

探析融媒体时代图书编辑应该具备的素养

杨扬

中国广播影视出版社有限公司, 中国·北京 100045

摘要:在融媒体时代的浪潮洗礼下,图书编辑这一领域正遭遇空前的同时充满可能的考验与机会,图书编辑需不懈提升个人素养,紧跟融媒体的时代趋势,论文深入剖析了在融媒体时代背景下,图书编辑工作需要哪些专业素质,这包括对信息的筛选与整合,跨媒体的编辑技巧,对市场的敏锐洞察,以及创新思考的能力,目的是为当代图书出版工作者提供工作的方向和建议。

关键词:融媒体;图书编辑;专业素养;信息筛选;市场洞察力

Exploring the Literacy that Book Editors Should Possess in the Era of Integrated Media

Yang Yang

China Radio and Television Publishing House Co., Ltd., Beijing, 100145, China

Abstract: Under the tide of the media era, the field of book editing is facing an unprecedented and full of possible tests and opportunities. Book editors need to improve their personal quality unremittingly and keep up with the trend of the media era, this paper analyzes in depth what professional qualities are needed in the work of book editing under the background of media integration, which include the screening and integration of information, cross-media editing skills, and sharp insight into the market, and the ability to think creatively in order to provide direction and advice for contemporary book publishers.

Keywords: financial media; book editing; professional literacy; information screening; market insight

1 引言

在融媒体信息时代,信息传播手段经历了根本性变革,像报刊、电视媒体、广播电波这样的传统信息传播方式,虽然还没退出舞台,但它们的威力已经被互联网和社交媒体等新型传播渠道盖过了。现如今,信息迅速流动,遍布各处,人际沟通与互动也随之更加紧密与频繁地进行,这场革新给图书编纂领域带来了长期影响,图书编辑的责任范围和职责也因此出现显著转变。在数字化时代背景下,图书编辑不再只是单纯的文字编辑,或是排版者,他们转型为文化的创意策划师、资源整合者与信息传递的先驱。他们的事业已不限于传统纸质书籍,而涵盖了电子版书籍、有声读物、网络文学等多样化的传播形式,图书编辑不仅得有扎实的文字基础,如校订、布局,还得跟上数字媒体时代的节奏,全面发展,这就要求他们得有一系列的新型素质。担任图书编辑的人员必须拥有出色的信息筛选和梳理技巧,在茫茫信息海洋中,他们需借助敏锐的洞察力与专业基础,提炼出真正有效信息,实现高效整合,这不仅要求他们具备卓越的文学修养,还需深入了解各大网络媒体渠道的特点,好将信息以最佳方式展示给观众^[1]。图书编辑需具备深刻洞察与精准掌握市场洞察力,他们需紧跟市场动态,了解读者偏好与消费习惯,以此为基础,策划方案更能迎合市场的题材选择,与此同时,他们需与作者、设计高手、营销团队密切配合,齐心协力打造能在市场较量中脱颖而出的受大众欢迎的书籍。在融媒

体时代,图书编辑必须具备创新思考的能力,这就像是他们职业素养的一部分,在这个信息爆炸的时代,怎样创作既别致又逗趣、内涵丰富的文章,吸引读者注意力并触及他们的情感,成为每一位图书工作者需要深入思考的问题,因此拥有创造性思维的图书编辑,能在激烈的市场竞争中显得格外突出。

2 融媒体时代的特点

在信息传递的新模式中,多媒体标志了一个多种媒介素材的融合时期,其特质在于各种传媒方式的相互补充与协同提升,融媒体不是几种单一媒体的堆砌,而是将文字信息、图像、声音、视频资料等众多信息承载形式深度结合,打造出一个多元、多维、立体的信息扩散网络^[2]。在这一架构内,信息传输效率得到大幅飞跃,传输途径变得多样化,而且信息互动的互动程度大幅提高,网络技术的快速进步,显著提高了信息流通的速度。如今,一条资讯从诞生到遍布全球,可能仅仅耗费几分钟甚至几秒钟。对图书编辑而言,快速筛选重要信息,迅速完成文稿的编排与发表,是为了抓住机会,满足读者群对热门信息的需求,信息传递的渠道现已丰富多彩,不仅限于过往的报纸、期刊、电视媒体等旧有方式,还包括了微博平台、微信公众号、短视频平台和直播平台等新兴渠道,这些传播渠道各有所长,有的精通文字信息传播,而有的则更具优势视觉信息展示,图书编辑需了解各种通路的特性差异,选择最佳途径用来最优化内容的传播效率。在

融媒体时代,提升交流的互动性成为显著的特征之一,如今的信息接收者不再是单一的信息接收方,他们能够通过点赞、相互作用、发表评论、分享等途径,与信息发布者展开直接对话与互动。这对于图书编辑而言,既是挑战,亦是机遇,难题在于,相关人员需要更加注重用户的反馈,迅速调校内容规划策略,通过与观众的互动交流,他们能够更准确地掌握观众的需求和喜好,据此制定更符合市场的议题策划。身处于这个特定背景之下,图书编辑所承担的职能和责任已经经历了明显的变化,他们必须迅速而精确地洞察市场动态,深入掌握消费者喜好,同时还要具备跨媒体编辑能力。具备多媒体内容整合能力,意味着图书编辑必须精通不同媒体形式的编辑艺术,涵盖文字加工、图片处理、视频编辑等,满足融媒体发布渠道的发布标准,在编纂一本讨论出游的书籍时,除了常规的文字描述,还可以融入华丽的立体图像、实用的短视频等多种媒介内容,使读者更直观地感受目的地的特色风情。

3 图书编辑应具备的素养

3.1 信息筛选与整合能力

在融媒体时代下,图书编辑须在这无尽的信息海洋中,精准挑选那些蕴含价值、深度与魅力的精华内容。在文献海洋中,挖掘有价值的资料,并对其进行巧妙整理,这便是图书编辑在融媒体时代所必需的必备技能。图书编辑必须修炼出快速提炼精华的本领,借助网上信息资源和数据挖掘技术,就能达到高效率的数据处理与解析,利用具备高级检索功能的搜索工具,图书编辑可以设置搜索词、时间范围选择、文件类型等参数,迅速精确地找到所需信息^[1]。编辑们能够利用社交网络平台监控工具,实时捕捉社交媒体上的热门话题和最新情况,把握大众高度关注的关注点,经过信息筛选过程结束后,书籍编撰人员还需运用精湛技艺,对书籍内容进行细致加工与整合。这不仅仅是对资讯进行简单堆砌,而是要紧密围绕中心议题、考虑接收者需求、针对出版目的,对资讯进行归类、梳理和重构,构建一个既合理又深入的内容框架。例如,在编纂一本聚焦智能科技范畴的图书时,图书编辑可以从浩如烟海的信息资源库中挑选最具代表性和前瞻性的观点、案例和资料,接着,以“发展轨迹”“技术基础”“应用范围”“趋势展望”等为主题进行分门别类,精心打造一本内容丰富、深入分析的人工智能领域的权威书籍。例如,出版行业的业内人士正在策划一本探讨科学饮食的书籍,他可以运用网络搜索工具及社交平台,聚集最新健康饮食研究成就、行业权威观点和流行烹饪方法等信息。针对特定出版物,依据其预设方向及目标读者的特定需求,对所含资讯进行细致的挑选与深度的融合,最终依照“健康饮食的重要性”“平衡营养素的摄取”“食物所含价值的解读”“推荐健康菜谱”等主题来组织这本书,让读者可以系统性地了解并掌握健康饮食的相关知识和方法。

3.2 跨媒体编辑技能

在媒体融合趋势中,图书编辑们早已跳脱出文字加工和校对工作的固有角色,如今图书编辑需要具备综合能力,不仅要编辑文字,还得擅长融合图像、音频、影视等各类要素,这种技能需求,是媒体融合时期进步的必经之路,图书编辑在处理文字进行排版时,需要保持一致的严谨性和准确性,以确保信息的准确性,并保障表述的流畅性,同时他们还要掌握如何运用图像来提高文章吸引力^[4]。例如,在编纂一本展现世界各地风光之美的旅游攻略时,编纂者必须挑选出上乘的图片资料,并巧妙地将之与精致的文学描述融为一体,使读者能够直观地领略世界五大洲美景。在信息化时代,对音频和视频内容进行高效编辑与管理,愈发重要,在拥有高度互动特性的电子读物和多媒体出版物中,嵌入的音视频内容能极大地增强读者阅读体验,在有关历史的电子书籍中,图书编辑嵌入一些历史事件的音频解说或者视频片段,使得读者犹如跨越时光,领略历史的浓厚氛围。书籍编辑者要想精通融媒体编辑,不仅得精通如 Photoshop、Premiere 这类排版工具,对图像进行精修,声音和影片进行裁剪,还得具备多种多媒体策划与制作的能力。这就要求他们在编辑书籍时,精确掌握书籍的主题和目标读者,巧妙的把信息资源进行整合,打造出既丰富多彩且形式多样,且能实现和读者进行良性互动的作品。例如,图书编辑制作一本包含动物信息的数字图书,除了细腻的文字描述,还要插入动物图片、收录叫声以及播放动物日常行为短片,借助多媒体集成展示,读者能够一键了解动物的基本信息,同时也能直观领略它们的日常生活规律与行为习性。

3.3 市场洞察力

在融媒体时代,图书编辑需要准确的把握市场动态和消费者实际学习需求,信息传播方式的变革使得公众阅读习惯、消费模式以及偏好选择都在持续地进行着转变,图书编辑需紧跟市场动态,深度把握读者实际需求,以策划设计出更契合市场的优质图书。图书编辑要深入调研市场,把握当前流行趋势,通过填写调查表、当面沟通、参与网络讨论等多样手法,汇聚公众对各种书籍的喜好、购买欲望和阅读风气等信息,这些信息能助力图书编辑更深入地把握潜在客户,为接下来书籍的选题和市场营销提供强劲的辅助。图书编辑借助数据分析来洞察出版领域的新动向,通过汇总和梳理销售数据、访问量、消费者意见等信息,图书编辑能够准确地把握读者偏好的书籍类型,以及哪一种宣传方式更具成效。例如,观察到某类激励人心的图书销售数目不断上升,图书编辑人员就可以着手策划更多类似主题的书籍,迎合消费者的阅读需求^[5]。又如,出版社的文案策划通过市场调查得知:近几年,大众对心理状况关注的重视和自我提高的需求不断攀升,而这方面的书籍销售量也在持续增长。凭借这一洞见,图书编辑可以策划一系列围绕心理健康领域和自我提高主题的出版物,像《心理学与生活》《自我疗愈的力量》

等。利用数据分析,图书编辑可以针对不同年龄、性别、职业的读者策划更具针对性的宣传活动,也可以与心理咨询专家共同开展网络研讨会、开展别具一格的阅读活动等,通过此举吸引更多潜在读者。

3.4 创新思维能力

在出版领域这片竞争激烈的领域中,拥有创新思维已经变成图书编辑必不可少的一项关键技能,这不仅是由于创新思路助力图书编辑摆脱传统束缚,探索新范畴,更是因为这种思维能让书籍在众多出版物中独具特色,吸引读者关注,提升其市场竞争力。创新思维的核心首先体现于内容和形态的革新方面,近年来,记叙性作品借助添加更多的故事性和情感元素,令读者在吸收到知识养料的同时,还能感受阅读之乐,这种注入新鲜血液的新颖内容形式,受到广大读者的热情推崇。例如,《人类简史》这类书籍,不但丰富了我们的历史知识储备,更凭借其独特的叙述手法和生动笔触,对读者重新解读人类演化进程,因此在市场上深受好评如潮,在信息传递的途径上,创新思维同样能够发挥重要作用。过往,书籍宣传主要因于实体书局的签书活动和新闻机构的报道。但现在,借力网络名人和著名作者进行联合网络直播,或者通过社交平台实行精准宣传,能让图书的流传更广、影响范围更深。例如,作者就能借助微博直播平台跟书籍爱好者亲密互动,畅谈创作心得,此举不仅让忠实读者更铁杆,还促进了图书销售,市场营销策略的创新,乃是制胜的关键因素,如出版社之类的商家,通过发行限量版图书、签名版图书以及赠送特色小礼物的促销手段,提升了图书的额外价值,以此吸引消费者购买。书籍销售商携手咖啡厅、文化生活空间

等空间,联合举办以阅读为主题的活动,使读者在沉浸在书籍氛围中之际,还能广泛涉猎各类书籍。例如,出版社可以推出以旅游文化为主题的图书,其中包含精致的插图和详尽的地图,同时随书赠送一套以旅行为主题的邮资明信片。他们能够跟著名的在线旅行服务公司开展协作,推行一种购买书籍就能享受到旅行折扣的营销推广,这种开创性的合作与独特的营销策略,不仅赋予了书籍附加价值,还赢得了众多喜爱旅行的读者群体。

4 结语

总之,在融媒体时代,图书编辑需持续提升个人综合素养,适应新媒体融合的趋势,加强信息的筛选与整理、多媒体信息的编撰、市场感知能力以及创造性思维等方面的培训,将助力图书编辑更有效地服务受众,从而推进出版领域的进步。

参考文献:

- [1] 李培培.融媒体时代图书编辑应该具备的素养探析[J].新闻文化建设,2023(10):79-81.
- [2] 魏亚萌.全媒体时代图书编辑出版工作转型策略分析[J].记者摇篮,2024(4):30-32.
- [3] 谢璟.新媒体时代图书出版编辑工作的创新之路[J].文化产业,2024(8):108-110.
- [4] 龚忻.论新媒体时代下图书编辑如何应对挑战[J].参花,2024(4):122-124.
- [5] 侯晓霞.新媒体时代图书出版编辑的坚守与创新[J].中国报业,2024(1):110-111.