

关于全媒体时代出版编辑的应对策略探析

房国贵

(安徽师范大学出版社,安徽 芜湖 241000)

摘要:近些年科学技术迅猛发展,特别是互联网时代的到来,信息技术的广泛应用为人们的信息获取渠道开辟了新的渠道。现如今人们了解新闻信息和音像制品的方式也发生了很大的改变,利用各种各样的电子设备,在连接互联网基础之上,随时随地都可以快速获取所需资讯,这也已经成为现代化主要的信息获取方式。随着全媒体时代的到来,传统的纸质阅读比例大幅度减少,被数字化阅读方式所替代。在此背景下,传统媒体和出版业都面临着巨大的考验和全新的挑战,出版编辑也需要及时转型,以更好地适应现代化出版业实际需求。

关键词:全媒体时代;出版编辑;应对策略

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2021.12.292

1 全媒体时代传统出版编辑面临的挑战

1.1 传统出版编辑能力无法跟上新媒体发展

全媒体时代对出版编辑的专业技能提出了更高的要求,但由于传统出版编辑总是习惯于传统的工作模式,无论学习意识还是竞争意识都不够强,给出版编辑的顺利转型造成了一定的阻碍,甚至造成传统出版行业停滞不前。除此之外,传统出版行业没有足够的资金支持,员工培训和设备更换都不够及时,网站开发过于简单,造成大量读者群体的流失。

1.2 数字化共享模式给出版行业带来冲击

全媒体时代下数字化共享模式快速发展,以往传统的出版行业已经无法满足现代化读者的要求,智能手机和计算机网络成为现在人们主要的信息传播和获取工具,纸质媒介优势不再突显。各种新兴的手机软件在实现信息快速传播的同时,还具有强大的互动功能,从而吸引了大批用户体,这也是造成传统媒体用户不断流失的一个原因。

1.3 传统媒体出版流程落后

传统媒体出版方式落后,缺乏资金,再加上新兴媒体的冲击,使传统出版编辑面临着巨大的压力,部分编辑面对无力改变的现状表现得十分消极。和现代化互联网技术相比而言,传统媒体的信息传播速度慢,根本无法与其抗衡^①。除此之外,传统方式的出版流程智能化偏低,需要很多工作人员实施重复枯燥的工作,无法释放更多精力。特别是年轻群体已经放弃选择纸媒,这对传统媒体发展极为不利。

1.4 对出版内容与定位的挑战

当前,纸质阅读市场已经在逐渐弱化,人们对出版内容以及质量提出了更高的要求。尽管如此,全媒体时代下,任一出版产品都无法满足所有受众的要求,这也就意味着,要想在激烈的市场竞争中脱颖而出,就必须打造出自己的品牌,有明确的方向,要对出版内容以及受众进行精准定位,比如:是以青少年群体为主,还是以中老年群体为主^②;是以男性群体为主,还是以女性群体为主。在出版内容上,也涵盖了方方面面,无论是知识、技能、情感、娱乐等,要结合当前的市场需求对出版内容进行细分,才能更好地占领市场。但是,一些出版机构对自身的定位不清晰,对受众需求的把握不到位,在出版方向上或是泛泛而为,或是一味地追逐热点,导致出版产品的质量与影响力极易被弱化。

2 全媒体时代出版编辑的应对策略

2.1 积极更新出版编辑理念

为了更好地适应全媒体时代发展要求,传统出版机构就必须不断优化和完善以往传统的管理模式,在此基础上进行创新应用。编辑从业人员首先要明确自身作为文化、信息、资讯传播者的职业身份与责任,要有一定的市场化意识,要走出去,建立起与作者、读者的联系与沟通机制,注重信息的反馈,同时,要积极参与学术交流,来进一步拓宽专业视野。很显然,新媒体之所以能迅速占领市场,与其传播的独特性密不可分,所以,编辑人员要突破传统的思维模式,积极掌握新技术、新方法,对文稿内容在格式、编写体例上进行提升与完善^③。在注重文化传承的同时,积极发现新趋势,并在出版内容的呈现方式上进行创新设计,

在遵循国家标准要求及规范的前提下,结合受众个性化需求进行创新,以提升作品的审美价值和艺术品位。

2.2 创新出版编辑形式,提供个性化服务

全媒体时代下,受众的需求越来越多样化、个性化,基于此,就必须结合市场需求,积极地利用信息技术创新出版编辑的形式,如通过围绕受众需求来进行出版的定位,才能更好地适应时代发展下的行业变化,尤其在信息技术高度发达的新形势下,借助互联网开展需求调查,方便快捷且收集的信息更为全面。比如针对在校大学生群体的需求调查,针对社会人士的需求调查,以及针对中老年读者的需求调查和针对青少年儿童的阅读需求调查等,可以通过与专业机构合作,或是深入群众中进行有奖问答等多种形式来展开阅读需求调查活动,进一步了解和掌握大众阅读意向,根据调查结果来制定具体的方案,为受众提供更高质量的个性化服务。

2.3 加强出版编辑队伍的综合能力建设

(1)要结合全媒体的传播特征,对编辑人员进行针对性培训,从理论层次、逻辑思维、专业能力等各方面进行提高。(2)升华出版内容的主题,对出版内容、画面、视听资料等进行重点提炼,使主题更深化、特色更鲜明、重点更突出,避免内容冗长使观众产生疲劳。(3)要熟练地掌握好出版形式,积极应用数字化编辑手段,注意动静结合,时间、事件主线、人物关系逻辑清晰,连续性强,内容清楚生动。(4)要巧用再创作手段,扩大出版内容的影响力,对稿件进行综合编排,采取对比、衬托等方式增加信息量以及厚重感^④。

同时,作为出版编辑工作者,要保持高度的工作热情与责任心,针对新形势下读者的需求变化,深入市场进行数据的收集与分析,从多角度、多套系进行出版的全盘整体策划以及选题论证,再结合出版的成本管理、营销策略等综合考虑,制定具有可操作性的实施方案,以突出出版产品的文化性、独特性,最大限度地满足市场需求。

总之,新时期出版业要跳出原有的观念与认知,积极拥抱时代的变化,充分认识到全媒体时代下资讯传播的特点与优势,不断地对出版编辑人员工作的思路以及方法进行改革与创新,以更贴近时代和受众的角度做好出版工作,不断提高出版产品的质量,才能更好地促进出版业的可持续发展。

参考文献

- [1]邵文.全媒体时代编辑的职业素养[J].天津科技,2019,46(10):45-46+49.
- [2]白艳妮.全媒体时代下传统编辑的“守”与“变”[J].新闻研究导刊,2019,10(19):180-181.
- [3]游登贵.全媒体时代学术期刊编辑能力提升路径探析[J].传媒,2019(18):32-33.
- [4]张剑英.全媒体出版时代编辑市场意识的创新研究[J].新闻研究导刊,2019,10(11):183+185.