

国图出版社开发数据库解决近代报纸“藏”与“用”矛盾

报纸是近代出现的新兴载体,反映了近代中国政治、经济、军事、科学、文化、生活等各个方面,被喻为中国近现代史研究的史料宝库。特别是有数众多的红色报纸,它们记载了中国共产党人的奋斗历程以及最终取得革命胜利的史实,具有重要的宣传教育意义和学术研究价值。为了有效解决近代报纸“藏”与“用”的矛盾,并将数量庞大的红色报纸系统进行揭示,国家图书馆出版社于2018年启动了“中国历史文献总库·近代报纸数据库”的开发。数据库以国家图书馆的馆藏为主,与海内外收藏机构广泛合作,已完成1~5辑建设,上线报纸400余种(其中红色报纸70余种),共计150余万版。目前近代报纸类数字产品主要上线的是《申报》《大公报》等少

(上接第1版)

出版融媒新品研发运营七动向

动向三

产品服务效能提升

随着5G的应用,技术设施使服务能力达到相对平稳的状态,服务的系统化趋势也将更加明显。从出版企业的融媒产品开发看,提供更加完备的数据服务的能力逐步增强。比如,人民出版社在数据库建设中,高度关注技术前沿动态,注重运用信息技术革命成果。积极应用人工智能技术,组织100多位专家学者对理论著作知识点的内在逻辑进行分析提炼,建立了面向理论文献的语义模型,研发了与之匹配的知识点提取及检索算法,将复杂的理论文献知识化、条理化,开创了“知识点阅读”新形式,实现了文献检索方式从传统篇目、章节检索到知识点语义检索的飞跃。此外,该社采取“移动优先”策略,拓展开发了微信小程序和阅读器两个移动端版本,推动数据库为更多年轻人和“手机族”所知所用。此外,诸如贵州出版集团本草风物志·中草药数据库”项目则有专业的技术团队为平台开发、后台用户画像分析及售后服务等提供全流程的技术解决方案。开发工作有严谨的工程周期评估,在建设过程中充分考虑开发语言的扩展性,有预见性地选取持续占据行业主导地位的编程语言与技术手段,保障了平台的正常运行、升级改造以及持续竞争力。

北京电子音像出版社旗下的“国韵传承APP”则依托上海触讯信息科技有限公司的技术支持,以高速文档解析引擎、数字版权保护、复合式高可用架构、智能分发等核心技术,实现出版与读者高度粘性。值得一提的是,该系统实现了从应用下载、网页浏览、支付激活到用户阅读行为分析等全方位的统计分析功能。可以根据不同统计数据的特点,对数据进行二次集结计算,极大地提高了统计效率。

动向四

内容+技术贴合度提升

很长一段时间,出版机构的融媒产品存在内容与技术“两张皮”现象。内容研发与技术的完美贴合实际上需要内容研发方作为项目主导,在洞悉用户需求的同时,顺畅地将需求点传递给技术方,实现技术为内容增值赋能。从此次搜集的案例不难发现,国内出版行业的融媒产品已经实现了内容与技术进一步贴合。比如“国韵传承APP”会统计每个用户每日不同时间段的使用情况并绘制成图表汇报给用户。对于后台管理员,系统会每日生成阅读报表、销量报表、用户数据等信息,这也为内容的策划制作提供了可靠的数字支撑。吉林出版集团的“伴读”产品则是从“全程场景、深度学习、深度互动”三个方面推动价值再造,规模化生产融合出版物,形成可持续商业模式,打造融合创新的内容服务品牌,提升少儿融合出版物盈利能力。“建筑邦”平台将天津大学社12年实践过程中6个平台的优势技术进行整合,在专业性和系统性层面实现了跨越。

动向五

运营模式更为清晰

实际上,一直以来困扰出版机构数字板块的最大问题是盈利模式能否走通,项目本身能否持续实现造血功能。从此次不完全调研可以看到,目前,“悦”系列知识服务产品、京师书法、建筑邦、“伴读”等产品除了不同程度实现自主盈利,盈利的路径也更为清晰。比如京师书法定位于服务学校端的产品,品牌推广及用户运营方面,一是参与股东品牌推广活动,参与北师大出版集团的产品展会、科大讯飞的教育装备展等活动;二是线上渠道,比如上架讯飞智课等平台进行推广;三是媒介渠道,通过诸如《中国教师》杂志社等进行推介;四是建立区域服务中心,比如在河南、河北、山西、山东、福建、广东等省市区建立区域产品服务中心,提供当地专家服务和培训支持。京师书法普及版,采用先试用后收费的方式。国韵APP则成为北京电子音像出版社开发K12教育产品的重要依托和保证。作为长线产品建设,是该社未来业务增长的重要引擎。具体来看,依托APP打造的国韵传承生态社区,利用平台沟通功能,建立社区营销,增强实现用户粘性,可以实现实体产品和电子产品的销售贯通,形成立体生态系统。

动向六

用户体验感更强

事实上,用户体验很难完全量化衡量。数字化产品的用户体验涉及易用性(Usability)、用户动

机(Motivations)、态度(Attitudes)、用户期待(Expectations)、行为模式(Behavioral patterns)、限制(Constraints)等。换一个角度看,它涉及到人机交互类型、用户体验以及他们期待采取的行动等。总体而言,用户体验是一个复杂的系统,很难用单一或若干量化指标来完全度量。但在数字化产品时代,可以通过获取大量的用户在线使用数据,使用户体验在线量化评估变得逐渐普及。北京电子音像社的国韵传承APP,内容设计模块化、分类精细。从用户体验上来看,高清音频、视频资源,为用户带来极度舒适的体验。一键式搜索及智能推荐,提高用户粘性。APP体积小、无广告、稳定性高,可以后台播放音频,边走边听,具有很强的陪伴功能。尤其是其定制功能,可针对不同的用户单独设置各插件模块的开关,提供不同服务。此外,天津大学社的建筑邦研发则探索了可以更深入表达思想内容的元素,例如用文字表达概念、用图表表达结构化数据、用音乐传递情感、用视频展现抽象的内容、用BIM表达建筑结构等。底层逻辑是根据用户使用轨迹研发线上图书排版技术、资源排序算法、数据安全系统、线上评价系统、大赛活动系统、专题库系统、项目库系统、多层次集群式用户系统、阅读统计及反馈系统等,进行需求的不断抓取和及时对接。

动向七

研发团队成长迅速

新型融媒产品研发和运营过程中除了关注技术、流程、营销与盈利模式,出版单位内部组织结构

数大报,该库已上线的400余种报纸以地方大报和红色报纸为特点。其中地方大报基本实现全国各地区的全覆盖,全面反映了近代风土人情、社会万象;红色报纸上线70余种,数量居同类数据库之首。其中《新华日报》系列不仅上线汉口、重庆版,还包括华北版、太行版、华中版、南京版等。它的首次完整揭示,是研究党报党刊、根据地建设的重要参考。

近代报纸加工难度极大,报纸版式复杂,篇目区域难以清晰辨别。该数据库在建设时期,对所有篇目区域都进行了精确划定和审校,并录入标题文本、篇目坐标等信息,可实现篇目热区显示、检索后篇目在版面中极速定位。数据库已上线的一、二辑全部100种报纸都可以实现全文检索,并计划于2021年底新上线20万版全文。全文检索以篇目为单位,可实现检索结果的预览、命中词在页面中的高亮显示和精准定位。(林致)



与优化也同样重要。可以看到,近年,出版机构在内部机构、数字化平台、区域性和全国性的战略联盟方面均有积极动作。找准在国家数字出版产业中的定位,优化顺应数字出版的内部组织结构和形态已经在部分出版企业中显出成效。如人民社就打造了一支包括数字编辑、数字加工、数字校对、知识加工、技术开发、产品运营、产品销售等独具专业特色的融合出版人才队伍。贵州出版集团则建立起一套包括产品策划、产品建设、产品维护、功能测试、宣传推广、售后服务在内的数字出版项目团队,确立了包括进度管理、质量管理、经费管理、负责人制度在内的项目监管机制。同时,为更好地对产品进行推广传播,集团还对“本草风物志·中草药数据库”进行了产品整体VI设计,通过与第三方合作,组建起了一支涵盖编辑、技术、营销的项目运营团队。天津大学社在12年的融合出版实践过程中,积淀了一支具有专业出版经验同时具有丰富数字出版经验的队伍。基于内容制作的需要,

该社渐渐地培养起一支综合能力强的制作团队,包括策划团队、美颜团队、视频拍摄及制作团队、记者团队、数字编辑团队、研发团队、管理团队等,团队中大部分成员可以身兼数职,具备将内容进行融合的卓越能力。

当然,我们也需要看到,制约媒体融合发展的瓶颈依然存在。比如,专属媒体融合科学绩效考核机制,新媒体人才的培养以及融合出版特点,围绕产品和服务构建流程和规范,形成从数字内容编辑到产品运营再到用户反馈的完整“链条”等方面,还存在不同程度的欠缺。就目前的大产业层面来看,5G正处于基站建设、设备更新的初级阶段,出版社目前还没有典型的应用落地。各出版单位需要更加耐心地布局与尝试。无论如何,面对技术的更迭,各出版单位早已不再停留于预判和观望阶段,有了强烈的开拓意愿。毫无疑问,只要继续拥抱新技术,出版机构数字产品研发和运营进程会大大加快。

案例解析

电子社探索知识服务产品市场化运营模式

研发过程

电子工业出版社的“悦”系列知识服务产品涵盖图书、课程、论文、标准、电子电路设计包、产品设计、项目案例、研究报告,是一款多形态多元化的知识服务产品。

“悦”系列知识服务产品综合利用相关技术和标准,对数字资源加工、内容质量控制、知识管理与服务、运营和交易服务实现高度的专业出版管理。

具体来看,“悦”系列知识服务产品系列由悦读、悦学、悦知、悦智四个产品板块组成。“悦读”产品以电子书为主线,为用户持续提供纸质同步电子书阅读服务。“悦学”紧密结合教学需求,构建了课程知识体系,重点打造了一批精品课程资源,整合了知识条目、课件、教案、视频、动画、图片、实验、案例和音频共9种类型的数字资源。“悦知”构建了特色知识服务产品—“E知元”,该产品依托积累的电子书、论文、标准、设计电路包等多种类型的内容资源,通过知识体系构建、知识组织梳理和知识化加工,对相关知识点和资源进行分类索引工作,最终以知识元为单元将多种类型的数字资源进行知识关联组织,以知识地图、知识束等图形化方式展现知识元与知识元之间、知识元与各种资源之间、各种资源之间的关联关系。“悦智”围绕智能制造领域政府、行业、企业、研发组织等用户需求,以优质内容为核心,以政策研究、行业分析、企业咨询、社会推广为延伸,推进产品形态多元化,探索出版融媒体一体化的知识服务发展模式。

研发过程

中国思想与文化名家数据库依托中国人民大学资源优势,组织国内外优秀的专家团队参与建设全过程,拥有权威的专家团队、优秀的策划编辑、专业的数据加工团队、技术研发团队和营销团队,与图书馆、学术机构、出版机构等展开合作,通过新技术的研发与应用,整合出版社的传统资源与智力资源,打造了从技术研发到融合应用、从产品策划到渠道推广的新媒体产品出版产业链。项目取得两项计算机软件著作权登记证书。

产品创新点

中国思想与文化名家数据库的核心内容资源由戴逸、王俊义、耿云志等百余位海内外著名学者倾力打造,涵盖数百位中国思想与文化名家,包括各个学派、专业领域的代表人物,各个历史阶段、各大重要思潮的重要思想家,通过将其思想文献整理出版,再对内容进行深度挖掘,加强人物评述、思想

产品创新点

“悦”系列知识服务产品具有统一资源管理和用户管理平台,面向不同用户场景需求分为四个子库,分别授权。对于机构用户通过IP地址限定访问的方式进行授权,个人用户需登录购买授权的方式进行访问。在内容组织与知识展现方面,创新使用知识地图展现方式,通过知识体系构建、知识组织梳理和知识化加工,对相关知识点和资源进行分类索引工作,最终以知识元为单元将多种类型的数字资源进行知识关联组织,以知识地图、知识束等图形化方式展现各类知识和资源之间的关联,大大方便了用户使用。

运营方案

据悉,在市场运营模式上,“悦”系列知识服务产品主要包括自主运营、利用传统营销渠道开展网络营销运营服务两种运营模式。自主运营(B2B、B2C模式):通过自身渠道和自建的运营队伍,直接面向机构用户(如图书馆、内容运营商)开展B2B服务,提供数据库和知识库类产品服务,获得较稳定的服务收益;面向个人用户开展B2C服务,个人用户可以在线支付购买数字内容资源。在推广方面,电子社借力科技与标准重点实验室成立的科技出版与知识服务应用联盟,结合已有渠道资源,面向目标用户开展推广营销。

产品运营

据相关负责人介绍,该社将在专业知识服务领域持续投入,根据用户需求和市场反馈,及时进行产品的更新迭代,一方面依托专家团队,确定增补思想家名单,完善人物评传、人物年谱等内容,加强与学术研究机构、出版机构等的合作,扩充和更新古籍、研究文献等资源。另一方面进一步挖掘内容资源的价值,细化数据粒度,扩大人物、著作、历史事件等关联关系,为用户提供更加便捷的查询、使用体验。在营销方面,通过图书馆活动月、各类会员服务市场活动持续扩大产品影响力。

研发过程

中国共产党思想理论资源数据库是党和国家重大马克思主义数字传播工程,由人民出版社开发建成。数据库系统完整地收录了建党以来出版的所有马列经典著作、党和国家领导人著作、党和国家重要文献以及大量相关的学习研究资料,开发了系列特色专题知识库检索工具。据悉,自上线运行以来,已有近千家单位开通使用,服务人数近3000万,用户涵盖党政机关、党校(行政学院)、高等院校、科研机构等,有效服务各级党政机关和各领域群体加强理论学习、开展专业研究、深化党的建设,推动实现中国特色社会主义理论体系“走出去”,便于海外学者深入了解中国道路,被党政干部和专家学者称为“用科学技术传播中国化马克思主义的重大创新工程”。

产品创新点

第一,高站位谋划,高标准落实。项目伊始就确定了“建成全党全国具有唯一性、完整性的党的思想理论权威数据库”的目标。在内容范围上,最大限度整合资源,力求重大理论问题、重大历史事件、重大战略举措、重要历史人物全覆盖,做到时间上不间断,内容上不断档。在内容质量上,传承人民社高质量编辑出版的优良传统,按照纸书万分之一的差错率要求制定加工标准,重点图书差错率标准提升至三分之一,重要经典著作校对超九个校次,努力确保文字无差错,为把数据库建成精品工程打下坚实基础。第二,以需求促发展,以服务助传播。积极探索数据库长效健康运营的内生动力,突破把纸质出版物从实体“搬运”到网上的单一功能,深度挖掘、精准回应用户查阅检索理论文献的实际需求,结合高质量的数字化成果,开发经典著作引文比对新型服务工具,让原来需要花费几天甚至数月查引文、校引文的工作,在数据库上一键搞定、一搜解决,给理论研究带来极大便利,大大提高党的思想理论的传播力。

运营方案

据悉,人民社数据库建设上线仅是一个开始,为充分、持续发挥数据库作用,该社还将打造“一专多能”全媒体人才队伍,对数据库不断迭代完善,实现技术与内容的无缝对接。为此,该社克服制约媒体融合发展的瓶颈为导向,制定媒体融合科学绩效考评机制,着力吸引培养新媒体人才,打造了一支包括数字编辑、数字加工、数字校对、知识加工、技术开发、产品运营、产品销售等独具专业特色的融合出版人才队伍。结合融合出版的特点,围绕产品和服务构建一系列流程和规范,形成了从数字内容编辑到产品运营再到用户反馈的完整“链条”,逐步构建起适应媒体融合发展的新机制。(下转第7版)

人民社开创「知识点阅读」新形式