

融媒体时代出版编辑流程的转型路径探究

王志宽

(黄河水利出版社有限责任公司, 河南 郑州 450003)

摘要:随着新媒体的快速发展,出版社如果想要获得更多的发展机遇,则必须走出舒适圈,在进一步巩固传统出版领域的基础之上,向新媒体领域拓展发展空间。在当前融媒体时代背景下,出版社一方面要对新媒体的发展方向与相关机理进行梳理,另一方面还要认真审视传统出版编辑流程中存在的不足,进一步突出出版社编辑所应承担的职责和义务。为此,本文通过分析出版编辑流程的相关概念,基于融媒体时代对编辑工作发展所带来的影响,有针对性地列举了加强编辑流程转型的措施建议。

关键词:融媒体 出版 编辑流程 转型

DOI: 10.12319/j.issn.2096-1200.2022.01.101

一、出版编辑流程的概念

出版所指的是,将信息进行复制处理后向公众进行传播,其具有较强的传播性属性。近年来,随着融媒体时代的快速发展,信息技术已经被广泛应用到了出版行业中,有关出版的概念内容也获得了进一步延伸。通常情况下,我们会根据出版物的载体来将其划分为多种类型,其中包括印刷出版物、电子出版物以及互联网出版物等。

本文的研究主题出版编辑流程所指的是,编辑对于信息展开合理性的编辑与生产。在传统的媒体行业领域中,由于受到媒介传播的限制,使得出版业的生产分工十分明确,基本不会存在任务交叉与工作重叠的现象。总结来看,传统的编辑出版流程大致包括选题、组稿、审读、加工、排版、校对这六个环节。这些工作流程的最大共同点即为按部就班,每个环节都有专业人员来全职负责,因此对于专业化人才的依赖度较高。而随着信息技术与互联网技术的介入,对于出版人才的需求开始朝向复合型的方向转变,出版编辑流程的各个环节和工作重心也发生了改变。

二、融媒体时代对出版编辑工作发展的影响

(一) 出版编辑流程立体化

在传统的出版编辑工作中,出版社编辑的工作流程相对固定,日常的编辑工作也基本处于流水式的状态,基本无法针对市场中所发生的细节变化做出调整。在这一前提下,出版编辑工作表现出了明显的滞后性特点。如果仍然将此种编辑模式应用到当前的融媒体时代中,不仅会导致发行难度系数增加,同时也会限制杂志、图书可持续发展目标的顺利达成。

为此,在融媒体时代中,出版社的编辑工作需要遵循

时代的发展与变化情况,主动分析并研究当前的市场发展现状,在此基础上来确定出版刊物的主题,同时基于大数据环境中的信息收集与分析功能,对后续的编辑工作重心做出预测。为此,融媒体时代中的编辑人员务必要不断提高自身的专业水平,对市场中的环境变化具有高度的敏感性,积极运用现代化技术手段来深入挖掘行业市场中的信息数据,使得编辑流程呈现出立体化特点^[1]。

(二) 出版编辑流程多元化

在融媒体时代中,出版编辑流程也展示出了多元化的发展态势。在传统模式下的出版编辑工作中,各项工作流程均会受到个人思维的影响,编辑会根据自身的工作经验来制订工作计划,采用常规方法对编辑内容进行设计,使得刊物内容不具备应有的表达深度和创新性意识。但在当前的融媒体时代中,传统模式下的出版编辑工作呈现出了十分明显的不足之处。为了能够满足当代读者的多元化阅读需求,出版编辑工作必须积极利用大数据技术手段,全面做好反馈分析,在原有的基础之上简化不必要的出版编辑流程,以此来促进整个行业的可持续性发展^[2]。

(三) 出版编辑流程个性化

在过去,广大读者获取刊物与图书的渠道相对单一,而相关刊物、图书的出版编辑内容会通过市场调研工作来进一步确定。但由于此种方式的时间跨度较大,因此会导致出版社与市场之间的信息不对称,无法全面满足广大受众群体的个性化阅读需求。而在融媒体时代中,互联网技术的大范围普及,使得传统模式下的出版编辑流程表现出了更多的缺陷和不足,进而在很大程度上限制了出版编辑工作水平的有效提高。通过深入了解可知,当代受众群体

对于信息的获取和了解渠道在逐步增加，而电子刊物的出现正在悄然地改变着现代人的阅读习惯。这也就意味着出版社必须全面落实创新发展任务目标，以此来全方位地满足现代人的个性化阅读需求，进一步扩大各项业务在行业中的辐射范围，促进可持续发展目标的顺利达成。

三、融媒体时代出版编辑流程的转型要求

（一）选题组稿方式的转型

在融媒体时代中，人们周围事物状态的更新都可以成为信息源，但是由于受众的精力有限，需要将那些有价值的资源作为出版内容。为了在广泛的信息当中将有价值的资源筛选出来，就要在编辑过程中做好信息采集工作，在这个基础上在选题组稿方面做好转型。基于融媒体，出版产品的生产与发布使得传统媒体在时间与空间方面的限制被打破，出版活动的时效性得到了增强，信息的无限量发布成为可能。与此同时，信息技术手段的应用为智能化信息采集创造了条件，使采编人员的工作负担得到了减轻，组稿方式得到了优化，很多人工统计失误都能够得到避免。除此之外，数字出版受到了读者的喜爱，相关的互动平台也逐渐建立起来。在这样的背景下，读者除了承担信息接收者的角色之外，还可以作为选题提供者。很多优秀的图书选题都是来自互动专区，网友的评论截图、拍摄的图片等都变成重要的编辑素材。这要求采编人员能够在与受众进行互动的过程中对选题组稿方式进行转型和升级。

（二）采编加工方式的转型

在融媒体技术不断成熟的背景下，采编加工方式也在发生改变。近年来，“定制化”成为一种新型的出版加工方式，“内容为王”成为行业的准则，私人定制开始兴起。在这个过程中，采编人员可以根据受众的实际需求来对出版内容进行个性化加工，并使用大数据技术来对受众的喜好进行分析，并在这个基础上将相关读物推送给合适的人群，增强出版产品的价值认同。除此之外，虚拟现实技术的成熟使得出版物的加工方式发生了改变，沉浸式阅读成为新型的阅读方法。在这个过程中，读者可以体验更为真实的活动，在出版消费方面的积极性也得到了提升。除此之外，在人工智能技术的支持下，机器人写稿得到了广泛的应用，这也要求编辑人员对传统的采编加工方式进行转型和升级。

四、融媒体时代中出版编辑流程的转型思考

（一）提高编辑的信息鉴别能力与文化选择能力

融媒体时代的到来，势必会给出编辑原有的工作流

程带来一定的冲击，整个文化传播也开始呈现出多元性和复杂性的特点。这就需要出版编辑从细节入手，做好每个环节中的每一项工作，以此来传递正确的舆论引导，在社会中营造出良好的文化氛围，帮助广大受众形成正确的价值观念。在未来的工作中，出版编辑需要不断提高自身的文化选择能力与信息鉴别能力，尤其是在对社会舆论导向进行把控时，应时刻牢记自己身上所肩负的重大使命。一方面要引导正向社会舆论的形成，另一方面要将现代化的社会文化与传统优秀文化进行紧密结合。这样才能使广大受众可以在海量的信息数据中获取对自己有价值的内容，并引导社会公众从正确的角度入手来进行冷静思考与讨论。此外，出版编辑要积极运用各种现代化的信息传播技术，并通过当前主流的视频与音频媒体，面向社会公众宣传积极向上的正能量内容，进一步突出出版编辑的社会责任感^[3]。

（二）重视信息整合

全媒体时代的到来使得现代化的通信技术与互联网技术得到了迅猛发展，这也间接导致了信息数据的快速爆炸与大量冗余。这就意味着处于融媒体时代中的出版编辑必须从读者的角度出发，对信息进行正确的评价、证实、过滤以及建构，以此来保证最终呈现出的信息内容具有可读性价值。整体而言，融媒体时代下的竞争核心即为信息资源，此处所指的信息资源并非数量，而是对信息内容本身的集约化整合与深层次挖掘。出版编辑务必要具备高水平的信息整合与收集能力，不仅要全面掌握并正确解读国家的各项政策方针，还要根据作者本身的作品情况，全方位满足广大读者的个性化需求，认真收集第一手行业信息，以此来确保选题计划的合理性与可行性。最后，出版编辑还要充分发挥自身的主体能动性，对社会文化与相关信息进行优化选择，严格把好信息输出关口，针对自己经手的所有信息进行创造性加工，使其能够从之前的无序状态转变为有序状态，从而更加清晰准确地展示给受众。此外，在制定出版编辑流程时也要从消费者角度入手，打造出积极向上且健康绿色的传播空间。出版编辑应分别从目标群体的性别、年龄、收入以及职业等多个角度入手展开考察，以此来全方位满足当前行业市场的发展定位与广大用户的个性化需求，为用户提供更加优质的信息化服务^[4]。

（三）完善融媒体时代中的出版编辑机制

互联网的迅猛发展使得数字出版获得了更大的发展空间，这也在无形之中为出版行业带来了更多的挑战。因

此,务必要顺应融媒体时代的发展需求,展开更加彻底的变革式调整。总结来看,出版编辑机制的改革与完善应当从以下角度来着手落实。

首先,需要坚持贯彻编辑出版专业化的运作机制。这是因为专业化运作机制是全面提高出版质量的有效方式。出版单位可以对之前的实践经验进行总结,进而得出专业化的运行机制,并将这一运行机制应用到融媒体形式下,使其发展得更加快速且完善。要积极贯彻选题论证制度,从关口处着手加大对出版物内容的审查力度,坚决杜绝在内容中存在思想观念、风格论调等方面的隐患性问题。定期组织出版质量的核查工作。如果在核查过程中发现质量问题,需要在第一时间找到相关责任人,并予以惩罚。将培训与教育工作的积极作用充分发挥出来,面向出版编辑人员展开专业化培训,使其综合素养与业务水平得以稳步提高。

其次,需要树立创新意识,积极组织各种对外交流活动,在行业内形成向学之风。近几年,随着我国改革开放的持续推进,文化交流的辐射范围也愈发广泛。在我国出版行业领域中,文化引进与文化输出业务正在如火如荼地开展。为了能够促进出版业的迅猛发展,我们应当主动出击,与其他国家建立起友好的文化交流与合作关系,积极学习其他国家出版业的先进经验,在此基础之上来审视自身,博采众长,为我国出版行业的稳定发展保驾护航。

最后,需要积极创新出版编辑的生产流程。综合上文可知,在传统模式下的出版编辑生产流程中存在着复杂度高、能效低的问题,不仅造成了资源和时间浪费,同时也不利于管理工作的顺利开展。为了能够在融媒体时代中获得更多的市场份额,出版单位必须积极创新编辑出版的生产流程,分别从资源管理、内容编辑等角度入手,加强对数字化系统与先进技术手段的应用,并选择适当的出版物品种与内容来完成数字化编辑任务。同时,在原有的基础之上达到提高出版质量,降低出版成本的目标,简化无用的出版编辑流程,加快转型与升级速度^[5]。

(四) 组织内部互融固化盈利模式

在融媒体时代中,出版编辑单位或多或少地面临着资金启动困难的问题。尽快探索出一套成熟的盈利模式,不

仅可以帮助企业获得更多的经济收益,同时还能够促进内部融合与创新目标的顺利达成,使得出版业可以在融媒体环境中得以繁荣发展。首先,需要整合多方资源来促进出版单位的内部融合,为内部员工搭建起相互交流的平台。结合以往的经营和发展经验,突出个性化的企业文化,使得文化感染力可以对内部员工带来正向影响。另外,在现阶段的编辑体制下,还需加强对内部员工的思想政治教育,进一步完善奖惩机制,明确惩罚举措,以此来消除编辑人员的惰性思维。其次,应当尝试落实内容付费策略,效仿音乐付费的推行模式,在符合基本发展原则的前提下,采用循序渐进的方式来进行转型升级。随着内容为王、用户为王等相关理念的落实,融媒体企业的经济收益也会逐步提高,增强自身在行业中影响力的同时,实现投资利润的最大化。

五、结语

综上所述,融媒体时代的到来,意味着出版编辑的工作流程必须做出改进与创新。出版编辑应当基于融媒体时代中的发展机遇,从实际情况出发,对原有的编辑模式作出改进和创新,进一步优化出版编辑流程、管理方法、营销渠道以及模式等。出版编辑应根据广大受众的个性化需求来提供精准服务,增强用户忠诚度,提高社会效益。

参考文献

- [1]赵海霞.大数据时代对传统图书出版编辑的冲击及对策[J].传媒论坛,2020(21):97-99.
- [2]杜川,肖东发.从“编辑力”看出版文化品牌的塑造——以广西师范大学出版社“理想国”品牌为例[J].编辑学刊,2013(06):61-65.
- [3]付伟棠,张志强.我国数字阅读行业的新发展:基于2017年数字阅读报告的分析[J].图书馆杂志,2018(04):4-11.
- [4]辜晓进.颠覆报纸出版流程全面体现“数字优先”《金融时报》近期的变化具有革命性意义[J].新闻实践,2013(11):72-76.
- [5]王艳丽,袁兴玲.定稿流程和编辑流程的控制特色——以《中国机械工程》为例[J].湖北师范学院学报(自然科学版),2016,36(03):154-157.