

目 录

卷首语

- 提高执政能力 强化五种意识 / 宗 诚

专论·特约稿

- 艺术杰作与出版风采 一座宏伟艺术殿堂的建造 / 许力以

编辑学·编辑工作

- 出版产业中的编辑活动和编辑人员 / 阙道隆
- 编辑的审美活动与编辑美 / 陈景春
- 从编辑模式看编辑活动的基本规律 / 全冠军

出版学·出版工作

- 试论出版企业文化建设 / 笱 云
- 论出版职业精神 / 周玉波 刘苏华
- 《新闻出版业会计核算办法》的特点及适用范围 / 夏文丽
- 图书出版业的扁平化营销 / 贺剑锋
- 《百岁将军童陆生》出版 / 许 辰
- 出版集团开展3PL的思路 / 张 军
- 教育报刊构建组织结构的思考 / 叶仁波

数字技术·多媒体·网络出版

- 试论多媒体及其法律保护 / 段 维
- 多媒体电子出版物的选题策划与编创策划 / 余 庆
- 《中国编辑学研究述评(1983—2003)》近期出版 / 钟 林

书苑掇英

- 整合营销在出版业中的运用 / 胡 磊 吴 楣
- 大学出版社的大中专教材销售策略 / 靳茂明
- 网络出版与网络图书馆的和合 / 段连秀
- 市场运作下的书籍装帧设计 / 甘 英

编辑史·出版史

- “文革”后期出版工作纪事(下) / 方厚枢

品书录

- 坚守学术阵地, 打造学术精品 / 赵 楠
- 张之洞与辛亥首义 / 周小华
- 礼学研究的拓展与深化 /
- 第二届湖北图书奖评选揭晓 / 范 崇

出版专业职业资格考试

多媒体电子出版物的选题策划与编创策划

——以《中国西部大开发》的编辑出版为例

余 庆

摘 要: 结合参与编辑创作《中国西部大开发》多媒体光盘的经历, 分析了电子出版物不同于传统出版物的选题策划与编创策划特点。

关键词: 电子出版物 选题策划 编创策划

2004年11月3日, 第三届全国电子出版物奖颁奖大会在北京举行。《康熙字典》《中国西部大开发》等10部作品获得国家电子出版物奖, 另外20部作品获提名奖。纵观本次获奖作品, 无论选题策划还是编辑创作都各有其独到之处。下面结合笔者参与编辑创作《中国西部大开发》多媒体光盘(华中科技大学出版社出版)的经历, 谈谈有关电子出版物选题策划与编创策划的一些思考。

一、选题策划

同其他传统出版物类似, 电子出版物的选题策划同样是战略性的基本环节, 也要遵循创新、优化、时效、效益等选题原则。选题策划要坚持科学性和艺术性并举的方针。科学性要求编辑尊重客观实际, 力戒主观主义; 艺术性要求编辑调动聪明才智, 创造性地进行选题策划。选题策划要有新意, 有独创性, 还要突出多媒体交互性强和信息量大的特点, 充分发挥多媒体图、文、声、像并茂的优势。一方面, 应注重策划文化积累性、历史传统性、科学知识性和艺术审美性完美结合的精品; 另一方面, 也要充分考虑符合多媒体特点、具有市场潜力的选题。最理想的情况是将两者合二为一, 实现社会效益和经济效益的双丰收。再好的政治文化题材的选题, 没有准确的市场定位也难成大器。

《中国西部大开发》这个选题从开始进行论证时, 就充分考虑了以上几方面的因素。首先, 实施西部大开发是党中央面向新世纪作出的重大战略决策。出版单位积极配合党的大政方针进行宣传, 为西部各省、自治区、直辖市树立良好的投资发展形象, 为它们与外界的沟通创造更多的交流窗口与合作机会, 这样的社会效益应该是不言而喻的。其次, 国家实施西部大开发战略, 给广大有志于西部开发的人士提供了一个广阔的舞台, 他们迫切需要了解有关西部如资源、环境等方方面面的信息。同时, 西部大开发也是一项政策性很强的工作, 广大投资者迫切需要一部信息丰富、内容权威的政策指南。因此, 选题的市场定位也鲜明、突出。第三, 对于表现西部大开发这样一个涉及社会经济、政治、文化、教育等方面的选题, 传统的出版形式(如图书)是难以完整表现的, 只有通过具有交互功能和海量信息特点的多媒体形式, 才有可能全面地展现和升华主题。

这样, 就从社会效益和经济效益以及多媒体表现特色几方面为选题的成功打下了良好基础。

二、编创策划

电子出版物编辑活动与传统图书等出版物编辑活动的最大不同在于编创策划。电子出版物有两大基本特征: 一是多种媒体有机结合, 二是灵活的人机交互功能。从单一媒体到多种媒体的有机结合, 使人们的阅读效果从单一的静态的视觉效应上升到图、文、声、像多维动态的能调动多种感官积极性的综合效应, 是一种飞跃; 从线性的顺序的被动的阅读

- 2004年度全国出版专业技术人员职业资格
考试试题 /
- 2004年度全国出版专业技术人员职业资格
考试试题 /

◆ 各期杂志

2000: 第3期 第4期

2001: 第2期 第3期 第4期

2002: 第1期 第2期 第3期 第4期 增刊

2003: 第1期 第2期 第3期 第4期

2004: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6
期

2005: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6
期

2006: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6
期

2007: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期

方式进步到可以非线性的跳跃式的主动检索浏览方式, 又是一种飞跃。这种飞跃, 使电子出版物的编辑活动发生了深刻的变革。图书的编辑工作是一种以责任编辑为核心的与其他编辑人员(技术编辑、美术编辑、校对员等)先后纵向配合的模式, 编辑者与著作者间有明显的界限。电子出版物则是以策划编辑为核心的与其他多种编辑人员既有横向协作又有纵向配合的模式, 编辑者与著作者的合作占出版工作中的绝大部分工作量。传统出版中编著界限分明的模式被电子出版中编著一体化所取代。编辑者、著作者、出版者完全可以由一个集体来充当, 集编著、制作、出版、发行于一身。

《中国西部大开发》的编创过程很好地体现了这一特点。它是华中科技大学出版社自主策划、独立开发的选题, 该项目的所有工作, 包括编著、制作、出版、发行都由一个近十人的项目小组来完成。小组成员各有分工, 有总体策划编辑、脚本文字编辑、美术编辑、程序设计人员、媒体制作编辑等。先由总体策划编辑根据选题的综合要求, 提出编创的总体目标, 包括内容特色、界面风格、功能要求等, 然后提交项目小组讨论实施。在本项目中, 总体策划方针是要较好地实现资料性、时政性和欣赏性的和谐统一。具体而言, 其内容特色定位于既介绍国家西部大开发战略决策, 又详细介绍西部地区的自然资源; 既回顾过去的开发建设成就, 又描绘人们对西部发展的展望; 既展示海内外社会各界对我国西部大开发的关注, 又介绍国家各级政府开发西部、发展西部的重大政策。在界面风格上, 除满足界面友好性的基本要求, 如按钮简洁易懂、功能齐全、跳转流畅、操作方便外, 在艺术风格上追求多层面、多角度、多色彩、多形式的效果。在功能定位上, 则要求将宣传介绍功能、资料文献功能和展示欣赏功能结合在一起。

在项目实施过程中, 通过小组各成员的群策群力、集思广益, 最终数易其稿, 确定下来八大版块, 依次是战略决策篇、自然资源篇、开发建设篇、重点工程篇、开发论坛篇、开发指南篇、西部展望篇和参考鉴赏篇。各篇的主题和内容不同, 界面风格和功能特点的要求也不一致。例如在主界面上, 以国旗的红色及其他暖色为主色调, 以“华表”“国旗”“兵马俑”等为象征物, 表达了在中国共产党领导下, 开发建设西部地区的决心和力量, 以及中国西部是孕育华夏灿烂文明的摇篮这两重含义。另外, 在整体构图上, 将flash动画安排在主界面中心, 八大版块的目录与“华表”分列两侧, 左右呼应, 画面整体布局平衡又富有变化, 给人以美的享受。又如在重点工程篇中, 界面风格简明厚重, 富于工程感。在技术上, 注意了动画效果与版式设计和内容主题的和谐统一, 在“西气东输”中设计了气泡效果, 在“西电东送”中设计了闪电效果等。

在功能上, 不同的版块也有不同的要求。除了满足基本的操作需要外, 在检索功能要求较强的版块如开发指南篇, 还重点设置了方便检索的一些查询功能按钮, 使读者使用起来更加方便。

在编创策划过程中, 脚本设计对项目的成功具有重要意义。脚本是总体策划报告和总体结构框架的具体实施文本。与图书不同, 编辑图书是述而不作, 通过对原稿内容、文字和图片进行润饰、加工达到编辑目的。电子出版更像影视作品, 讲究编导艺术。脚本设计编辑不但要熟悉对各类素材的编校, 还要掌握多媒体的特性, 熟悉各类多媒体创作工具的特点, 同时要懂艺术表现。只有这样, 才能恰到好处地运用技术手段和艺术表现将素材有机结合在一起。

脚本完成后, 还要围绕脚本创作、采集、加工和整理所需的文字、图形、图像、动画、视频、音乐等各方面的素材。素材, 有的是现成的, 如已颁布的国家政策法规、已公开发表的新闻图片等, 而有的则需要专门创作, 如撰写文稿、录音、摄像等。

与传统出版物编辑工作明显不同的是, 多媒体电子出版物编辑人员在审查确定各部分媒体素材如文本、图像、音乐、视频后, 只是为建造高楼大厦准备了材料, 后面更重要的是进行二次创作, 即参考策划编辑的总体策划方案和详细脚本设计, 按总体设计组织各种媒体素材, 突出作品要表现的主题。同时, 用户界面、检索方式、美术和音乐效果等也都需要进行二次创作。

在《中国西部大开发》的脚本设计和素材组织过程中, 一方面在搜集素材上是“上穷碧落下黄泉”, 生怕漏掉了一丁点儿信息; 另一方面也明确在有些方面要花大力气坚持“以我为主”的自主创作思路。这样, 坚持两条腿走路, 不偏废任何一方, 保证了项目的顺利进行。

多媒体电子出版物经系统集成和审定测试后，光盘本身的编创工作便可告一段落。这时，就要对包装形式、封面、盘标、海报等进行编辑策划，以作好上市前的准备。

考虑到《中国西部大开发》的市场定位，单位用户主要是西部地区的宣传部门以及招商引资部门等，个人用户则以有意向到西部投资的企业家为主，因此决定采用精包装形式。在封面设计上以天山连绵起伏的山脉配以“风吹草低见牛羊”的草原牧歌为背景，突出了要表现的主要信息：巨大的华表上一轮金光闪闪的太阳正普照着西部这片广袤而神奇的土地。它昭示着西部这片曾孕育华夏文明的沉睡千年的热土，在党的西部大开发的政策指引下，必将重新焕发出青春和活力！从而将主题进一步升华。盘标、海报的策划和设计理念也与此类似。

总而言之，电子出版物的选题策划特别是编创策划是一项比图书编辑策划更加复杂的系统工程，它需要各专业人员统筹兼顾、分工合作，需要编辑创作人员的精心安排、周密组织，只有各方面都协调发展，才能创作出令社会满意的精品。

参考文献

[1] 逸士. 从电子出版物的编辑活动想起. 出版科学, 1999 (1)

[2] 欧阳长莲. 多媒体电子出版物的编辑素质. 电子出版, 2003 (3)

(作者单位：华中科技大学出版社)

(ID:733)

© 2001-2003 出版科学杂志 版权所有

报刊转载必须征得同意并支付稿酬，网络转载必须注明作者及本刊网址

武汉大学信息管理学院4楼403室 邮政编码430072 电话：027 68753799 传真：68753799 E-mail: cbkx@163.com

技术支持: cgz@163.com

【您是第位访客】