

数字出版时代编辑能力探析

刘嘉

(黑龙江少年儿童出版社 黑龙江 哈尔滨 150090)

[摘要] 数字出版发展迅猛,全面数字化转型是传统图书出版的必然发展趋势。编辑必须紧跟数字出版的步伐,积极应对,主动进行功能角色的转变,将自己塑造成为新型编辑人员。

[关键词] 数字出版 产业链 编辑能力

1 数字出版相对传统出版的变化

1.1 内容生产方面的改变

数字出版在内容生产方面的改变是由传统的生产书刊等产品转变为生产数字内容。由于智能手机的普及和互联网的快速发展,微博、微信、博客、论坛等自媒体和社交媒体逐渐深入到生活的方方面面,大众在获取信息的方式和互动体验方面的要求越来越高,单一的产品形式无法满足他们在个性化、多样化和互动性等方面的需要。所以传统出版单位只有把生产出版物产品转变为生产内容,才可能通过内容重组为需求不同的大众提供个性化服务。这就要实现内容生产的数字化和深加工。

1.2 产品形态的改变

由过去单纯的纸质出版物扩大到电子图书、数字期刊、网络教育出版物、网络动漫、数字音乐、数据库出版物、手机出版物、网络地图等包含多种介质在内的全媒体出版物。数字出版物能给用户带来一种更强的阅读体验,其本质是软件应用,它通过各种介质使用户能在阅读过程中得到声音、景象、触碰等交互式体验,增加了新的使用功能。

1.3 管理过程的数字化

数字出版全流程包括选题策划、内容采集、编辑加工、结构化内容生成、产品设计、营销推广等环节,所以,数字出版管理过程要实现数字化首先要设置好的平台。一个成功的数字出版平台应该在全流程的各个环节上实现数字化,形成对作者、出版者、读者、经销商等业务合作伙伴的全流程数字化管理模式。数字出版不仅要关注出版流程的数字化,还要关注出版内容的结构化,更要关注读者使用和反馈的数字化。

2 数字出版时代编辑职能的变化

数字出版相对传统出版的变化,要求处于传统出版中心环节的编辑应适应数字出版的要求,从单一的图书策划和文字加工中解脱出来,成为了解出版传媒规律,能策划数字产品和服务的复合型人才。

2.1 编辑应成为数字产品项目策划者

由于数字出版是由单一性向多媒体复合型转变,编辑工作实际成为一个由各种复杂要素构成的系统项目工程。从对数字多媒体产品的市场调研分析,确定选题,组织稿源,内容加工校对到对产品价值的判断,对传播形式和渠道的合理选择,对营销推广的策划安排,甚至是电子阅读终端的格式,显示器的通用尺寸,读者的阅读习惯以及何种编排模式的阅读效果最佳等,编辑都要做到心中有数,游刃有余,发挥组织和协调的作用,成为数字产品的项目策划者和组织者。

2.2 编辑应做好内容把关人和知识消费引导者

数字出版在给社会大众带来出版便利的同时,也增加了文化垃圾。在海量信息的笼罩下,大众对知识的辨别、选择和使用面临更多的困惑。信息只有经过专业化的选择、筛选、整理和系统化编辑后才成为“知识”。目前数字出版的质量参差不齐,编辑首先要做好内容的把关人,对海量、繁杂、无序的信息做出谨慎鉴别和取舍,选出读者真正需要的信息,通过对传播内容的优选优化,保证知识的可靠性和科学性,使之符合社会需要,提高读

者获取和利用信息的效率。其次,编辑应对信息进行深加工,成为知识消费的引导者。

2.3 编辑应成为内容资源的拆分者和整合者

编辑在内容加工环节应服务于大众利用关键词等进行精准搜索的拆分功能,对掌握的数字资源进行精细拆分、标引、分类、关联等加工活动,使之形成半结构化或结构化的数字资源,建立数据库以供用户检索。要基于不同阅读需求、阅读群体、内容载体、阅读平台等进行针对性的编辑加工,为大众提供数字化内容资源的个性化定制增值服务。要为内容资源找到合适的呈现方式,譬如纸质出版、电子书、数据库、复合出版等。同时,编辑要具备资源整合能力,包括数量上的整合和基于内容资源相近性的整合,在资源整合的基础上进行专题策划,深度挖掘,开发新的数字内容产品。换言之,对内容的加工要实现“立体加工,多次利用,立体出版”,达到内容价值的最大化。

3 数字出版编辑能力

3.1 数字资源整合能力

技术的发展为产品表现带来了极大的想象空间。数字出版表象是出版介质的迁移,深层次则是出版观念的扬弃,复合型产品开发成为现实需求和常态行为。仅以电子书产业为例,目前我国就有着多种新业态。《2015—2016中国数字出版年度报告》就指出:“电子书领域迎来了新格局。产品形态创新。有声书、网络文学发展势头良好,出版企业将加快包括有声书在内的电子书产品形态的多元创新开发,以满足日趋多元化的阅读需求。阅读终端升级。电子阅读器发展不温不火,仍不乏有新企业进入。由于每种业态都有着与其自身特点相对应的产品形态,这就要求数字出版编辑需要具备出版资源整合能力和同一主题下的产品线构建能力,最大限度挖掘和扩充内容资源的内涵和外延,以跨媒介、跨网络、跨平台的复合产品形态来满足典型用户群体的差异化需求。”

3.2 新业态适应能力

数字技术的发展不仅催生了新的产品形态,更重要的是产生了新的业态和产业链。对比传统出版和数字出版可以看到,数字出版的环形产业链条较之传统出版的线形链条更为多元和复杂。

正是因为数字出版业务的特殊性,“作者、内容提供商(出版社)、技术提供商、内容集成商、渠道提供商、平台运营商、终端设备商、用户”在产业链条中相互依存程度极高,业务模式也更为复杂。

结束语

计算机网络、移动互联网和数字技术的发展带来了出版环境的改变。以纸质为主的传统出版方式逐渐向数字出版方式转变,编辑的身份逐渐由“内容的管理者”变为“产品的管理者”,出版业正在迈入数字出版时代。数字出版带来策划方式、加工方式、阅读方式等多方面的变化,数字出版业的产业链越来越完整。

参考文献

- [1]李云.数字出版时代编辑能力探析[J].科技资讯,2017,15(05):215-217.
- [2]王春霞.浅谈数字出版时代对编辑能力的要求[J].传播与版权,2016(01):35-36+39.