很多传统行业开始寻求转型发展的道路。传统出版行业属于信息发布的主要载体,但是新媒体的出现对于传统出版行业的发展产生了巨大冲击,新媒体与传统媒体两个概念存在本质上的差别,甚至可以从某种程度上属于两个不同的行业,但是两者都具有传播信息的主要属性,在网络时代下传统媒体要想谋求生存和发展,就必须积极寻求与新媒体的融合。本文主要对传统出版行业与新媒体的融合推进进行探讨。

[关键词]传统出版行业;新媒体;融合

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.07.487

引言

图书出版行业在新媒体时代下受到了巨大冲击。在新媒体时代下以电子书等为代表的新行业体现出来内容更加丰富、成本更加低廉等特征,可以满足人们快速获取知识的实际需求,因此对于传统的图书出版业形成了巨大挑战。对于图书出版行业未来的发展来说积极寻求与新媒体的融合是整个行业面临的一个重要问题。只有加快传统出版与新媒体的融合步伐才能够为传统出版行业发展带来机遇。

1 传统出版行业在新媒体时代下的困境

信息技术时代下催生的新媒体行业使得人们的知识接受方式发生巨大改变,人们不需要在特意寻找书店,只需要通过手机APP端就可以进行快速阅读^[1]。而与传统纸质媒体图书相比较,网络媒体的书籍价格更低,对读者的诱惑力也更大。更加便捷、更加省钱的新媒体阅读方式也更受广大社会公众青睐。传统出版行业在此形势下遭受巨大挑战,也进一步凸显出了行业发展的主要问题。

1.1 大众阅读方式转变

新媒体的出现给社会公众带来一种全新的阅读方式和阅读体验。这种新的阅读方式正在逐步取代传统的纸质图书阅读方式,传统出版行业的地位也正在被手机和平板等新型阅读方式所取代,互联网和新媒体技术的融合使得人们传统阅读模式发生巨大改变。阅读已经不再仅仅局限于纸质图书。

1.2 出版业竞争加剧

信息化技术的快速发展使得传统出版行业正在被数字出版所取代,互联网技术的不断进步使得数字出版体现出了周期短、按需印刷、起印册数低等众多优势^[2]。而传统出版行业则体现出了出版周期长、前期投资大、人员成本高等一些劣势,这导致传统出版行业的短期发展受到严重制约,也无法真正与数字出版竞争。

1.3 缺乏市场营销策略

首先我们应该正确认识到新媒体时代的到来并不意味着传统的图书宣传毫无意义,而是应该针对图书出版的具体特征找出有效的市场营销方式。目前国内一些图书出版社正在积极寻求与网络电商平台的合作来强化宣传。首先可以借助网络平台

向读者推出品类丰富的名著电子版图书,与京东、当当等一些电商合作联合开发新的电子书产品,这样不仅能满足习惯电子书碎片化阅读的实际需求,同时也可以借助电商平台让更多读者对图书的卖点以及内容进行详细了解^[3]。在图书出版过程中良好的市场营销属于一个不可忽视的过程,同时也是推动图书出版在新媒体时代快速发展的一个主要途径。但目前国内大部分图书出版社的市场营销并未达到实际效果。虽然部分出版社已经在市场营销方面做出了不断尝试,但是市场营销的整体渠道并未完全打开,图书销量也并未达到预期效果。

2 传统出版业在新媒体时代下的机遇

新媒体带来了电子书、APP等全新的阅读方式,丰富了人们获取知识的途径,互联网时代下纸质图书已经不能满足人们的阅读需求。电子书模式可以满足读者分段式阅读需求,也不会受到时空的限制,让读者的阅读更加便捷。新媒体带来的变革使得传统图书出版受到巨大冲击,同时也给传统出版业带来了变革的机遇。

2.1 出版模式变革

数字图书是新媒体时代下的产物,数字图书的快速发展对传统图书出版模式带来了巨大冲击,如果传统出版行业不能尽快与新媒体实现接轨,势必会被市场所淘汰。传统出版业要尽快对自身的出版模式进行革新和调整,利用以传统纸质图书为基础进一步衍生电子书、在线阅读、影视剧改编等衍生产品^[4]。结合新媒体时代图书出版的具体特征以及新媒体时代下的客户需求来实施创新,这样才能让出版行业取得长远发展。

2.2 高质量阅读需求增长

信息化时代下,电子书的形式越来越丰富,网络出版物的形式也更加丰富,但是网络出版物质量参差不齐。网络的开放性以及快速传播特征使得网络图书往往并不具备严格的审核程序,在过分追求点击量和关注量的情况下甚至将一些劣质读物推向读者。而且在信息爆炸时代下,新媒体的海量信息来源无法充分保障其真实性和权威性,人们在选择专业性书籍的时候也更加倾向于纸质图书,传统纸质图书往往在质量把关上更加严格,这也给传统出版也带来了发展机遇,可以将高质量出版内容与新媒体融合后来获取读者群体,这样也是全面提升出版

行业发展质量以及发展效益的重要举措。

2.3 传统阅读方式回归

我国目前正在积极开展全民阅读计划来提升人民的精神文化生活。当前最为常见的形式就是利用微博、豆瓣等网络平台来开展读书活动，在大环境影响下公众的阅读热情也在不断提升。而高质量阅读内容需求的不断增加，使得人们也开始重新回归传统书店。虽然利用手机和网络获取知识的方式更加便捷，但是，电子书以及网络出版物由于缺乏专业性或者存在内容缺失导致专业读者的阅读需求不能得到满足，在这种形势下也更加希望能回归传统的阅读模式，这在一定程度上也对传统媒体的发展起到了积极促进作用。

3 传统出版业与新媒体的融合发展

新媒体环境下传统出版图书出版要想占据市场优势，必须对自身的生存发展路径进行积极探索，必须要主动改善传统出版业一直以来存在的问题。

3.1 重视多媒体融合

在新媒体时代下传统出版行业积极寻求与新媒体的深度融合非常有必要。作为传统的出版行业应该将自身的专业人脉资源充分发挥出来，在传统出版行业和新媒体的一体化发展方面发挥出更大助力。传统图书出版由于在审批流程和手续方面非常复杂，因此会从一定程度上对其出版的时间和空间产生限制作用，在积极构建相关的机制后可以将纸质书籍的内容首先通过电子媒介的方式发行，这样能够让纸质图书出版的短板得到有效弥补^[5]。作为传统出版行业应该对互联网平台中自身所处位置进行科学判断。传统出版行业在多年的发展过程中积累了更多出版资源，而且对于图书出版的经验和图书质量把控方面的理念非常成熟，这些优势都可以为新媒体的内容充实提供有效支撑，让两者之间形成有效互补，而且从经营管理角度也能够实现自身发展优势的进一步扩大。在充分了解市场需求之后对自身经营发展策略进行合理规划，从而更加积极地寻求市场主导地位。传统出版行业应该基于自身的经营特征来逐步开展网络资源整合和发展路径规划，这样才能在市场竞争中实现传统出版产业的精确定位。

3.2 打造多元化市场营销

在市场营销方面传统图书出版主要采取的是线下推广模式，但是在这种推广模式下用户获取范围非常有限。在经济快速发展和网络经济时代下，传统营销模式已经不能满足现代图书出版行业的发展需求。因此，传统出版行业也应该以网络经济时代发展需求为基准，并融合自身的市场商品营销，利用大数据来详细分析自身的市场营销，同时以互联网传播的快捷性为基准，以网站和移动端APP为主体进一步拓展宣传范围，不仅可以利用网络平台来进行“拆书、讲书”等一些常规性宣传，同时还可以以图书内容为基准加大线上课程开发，制

定出与图书内容相关的互动小游戏，从而全面推动图书的线上线下宣传融合，让读者对新出版图书的印象更加深刻，也能充分激发读者的阅读欲望^[6]。在合理的宣传方式下能够让图书快速获得最高知名度，也能够让读者快速获取收集信息，这样就能够市场中占据主导。

3.3 加强高品质图书出版

在新媒体时代下虽然不少读者选择了更加便捷、更加新颖的新媒体阅读方式，但是青睐传统纸质图书的读者群体也不少，这主要是因为传统的图书在出版过程中需要经历严格的策划、送审过程，读书内容的每一个字句都是经过专业编辑人员亲自采集和审核，读书内容的权威性更高。因此完全可以为读者提供高质量图书内容。鉴于此，在新媒体时代下传统出版行业要想实现图书编辑质量的有效提升，结果必须要对图书内容加强质量管控，同时在视觉效果方面进行有效提升，将图书的编辑程序进行逐步完善，这样才能真正以高品质的图书作品来满足读者的精神文化需求。此外，作为传统的出版行业也应该在社会文化事业的快速发展过程中主动承担责任，将出版行业的传播职能充分发挥出来。在注重出版作品品质的同时也要积极关注出版成本，通过成本的合理控制来实现图书价格的有效控制，这样才能真正为读者经济带来实惠，才能让更多青睐传统纸质图书的读者以更加低廉的价格来享受高品质的阅读。

4 结束语

传统出版行业在新媒体出现之后受到了剧烈冲击，但是新媒体的出现同时也是传统出版行业实现转型升级的一个契机，也是实现自身内涵和产业竞争力有所提升的机遇。在当前激烈的市场竞争中传统出版行业要想取得更好发展，就需要基于当前的出版市场状况，深入分析市场需求，并积极摸索传统出版行业面临的一些问题，找出有效应对措施才能进一步促进传统出版行业的健康发展，也能够在我国全民读书计划的推进过程中充分发挥出传统出版行业的引领作用。

参考文献

- [1] 杨冬絮. 知识付费形势下如何推进传统出版与新媒体融合发展[J]. 采写编, 2021(06): 142-143.
- [2] 洪梅. 新媒体时代传统图书出版的生存发展研究[J]. 传媒论坛, 2021, 4(10): 80-81.
- [3] 贾利娟. 新媒体时代传统出版行业数字化转型发展研究[J]. 新闻文化建设, 2021(09): 17-18.
- [4] 王丽娟. 新媒体时代下传统出版业编辑的应对策略分析[J]. 传媒论坛, 2020, 3(24): 99-100.
- [5] 苏强强. 浅论互联网时代出版行业的融合之路[J]. 采写编, 2020(04): 145-146.
- [6] 曲静. 新媒体时代传统图书出版的生存发展道路探索[J]. 新闻研究导刊, 2020, 11(14): 180-181.