

经过10多年来的努力,中国出版业的数字化进程走到了一个临界点。基于互联网,传统出版与新兴出版的融合开始加速,数字平台和数字渠道日趋完善,数字商业模式逐渐成熟,新的市场需求不断涌现,这些昭示着对传统出版业既有模式进行变革的时间窗口已经打开。

在教育出版领域,基础教育、高等教育、职业教育、在线培训各个领域已经出现形成了多元发展模式与产品形态,如广东出版集团、南方云教育平台所提供的数字教材AR教材、虚拟实验室、客服数据库、VR资源库等产品已广泛进入校园;在专业出版领域,不少出版单位的特色资源数据库、知识服务平台等知识服务模式取得了较大突破,如建筑工业出版社的“1施工”,其“内容+平台+终端”的完整技术支撑体系,可解决建筑施工专业内容知识化、场景化、个性化、移动化、社交化和数据化的知识传播和应用;在大众出版领域,随着阅读向阅听扩展,有声读物发展良好。2017年,成年人听书率达到17%,各种听书软件与平台不断发展,提供了新的收益增长点。

产业的转型升级从来都是建立在技术进步的基础上的。对于中国出版业而言,利用数字技术和互联网技术升级我们的内容资源,改造编辑、制作、出版、营销流程,搭建基于互联网的各类功能性业务平台,整合内容资源建设各类大型数据库,都是必须完成的功课。不过,更为重要的是,要善于在使用新技术的过程中发现互联网带给出版业的新需求和新机遇。

过去的一年,分享经济蓬勃兴起,知识付费内容成为新风口,付费社区、音频问答、在线课程等知识付费产品层出不穷,并涌现出知乎、得道等一批知识付费品牌。显然,移动互联网环境下的知识服务产品,或可为创新方向之一。

在8月6日公布的第40次《中国互联网络发展状况统计报告》中,截至今年6月,我国网民规模达到7.51亿,半年共计新增网民1992万人,占全球网民总数的五分之一。我国手机网民规模达7.24亿,手机网民占比达96.3%,顺应多场景、碎片化阅读需求,日益多元化的信息消费需求,也将催生新的文化消费形态。

在版权运营领域,近两年,多部网络文学作品向游戏、影视进军成功,由此引发了我国文化领域的IP热潮,文学、游戏、动漫、影视等内容领域之间以版权为中心的相互渗透融合态势作用明朗,围绕IP开发出版、动漫、游戏、影视等周边多元形式的全版权产业链初步形成,为大众出版的运营模式带来了变革。

近日,国家新闻出版广电总局、中国科学院指导,中国新闻出版研究院主办的第七届中国数字出版博览会在京举行,来自政府部门、高等院校、出版集团、数字出版企业的相关负责人围绕数字出版标准规范、数字出版人才培养、知识产权(IP)运营、数字出版

知识服务还可以有更大的想象空间,由以前只是提供文献的检索、知识获取的服务,推进到了用户的阅读、学习、研究的过程中去,面向他们的过程来提供服务。



数字出版新领地：知识服务的想象空间

■本报记者 陈香

商业模式等话题作专题演讲,产品形态、盈利模式和线上营销体系为关键词。

需要指出的是,除版权运营的盈利模式清晰外,大部分在线数字产品虽然已经建立了商业模式,但盈利难度颇大。为何数字出版的盈利模式现在还在讨论?中国的互联网产业在发展之初,以免费内容吸引用户,在消费者习惯数字内容为免费和低价的环境下,国内的数字出版转型之路自然艰难。在笔者看来,两条路径或为突破口,其一,内容的课程化,盈利模式最为清晰;其二,锁定专业群体,通过搭建线上垂直资源平台和线下活动,获得用户数据,以为用户(可为机构,可为个人)提供系列知识服务,阅读服务盈利。

新想象空间

现在看来,面向专业特定的人群,提供特定知识服务的专业出版社的数字转型之路最为顺畅。

据中国建筑工业出版社党委书记尚春明介绍,目前,建筑工业出版社的数字出版已经形成了几个产品。其一是专业资源库,建工社将自己出版的3万多种图书,按照专业领域分类,把知识库建了起来,即中国建筑出版在线,又名中国建筑全媒体资源库与专业信息服务平台。该平台有6项服务,包括建筑图书在线、建筑图库、标准规范、专业知识库、专业考试、知识教育等。

其二是建筑施工资源库与信息服务平台,有机结合纸书和数字、图像、音像。该平台还将进一步深化,变身成为知识服务的平台,如建筑施工领域的产品“1施工”。“建筑施工从业人员是建筑行业当中最大的群体,大约有5000万人,我们怎么来为他们提供知识服务呢?”建工社选择的途径是,基于多年的优质出版资源,面向针对建筑

施工企业的管理人员、技术人员、技术工人等,提供知识资源、在线学习、经验交流等知识服务。最终的目标,是希望通过平台,能为建设领域中不同类型的人群提供工作中的解决方案,服务平台中包含专家讲座、在线学习、咨询答疑等服务项目。其中,仅建筑施工专业知识资源库中,目前已包含7921个知识点、6381个图书篇章、1222个视频动画、273个标准动画。

第三个产品即建筑设计专业资源库,建工社将其定位为建筑领域核心知识服务类产品,包括设计类的经典图书、手册、标准规范、工程案例、学术期刊和视频讲座等。

下一步,建工社准备将数字出版的项目团队进一步增强国际化。每一个数字产品,比如“1施工”,都组成一个小事业部,在社会上、市场上推广。同时,数字出版产品还不断的深化、完善,以符合用户的需求。建工社今年还引进了一个技术,准备打造线上的营销体系。以后,建工社将建立线上线下两套营销系统,并且相互融合。

建工社已经出台了数字出版基金项目管理办法,明确了一些制度要求,今年准备再设一个创新发展基金,由社里投资,鼓励创新。

编辑出版工作本就是科研工作,知识创新工作的反映和积累;同时,出版工作又为科研、知识创新工作提供了新的信息、新的思想,两者密切相关、互为影响。随着技术的发展,用户需求的拓展,传统的出版模式,传统的产品形态,可能仅仅是展现最终成果,而出版的大数据,过程的大数据没有展示。

那么,面向问题、面向场景的知识服务应该是怎样的一种存在状态呢?

在同方知网(北京)技术有限公司副总经理张宏伟看来,知识服务应该有效整合各种各样的数据,

不仅包括最终的数据,还包括过程的数据;不仅仅包括一切由于各种版面、纸质载体的限制而无法表达的高精度的信息、图片、音频信息,同时,数据汇集之后,还可以进行深度的语义标签,便于计算机理解和检索。在此基础之上,可以呈现富媒体内容。再进一步,则可以实现交互的增强。“我们的出版物应该是一个互动的出版物,有了读者的大数据,我们就可以提供更加精准的服务。”

也就是说,知识服务还可以有更大的想象空间,由以前只是提供文献的检索、知识获取的服务,推进到了用户的阅读、学习、研究的过程中去,面向他们的过程来提供服务。

知识服务本身是多层次的,用户的需求也是多层次的。最基本的知识服务,为快速的查找获取知识资源、文献,由此,出版者需要大规模的整合各种各样的信息资源,能够帮助用户一站式快速的找到这些资源。在此基础之上,基于用户学习的大数据,基于用户的画像,出版者可以给用户提供精准的推送服务。前者是被动的服务,用户主动来查找,平台被动服务;后者是主动服务,一旦捕捉到用户的需求,就可以提供主动的需求。在此基础之上,张宏伟表示,更深层次的是对知识资源进行深度总结。“基于我们的内容框架,基于HTML深度的语义标签的深度指示体系,同方已经构建了300多个行业领域的仓储系统。再进一步可以深入各种各样的场景,面向各种过程来提供场景化过程的智能服务。我们初步做的是面向机构的、有组织协同的研究创新工作,以及个人自发的探究式学习的场景服务。”

基于此认识,中国知网推出了知识服务的三层云平台。最基本的服务就是文献知识的发现、获取,在此基础之上,知网希望对

所有的知识资源进行深度的组织和标引,并且来整合用户本地机构自有的、以及行业的知识资讯,来构建各个领域的知识库,面向一个行业、一个领域、一个学科的总体个性化需求来提供专业化服务。三层云平台上的最上面一层,是面向场景的知识服务平台。其一,面向机构有组织的协同研究。在开放式协同创新的时代,甚至一些基础的研究都需要几个人、几十个人,甚至上百个人来完成,在知网的协同创新平台上,除了知识资源的服务之外,还有协同研讨、协同创作、协同项目管理等一系列的新功能,面向知识创新的全过程,来提供知识资源的管理和个性化的服务。目前,这个平台已经应用到了一些科研院所、创新中心、新型智库等。面向场景的知识服务平台也可面向个人,即针对个人探究式学习的场景化知识服务平台,也即协同研学平台。“在这样一个平台上,我们为用户提供了从文献的查找、获取,到在线的阅读,到各种笔记,一直到最后的创作,当然包括兴趣的跟踪,信息的推送,全程的服务。在这里面,我们首次引入了创作,创作完之后就可以直接发表,可以变成个人的知识图谱。”张宏伟介绍。

知识服务新领地

2016年以来,内容的知识付费便是互联网行业的热点,涌现了得到、知乎、听、分答、喜马拉雅等内容付费平台上,影响了整个内容产业。显然,知识付费业态的产生,源于内容创新驱动下的升级,核心在于内容价值的驱动。当然,其形成的前提在于,内容分发渠道走向移动化,移动支付的支付手段也更加便捷。

内容知识付费正在走向垂直化、细分化、专业化,也正走向移动

化、社交化和互动化,而其核心,还是在于其内容是否有价值。由此,知识付费给出版人的启示是,知识付费或可成为数字出版一种新的表达。相对来讲,传统出版在向数字化转型过程当中,越来越多的出版企业更加注重产品开发,构建了自己的平台,但下一步需要注意的是,数字内容如何实现传播、营销和价值变现。

在北京北大方正电子有限公司副总裁刘长明看来,知识服务解决方案包括,在整个知识服务体系构建上用到了学习数据挖掘等相关技术;从产品应用和封装上来看,是能够满足场景化的定义数据库的数据产品;同时,能够完成相关流程和各类交互渠道产品的分发和构建。

譬如,教育科学出版社的教育科学文库,目前已经开始运营服务,面向全国的教育机构、中小学,提供教育政策理论、教育教学方法以及学校管理的知识服务。人民公安出版社面向公安院校和公安研究所等机构用户,提供中国警察相关数据库产品;中国法制出版社构建了政府法制数字资源库,司法实务数字资源库、全民普法教育数字资源库和法律法规数字资源库等。

在刘长明看来,在出版整个的经营和内容生产当中,面临着很多的数据。比如,在经营当中,图书信息、作者信息、销量信息、评价信息、读者信息,包括用户行为的数据。“大数据可以帮助出版单位进行选题营销决策,在选题策划分析方面,可以根据互联网的热门事件、热点词汇、传播的频度和热度,对选题进行智能分析。在图书的营销复杂决策方面,可以根据图书的阅读平台、电商平台、图书论坛、销售数据、阅读数据、评论数据、传播数据,做图书影响力的分析,分析出读者画像。通过对用户数据的挖掘,用户行为分析,用户画像的刻画,来达到个性化内容的推送和个性化内容的服务推荐。”

“文化中国”IP路径

知识服务还可以怎么玩?中文在线正在探索“文化中国”这一新模式。

何谓“文化中国”?即通过PPP的模式,在公共服务领域和地方政府建立战略合作,为地方政府公共文化建设提供从资金、方案到建设、运营的整体服务,深度参与地方公共文化资源产业化开发,以地方公共文化元素IP化为核心,实现全域的文化、旅游、体育、城建、农业、商业等复合文化产业一体化开发和运营。

在中国广袤的大地上,自然景观也好,人文也好,都有自己的故事。这些故事如何让它时尚化、现代化、IP化?把它做成一个超级的名片,就像英国的一些小镇,如莎士比亚小镇,或是路径之一。

6月6日,中文在线已与杭州拱墅区签订了整体的战略合作,合作的内容主要是在IP定制。

低劣图书是怎样进入校园的

■唐克俊

近年来,大量的低劣图书进入校园,对学校的教育教学,对教师学生的各种阅读活动,没有产生积极的作用,也浪费了大量的教育资金。

低劣图书进入校园是各种因素综合作用的结果,主要有:图书市场确实存在大量低劣图书,业内人士称之为“垃圾书”;近几年,来学校的购书需求比较大,绝大多数学校图书馆工作人员不会选书,不知道怎样进行藏书建设;近几年每年都有大笔购书经费调拨下来,但购书经费的使用方式不当。

为了让学校的老师学生能够及时阅读到所需要的图书,有必要对低劣图书进入校园现象进行系统的分析研究。

学校图书馆承担着学校图书的采购任务,在采购时有一项基本的要求:无论是采购国内图书还是国外图书,都必须是正规出版社出版的图书。如果发现采购了非正规出版物,是要追究采购者的责任的。那么为什么大量低劣图书还是进入校园了呢?首先对低劣图书要客观的去认识。

低劣图书指的是低质图书和低劣图书,其中劣质图书主要是指不适合学生阅读的图书。从学校图书

馆藏书的种类上看,大多数是教师需要的。教师人数少,为教师采购的书复本量也少,但是品种多,各类图书都有,总量看着就不算少。

低劣图书进入校园从种类上讲是不多的,虽然学生人数多,购书的复本量要大些,但是品种并不多,在藏书总量上就不很明显。在适合教师阅读的藏书,肯定有许多仅适合教师成人阅读而不适合学生阅读的图书。

大多数人认为学校图书馆是仅为学生设立的,而忽略了教师群体。在看到了有不少不适合学生阅读的读物之后,就会认为学校图书馆采购了过多的劣质图书。这样认识是片面的,不过这种情况可以采取适当措施方法解决。

在2010年之前,每年的教育行政拨款中没有专项购书经费。学校的购书经费主要来自教育经费的结余部分,或学校的创收。在这种情况下,学校的购书量都不大,所购图书都经过严格挑选,低劣图书很少。

2010年《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010-2020年)》(简称纲要)公布之后,才有大量专项购书经费拨下来。这是因为《纲

要》第六十六条提出,要“逐步使义务教育学校师资、教学仪器设备、图书、体育场地达标”。

其中图书达标的根据是1991年教育部出台的《中小学图书馆规程》(简称规程)提出的生均册数指标。当时这样提出,就是为了提高藏书数量。直到2010年,由于没有常规化的专项购书经费,大多数学校图书馆藏书的生均册数仍然达不到《规程》制定的指标。《纲要》公布之后,为了达标,全国每年下拨的学校图书馆购书经费都在10亿元以上。

如何使用这些经费,成了各级教育主管部门的一项重要任务。多数地方教育主管部门采取的是政府采购的办法,是用采购商品的办法来采购图书,招标折扣很低。在低折扣下,书商提供的图书基本都是低劣图书。众所周知,图书是不同于一般商品的文化学术产品,低折扣只能使低劣图书堂而皇之地进入校园。

少数地方教育主管部门采取经费直接下拨到学校的办法,这种办法是可行的,但是存在很多目前无法克服的问题。首先是地方图书市场不发达,在本地采购不到所需要

的图书。其次也是最主要的问题是,学校图书馆工作人员普遍没有接受过图书馆专业培训,对图书市场不了解,不知道怎样选书。例如:怎样判断是否正规出版物,多数仅听书商介绍;藏书建设的原则是什么;怎样才能选到所需要的图书;所选图书的出版情况,等等。

从目前的情况来看,低劣图书进入校园的现象还要持续很长一段时间,克服这种现象是个系统工程。因为:图书市场要推销图书,其中包括大量低劣图书;学校通常是批量购书,低劣图书肯定会掺杂其中;购书经费的使用方式不当,为低劣图书进入校园提供了具体实施的条件。

面对现实中的图书市场,学校图书馆工作人员要练就能够从五彩斑斓的图书市场中选出所需要图书的本领,要做到这点,必须经过图书馆专业培训,并且要有一定的实践体会。我国现有中小学校约三十七万所,建立了图书馆或图书室的约占三分之一,有二十多万所。一所学校要有一位接受过图书馆专业培训的人员,全国就要有二十多万。

我国的图书馆学专业教育十分薄弱,每年的毕业生,大中型图书馆都

不够用,根本到不了纯小型的学校图书馆。现在从事学校图书馆工作的二十多万人中,绝大多数没有接受过图书馆专业培训,要把他们培养成具有图书馆专业知识的人员,是一项长期的任务,地方教委根本解决不了。

实际上,不仅一线从业人员需要培训,各级教委管理学校图书馆的干部也需要接受图书馆专业培训。初步了解,现在各级教委管理学校图书馆的干部几乎没有接受过图书馆专业培训。估计这就是为什么采用政府采购的办法采购图书的原因之一。没有图书馆专业知识,在指导基层工作时往往会提出使一线从业人员无所适从的要求,干扰了正常业务工作。对他们的培养,最好是对学校图书馆从业人员的培养一并解决。

不单要培养学校图书馆专业人员,还要解决好这些专业人员的职称待遇,这是逐步杜绝低劣图书进校园的根本条件,当然也需要制度上的保证。

目前管理学校图书馆只有1991年教育部制定的《中小学图书馆规程》,该《规程》在2003年又作了修订。这只是教育部内部的政策法

规,不是国家级的政策法规,其中提到的许多政策性原则,仅依靠教育部是解决不了的。

例如:关于学校图书馆从业人员的职称待遇,就需要得到文化部、人事部的支持;购书经费成为教育经费中的专项经费,就需要得到发改委、财政部的支持;图书馆专业培训,教育部可以具体操办,但也要得到文化部的支持,因为我国的图书馆事业的归口管理部门是文化部。

这几件事情都是建设和发展学校图书馆事业时,无法回避的问题。这几件事情做好了,低劣图书进校园的问题也就得到了控制。反之,如果还是目前的状态,那么大多数的学校图书馆,就会变成了低劣图书的仓库,成为学校多余的部门。相信这是所有人都不希望看到的前景。

我国目前为学校图书馆专门立法的条件还不成熟,可以退一步先搞一部国家级的《学校图书馆工作条例》,待《条例》执行几年之后再考虑立法。学校图书馆健康发展之日,就是基础教育完善之时。

(本文作者为北京市图书馆副研究员、北师大二附中国图书馆馆长)