

媒介融合时代下出版的数字化转型研究

白国民

(哈尔滨地图出版社, 黑龙江 哈尔滨 150086)

【摘要】伴随着我国经济的快速增长,信息科学技术产业也得到了飞速的发展,诸多新媒体技术应运而生,新媒体时代已然到来。在媒介融合的时代背景下,对图书出版行业来说,无疑面临着巨大的挑战。这些挑战除了表现在出版的形式上之外,还体现在出版行业的内部架构上。在这种情况下,图书出版行业如何应对这些挑战,如何才能适应媒介融合的时代趋势,如何完成在媒介融合背景下的图书出版数字化转型,便是当前图书出版行业所亟须解决的问题。本文从媒介融合的概念与特征出发,对图书出版数字化转型的重大意义及策略进行了分析和研究,以期为媒介融合时代背景下,出版行业的数字化转型提供些许的借鉴。

【关键词】媒介融合;出版;数字化转型

当前,伴随着互联网和信息科学技术的飞速发展,人们的阅读习惯较以往也有了很大的不同。从现实来看,传统的书籍、报纸等具有体积大、便携性差等不足,而数字化文档则可以完全摆脱这些困扰,因此,很多读者对阅读纸质书籍、报纸等的意愿也越来越低。因而,对出版行业来说,图书出版的数字化转型是出版行业顺应时代发展的必然。

一、媒介融合的概念与特征

关于“媒介融合”的概念,最先是美国学者伊契尔·索勒·普尔提出的,在他看来,媒介融合就是在同一时期中,多种媒介在多种原因的作用下所呈现出的一体化发展趋势。而另一位美国学者安德鲁·纳奇逊则从多种媒介的合作上提出了新的看法,他认为媒介融合就是一种集印刷、音频、视频等媒介为一体的战略文化联盟。我国学者陶喜红则对媒介融合给出了全新的概念,认为媒介融合是“随着科学技术的发展,一些人类在交流过程中原有的障碍被打破,电视、网络以及移动技术飞速进步,在这一背景下,各类新闻媒体之间巧妙融合在一起的一种形式”。从这一概念可知,媒介融合所涵盖的范围既有传统媒体与新媒体之间的融合,又有媒介行业内外之间的整合。综合媒介融合当前的现状来看,陶喜红对媒介融合的

这一定义具有较强的现代性。

在媒介融合时代,媒介融合的特征主要表现在以下几个方面:

(1)便捷性。相较于以往的信息传递方式,媒介融合没有了要经过多重审批的烦琐过程,只要利用信息传递终端,如手机、平板电脑等即可快速地完成信息传递。

(2)不受时空限制。人们可以根据自身的沟通、交流意愿,随时、随地都可以实现与对方之间的信息交流。

(3)信息形式多元化。伴随着新媒体的快速发展,信息传播的内容和形式也更加多元化,传递信息的形式除了文字之外,还有图片、音频、视频等,人们可根据自身的意愿或喜好来进行信息的传播、表达。

二、媒介融合时代下图书出版数字化转型的意义

(一)图书出版数字化的优势

相较于传统的出版形式,数字出版的优势非常明显。其所表现出来的特点主要表现在阅读便捷、查询便捷、下载便捷、编辑便捷、可适时更新等方面,并且由于数字化出版还实现了无纸化,因而可以极大地节约整个出版过程的成本,也不会有因图书积

压而出现资源浪费的现象。为此，数字化出版可以弥补纸质出版的诸多不足，进而增强图书出版的竞争力。

（二）满足现代人对信息获取途径的多样化需求

图书出版所面对的是全体社会民众，随着信息科学技术的发展，人们获取信息的方式也开始从传统的书籍、报纸转向于手机、电脑等移动信息终端设备。如今，手机等电子产品已基本普及，通过这些电子设备来获取信息已然成为阅读浏览的主流。相较于传统的纸质出版，数字出版物可集文字、图片、音频、视频等内容于一体，可以给读者带来良好的交互式体验。同时，数字出版物所具有的方便、快捷等特点，也更容易使读者在感官上接受，因此，在媒介融合的时代背景下，出版业进行数字化转型可以更好地满足人们获取信息途径的需求。（三）图书出版行业发展的趋势所在

相较于传统的图书，数字化图书在浏览、存储、更新、查询以及编辑方面都具有极大的优势。进行数字化图书出版可以有效地避免图书破损、积压和资源浪费的现象，也正是由于这些优点的存在，使得人们对数字化图书颇为喜爱。从本质上来看，图书出版意在传播和扩展知识，而数字化的出版则可以极大地丰富人们获取知识的方式，人们可以根据自身的阅读喜好，不受时间和空间限制进行自由的阅读，甚至还可以通过数字出版物所附带的多项服务功能来进行阅读的检测、延伸。因此，媒介融合背景下的图书出版数字化转型，可以更好地促进知识和信息的传播，也必然是未来出版行业发展的趋势。

三、图书出版行业数字化转型与发展所面临的挑战

在媒介融合时代下，图书出版的数字化转型发展战略是根据当前互联网信息技术的发展以及传统图书出版的劣势所提出来的。因此，为更好地推进图书出版的数字化转型，应当对传统图书出版的劣势进行分析，并结合当前互联网信息技术，制定相应的解决策略。这里先从传统图书出版的不足出发，进而阐述

当前图书出版的数字化转型所面临的挑战。

（一）传统图书出版的不足

第一，图书内容单一，出版时效性差。当前，数字化阅读方式越来越受到人们的欢迎。因此，图书出版行业首先要做的就是采取有效的策略来吸引更多的读者，满足读者的多样化需求。但从现状来看，由于传统思维的影响，出版单位所出版的图书在内容上仍然比较单一，而这种内容上的单一又与当前信息传播的现状以及青年读者的阅读需求不符合。同时，伴随着互联网信息技术的发展，信息传播的速度今非昔比，为此，在图书出版的时效性上，也应当做出相应的改变，要能够足够快速地将时效性强的阅读内容即时地展现给读者。若出版的图书内容老旧，那么在图书出版之前，读者可能已经知晓了相关的内容，所出版的图书也就很难吸引到读者。而事实上，图书出版的时效性不强也的确是图书出版行业的比较突出的问题。

第二，图书出版流程烦琐，出错率高。在传统的图书出版中，整个出版过程所需要经过的流程比较多，相关的事项也非常的烦琐。例如，图书的选题会、图书内容的编辑校对、确定印刷数量、图书定价等流程，而在这些流程中仅编辑校对就又包括诸多方面的内容，如字体、字号、格式、图序、标点符号、错别字、异形字、繁体字、敏感词等的检查和修正，一整个流程下来往往需要耗费编辑人员大量的时间和精力。并且这些校对工作往往都是通过人工来完成的，为此难免会出现遗漏，导致图书的出错率较高。

（二）图书出版数字化转型所面临的挑战

虽然图书出版的数字化转型较之以上有种种优点，比如选题策划市场化、出版流程数字化、出版形式多元化、发行推广分众化、跨界合作趋势化，等等。但是同时我们也应看到数字化出版之电子阅读群体有限、阅读方式也存在弊端。

从现实来看，电子阅读方式的优势确实比较明显，但也有部分群体对这种阅读方式并不推崇。在

阅读习惯和阅读情感的影响下，很多地区和领域仍然偏重于纸质阅读。例如，对电子设备使用比较生疏的老年人，不在意阅读成本的群体、图书收藏者、学生群体等。这些原因都会对电子阅读的使用人数带来影响。此外，长期的电子阅读还存在影响视力的弊端。这也都是图书出版的数字化转型所面临的挑战。

四、媒介融合时代下图书出版数字化转型的策略

（一）充分挖掘图书数字化出版的方式

传统的图书出版形式是以纸质为主，出版的整个过程需要经过多种环节，还需要投入大量的资金和人力，在发行时可选择的途径也比较少，并且图书与读者之间缺乏互动性。伴随新媒体的出现，以纸质图书为主体的出版时代已然过去。在媒介融合时代下，利用新媒体来完成图书出版的数字化转型是大势所趋，只有这样，才能使得出版行业紧跟时代发展的步伐。图书出版的数字化转型，是依托互联网来开展信息传输，由此便可以打破时间和空间的限制，而这也是传统的图书出版所无法比拟的。数字化图书出版的关键就在于对大数据的利用，其所表现出来的就是信息科学技术下信息内容传播的时代特征，通过媒介融合，对图书的数字化出版方式进行挖掘，实现图书出版的数字化转型。

（二）图书出版应用大数据技术，满足读者的阅读需求

大数据技术的出现是互联网产业发展的必然，其是一种非常重要的分析技术。通过利用大数据技术，相关从业者可以从浩如烟海的数据中提取自身想要的相关数据，并对提取出来的数据进行分析 and 研究，得出准确、科学的结果，进而依据所得结果进行规划和调整。就图书出版行业而言，在媒介融合时代，通过利用大数据技术可以实现以下几个方面的目标：

（1）促进资源整合。目前，图书出版的内容比较单一，时效性也较差，针对这一情况，可以通过

利用大数据技术来提取人们的阅读喜好、关注对象、社会热点等数据并进行分析，进而依据分析结果来确认图书出版的内容或主题是否与人们的需求相契合，实现出版资源的整合。

（2）确定出版印前信息。通过利用大数据技术收集出版图书面向的读者信息，了解读者对图书的购买意愿与购买力，再结合图书出版的成本等方面来确定图书的定价、印刷数量等，对图书出版进行精准的定位。

（3）推动图书营销。通过大数据技术收集市场、消费者、销售渠道等相关信息，并对这些信息进行有效整合，进而从图书的内容、定价、设计、印刷数量等方面进行调整，有针对性地制定营销策略，从而推动图书的销售工作。

（4）良好的售后。在图书销售之后，可通过大数据技术来收集读者对图书的阅读感受和阅读评价，之后再根据所收集到的信息对图书后续的出版进行调整，给读者提供更好的阅读体验。

综上所述，出版单位可将大数据技术广泛应用到出版的各个环节，尽可能满足各类读者对图书的需求，为图书出版的数字化转型奠定基础。

（三）出版流程信息化，提高出版发行的效率

在图书出版数字化转型中，编辑校对流程烦琐，出错率较高等问题都急需解决，对此可通过利用相关信息化技术来对编辑校对流程进行简化，最大限度地降低校对的出错率，缩短整个图书出版过程的时间。例如编辑的校对过程中经常会遇到错别字、异体字、繁体字、敏感词汇等文档问题，对此就可以利用相应的文档编辑功能来实现对这些问题的更正、修改和调整。而对于文档中的格式问题，如字体、字号不一致，行距、页边距不整齐等，则可以通过利用文本编辑中的统一格式来调整，对整篇文档进行统一。总而言之，在图书编辑中运用信息技术手段，可以有效地提高图书编辑出版的效率。与此同时，出版编辑人员也应当顺应时代发展的潮流，积极地学习和掌握现代化信息技术，并能够熟练运用，

从而提高数字化图书的出版效率。

（四）新媒体与纸媒结合，互为补充

事实上，在媒介融合时代下，图书出版的数字化转型要想获得长久的发展，还应当融合多种传播途径。图书行业不能也不应该简单地只选择电子阅读方式或纸质阅读方式，而应当二者兼顾，新媒体与纸媒结合，实现二者的优势互补。目前，社会上倾向于纸质阅读的群体和倾向于电子阅读的群体同时存在，因而这两种阅读方式都应当得到保留和发展。鉴于电子阅读同样存在一些缺陷，所以在图书出版的数字化转型中，应当将纸质阅读与数字化阅读结合起来，使二者的优势互补，共同推进图书出版的数字化转型发展。

首先，利用电子阅读向读者推广纸质图书，在互联网上，出版单位要对电子图书的内容和质量进行把控和优化，并将纸质图书的出版信息及购买链接附带在文档的末尾，方便读者进行纸质图书的购买。其次，在纸质阅读的基础上，引导读者进行电子阅读，同样，出版单位可将电子版图书的相关信息和链接印刷在纸质图书的扉页或尾页，引导读者到线上进行阅读，进而实现图书出版的数字化营销。也就是说，图书出版的数字化转型应当将提高图书的质量和水平作为第一要务，使读者能够充分感受到出版单位的诚意与付出，为图书出版奠定根本性基础。

（五）转变思维方式，优化人才结构，培养数字化人才

在图书出版的数字化转型过程中，出版单位应当转变自身的思维方式，适时地对本单位的人才结构进行调整。在一些出版单位中，由于编辑人员习惯用纸张来进行信息传播，因而他们在思维方式上，往往也停留在传统的编辑模式上；而在数字化编辑方面，他们却并不熟悉。为此，出版单位应当采取有效的方式来对单位内部的人才培训，如对编辑人员进行互联网技术、多媒体技术等方面的培训，转变他们的思维方式，提高他们的专业素质能力。此

外，在转变编辑人员思维和提高编辑人员专业素质能力的同时，还应当适时地通过外聘等方式增加互联网技术和媒体运营方面的人才，优化单位内部的人才结构，以进一步促进图书出版数字化转型。

结语

综上，在媒介融合的时代背景下，传统图书出版所面临的压力无疑是巨大的，而互联网信息技术的发展又为图书出版行业的发展提供了更为广阔的空间。出版单位要想在媒介融合时代获取更好的发展，首先就必须充分认识到图书出版数字化转型对自身发展的重要意义，同时还应当对数字化转型所面临的挑战进行分析，有针对性地采取相关的解决策略，做好相关的资源整合与效率提升工作，实现图书出版的数字化转型目标，进而提高自身的竞争力。只有这样，才能跟上时代发展的步伐，获得长久的发展。

参考文献：

- [1] 冯若曦. 出版媒介在融媒体时代下的数字化转型与发展[J]. 营销界, 2020 (43).
- [2] 陈婷婷. 论媒体融合时代下教辅出版的数字化转型[J]. 新闻前哨, 2021 (08).
- [3] 任吟. 论媒体融合时代下教辅出版的数字化转型[J]. 传播与版权, 2020 (01).
- [4] 于超. 媒介融合时代下出版的数字化转型[J]. 东西南北, 2020 (09).
- [5] 王春敏. 媒介融合时代下期刊出版的数字化转型[J]. 传播与版权, 2021 (07).
- [6] 任玉琳. 试论媒体融合时代下教辅出版的数字化转型[J]. 传播与版权, 2019 (06).
- [7] 田伟. 图书出版的数字化转型与创新路径[J]. 新闻文化建设, 2020 (18).

作者简介：白国民（1972年10月-），男，黑龙江省克山县人，汉族，本科，高级工程师，主要研究方向：地图编制、出版、发行。