

知识服务视角下数字出版 概念谱系的构建与拓展

王鹏涛

【摘要】数字出版概念的厘清是出版学理论体系建构的重要一环。对于构建数字出版的概念谱系而言,读者视角、产业视角和叙事视角都有其理论限度,而基于知识服务视角探讨数字出版在知识的生产、传播、评价、利用等过程中的作用,分析其产业边界和突围方向,进而厘清数字出版的概念谱系和逻辑关联,在学术史和学科发展的角度都显示出其创新价值。

【关键词】数字出版;出版业;知识服务;出版服务;概念谱系

【作者简介】王鹏涛,南京大学信息管理学院教授、博士生导师。

【原文出处】《现代出版》(京),2022.2.75~88

【基金项目】国家社科基金一般项目“智能媒体时代出版企业服务生态系统构建研究”(21BTQ076),南京大学的创新理论研究专项“习近平总书记学术出版系列思想研究”。

从寻根溯源的角度看,数字出版的上位概念是出版,而出版的元概念到底是什么?如果说“元概念”是对所指事物之深层结构、实质和关系的界定和辨析,那么出版活动的深层结构、实质及其与其他社会活动的关系又是什么?出版的本质和宗旨究竟为何?知识的生产、传播、评价和利用,以及伴随其中的为使上述活动顺利完成而提供的服务,是我们考察出版和数字出版概念的一个重要视角。

一、既有视角的优势与局限

(一)读者视角的理论效度和理论限度

读者视角主要是指从出版物终端用户的角度出发来考察出版活动的核心规律。从历史和逻辑的角度来看,无论出版活动的内涵和形式发生怎样的变化,都是围绕着读者的知识获取、娱乐休闲、文化学习来展开的。读者视角在技术和市场变革的前提下,可以衍变为用户(或顾客、客户、消费者)的视角,在探讨出版企业如何适应竞争环境、更好地应对新

技术手段和商业模式带来的挑战时,读者中心视角具有较好的理论效度。

首先,读者视角将数字出版物的“阅听者”作为讨论的逻辑支点,这种切入角度具有强大的理论张力,可以妥善处理出版物型制演变对理论解释力的挑战和冲击,为理论框架的稳定性和有序性提供有力支持。假如说出版学研究一直追逐或迷惑于新技术带来的阶段性变化,各种新概念层出不穷,从电子出版、网络出版、数字出版,到数据出版、语义出版、智能出版、智慧出版,甚至“元宇宙出版”等,面对技术创新带来的市场和产品的持续变革,读者中心视角具有较强的适应能力,能从知识信息获取方式(按需检索和个性化阅读)和出版物消费方式(分散化购买和社群化交流等)的角度去解释各类新现象,为数字出版活动出现的新形式、新类型给出比较合理的学理解释。

其次,从历史演变脉络来看,在传统出版时代

(新中国成立后到改革开放时期)，“读者”的概念与“人民群众”的概念有语义指向上的重叠，“读者”由此获得了天然的政治合法性，为读者服务的问题受到党政领导人高度重视。社会主义文化实践和基层民众的阅读教育在顶层设计者心目中一直有着重要的地位，这就决定了我国出版业在以读者为中心这个问题上有着良好的认识和实践传统。无论是期刊的“读者来信”栏目近似制度化的强制设置，还是新华书店公共阅读功能的均等化供给，都是这种理念与政策贯彻的表现和结果。文化体制改革之后，出版单位转变成文化企业，出版企业自主经营、自负盈亏，市场化转型之后读者变成了消费者、顾客和客户，在新技术元素嵌入数字出版物之后，读者对体验和服务的要求日益多元复杂，营销策划在出版经营实践中的地位日趋重要，实践界不断试水创新，理论界也从顾客中心视角出发对出版经营管理、编辑工作创新等问题进行持久的探讨，并获得了一系列值得关注的成果。

然而，读者视角并非没有理论限度，该视角最大的局限在于无法从中观和宏观的角度来分析数字出版的演进规律。读者中心视角的理论优势在于从出版营销的角度来分析数字出版的运营规律，考察经营者如何从自身资源和能力出发，结合市场环境的影响，选择最优的营销组合来满足用户需求。营销的本质是差异化价值诉求的辨识、满足，基于读者(用户)的角度来探讨上述问题，显然有利于厘清数字出版物的开发、制作、传播和消费的整个过程及其底层规律。但读者视角在微观层面考察的优势，到了中观和宏观层面就变成了劣势。在产业演进和政府规制方面，单体用户的视角并不能给数字出版研究提供多少有价值的洞见。例如，从政府规制角度来看，基于算法的推荐可以高效地预判用户的需求及其变化，但是算法并不能从隐私伦理和社会治理的角度给出完全确当的判断，如果仅仅把分析视角放在用户身上，显然对于算法推荐误区的纠偏是没有帮助的。再如，从大量用户数据挖掘的结果出发，可以提高用户的阅读消费体验，然后用户体验的高度

满足是否等于数字出版价值目标的圆满达成呢？用户体验的提升与经营者的盈利诉求密切相关，但出版活动的目标是一个多方利益相关者价值诉求的复杂交集，如果只关注用户的体验满足，那么数字出版的社会公益价值、意识形态导向功能、文化建构与文明传承价值等诉求会自动自发地实现吗？从以上诸项分析可以看出，读者视角存在理论限度。

(二)产业视角的理论贡献和缺陷

出版活动对应着界限清晰的产业，从各国归口管理来看，出版业作为独立的产业部门来统筹发展、统计产值是通行做法。以产业为视角来分析数字出版的概念和本质，大致可以细分为经济学维度、系统维度、企业行为维度和业务模式维度等。

经济学维度是指从产业经济的角度分析出版资源的优化配置问题，进而探讨出版活动的本质和规律，比如分析数字出版物的定价机制、数字出版经济的国际竞争力等。随着数字经济的勃兴，有些学者开始从数字经济角度分析数字出版的发展问题，数字经济领域的前沿成果为这些学者提供了有益参考，如何择优分配资源适应数字经济发展的新规律、更好地为大众的精神文化生活服务，经济学维度能给出一些富有价值的观点。此外，主流经济学的日益技术化和关注量化模型的范式转型也会给出版学研究带来新的气象。

系统维度是指将出版业看作一个系统，从整体出发来研究出版业与各要素间的相互关系，从本质上说明出版业的结构、功能、行为和动态，以把握全局，达到整体最优。^①系统论作为一种科学思想，在多个学科中起到了指导作用。在出版学领域，部分学者借鉴系统论分析了数字出版系统及其要素、外部环境，解释了数字出版演进的模式、规律等，此外数字出版不同发展阶段特征的提炼和归因，都从系统论思想中得到了启发。

企业行为维度是指从出版企业的经营行为出发，分析出版企业在与外部环境互动的过程中，如何辨识需求并通过制作和让渡合适的数字出版物及其附加价值的整个过程。在转企改制完成后，出版机

构的经营确实从工商企业的管理中借鉴了很多有益经验,畅销书的成功实践大大提升了业界的信心,也给市场带来了一波又一波的热潮。从企业行为角度去分析出版经营活动,确实可以提炼出一些普适的模式、原则和规律。不过数字出版与传统出版一样,同样应该坚守“双效”原则,社会效益导向下的活动单纯用企业管理和市场营销的规律来分析是失之偏颇的。

业务模式视角重视数字出版的经营内涵及盈利模式,分析数字出版能够提供的价值组合,探讨数字出版企业在市场竞争中紧贴用户、捕捉机会、制定策略、提升能力和实现战略目标等问题。出版活动按照主题可以分为大众、教育和学术三类,在数字环境下,大众出版受新媒体影响最大,在“冲击—回应”过程中,大众出版物的呈现形式发生了巨大变化,类型与其他传媒产品发生了替代、混搭、融合、互补等演变。教育出版的数字化转型受管理部门的严格管制,一旦主管部门认为管理成本过高,不许移动设备进入校园,出版企业的努力就会付诸东流;技能教育和其他类型教育越来越多地采取了线上线下结合的方式,出版与教学活动之间的边界由于交融而日益模糊。学术出版的数字化转型最为成功,由于科技工作者对新技术采纳有天然的开放态度和习得优势,学术出版业务模式创新的涌现迅速且多元,这些新的业务模式对考察数字出版有很多启示,比如场景阅读学术文献、智能化关联内容的精准推荐等。

以上分析说明,产业视角能够提供若干解读数字出版内涵的创见,从学术史来看,该视角产生了一批价值较高的理论成果,反证了从产业出发分析出版活动的启发意义。然而产业视角同样存在理论限度,从产业视角出发将注意力聚焦在社会分工、技术、质量和效率、创新等问题上,对社会规制、产业融合、人性关怀和文化安全等问题就会有所忽视。同时,产业视角很难解决数字出版概念的本质问题,因为产业本身有边界,在一定阶段内产业的构成机构和业务内涵相对固定,但是概念要能含摄一定时间内产业演进带来的变化。这就需要我们新的角度

去尝试解读数字出版的元概念。

(三)数字叙事视角的启示和批判

如果说读者视角和产业视角都与出版经营高度相关,那么数字叙事视角的引入确实称得上别出心裁。数字叙事视角是指以数字叙事、互动数字叙事理论为指导,研究交互技术作用下作者与受众双方叙事权力的让渡,强调用户自主性与选择性的同时,反思内容创作环节中作者与编辑的角色地位及重要作用。沿袭出版的两大要件——内容与载体,对概念层层细分:以内容为主轴,通过交互技术提升受众的自主性,电子设备(数字载体)的环境适应性打造全新的互动叙事空间。

学界已经有从该视角进行概念界定的成果。比如,刘燕南和姚远认为,按照形式逻辑对事物下定义的“属+种差”方式,数字出版“属”于一种社会活动,充满了动态感,作者充分发挥主观能动性,架构叙事结构与支点;采用数字化(及网络)等高新技术,对内容进行编辑、制作、加工等一系列处理,并向公众进行传播和提供服务,通过二次创作等方式则是数字出版活动区别于其他活动的“种差”^②。

从理论效度的角度来看,首先,数字叙事视角可以分析出版物内容的质量,包括内容主题价值、叙事空间的完整性等。其次,数字叙事视角可以探讨如何优化出版物的传播渠道,包括传播矩阵的借力、营销成本管控策略创新等。此外,对载体适应性的分析,比如电子设备屏幕适应性、交互技术稳健性、格式转换成本等,数字叙事视角也能提供独到的见解。最后,从出版物传播效果来看,受众的接受度和参与性等也跟数字叙事的策略有关,出版物社会效益和经济效益的双效实现也跟“故事”讲述得是否有吸引力有关。

数字出版物最显著的特征之一是内容与介质分离,编辑和发行(分发)更多地依托于无形的数字介质和网络渠道。相对于传统出版,在传播的时效性、信息整合和检索效率、融合多种媒体形式的多元性等方面,数字出版具有明显的优势。数字出版容易被人们忽略的一个优势是“非结构化阅读方式,满足用

户非线性结构需求”,互动小说、交互式电子书App作为文字、图像、音视频等多种媒介符号有机结合的数字内容载体,可融入多种新兴技术,发展潜力巨大,且互动数字叙事领域研究者提倡非线性阅读,鼓励读者遵循完整的叙事线程,跳转阅读链接、转换阅读角度,实现叙事内容的相互补充,为用户提供丰富完整的阅读体验。^③从数字叙事的角度切入,对于上述问题的阐释会更加清晰深刻,为理论创新和实践突破提供参考。

当然,数字叙事视角也存在理论限度。如果将出版活动看成数字叙事,其他形式的文化传播活动同样具备数字叙事特征,那么数字出版和上述传播活动的异同就难以有效区隔了。此外,数字叙事视角也容易轻视政府规制、竞争和垄断程度等因素对于整个出版产业的影响,泛化讨论数字叙事也消解了出版活动的门槛和边界,忽视了出版的创意筛选过滤、内容聚合优化等最基本的文化建构功能。简言之,数字叙事视角的范畴拓展潜力是有限的。

要而言之,上述三个角度在解释出版活动及其变迁轨迹的过程中发挥了重要作用,为出版概念的界定提供了有力支持。对数字出版而言,这些视角为我们理解业态变化、产品或服务创新、产业转型升级等问题都有重要启示,上述视角的出现反映了出版学在学术争鸣中逐步走向成熟。但就完备性、自洽性和调适性而言,我们还需要寻找更加符合数字出版乃至社会文化演进趋势的新视角。

二、知识服务视角的引入与论证

从出版本体角度看,出版作为一种传承文明、传播文化的社会活动,跟知识的生产、传播、使用和分享有着重要关联。而知识本质上是一种共识的社会建构,在建构过程中,不同主体在问题意识、切入角度、探索工具、结果呈现、价值评价等环节上都存在差异,要建立共识,推进科技文化、社会文明向前发展,不同参与者需要通过各种支持力量获得有效的开放式链接,数字出版在此过程中发挥了参与、记录、保存、评价和监督等全方位支持作用。换言之,数字出版的概念辨析必须考虑这样一个事实:出版

对于知识来说不只是单纯的筛选、传播,真理在辩论交锋中日益明晰,出版将知识通过公共媒介来公之于众,有利于不同人群之间可靠共识的形成,因此出版参与了知识的社会建构过程。

在智能媒体时代,出版参与知识建构的意义更加凸显。与此同时,网络化、数字化和智能化的过程伴随着业务重心的转移,越来越多的服务诉求成为用户需求的重要组成部分,市场竞争复杂快变,在产品趋于同质化的前提下,服务创新的博弈日益关键。在大数据、人工智能、5G等新技术簇的驱动下,出版的业态模式和产品样式发生了巨大变化,但是出版物的知识属性、文化内涵、高信息密集度等特征有增无减。综上,从传统出版到数字出版的过程,是一个市场竞争、技术采纳、政府规制、媒介融合、读者权利提升等多方力量综合作用的结果,虽然未来流转变迁之走向还存在高度不确定性,但是知识性、服务性的特征是非常明显且不会变化的,因此从知识服务视角去审视数字出版的深层结构、本质特征和内在关系是可取的切入方案。

对数字出版的认识随着实践和理论探索的深化,部分学者明确提出了知识服务的视角,认为知识服务视角可以为数字出版甚至智能出版的本质界定带来创新空间。知识服务的供给主体多元,包括情报机构、出版企业、公共文化服务主体、教育机构和开放科学环境下知识链中的参与者。知识服务辐射范围涉及新闻出版、科学研究、文化教育、信息管理、企业管理等领域。知识服务业态包含语音、视频、题库、问答、智能检索、科研辅助服务、定制化知识解决方案等形式,知识服务营销成功的关键是场景适配,即问题解决方案适配用户的场景化需求。学术研究方面,国外学者关注知识服务在不同行业的应用情况,国内知识服务概念较早出现于医学领域,后来被图书情报领域的学者广泛关注,目前基于大数据、云计算、AI技术的知识服务新模式被学界热议。近年来,出版学领域侧重关注知识服务的属性逻辑给出版转型带来的启示。方卿、王一鸣(2020)认为出版知识服务是以信息搜寻、组织、呈现为基础,以知识生

产、传播、消费为流程,以满足精神文化需要为宗旨,以个人知识社会化、无序知识有序化为目标的社会活动。张立、吴素平和周丹(2020)厘清了国内外知识服务的概念内涵及演变路径,断言知识服务能给出版融合发展带来新机遇;邓逸钰、王垚(2017)和李玲飞(2020)探讨了AI背景下数字出版知识服务体系的构建;杨晓新和杨海平(2019)将知识服务模式归纳为传统模式、助理模式、专家系统模式、网络社交媒体模式、内嵌知识模式和机器生成模式六类;代杨、裴永刚(2020)阐述了教育出版智能化知识服务体系的构建路径;梁超(2021)顺应出版业服务化转型大势,首次倡议借鉴服务营销理论,构建出版服务营销学。由以上梳理可以看出,知识服务视角已经在学界激发了关注并产生了一批成果。

目前,学界的争辩主要集中在出版企业应该提供服务创新的范围、内容和形式应该为何,而对于出版企业提供的知识服务这一方向性判断,则已经形成了基本共识,出版企业在其他参与主体的支持下,协同为用户提供所需的知识信息服务,具体的业务内涵和增长模式可以用知识服务的概念加以统摄。知识服务是出版转型的重要方向,可以含摄出版产品和服务创新组合的多种可能。

(一)知识的本质和知识服务的内涵

关于知识的本质,有专门的领域“知识论”来讨论。最初的一个经典概念是:知识是得到辩护(justified)的真信念(true belief)。在柏拉图的对话集《泰阿泰德》一书中,作者也讨论了知识的本质问题。后来又有葛梯尔对该经典概念提出质疑。知识的本质是基于共识的一种社会建构。这一论断暗含了如下几点含义:

首先,知识是可错的。可错论是当代西方知识论中的重要理论,该理论主张:没有任何绝对的真理或知识,真理或知识都是可错的。不仅经验真理是可错的,而且逻辑真理也是可错的。经验真理的可错性源于感性能力的有限性与经验对象的语境性;逻辑真理的可错性和可修改性表现在四个方面:辩护的可错性、包含经验内容、逻辑常项的可变化性和

经典逻辑基本定律的可修改性。可错论是西方知识论的轴心理论,几乎当代所有的知识论者都是可错论者,例如,皮尔士认为“我们不能用任何方法获得完满的确信或正确”。不过作者也强调,这个主张不代表知识是错误的,只说明是可错的(可……的),有这个可能性。由于无法避免诸种局限性,所以“对于任一给定的信念永远不能给出它是真理或知识的决定性的证明或辩护”^④。假如我们接受知识是基于共识(一定阶段大家共同的认可)的假设,并没有认为知识是绝对正确的真理,那么知识的本质就是在时间推移过程中不断证明、辩护迭代升级达成共识的过程,这个过程中必然涉及社会系统对它的支持和维护,也就是说知识的建构需要有机机构或者利益相关者给予服务支撑。

其次,关于共识的辨析。所谓共识并不是说你认为这样,我认为这样,所以这件事就应该是这样(取一个意见交集),假设是这样的话,知识就成了非常主观的东西。但实际上,知识领域的共识是有一些确切、可靠的前提和基础的,比如是使用大家共同认可的研究方法和程序生产出来的知识,有一套目前被科学共同体认同的,被多次证明过的有效的知识生产程序可资遵循。

另外,人类如何正确把握对象,认识对象,保证知识和对象的统一,并不简单。从认识论和真理观的角度来看,近代哲学以来,人们清晰意识到普遍的意识中的东西和实存的宇宙是不同的,近代哲学一直努力想要消除这种差别,思维和存在的统一构成了近代哲学的主题。思维和存在的统一问题,本质上就是正确认识客观世界,保证认识是对的过程。^⑤培根的经验论和笛卡尔的唯理论是两个方向,一个认为知识是归纳出来的,一个认为是演绎出来的。后来,休谟又提出了怀疑,即著名的“休谟问题”,认为经验中没有普遍性和必然性,太阳东升西落,只是因为千百年来人类祖先看到的都是太阳东升西落,但并不排除有一天你可能会看到太阳西升东落的可能性。再到大哲康德,康德的理论旨在调和唯理论和经验论,认为知识起源于感性,但其中又有先天理

性的东西,认为知识中有“先天形式”。通俗地说,我们每个人认识一个东西是主观的、个体的,但所有人都通过一种或许只有人才有的“思维形式”来认识所有事物,因此又为人的这种主观认识赋予了一种必然性与客观性。之后的黑格尔又对康德的“先天形式”作了完善和发展,如文中提到的:“自然事物是个性的,杂多的感性的,只有思维才有普遍性。”笔者认为,正是康德和黑格尔提到的这种思维的普遍性,或者说“先天形式”,使人类通过努力能够达成共识,获取可靠的知识,可靠的共识。

最后,理解社会建构。社会建构是一种有目的的行为,和“有用”有联系,前提是,我们或许不能接触最铁板事实的那个世界,但能建构一种普遍有效的知识。我们可能并不能知道真实世界是如何的,但我们会依据可靠的前提建构一个逻辑自洽的知识系统,有利于认识世界(通过思想观念把握世界)并开展实践(知识外化为科技改造物质世界以及借由社会治理理念和政策改进社会秩序),真正地将知识转换为“力量”。为了走出知识论的困境,现代哲学家开创了“生存实践论”,主张知识不能脱离人的生存实践,要把知识奠基于人类的生存实践活动之上,詹姆士为代表的实用主义要求知识要与有限人生的实际世界建立某种联系。^⑥

知识是一种社会建构,主要基于以下几个考虑:(1)从终极角度来看,我们不能认识到一个“绝对客观”的世界;(2)由于思维有普遍性,所以即使不能认识绝对客观那个神秘的世界,却又可以通过人的思维普遍性建构普遍的知识系统;(3)知识不能脱离人的生存实践,知识对人的有限人生和生存实践是“有用的”,比如自然科学的知识总是有被质疑的可能,是可错的,但是对于人类生活而言,学习自然科学知识确实有实际用途的,可以帮助解决很多现实世界的冲突和问题。即便未来某天太阳有西升东落的可能,但我们以太阳东升西落为前提确实能够解决很多生产实践问题,就像医学确实救治了很多,所以知识即便不是绝对正确的,但确实是奠基于人类生存实践活动上的。综上,知识是一种社会建构

的观点可以成立。

(二)知识服务视角下数字出版概念的界定和辨析

根据以上分析,大致可以形成一个判断,出版对于知识来说不只是单纯的传播而已,真理(即便是暂时和部分的真理)越辩越明,出版将知识公之于众,有利于可靠共识的形成,因此出版也参与了知识的建构过程,出版是一种围绕着知识建构而做系统的服务和支撑的社会活动。那么,归根溯源,出版到底是什么?数字出版又是什么?我们按照主题分类来讨论其具体内涵。

从自然科学出版物(或称专业出版物、学术出版物、STM出版物)的角度来看,由于科学研究讲究数据的是公开证实的、实验是可重复的、观察和分析的程序是可以控制的、表达语言是高度精准的,所以出版的过程实际上是服务于上述标准和规范的,开放科学运动背景下的开放出版活动,以及数据出版、语义出版等概念的提出,都与自然科学研究和知识组织、出版传播的规范化严谨化精细化有关,也与用户在检索、获取和场景化使用知识中的新诉求有关。此外,还有智能化文献资源分析、学术趋势预判、搜寻科研合作者、评估学术进展、支持学者社交等服务也是用户需要的服务类型。

从人文社科出版物和教育类、大众类出版物的角度来看,用户希望知识组织科学规范,内容权威可靠,思想主题有利于人的自由全面发展。此外,用户的使用过程中对知识的诉求主要体现在阅读理解支持、社群互动、问题解决方案、问答及时反馈、教学辅导和测试、智能机器人陪读、用户参与内容创作、基于沉浸式媒体技术的技能培训等。简言之,用户不仅仅希望知识组织科学、呈现多样、交互人性化,还希望供应商提供更多的帮助用户理解、消化和应用知识的服务。比如,对于国学经典,大部分读者在吸收内化方面都存在各种各样的问题,希望获得翻译、例释和关联解读等相关服务,加上数字人文等新兴学科的发展,对于人物生平和游学轨迹的可视化感知也是用户的新兴需求。

综上,数字出版是指多个参与者协同利用数字媒体和智能算法等技术,为各类用户提供与知识的建构、分享、评价和使用等全过程高度相关的服务活动,以此来提升知识生产、传播和利用的效率。上述概念界定的关键在于从知识服务的角度来解读数字出版的内涵本质和演变规律。数字技术创新成果的持续引入,改变的是业务流程和服务形态,革新的是知识构建、分享、评价和使用的过程及其辅助活动,这些变化的因素会在相当长一段时间不断延续,影响着不同环节的参与力量、技术关联和协同模式,各类角色在利益和使命的驱动下,充分利用各类资源,尤其是数据要素价值释放的良机,深度参与人类知识的生产、传播、评价和利用等活动,以提升用户学习、工作、教育和休闲等方面的价值满足。

在此需要辨析的是:首先,数字出版跟传统出版相比是一个“全”新概念,这个概念在较长时间内可以统摄技术创新的融入和业态模式的革新带来的种种变数,以及引发的各类次生变化;其次,数字出版针对用户画像及需求挖掘,对知识进行解构和重构,以更优化的方式分享知识和帮助用户使用知识的过程,本质上是一种知识服务的创新;再次,数字出版与传统出版企业能够提供的服务相比是不相同的,比如作者服务、编读往来、版权代理等,这些传统业务在数字化语境下会发生实质性改变;复次,知识服务的视角能够更好解释数字出版产业生态发生的复杂变化,例如站在知识服务的立场来看,出版企业只是一个参与主体,它不得不在与其他角色和力量协同的过程中,选择合适的生态位,以最大化地提升自己对整个产业生态的价值贡献率,假如从这个角度出发来分析问题,那么显然出版是被合作伙伴所融合,还是主动地融合合作伙伴,就变得不必胶柱鼓瑟了;最后,数字经济背景下的知识服务是以服务效果为KPI的,这对于数字出版经营绩效的考核是一个极有价值的参考指标。数字出版经营者不仅要与用户保持最大程度的连接,还需要建立一套知识服务供给的流程体系,把内容供应商、服务产品、营销中介和终端用户连接在一起,而评价连接效率的关键

则在于用户感知到的服务效果。

综上,笔者认为在当下和未来一段时间内发展规律,从知识服务的视角去概括、阐释、辨析和界定数字出版,符合理论创新的逻辑和规律,也契合了产业功能演进的趋势和指向。

(三)知识服务视角下数字出版概念的外延拓展

近年来,5G、大数据、AR、VR等技术创新不断融入出版实践,在此阶段“数字出版”概念不断丰富。现在“数字出版”与“传统出版”对应,成为新出版阶段的代名词。在下一个里程碑式新阶段到来之前,“数字出版”概念仍处在变化之中。简要分析,知识服务视角下数字出版的概念外延可以做以下拓展:

首先,知识服务视角可以拓展出版的内容结构和呈现形式。传统出版强调的是内容(知识形式)的体系化、标准化和中心化,重视的是知识传受过程的规范性、稳定性和集中性,重视的是如何高效获取和分享可靠权威的知识。而知识服务的实践则是类型多样且情境依赖的,不同类型用户的需求可以是临时性的、场景化的,也存在着由于人类学统计变量不同带来的需求差异,因此,传统出版忽略的非体系化、非标准化和非中心化的内容业务反倒会成为未来出版关注的重点。在实践中,“百度知道”以及后来的知乎、得到、分答都在个性化、及时化、去中心化和去体系化方面进行了不同程度的创新,即便还存在不少缺陷,但是这种模式已在反复尝试和改进中逐步被市场接受了。

其次,知识服务视角能够帮助出版学有效拓展研究范围和主题,为出版学与相关学科的交融提供支持。知识服务提供的是精准、个性、便捷的利用知识解决问题的“场景化解决方案”,强调的是响应用户需求的速度和效率,尤其是之前传统出版忽略的需要知识信息支持的使用场合将是未来数字出版可以突破的蓝海市场。知识服务是一种融合内容、数据、技术、运营于一体的创造性服务业态,目前尚没有标准的理想型知识服务运营企业,市场上亟须一种跨界整合、服务聚集的新型服务运营机构。在各

种专业和垂直领域传统机构相对外部企业几乎在内容、渠道和政策方面具有排他性优势,如何把这些优势转化为入口,转化为真正的流量经济,才是理论界应该重视的前沿课题,也是数字出版企业可以参考的实践创新思路。

再次,知识服务关注的范围远超传统出版学对于产业运行状态的考察,在研究对象的复杂性和综合性方面会有前所未有的突破。知识服务是一个包括出版商、编辑人员、评审专家、图书馆、科研院所、相关领域的专家、技术提供商、用户(包含 to C、to B、to G 等多种类型)、书店或文化机构等多元主体在内的复杂生态系统,部分主体存在重合关系和交互关系,不同主体之间的信息交流、资源共享、理念统合和业务衔接是实现生态和谐和价值创生的内在要求,该系统的运转涉及知识生产、知识获取、知识挖掘、知识共享、知识评价、知识应用等业务内涵,此外还有更外围的政府政策、法律规制、市场环境、其他服务业的替代或互补等影响力量。这些因素合力作用使得该系统变得错综复杂。

最后,知识服务视角颠覆了人类对于认知、科研、教育、阅读等人类行为的刻板印象,能够为数字出版研究打破藩篱寻找新的理论生长点提供启示。传统出版被视为阅读活动的上游环节、教育事业的支持系统、人类学习认知的客体对象,从知识服务的角度出发,数字出版辐射的场域将会大大得到拓展,让人类重新审视精神文化的创造、传播和接受的过程,重新审视人类的文明传承和教育创新问题,重新审视社会发展中不同人群的沟通交往问题等。或许从现状来看,知识服务还是一个尽管活跃但是影响有限的领域,但若将目光转换到更大的时空范围,人类活动与出版活动的关联逻辑将会发生深刻而复杂的变化。

综上,知识服务视角可以给出版和数字出版概念的范畴拓展提供新的进路。数字出版的概念谱系可以由此开显,分清各个细分维度上位概念以及下位概念的隶属关系,并从逻辑关联上分析不同层次上各个子概念之间的差异和联系。

(四)知识服务视角下数字出版概念谱系的构建

根据上文分析,数字出版概念的界定和拓展可以从知识服务视角加以开显。首先,需要说明的是,互联网的发展使得人们获取知识信息的数量获得了几何级数增长,在海量知识信息面前,人们缺乏的不是信息获取的工具和渠道,而是筛选过滤内化的得力辅助。所以,本文中提到的知识服务特指互联网和新媒体技术背景下的知识服务,亦即我们重点探讨的是知识服务视角给数字出版的概念界定带来的启示;其次,知识服务给出的只是观察和辨析的视角,出版是思想知识公之于众的重要媒介,从知识服务的角度分析并不等于要忽视出版独特的内在规定性和预设的核心社会功能,而恰恰是希望借由知识服务的视角更加清晰地厘清数字出版的内在规定性和社会功能;最后,知识服务的运作机理给出的参考价值不宜无限放大,出版与知识传播的流通过程、方法、技术和手段,在不同历史阶段各有特征,通过知识服务这个“透镜”绘制的数字出版的概念谱系,以及由此推衍出的逻辑框架和研究议题,必须能对历史上出版活动的普适性规律有一定的含摄功能。从以上几个原则出发,数字出版概念谱系的大致构成如下:

第一层:出版是具有一定独立性的社会文化活动,出版是数字出版的上位概念。由于概念的具体内涵必须在具体语境(context)中得到确定与理解,因此研究概念是必须考察的对象就不仅是概念本身,更重要的是与概念共现(co-occurrence)的其他概念。^④因此,其他的逻辑上可以与数字出版并列的概念都归入出版的下位概念的范畴。

第二层:数字出版是出版的下位概念之一,一般认为应该与传统出版相对而言,同时从知识服务的视角来分类,数字出版可以根据知识的建构、知识的共享、知识的获取、知识的挖掘、知识的评价和知识的利用等流程进行细分。

第三层:根据以上细分,知识服务各个环节的内涵详述如下。

第一,知识的建构包括知识的采集、分类、优选、

过滤、摘要和聚合优化,知识的共享包括文献通过不同渠道和平台分享、编辑人员和终端用户的交互、用户间的社群活动、图书馆情报机构提供公共文化服务等。

第二,知识的获取包括用户的检索、阅读和收听有声出版物等,用户获得的知识既有科学知识和原理定则,又有特定时间地点下有关某个特殊情况的地方性知识,这两类知识的功用存在差别,前者的获取用户重视其权威性、系统性和精准性,而后者则以人性化地紧贴用户需求,实用性地实际问题为导向。

第三,知识的挖掘是指从获取的数据中识别出有效的、新颖的、有用的,以及最终可理解的模式,知识的挖掘可以分为用户个人主导的和用户借助技术来完成的两类,未来的知识挖掘出版经营者提供的将是傻瓜化的技术支持。

第四,知识的评价主要是根据具体情境和既定目标来判断某个或者若干知识的价值,出版机构本身的选题筛选、作者邀约、发表的优先顺序和期刊的级别档次等都是知识评价的重要内容,在学术出版领域,放眼全球,知识评价的作用非常巨大,在某种程度上影响着学科的结构演化和科研资助的战略布局,因此知识评价自然而然地会影响到科研机构和科研人员(用户)的方向选择。

第五,知识利用是知识服务的最后一个环节,同样可以从个体和社会两个维度来考量,个人的知识利用主要指向个体精神文化和物质生活的需要,对个人生存发展有着重要的引导功能;而社会的知识利用则侧重知识在社会重大问题求解过程中的作用,比如说价格机制在社会经济发展中的调节作用,政治治理思想在国家制度设计中的启示等。知识利用在数字媒体语境下更加重视服务的微粒化、场景化和个性化,出版机构应该尝试突破在订制服务方面有所突破。

上述概念谱系对数字出版具有比较理想的阐释意义。在数媒时代,出版加工的数据原料是海量的,出版主体类型是多种多样的,出版内容是开放式、超

链接的,阅读体验是富媒体化的,用户在阅听过程中交互频率高等,这些变化在上述谱系中都可以得到有效的解释和映射,与知识服务的全程化、渗透化和精细化可以契合对应。从新兴出版现象来看,文献摘要、问答式检索、论坛服务、博客搜索、网站排名、情感计算、倾向性分析、热点发现、聚类搜索、分类导航、萃取精华等知识服务现象的勃兴,也为数字出版业务组合创新提供了宝贵的经验借鉴。

(五)知识服务视角下出版业态未来走向的展望和预判

根据第一性原理,问题的解决要以最本质的、不可改变的条件作为出发点,将其拆分成各要素进行解构分析,从而找到实现目标最优路径的方法。对知识服务而言,最基础的条件是构成知识应用的各种需求场景,数字出版企业以之为逻辑起点,围绕着具体的需求场景,依托数据流来开展知识服务创新,使得出版业态呈现出了新的面貌,加速了知识传播的速度效率,也改变了人类的认知范式和实践业绩。于成、周驰、唐乐水(2021)认为,在数字出版时代,出版物内容不再遵循纸质媒介的线性排列秩序,而是转化为网络中的数据流,内容与技术的二分模式已不再适用。数据流不仅仅是内容,也是一种全新的技术实体,围绕数据流开展知识信息服务是未来的方向,出版机构需要设立专门的技术服务部门,推动具有特色的数字出版平台建设和市场化运营。

从业务流程角度来看,如果将数字出版视为推动知识生产、传播和利用全过程顺利开展的一系列服务活动,那么从知识服务的角度看,流程优化的关键在于以用户的知识使用场景为导向,调整整个服务价值链的构成要素和运行效率,使其能更好地满足用户的价值诉求。流程再造理论认为,一个组织的综合性提升,依赖于其对自身经营过程进行根本性的重新思考和彻底翻新,以便在成本、质量、服务、速度等方面取得彻底改善,并强调通过充分利用信息技术手段使业绩取得戏剧性提升,该理论强调以顾客为中心和服务至上的理念,其实质主要是:一、

根本性的重新反思,二、彻底性的重新设计。^⑧从这个角度来看,数字出版的服务产品设计和传递要考虑服务诉求辨识、价值目标锁定、服务价值交付、服务迭代优化,按照上述程序系列来重新思考和设计知识服务的供给流程。在投入内容数据、信息技术和其他资源的基础上,依托系统平台来提供能解决实际难题的知识服务组合,为终端用户供应差异化的价值,包括问题解决方案、感知价值、个性化体验、社群交往、品牌声望等。为实现上述目标,出版企业需要与图书情报机构、公共文化场所、各类媒体机构等展开广泛合作,在业务上高度协同,比如数据实时共享、工序平行开展、服务方案迭代优化、参与主体责任划分等,都需要各方取得一致。在用户参与方面,面对PGC、UGC、PUGC和OGC等内容生产模式,数字出版企业要把握服务的度,既要避免服务过度造成打扰,又不能服务不足引发不满。上述问题的解决唯有在实践中不断试错、复盘优化才能有效解决。

流程再造意味着数字出版价值链的重塑。新的数字出版价值链是一个更为复杂庞大的链式结构,它以知识服务的柔性化、敏捷化、场景化、个性化、智能化和精准化为原则,重新考量链条中每个环节的价值贡献率,重新审视每个参与主体的价值创造能力和合作共享意愿,在生态式合作愿景指引下不断通过磨合来形成卓越的问题解决能力。因此,可以说数字出版价值链的重塑就是一个以出版企业为主导、各方主体积极参与、协同合作以实现价值共创目标的过程,在此过程中,数字出版企业动态地调整自身定位,在更大范围内汲取资源、锁定合作对象以满足用户的差异化诉求。在产业生态进化和逐步稳固的基础上,数字出版企业一步一步地实现自身的转型,逐渐转变为知识服务的提供者和知识创新的支持者,最终实现数字出版业态的全方位升级。

三、余论

数字出版概念的界定应该走向源头追问出版的原初含义,同理,出版的元概念的反思亦应追溯到其与知识的生产、传播、评价和利用的逻辑关联。

在技术红利和数据红利的赋能下,出版经营者会从顶层架构设计的出发,以构建新的产业生态,适应知识创生、存在和流动方式的变革,为用户提供更有价值的知识服务。这些数字化转型、服务化转型的实践经验会对理论创新、学科建设和学术进步产生长远影响。

(一)知识服务视角引致理论演进趋势的前瞻

数字出版概念代表的是不同的符号类型和现实意义,且会随着社会实践发展而持续涌现,随着社会、经济、文化和技术的进步,数字出版的内涵和外延会不断演变,知识服务是我们分析数字出版概念的重要视角,该视角在一定历史阶段可以囊括多种含义和所指。简要说来,该视角可能引致的理论演进趋势主要包括:

其一,知识服务理念引领下数字出版模式会发生根本性变化。数字技术手段让印刷环节被复制所替代,出版物格式的电子文档化使物流、仓储和交付环节变得简单甚至零成本,用户对阅听体验、增值服务和场景化问题解决方案的要求与日俱增,数字出版经营者的战略重点会随之发生转移。数字出版的内容主题有了更多的创意来源和创作范式,作者、审稿者、读者、出版企业、高校、科研机构、技术和通信的提供者等不同参与主体分布式合作逐渐常态化,亟须开放式的产业生态系统给予支持,以打破“数据孤岛”,实现人机共生和万物互联的协同效应。在政治经济、科学技术、文化艺术等要素的作用下,人类创制了文化传播和文明传承的新景观,数字出版的载体形态持续创新,用户接触、参与、利用和消化知识的过程不断变革,比如传统时代用户学习英语词汇依靠各类词典手册,而数字时代却可以依靠学习类App来完成。当数字技术达到新高度、知识服务模式发生新变化之后,数字出版部分环节的价值和地位将会出现或升高、或降低、或增大、或剔除等变化,整体来说,数字出版机构提供的知识服务将更加适配需求和解决痛点,旨在让用户从海量信息中解放出来,精准地找到实际生产生活需要的问题解决方案。

其二,知识服务视角能调和不同研究群体支离破碎的主张,出版学研究的范围和重心会发生调整。出版学研究一直有两支队伍参与,一类是学术界科研人员和研究生群体,另一类是实业界的工作人员、高层管理者或学术爱好者。多年以来,两类研究者的探索范围有一定重合,也各有侧重,前者具有高度的理论自觉,更加看重基本概念和学理基础的探究,而后者则重视实践经验的提炼和痛点问题的破解。但有一点是共通的,两类学者都像推石头上山的东西,媒体技术持续迭代,新业态形式层出不穷,迫使研究者不断地回到原点追问元概念的范畴和内涵,不断地推动学科范式变迁来解释新现象、新问题。知识服务视角的引入会给出版学研究带来连锁性变化。比如,李斌(2020)尝试引入数据流的思路来解释知识服务转型的必要性和可行性,认为部分出版机构通过对内容数据的深度挖掘和分析,转化的成果具有较高市场价值,数据流资产可以为出版企业赋能,促使其由传统出版商向知识服务商转型,为用户提供高度专业化的数据解读和分析产品或服务。再如,在学术出版领域,早在2000年之前,人们就开始开发数据基础设施组件,如数字对象体系结构(Digital Object Architectures, DOA)、系统支持的持久标识符(Persistent Identifiers, PIDs)和语义网(Semantic Web, 构建在因特网和万维网之上的知识再现框架)等,这些组件确保数据的互操作性和机器的可读性,在此基础上可以搭建用于储存和处理各类数据的数据仓储。此外,机器行动力(Machine-Actionability, 指在没有或很少的人类干预下,让机器从环境中感知数据,学习复杂的适应性行为,以完成以前只有人类才能完成的复杂任务)能够让平台使用通用的出版标准进行概念化、结构化表达,在知识服务领域可以发挥重要的作用,为数字出版提供了广阔的前景。

其三,阅读研究会衍变成知识服务的采纳研究。阅读与出版是一对矛盾,没有阅读,出版就失去了存在的价值。反过来,没有数字出版活动,人类面对海量鱼龙混杂的知识信息,也会陷入难以过滤和

选择的困境。在数字时代,新媒体阅读的即时性、互动性和多元体验,的确是传统纸书没法比拟的,但是各种浮躁缺乏逻辑的信息也存在品质不一、良莠不齐的问题,信息茧房不断围剿让用户的视野越来越窄,阅读学习缺乏书香氛围和必要的仪式感。因此,阅读研究在很长一段时间内,仍然必须回答诸如怎样吸引阅读、构建阅读氛围、经典读物推荐等基本问题。但是从整体上分析,数字环境下阅读研究的重点演变了成知识服务的采纳问题,用户看重的是个性化场景下应用知识来解决自己遇到的问题,用户接受知识的意识、思维、行为和习惯会受到前所未有的挑战,碎片化阅读、分主题阅读、场景化阅读、社交阅读和其他多元、非线性、交互性、沉浸式阅读等,与传统阅读研究的距离越来越远,而与知识服务的关系则越来越近。

其四,未来的出版学研究者会从知识服务逐步聚焦于出版服务。虽然知识服务在阐发出版和数字出版的元概念方面具有特殊重要的意义,然而知识服务的内涵跟出版企业能够提供的服务之间依然存在区别,比如传统意义上的作者服务、编辑服务、版权代理服务等都不是知识服务所能完全概括的,在数字媒体时代,这些服务依然是知识生产、知识传播和知识利用过程中不可或缺的,同时知识服务的概念也不能逻辑周延地含摄出版服务的所有内容,因此,笔者认为知识服务确实是出版转型的重要方向,但不能将知识服务等同于出版服务,更不能用泛化的“知识服务”来囊括出版服务创新组合的所有可能。知识服务是出版服务的重要形式,但出版企业可以提供的服务并不限于知识服务,而且知识服务的概念如果无限延展也会产生很多认知和实践误区。出版服务除了终端用户、供给主体之外,还有其他参与者构成支持系统,该系统的业务内涵和增长模式显然不能用知识服务来统摄。因此,从学理上加以辨析,分析两者的异同,从知识服务的视角吸收有益启示,厘清出版服务的内涵和外延,探讨出版服务创新的模式和路径是未来数字出版研究的重要课题之一。

知识的生产、分享和利用在人类社会发展中发挥着至关重要的作用,一个民族和国家只有在知识创新和知识服务方面占据领先地位,才能在未来的国际竞争中一展雄姿。^⑨数字出版只是人类出版活动历史长河中一朵小浪花,知识服务视角的引入为数字出版概念的厘清,为出版基础理论研究的深化提供了一个重要的切入口。

(二)知识服务视角的学科意义和学术史意义

以色列作家阿莫斯·奥兹(Amos Oz)说过:“怀疑和争辩是犹太文明的特征。这是一种怀疑和争辩的文化,一种解释、反解释、重新解释、反对性解释的开放式自由问答游戏。这是一种善辩的充满争论的文明。”^⑩一个学科的发展同样需要我们不断反省、质疑和辩论,在思想交锋、意见往还中进行视角切换,持续地接近真理和真相。

就知识服务视角的学科意义而言,如果放在长远的时空格局来观照,知识服务视角从知识的建构、传播、评价和利用的全流程入手,分析了出版机构及其合作者如何通过提供符合市场诉求的服务,进而借此探讨出版的概念内涵及其种概念(下位概念)。这种概念谱系的梳理,可以帮助学术界在基础性学理问题上拨开疑云,帮助研究者更好地洞察数字出版的前景,帮助实业界排除干扰更为理性地选择战略方向。

站在学术史角度来看,每个视角的涌现都为出版学的进步贡献了富有创新潜能的助推器。随着数字出版概念的出现,出版学中逐渐出现一批相关概念,如“数字阅读”“数字出版产业”“数字版权”等,这些概念形成理论谱系,激发了多个值得深入耕耘的学术领域,衍生出一系列新的论断和创见,学科的思想性得到提升。数字出版概念出现后,学术界对出版的讨论不再局限于“编、印、发”出版流程和规则的讨论,而是更加关注技术和算法给出版带来的可能,以及出版学和其他学科融合的潜在走向,出版学和传播学、社会学、计算机、法律等学科的联系更加密

切,在交叉融合过程中增强了研究的深度和广度。同样地,知识如何生成、存在、传播和利用一直是一个神圣庄严的问题,知识服务的取向和导向能为出版学研究提供更为宏阔的理论视野,来探讨数字出版活动如何参与知识的建构、分享、评价和利用这个“真正有价值”的问题。知识服务概念的引入还可以推动研究范式的转变,知识服务不仅是出版学的研究视角,还将成为出版学研究的核心对象。传统出版物搭载增值服务、学术数据库的科研辅助服务以及智能阅读服务的创新等,都为数字出版研究提供了丰富的素材。可以预见若干年后,知识服务将会成为一种重要的研究范式和探索进路,为出版学学科发展带来更多有意义的新成果。

注释:

①钱学森,于景元,戴汝为.一个科学新领域——开放的复杂巨系统及其方法论[C]/科学决策与系统工程——中国系统工程学会第六次年会论文集.1990:10-17.

②刘燕南,姚远.融合视角下的出版概念辨析与展望[J].现代出版,2017(6):10-14.

③方卿.论数字出版产业发展中的五大关系[J].编辑学刊,2013(1):14-18.

④曹剑波.知识是可错的吗? [C]/“分析哲学:中国与世界”国际研讨会量第七届全国分析哲学研讨会论文集.2011:31-38.

⑤⑥白顺清.知识论真理观的困境及出路[J].沈阳师范大学学报(社会科学版),2014,38(1):50-53.

⑦邱伟云.论数字人文研究中可视化数据的意义与价值——以数字概念史研究为例[J].文艺理论与批评,2020(2):23-29.

⑧桑强.以流程再造为中心的组织变革模式[J].管理科学,2004(2):7-11.

⑨韩震.知识形态演进的历史逻辑[J].中国社会科学,2021(6):168-185+207-208.

⑩钱颖一.“无用”知识的有用性[J].领导文萃,2013(5):101-104.