

全媒体时代图书出版编辑工作的创新路径

张 巍

(黑龙江人民出版社有限公司, 黑龙江 哈尔滨 150008)

摘 要: 媒体一直担负着信息传递和文化传播的重任, 通过媒体可以及时了解当前的时事要闻和社会环境中所发生的重要事件, 随着现代科技与信息技术的快速进步与发展, 传统媒体也发生了新的变化, 尤其作为信息传播主渠道的媒体形式越来越多样, 在信息技术、互联网技术、大数据技术、云技术支持下, 人们迎来了全媒体时代, 这为媒体进行信息传播提供了更加多元的渠道类型, 但也为从事新闻出版编辑工作提出了新的要求和新的发展趋势, 新闻出版编辑如何实现工作创新成为其必须要考虑的重点。为此, 本文首先介绍全媒体时代的特点, 再分析当前全媒体时代下新闻出版工作所面临的问题, 最后提出几点编辑工作的创新路径。

关键词: 全媒体时代 新闻出版社 编辑 创新

中图分类号: C237 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-9082 (2022) 02-0091-03

前言

全媒体时代的到来意味着现代新闻媒体工作开展中可以运用更多更加先进的技术、设备进行新闻信息传播渠道的开拓, 其在信息获取和传递方面也有了更多的选择, 尤其全媒体背景下巨量的新闻信息为新闻出版编辑提供了海量的编创素材与新闻资源, 且无论是电视网络屏媒、手机移动网络客户端媒, 还是互联网支持下所开拓的网媒, 都对传统新闻出版媒体产生了很大的冲击, 使得传统新闻出版面临着前所未有的新挑战, 尤其各类型新媒体的出现和新媒体平台的广泛覆盖, 使得受众群体对新闻信息的需求也开始不断提升, 这无疑是新闻出版编辑所必须要做出转变与创新的主要原因之一, 只有不断加强自身角色的转变和工作的创新, 方能够顺应全媒体时代发展的趋势, 从而为新闻出版编辑工作的持续进步开辟出新的道路。

一、全媒体时代的特点

目前, 学术界对于全媒体并没有给出较为正式的定义, 大多数对于全媒体概念的阐述往往是来源于传媒界应用层面, 如目前资源网站和学术网站可以检索到全媒体的相关定义主要指的是媒介信息传播运用、声音、文字、影像、图画、动画、网页等多种媒体表现方式, 相比于传统媒体只能通过电视报纸、杂志等渠道进行新闻信息的传播, 全媒体可以运用更加多元的渠道传播媒体内容。而且媒体形式也在现代高新科技的融入和应用下不断发生变化, 使得媒体内容、功能、渠道等多维度层面实现了深度融合, 使得人们在使用媒体的概念时需要意义涵盖更为广阔的词语, 由此就产生了全媒体这一概念^[1]。就特点而言, 其主要可以概括为以下几个方面。

首先, 传播载体与工具类型更加丰富。全媒体是目前

人们建立在当前所掌握信息流技术手段基础上实现最大化的集成, 其传播载体工具类型包含了期刊、杂志、报纸、广播、电视、电影、音像、出版、网络、卫星通信和电信, 而就传播内容而言, 其所依托的技术支持平台除涵盖了传统的纸质媒体和声像等电视媒体之外, 还包含了基于互联网络和电讯CDMA、GPRS、GSM、4G、5G和流媒体技术^[2]。

其次, 全媒体有着较强的包容性。全媒体涵盖了传统媒体单一表现形式, 而且并不排斥, 在进行整合和运用各媒体表现形式的同时, 也仍然重视传统媒体单一表现形式的应用和改进与完善, 并将单一形式作为全媒体当中重要的组成部分。

再次, 全媒体体现的融合性特点。全媒体并不是意味着跨媒体时代媒体之间的简单连接, 而是实现了全方位的媒体融合, 包括传统媒体与网络媒体及通讯的全面互动, 网络媒体之间实现了多方面的互补, 且做到了网络媒体自身的全面互溶, 其覆盖面更广、技术手段最为全面, 媒介载体更加完善, 受众传播面更大^[3]。

最后, 满足受众个性化需求的细分服务。全媒体在传媒领域当中所表现的主要特征为大且全, 但同时又能够实现受众群体个性化需求的细分服务。例如, 在进行同一条信息新闻的传播过程中, 可通过全媒体各传播渠道纷杂的表现形式, 依据不同个体受众个性化需求和信息表现的侧重点来选择媒体形式, 并做出取舍和调整。例如, 在进行某本关于历史类图书的展示和传播过程中, 可使用图文来进行具体内容和相关描述性客观信息的传播, 另外也可以运用视频和音频来直观地进行信息的动态性展示, 而对于一些喜爱应用手机等智能移动终端进行相关新闻信息获取和

阅读的受众,则可以在手机等智能移动终端在线观看,在三维及动画展示的基础上提供一些互动性的服务。所以,全媒体可以依据个体受众的实际需求,结合其经济性来运用多种不同的传播渠道与新闻表现形式,其超越了跨媒体的界限,真正实现了传播最广、投入最低、媒介最优和效果最强这一目标。

二、全媒体时代下图书出版工作面临的问题

1. 新闻出版市场占有率的下滑

现代智能移动终端产品种类不断增多,智能手机、平板电脑等电子产品已经成了人们日常生活当中的一项常用工具,并且技术水平的提升使得电子产品的功能不断升级,而且互联网不断创新和发展下,电子产品对于人们生产与生活所带来的作用越来越得以凸显,尤其在新闻获取和新闻信息发布方面,电子产品功能的多样化使得各种新闻客户端能够获得更具实效性、成本更为低廉且更加全面丰富的新闻信息产品,这也就进一步导致了我国图书等纸质出版市场的占有率开始不断下降,人们已经可以通过智能手机和平板电脑进行电子图书的阅读,而不再仅局限于传统纸质媒介^[4]。所以,人们对于传统纸质媒介的注意力越来越少,而且也将更多的精力和阅读兴趣放到了新媒体身上,这一背景下,纸质媒体的销售量开始不断缩小,这就意味着新闻出版单位获取经济利润和收益的渠道被压缩,其市场占有率也必然会持续下降,整体上,其发展和生存面临着巨大的考验。

2. 新闻出版受众范围不断缩小

一方面,5G通信技术的广泛推广下,网络传输速率不断提升,这也加速了信息传播的速度,同时各类不同的网络社交软件以及自媒体的广泛覆盖下,改变了传统媒体作为主要信息发布者这一格局,受众群体也能够成为新闻信息的发布者,且获取新闻信息的渠道更多、速度更快、内容更加全面,这也使整个社会以及媒体行业迎来了新的变革,同时也对当前全媒体时代下新闻出版工作带来了新的问题,其中较为明显的是在信息科技产品的更新换代下,使得纸媒的受众群体规模不断缩小,人们借助于现代先进的信息技术和移动终端,足不出户就能够了解外界所发生的事件和新闻信息,并及时、全面的评论,甚至也可以发布这些新闻事件与信息,这与传统纸质媒体完全不同。

传统纸媒由于其自身阅读的不便利性,难以在最大程度上满足人们对社新闻信息量的需求,以往通过电视、户外广告、宣传牌、报纸杂志、院线等媒介被动获取信息的方式,已经逐渐被现代智能化设备的应用所产生的更多新闻

媒介所取代,人们可以借助智能手机和平板电脑等新媒体来主动获得外界的相关新闻信息,长此以往,人们开始逐渐忽略传统纸质媒体的传播途径,这使得新闻出版受众的范围不断缩小^[5]。

3. 新闻图书出版专业人才流失严重

新闻图书出版编辑是出版单位当中的重要角色,不但在进行图书市场调研方面有着重要的作用,更加需要进行图书相关资源、信息的搜集、整理和了解图书作者相关信息,因此,图书编辑整体的专业水平、职业素质与各项工作能力与图书质量有着直接的关系,同时也影响着图书受众的阅读体验。就当前新闻图书市场现状而言,部分从事新闻图书出版编辑工作的工作人员呈现出素养不足的问题。一方面,由于原有一批图书出版编辑随着年纪的增长,其对新事物、新观念接受程度较低,学习新知识与全媒体相关技能的速度较慢,尤其对于数字出版缺乏较为正确的认知,无法及时进行多种先进技术的熟练应用,往往在实际工作中只能对纸质图书内容直接进行电子化或数字化的复刻,所出版的图书质量不高,也无法满足现代受众的阅读偏好和实际需求。另一方面,大部分刚刚走入图书出版编辑的工作人员虽然能够熟练掌握现代图书出版编辑的相关技术与技能,但经验不足情况下,对于图书内容的质量无法做到有效的把控。由此可见,全媒体时代图书出版编辑行业呈现出明显的人才缺失问题,而且由于新媒体的出现,很多原本从事图书出版编辑的人才为追求发展,纷纷作出“跳槽”的决定,这进一步加快了图书出版编辑人才流失的速度。全媒体时代图书出版编辑本身是一项专业性较强且较为复杂的系统性工作,需要其熟练掌握计算机网络、营销经济学等多方面知识和先进技能,但现有图书出版编辑人员的专业能力仍存在一定不足^[6]。

三、全媒体时代图书出版编辑工作的创新路径

1. 满足市场需求,创新出版观念

立体时代背景下,新闻图书出版编辑工作要能够精准地把握时代特征,并结合时代发展特点,不断进行出版观念的创新要真正立足市场需求,创建出图书出版编辑的新工作模式,从根本上提高图书质量,使图书内容能够符合当前受众群体的实际需求,实现图书编辑服务水平的提升和服务质量的优化。图书出版编辑要仔细分析当前图书市场发展走向,结合当前教育、文化走向,如以弘扬传统文化为基础,结合当前时代市场实际需求和受众群体图书阅读偏好,选择与之相符的内容,并以多元化创新观念融入图书创编当中,从而创造出更加优质的图书作品。

2. 立足受众群体，精编出版内容

一方面，图书出版编辑要能够从固定思维模式跳脱出来，以全新的视角去审视图书市场，以此来把握当前市场的实际需求和行业发展的趋势，并结合现代先进数字化技术，进行图书编辑体系的构建与完善，使全媒体时代下图书出版编辑工作的方法和模式得以升级更新。另一方面，传统新闻图书出版编辑模式下，图书编辑与图书内容往往缺乏一定的创新元素，这也是导致图书内容质量无法满足当前市场需求的主要原因，而针对这一不足，图书出版编辑要能够结合工作特点，运用先进技术手段来更新图书编辑模式，使其逐渐转变为立体编辑打造出全新且多样化的图书内容，同时，要能够真正立足受众群体个性化需求，进行出版内容的精编^[7]。

3. 创新编排方式，优化整体效果

全媒体时代下，个体在时代背景下越来越受欢迎，而集体性质的出版社对于受众所带来的影响越来越小，尤其在主题选择和编排方式方面尤为明显，这也能够为图书编辑进行编排方式与图书内容创新提供了更多可利用资源。所以，新闻图书出版编辑要能够积极创新编排方式，利用现有资源和渠道，通过新媒体技术的融入与应用拓展图书内容编排方式，要能够通过多种不同新资源的整合来赋予选题、编辑和推广等多个环节更多现代化特征，如数字化特征和网络化特征。如全媒体时代下图书出版编辑可以通过数字技术与网络技术，缩短图书出版时间，并在整合大量新资源基础上，通过对资源的分析，总结图书出版的新趋势，并对出版练与延伸，对选题和策划能力实现强化，从而提高图书出版各个编排方式的效率和质量，优化图书出版的效果。

4. 把握全新理念，学习先进技能

全媒体时代背景下各种不同类型的出版物层出不穷，尤其数字出版的兴起为当代新闻图书出版编辑提出了新的要求，无论在理念还是编辑能力方面都带来了新的内容和新的标准，要想在激烈的市场竞争中占据一席之地，帮助出版社获得更多发展的机遇，也实现自身价值的提升，出版编辑不但要具备较强的文字编辑功底和营销策划能力以及综合编辑水平，同时还必须要能够掌握多种不同网络与信息技术与现代通信技术，要灵活运用多种不同功能的智能设备和图书编辑软件，努力成为一名掌握多种技能的复合型图书出版编辑。一方面，作为新时代的图书出版编辑，要具备全局观和创新意识，在进行选题和策划时要能够立

足于市场和受众群体实际需求，以明确图书出版作品的定位，不但要重视产品外延价值，同时也要注意多元化开发，拓展作品的市场价值。另一方面，要做到统筹兼顾，且要将内容作为核心，不但要注重原有内容加工方法的运用，还要融入全新的媒体技术和先进制作手段，以实现资源开发的最优化。

结语

结合上述文章内容所述，对于出版行业来讲，相比其他行业，信息技术的广泛应用不仅仅是生产力、生产效率以及生产质量的提升，其整体的新闻传播载体、传播渠道，甚至是传播格局与传媒生态都发生了巨大的变化，这也是时代进步下的必然结果，同时也是出版行业必须要进行创新的动力，更是其发展的机遇，无论媒体格局与传媒生态如何变化，新闻出版编辑都必须能够坚守职业底线，以其所独有的职业道德为“红线”，始终保持走在正确的舆论导向，要以前瞻性的目光审视自身，明确自己的定位，并主动做出创新，要成为传统出版媒体与新出版媒体之间融合的纽带，重视图书质量，如此方能够满足受众群体需求，获得广大受众群体的支持，为出版行业新媒体融合以及纵深发展“铺就一条坦途”，实现出版行业的可持续发展。

参考文献

- [1]冯欢,渠何灏.新媒体时代电视台新闻编辑工作的创新路径[J].记者观察,2021,30(20):68-69.
- [2]王洋.关于全媒体时代出版编辑的应对策略探析[J].传媒论坛,2021,4(10):88-89.
- [3]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.
- [4]唐光辉.新闻编辑如何应对全媒体的融合发展[J].传播力研究,2021,5(14):55-57,59.
- [5]冯永平.全媒体时代期刊编辑主体意识的式微与重构[J].新闻研究导刊,2020,11(21):207-210.
- [6]叶军华.新媒体时代新闻采编工作的创新路径探索[J].新闻研究导刊,2020,11(7):146,148.
- [7]高雪梅.新媒体时代编辑出版工作创新路径分析[J].新闻研究导刊,2021,2(2):227-228.

作者简介：张巍（1978.12-），女，汉族，黑龙江省哈尔滨市人，大学本科，副编审，研究方向：新闻出版。