

出版融合发展百人论坛 热议精品战略与复合型人才培养

中国出版传媒商报讯 9月20日,由北京大学出版研究院、华闻传媒产业创新研究院联合主办的首届出版融合发展百人论坛,在第十三届中国数字出版博览会期间召开。中宣部副部长张建春,甘肃省委常委、省委宣传部部长张永霞出席论坛。

论坛围绕“创新之源:出版业精品战略实施与复合型人才培

养”的主题展开探讨,致力促进国内数字出版业进行产学研协同,并提供知识、方法和智力支持。

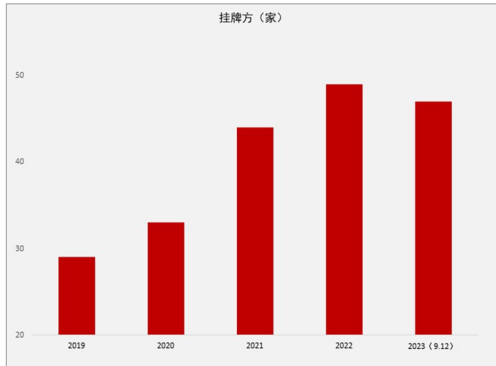
全国出版学科专业共建工作联络处负责人、北京大学出版研究院院长张久珍表示,出版产业身处数字时代,跨界融合发展是必然的,挑战在于如何使这种跨界尝试在系统性思维指引下创造出新价值,而非简单的“1+1”。为了推动出版行业人才的跨界合作、强强联合,进而盘活人的思想、智慧和生产力,自2022年开始,北京大学出版研究院和华闻传媒产业创新研究院联合发起了出版融合发展百人论坛,希望能够侧重出版创新的核心思维,打造政产学研用的智慧共同体,构建出版专业的培育高地。

论坛还举办了2023年度出版融合发展工程颁证仪式。2023年度出版融合发展工程着重实施两个子计划,共41个项目入选数字出版精品遴选推荐计划,30家单位入选出版融合发展示范单位遴选推荐计划。

中宣部出版局局长冯士新向获得数字出版精品与出版融合发展示范单位的同志表示祝贺,并强调要从两个层面推动融合发展事业。第一,做好顶层设计推动。第二,需要各个出版单位积极探索、实践。

高等教育出版社总编辑谭方正,中原出版传媒集团党委书记、董事长、总经理王庆,二十一世纪出版社集团有限公司副社长吴晓峰,中国激光杂志社总经理杨蕾,吉林科学技术出版社有限公司副总编辑单志强5位入选代表发表获奖感言。

在论坛的主题演讲环节,中国出版传媒股份有限公司董事、副总经理于殿利表示,现代化是靠文化教育实现的,文化教育是靠阅读实现的,没有阅读其他都归零。现代社



2019年-2023年出版融合业务服务挂牌方数量统计

数传集团携手武汉知交所 出版融合交易额逾2.6亿元

中国出版传媒商报讯 为积极响应国家出版融合发展战略,2017年,数传集团与武汉知识产权交易所携手首创全国出版融合业务,将融合出版产品“现代纸书”上的数字内容资源在未来一段时间内的收益作为“知识产权标的物”,实现挂牌交易。截至2023年9月,挂牌金额累计超2.6亿元,成交金额超2.5亿元,成交宗数超2万宗,图书发行量超26亿册,内容涵盖中小学教辅、期刊杂志、人文社科图书、童书等八大种类。出版融合业务会员超120家,覆盖全国25个省区市,服务挂牌方的数量逐年上升。

此举帮助出版社有效地解决了开展融合出版业务的前期投入顾虑,推动了传统纸书的转型升级,打通了数字内容快速变现通道。在业务逐步成熟的同时,数传集团与武汉知交所持续优化业务流程,不断压缩结算周期,提高结算效能,结算周期最长不超过3个月,最短仅需15个工作日,为出版单位提供了极大便利。

数传集团CEO施其明表示,下一步,数传集团将与武汉知交所 在出版融合业务方面进一步深化合作,加大力度引入出版单位和社会资本,借助数字技术,持续深化金融创新与出版创新,引领出版融合业务向更深更广的领域发展。同时探索包括元宇宙产品、数字资产、知识产权维权运营服务等新兴领域,共同打造文化版权领域新蓝图。(张馨宇)



2023年度出版融合发展工程颁证仪式现场 主办方供图

会,就是以现代出版为最重要的一个标志。短视频是创作,不代表事物本身。读什么样的书成就什么样的人,应该倡导科学阅读,然后附加艺术阅读,不能本末倒置。要用科学的方式、科学的思维、科学的办法来思考阅读、促进阅读。

谭方正围绕教育出版的数字化,结合高教社10年融合发展的探索,从变局、破局、新局三个角度讲解。他表示,教育出版数字化的发展趋势不可逆转,教育出版数字化有益探索不可低估。新时代教育出版要担负起全面落实立德树人根本任务、全面建构中国自主知识体系、全面建设中华民族现代文明的重要使命,提供更多助力。高教社在教育出版数字化方面主要是四个做法:一是超前布局,系统规划;二是改革创新,高位推动;三是需求牵引,规模应用;四是技术赋能。

读者出版集团党委书记、董事长梁朝阳表示,读者出版集团以内容建设为根本,以先进技术为支撑,创新管理方式,积极探索出版深度融合发展的路径,主要体现在四个方面:一是创新内容呈现和传播方式,让《读者》更便捷地触达读者;二是激活内容资源竞争力,打造特色数字平台;三是依托重大出版工程,打造重点古籍数字资源库;四是丰富拓展阅读服务,助力书香社会建设。读者出版集团将全面贯彻落实党的二十大精神,和习近平总书记任在文化传承发展座谈会上的重要讲话精神,坚决担负起新时代的文化使命,充分运用本次数博会的丰硕成果,全力推进数字出版,打造更多突出思想引领、彰显主流价值、富有文化内涵的出版融合发展项目,为文化繁荣发展贡献读者力量。

安徽人民出版社社长杨迎会表示,数字

变革对于主题出版的赋能有以下至少五个方面:一是赋形态跨媒介之能;二是赋内容跨需求之能;三是赋服务跨体验之能;四是赋传播跨渠道之能;五是赋管理跨时代之能。安徽人民出版社在打造数字主题精品方面,以“物理之变”夯实数字基础,以“化学之变”打造数字精品,以“生物之变”创新数字业态。

今日重庆杂志社有限公司总编辑、董事长张军兴表示,融合发展是地方党刊保持生机活力的生命线。要坚持技术引领,不断完善生产流程,持续推动内容生产人员的能力适网,完善全媒体生产的激励机制,加强学习交流和务实的培训。

论坛圆桌对话环节围绕“创新驱动可持续增长”这一话题展开。北京印刷学院副院长、出版学院执行院长陈丹与北京大学出版研究院教授王余光,中国人民大学出版社有限公司党委书记、董事长李永强,中原大地传媒股份有限公司董事、副总经理王广照,人民交通出版社行翼科技总经理姜占峰,江苏凤凰出版传媒股份有限公司数字化中心主任金玲展开对谈。与会嘉宾认为,出版单位要把社会责任落实到从选题、产品策划到用户、市场运营全过程,推动行业实现创新驱动与可持续增长。

论坛上,人民出版社、中国人民大学出版社、社会科学文献出版社、百度、喜马拉雅、京东6家出版单位与技术内容企业,作为出版融合发展百人论坛生态伙伴机构,向北京大学、武汉大学、北京师范大学、南京大学、中国传媒大学、北京印刷学院、华东师范大学7所高校的出版学院或出版研究院捐赠数字内容会员资质,构建产学研协作的良好生态。(葛慧超)

数博会观察

数博会战略合作全面启动 关于融合出版的双向奔赴

9月20日~24日,第十三届中国数字出版博览会在甘肃敦煌举办。本届数博会活动丰富,除主论坛外,还设置了6场专题论坛。在专题论坛和会议活动中,各参展参会单位积极合作,互通有无,举办了多场签约仪式,尽显融合出版多方合力的趋势。

数博会期间,出版机构积极寻找合作伙伴,致力挖掘双方优势资源,打造新型阅读空间,激活文化创新活力,为读者提供更丰富的文化内容、更多样化的阅读活动和更优质的阅读体验。

9月20日,酒泉市人民政府与中文在线阅读公司成功签订战略合作协议,并在敦煌举行签约仪式。中文在线将在酒泉市投资设立全资子公司甘肃中文在线智慧科技有限公司(下称“甘肃中文在线”),作为中文在线全民阅读和教育阅读业务的甘肃区域总部,未来业务将逐步向西北地区拓展。此外,在中文在线甘肃区域总部成立前期,地企双方共同合作,在智慧图书馆、书香城市、职业教育实训基地、中小学图书馆、普法教育平台建设等方面打造示范性标杆项目,并助力甘肃中文在线将标杆示范性项目向全省乃至西北地区大力推广。

9月21日,由中国新闻出版研究院元宇宙出版与阅读实验室与北京印刷学院数字出版前沿技术应用创新联合实验室共同主办的“元宇宙与人工智能时代的出版与阅读”专题研讨会上,中国新闻出版研究院分别与敦煌市政府、北京印刷学院、数传集团签署了战略合作协议,共同开展未来技术实验室建设和元宇宙与人工智能阅读体验馆建设等。

从整个出版消费服务领域、行业生态

以及市场维度来看,随着消费升级和多元化消费需求的出现,出版人需要重新找到自己的位置和经营策略。数博会期间,业内机构在渠道布局、终端零售、技术赋能层面展开深度合作,共同推动品牌与渠道融合发展。

9月21日,在以“文化与数字深度融合内容与渠道互联互通”为主题的数字资源建设与渠道创新论坛上,举办了论坛组委会与渠道企业战略合作签约仪式。中国数字出版博览会组委会代表与中国国家版本馆数字资源部、中国邮政集团有限公司报刊发行局、中国国际图书贸易集团公司、中国出版对外贸易有限公司、上海新华传媒连锁有限公司、山东中教产业发展股份有限公司签约。

同日,外文局华语教学出版社举办了国际语言教育数字化发展与协作研讨会。会上,华语教学出版社与敦煌市政府举行了战略签约仪式。双方将发挥各自优势,就敦煌文化“走出去”开展深度合作,共同讲好敦煌故事,传播中国声音。

9月22日,在甘肃敦煌举行的第三届新阅读内容产业联盟大会上,中图云创智能科技有限公司(北京)有限公司与安徽人民出版社、贵州数字出版有限公司、中国人民大学出版社、上海数据交易所、香港联合电子出版有限公司、敦煌文旅集团有限公司签署合作协议。根据协议,各方将充分发挥各自资源、平台等优势,推进渠道互通,联手拓展国内融合出版业务与市场。会上还举办了“新阅读内容产业联盟”新成员欢迎仪式和第三期联盟新会员单位联合发布仪式。(葛慧超)

编辑新语

2022年11月30日,美国OpenAI公司研发的聊天机器人程序ChatGPT上线发布,短短4天,用户量达到百万级,不到2个月突破1个亿,其强大的“吸粉”能力,标志着人类正式开启了人工智能2.0时代。有人断言,不久的将来,法律工作者、媒体从业者、平面设计师、工程师、客服等数十个职业将被AI无情地取代。而对于传统出版行业来说,前脚才刚刚迈入所谓的“全媒体时代”,后脚便被一个开源类大型语言模型颠覆了认知。以ChatGPT为代表的进化型AI技术所掀起的风暴,令出版从业者再一次不寒而栗。未来,传统出版行业何去何从?出版从业者会沦为“无用阶级”吗?智力劳动创造的知识服务价值真的不及AI一键式给你的回答?作为一名从业10余年的编辑,面对这场新的技术革命,笔者从挑战和机遇两方面有了如下思考。

挑战一:颠覆行业生产结构。

ChatGPT横空出世对某些以基础语言生产、逻辑运算、经验生产、自动化等为主要特征的行业带来重重危机。已可预见,以ChatGPT为代表的人工智能将会发展成集合人类视觉、听觉、触觉、心理等各个维度的全面智能。就传统出版行业来说,未来因人工智能的渗透,在编印发出版全链条上,无论是生产关系比例、结合方式还是运行规律等都会发生结构性转变。以编辑为主体的内容生产加工方式将逐步转变为“编辑+人工智能”为主的生产方式;传统印刷将被全自动化、无人化、智能化印刷装订设备所取代;对于营销发行工作,尤其是在客户关系管理、资源搜集、渠道分析挖掘、销售研判预测等方面,人工智能也将取代人类生产力。

挑战二:颠覆知识服务方式。

随着近年来各类短视频、微电影、微综艺、微课堂等井喷式发展,用户自我生产内容的情况越来越普遍。各家出版社在各自细分领域内下功夫研究用户需求,渴望继续以科学权威的知识服务优势战胜用户自主策划生产内容的模式。而此时,人工智能代替人进行艺术创作早已不是新鲜事。2017年,微软“小冰”的原创诗集《阳光失了玻璃窗》正式出版;同年,清华大学孵化了一款中文古诗生成系统——“九歌”。有人指出,沿着这样的发展趋势,人工智能通过大数据模型和强大的算力,精准分析读者需求并快速输出内容,在以图书产品为主的传统知识服务,以扩展阅读、数据库资源为代表的增值服务,以及以知识图谱为代表的解决方案等知识服务体系下,将进一步取代人类。

挑战三:颠覆知识服务规律认知。

ChatGPT已经掌握了一定的自学习能力和纠错能力,尤其在自然语言的处理上表现出了惊人的实力。出版行业由策划起步,到作者写稿,再到编辑审校加工,环节多、周期长,印刷发行后的经济效益风险也较大。而人工智能利用大数据优势,能够快速定位用户需求,在选题策划上发挥无法想象的优势。AI在一键式写稿、智能审读校对、自动生成表格数据、快速制作知识图谱等方面也将大大缩减知识服务周期。

传统出版与ChatGPT的较量注定会输吗?笔者的回答是:不会。原因有三:第一,新技术的崛起、人们阅读习惯和学习方式的转变都改变不了出版的本质功能。出版代表的文化特征、道德风尚、作者思想等都是机器所无法学习的,甚至由AI创作的内容还会引发政治性问题。第二,作品是智力成果,带有深度和思想性。而ChatGPT的知识是人类提前预置的,它无法回答训练数据之外的问题,无法理解所生成的文字的语境和含义,它只能成为大数据的搬运工和加工者,而非智力劳动的创造者。第三,

未来已来:ChatGPT时代出版知识服务的挑战与机遇

姚静圆

ChatGPT的知识结构更新是有周期的,所有机器学习都基于逻辑和学习程序,依赖人类存储新数据并改进算法来进行训练,存在一定的滞后性。

那么,既然ChatGPT有诸多缺陷,在来势汹汹的人工智能面前,出版业在知识服务体系下又有哪些机遇呢?笔者认为,主要有以下几点。

机遇一:技术革新促进出版业知识服务高质量发展。

出版业的知识服务体系有三个层级,一是开发专业化图书产品作为提供知识服务的根基;二是通过先进的数字技术,提供数字内容资源知识服务平台,构建集成化、深度加工的知识产品服务形态。三是以用户需求为导向,主动提供信息搜集整理、过滤加工、分析认证等有针对性、个性化的知识解决方案。以ChatGPT为代表的人工智能的迅猛发展,无疑给我们提供了高效快速的知识服务生产工具。未来,出版业的知识服务内容将被全面数字化,知识服务手段将被深度融媒化,知识服务形态将被模型结构化、传统出版业知识资源生产的供给能力也将大幅度提升,走上高质量发展之路。

机遇二:技术赋能促发图书出版经济新增长点。

以ChatGPT为代表的新型技术是把双刃剑,行业内要正确看待并善于利用新技术,以此来创造新的经济增长点。如今,地图出版已逐步向特殊材质(PVC、EVA、磁性地图、水晶地图、夜光地图等)、特殊形态(3D立体图、地球仪、拼图等)、特殊功能(图像识别AR类、语音识别对话类、磁悬浮类、触控光显类、智能家居互联类等)转变。作为一家专业地图出版社,一是要适应时代特征,改变编辑设计编制理念,在把握政治性、科学性、准确性和实用性以外,要充分考虑地图作品的艺术性和美观性,向符号设计、色彩设计、整饰设计、装裱包装设计方面倾斜。二是搭乘高新技术快车,以出版社的口碑品牌与技术大厂合作,通过物联网区块链、人工智能、多媒体、虚拟仿真等技术赋能于地图产品之上,增强地图扩展阅读功能,提高知识服务的用户体验感,提升产品科技含量。三是适度利用各类新技术平台采集分析市场数据,在地图细分领域潜心研究用户需求,精准策划、精准营销,打破高度同质化、低成本怪圈,走主题差异化、内容精品化、定制个性化之路,为地图市场注入新的经济增长动力。

机遇三:技术加持推进知识服务更高效更专业更精准。

知识服务归根到底是知识本身的传播,而积累和创造知识的永远是专业的人而非机器。AI加工的对象几乎全部基于现有给定的知识体系。当知识服务的生产者能够利用好各类新技术的时候,知识服务便会朝着更广、更深、更精的方向发展。以南海维权知识服务项目为例,该项目基于大量有关南海研究方向的资料形成了地图库、文献库、法律库、影像库、舆论动态库等多个智库系统,并利用数字化技术,掌握了从研究报告到反馈评价共13个流程的所有工具。这是出版业做知识服务可以参考的一个成功模板,即利用先进的数字技术,由专业知识和技术人员搜集加工处理海量信息,到形成资源服务平台,最后到提供解决方案的产品。

在图书出版极度繁荣的今天,面对分众化、个性化、实时化、去中心化、去中介化的知识服务需求,出版人应当以更开放包容的精神做出版,既要成为专业领域内的专家,又要成为操控技术的专家甚至领头人,这是万物皆媒、智能传播的时代召唤,出版业只有拥抱新技术,才能开始生存大迁徙。