

智能出版：开启后数字出版新业态

刘松岩

(黑龙江科学技术出版社有限公司 黑龙江 哈尔滨 150007)

[摘要] 当今智能出版的时代已经到来,如何将传统的数字出版业进行重塑、流程再造,是当前出版行业面对的最大挑战。当前传统的媒体行业、数字出版媒体需要面对智能出版带来的巨大冲击,更有部分企业刚追上互联网的步伐,却又要面对智能出版带来的行业危机。但如果不抓住并主动参与到智能出版的潮流之中,就面临着降维的威胁。因此,出版业应该积极参与到智能出版的浪潮中,认清企业自身不足和情况,采取相应策略,积极应对智能出版带来的机遇和挑战。

[关键词] 智能出版; 数字出版; 新业态

1 智能出版的发展态势分析

智能出版带来的行业变革,智能出版的发展,需要将人工智能与数字出版进行更深层次的充分融合。首先,智能出版发展可以实现定制个人用户内容,改变传统出版中媒体、用户两者之间的一对一连接方式。其次,加强了媒体的机器、个体之间的互动性。当前数字出版通过统一界面和内容共享,实现用户之间的互动,但针对媒体、个体两者之间的互动性还存在不足,导致人工智能只能存在于幕后。最后,应用智能出版,还可以进行更加宽泛的分析,当前在对内容分析、展示的工作中,人工智能应用还存在很多不足,人工智能在其中只发挥了渠道的作用,而并没有实现思考的作用。

2 智能出版面临的困境和挑战

2.1 当前出版大数据较为匮乏

智能出版未来的发展形态都是以大数据为基石,这是第三次人工智能产生的原理衍生出来的。智能出版形态有多种,如智能AR出版、智能VR出版等,当前这些虚拟建模成本较高,致使大规模的使用虚拟仿真技术还没有步入正轨,随着实践经验的积累,AR、VR模型的各项参数指标数据等会更加完善精准,人机交互的体验会更加完美化,随着大数据的不断更新积累,智能出版将更加专业化。

2.2 AR、VR智能出版物的价格高昂

当前,AR、VR智能出版有了突破性的发展,经统计,AR、VR出版图书在2017年就已经多达二百多种,形成了一定的市场规模。在当前这些AR、VR智能出版物中,出版物的输出展示端在用户体验的感受中还不够完善,并且因AR技术成本较高,AR图书模型的制作价格一直处于较高区间,使图书的最终价格比一般图书高至少一倍,这种成本让读者间接的承担。另一方面,AR图书所关联的APP信息安全由于缺少法律法规、技术部门等的监管,存在安全隐患。

2.3 智能出版行业间信息交流少

在智能发展中数据不足是其中重要的因素,在应用人工智能中必须要优化海量数据,但实际发展中,很多互联网企业缺少作品方面的资源,而出版企业又缺少用户资源数据。因此,行业必须打开症结所在,进而实现联盟、共享。

3 媒体行业如何迎接智能出版时代的到来

3.1 转变思维,确定智能出版发展战略

传统出版行业长期以来是自己制定内容以固定的传播渠道为读者提供出版读物,处于信息链的上游,而随着互联网、智能技术的发展应用,传统出版物的三个主体:作者、出版者、读者,之间的关系发生了微妙的变化,改变了生产模式,变成了根据读者需求来定制生产出版物的方式。因此,出版行业要掌握时代发展潮流,与读者用户建立良好的互动关系,随时掌握读者需求变化,转变生产内容资源,出版符合读者需求的知识产品,为我国文化产业的发展助力。

3.2 利用既有条件,走融合发展之路

媒体行业没有互联网公司那么多的数据、资金等资源,也缺乏相应的技术资源,因此媒体行业应该充分认识到自身存在的不足和优势,从而保持冷静的心态规划自身在未来发展中的路径。

例如,媒体行业可以通过合作、并购等方式,在智能出版的浪潮中主动参与进来,并以当前所拥有的传统出版资源为出发点,利用数字出版为支撑点,确定智能出版的发展方向,进而将三者内容、平台等多方面的资源进行融合,进而找到智能出版在未来发展中的优势,将用户、版权等存量资源进行盘活。

另外,如果要实现智能出版,首先媒体企业要打下坚实的改革基础,例如,一些媒体企业改制过程还未完成,还有部分企业的市场效率很低等情况,这些都不能满足智能出版的要求,再者还有部分企业在原有的传统出版、数字出版工作中,存在各自为政的情况,没有实现互动、协同发展,这些问题都导致无法与智能出版相融合,必须尽快解决。

3.3 将做好内容作为媒体行业的核心竞争力

将数字出版、传统出版与人工智能进行有机结合,不仅提升了媒体行业的出版效率,也更加满足当前用户的需求,但却存在内容不深刻、不准确等问题。在实际应用人工智能的过程中,其只可以淘汰一些较为平庸的内容,但如果针对一些具有高含金量或者是独家版权的内容,人工智能无法对其进行替代。

3.4 重视智能技术复合出版从业人员的培养

出版行业在应用人工智能的过程中,也对当前的从业人员提出了更高的要求,不仅要求从业者有更好的知识结构,同时也要有更高的综合能力,因此,出版人员应该强化自身的人工智能知识、技能,进而提升人机协同的能力。与此同时,传媒行业在单位内部要进行人才结构的调整、改革、优化,积极引进先进的智能出版相关技术、软件工程等专业的人员,并要加强传媒专业知识培训工作,进而通过智能出版来替代出版从业者传统的繁琐工作,淘汰企业内进行重复劳动的人员,并做好这部分人员的转岗或者是培训等工作。

3.5 完善智能出版物的法律法规

人工智能技术在新闻出版行业的应用会给法律法规方面带来新的问题,例如:智能出版物版权归属权。由于一个智能出版物的版权问题是多层次的,文字图片版权是作者所有,但是智能模型的建立却是建立者的,因此,多层次的版权问题还有待法律法规的完善界定。

4 结束语

人工智能主要是一种研究人类智能活动并构造智能人工系统的活动,主要目的在于利用计算机来替代原本只能通过人工完成的工作,重点在于研究如何通过对人类智能行为进行模拟的方法和理论。在当今时代将人工智能与文化产业进行融合,可以促使我国数字出版行业迅速发展,使得新闻出版业态发生较大变革。我国对传统出版业、数字出版业与人工智能的融合进行一定的探索、尝试,同时取得了相应的成果,因此,对于智能出版这种前瞻性的研究便有非常重要的意义。

参考文献

- [1] 王炎龙, 邱子昊. 人工智能时代出版产业链重构研究[J]. 编辑之友, 2019, (5): 27-31.
- [2] 张新新. 新闻出版业大数据应用的思索与展望[J]. 科技与出版, 2016, (1): 4.