

泛在信息环境下数字出版 经营模式发展研究

●黄丽霞 陈新昕

摘要: 本文通过分析泛在信息环境为数字出版带来的机遇和挑战, 阐述泛在信息环境下的数字出版新变化, 并针对泛在信息环境的特点和数字出版特有的经营模式, 提出对大众原创网络出版物、数据库出版物和手机出版物的经营模式对策, 以应对数字出版新形式下的发展变化。

关键词: 数字出版 泛在信息环境 经营模式 数据库

一、泛在信息环境的内涵及特点

泛在信息环境是指“由网络设施、硬件、软件、信息资源和人等有机组成的新一代知识基础结构,是未来知识型社会的一种综合的全面的数字化信息基础设施”^[1]。“泛在”(Ubiquitous)观点起源于美国富士施乐公司(Xerox)帕拉阿尔托研究中心(PARC),描述了任何人无论何时、何地都可通过适合的终端设备与网络进行连接,获取个性化信息服务的全新信息社会。其核心思想是信息技术将以不为人们所觉察的方式融入人们的日常生活,即在任何时候、任何情况下都可通过无线通信达到互联的状态;不仅包括人与人之间,还有人与物、物与物之间。目标是要“建立一个多语言、多媒体、移动的、语义的网络环境,来推动信息服务的发展和变革”。在这个环境中,高度发达的计算机和网络技术将渗入人类生活的方方面面,为人们营造出一个随时随地、无限沟通的自由世界。^[2]泛在信息环境的特点是具有泛在性、智能性和隐蔽性。泛在性包含两层含义,其一是指通过泛在智能网络及通讯技术的无缝链接,使用户可随时随地利用周围任何普遍存在的网络设备(如电脑、电视、平板电脑、手机、电子书阅读器等设备)访问所需要的信息或获取所需要的服务,接收或发送信息、知识和命令,而不受时

空限制。其二是指人们周围普遍存在着许许多多内部互联的嵌入式系统,被各种智能的和直观的界面所包围。智能性是指能通过人的行为自主学习判断人的意图,并通过自我调整来做出相应反应以适应和满足人的需求。^[3]隐蔽性是指泛在环境具备灵敏的“洞察力”,能够识别人的存在、人的状态变化、需求变化以及环境变化,并且通过一种无缝的、隐蔽的、常常是不可见的方式对人的需求做出响应。^[4]

我国数字出版产业在新型智能手机、平板电脑、平板阅读器等产品广泛普及和应用的助推下发展突飞猛进,目前主要经营模式有:以付费阅读和广告创收为主的大众原创网络出版模式;以提供免费检索和付费内容接受的数据库模式;^[5]以付费下载为主的手机出版物模式等。

二、数字出版经营模式 面临的泛在信息新环境

1. 网络覆盖更加全面、高效

由于泛在信息环境具有泛在性,即用户可利用周围普遍存在的网络设备进行信息内容的自由存取,使得用户可随时查找并阅读网上的知识信息。人们获取网上丰富的知识信息时不再固定地面对电脑,而是可以随时、随地依靠手机、电子书阅读器、平板电脑、

智能电视等日常网络终端设备来获取自己喜爱的数字出版物进行阅读。网络设备之间的无缝链接也使得信息之间的沟通更加快捷方便,信息知识的传播也进一步地高效快捷起来,各种新闻、知识、信息都能第一时间在泛在网络中查找到并进行实时互动。

此外,在泛在信息时代,全方位的网络覆盖保证了网络设备之间传递信息的畅通无阻,使用户可通过网络查找各种知识信息,没有时间、空间以及设备的限制,用户的上网机会和时间便明显增多了,所有电子设备皆可联网收集或发布信息,不仅提高了网络工作效率,也进一步推动了社会效率的提高,网络的影响力将比现在更巨大。

2. 知识获取更方便、准确

泛在信息环境的泛在性决定了泛在网络的无处不在特性,在该环境下用户可随时随地通过网络查找所需知识和信息。不仅拉近了人与人之间,还有人与物之间、物与物之间的连接,大大增加了信息查找的准确度。

在铺天盖地的网络世界中,用户对知识信息的准确度和可信度却未曾因信息数量的增多而冲淡。相反,越是在信息无处不在、无所不能的社会里,专业的、准确的信息知识越能满足用户对真实信息的渴望和需求。泛在环境的智能性恰好满足了用户对信息的精准度的要求:知识经过专业的加工、处理、整理和筛选,从过度泛滥的信息中过滤出有品质的内容,再发送至用户终端中,不仅节省了用户从大量相关信息中筛选可用信息的时间,有序的知识整理更提高了知识的使用效率,进而提高了社会效率。

3. 知识产权保护更加困难

在版权保护方面,泛在信息环境下对作品的数字版权保护也更加依赖于数字技术的发展。在泛在环境中,知识信息的准确获取变得易如反掌,但数字技术的可复制性也使得数字作品的提取和复制变得更加方便和容易。任何现有的出版作品都可通过各数字设备之间的配合连接而复制到网络上。例如一台智能电话的摄像头可作为扫描仪,电话中的图像加工软件可将拍摄到的内容加工并存储,再通过WiFi、无线网络等数字传输渠道将内容上传或共享至电脑、网络中。一台设备即能完成至此,泛在环境中所有数字设备都能联网,信息的传播能力、版权的保护难度之强可想而知。

因此,虽然泛在信息促进了网络对人们生活的渗透和帮助,但带来的信息环境变化也使得数字出版业的经营面临挑战。

大众原创出版方面,由于泛在网络使得任何作品都可被轻松复制并迅速上传至网络上,这就容易造成大众原创出版网站之间用盗链或非法复制等手段展开的恶性竞争,因此有必要改变现有经营模式以应对新信息环境带来的机遇和挑战。数据库出版方面,泛在网络促进了信息之间的交流和沟通,人们对数据库、专业馆藏的需求也更频繁和广泛,然而用户的多样化需求与数据库提供商单一的服务提供形式之间的矛盾也加剧了,因此必须优化现有的数据库经营模式。手机出版方面,泛在信息环境进一步促进了手机出版的推广和使用,使读者的阅读空间更加广阔、自由,但随之而来的版权保护和内容质量问题则更令人担忧。

三、泛在信息环境下数字出版经营模式的对策

1. 大众原创网络出版走免费+广告路线

大众网络出版立足于人们的娱乐和生活,内容主题呈离散性、娱乐性特征。尤其在泛在网络时代,每一个网络用户都可以成为内容的创造者,各种博客、播客、贴吧、论坛、Facebook、原创网络文学作品网站,均能为用户提供创作平台。网民对于这类内容也早已习惯了享用“免费午餐”。付费阅读的出现,使读者分流至资费更加低廉甚至免费的文学网站中,客观上也影响了作品的推广。对于以广告创收的原创网络出版而言,读者量的减少意味着广告收入的锐减。笔者认为,大众原创网络作品应放弃通过阅读直接获取利润的途径,专注于利用免费阅读带动广告利润间接获取盈利。此经营模式可有两种方式实现:

第一种,以高点击率换取广告收益。即原创作者利用上传原创作品至个人主页或链接的网站上,吸引网民浏览、转载和分享,以获得较高的点击率及主页关注度。随着优秀作品的不断产生,网民的关注度也会不断提高,影响范围和知名度也随之增大和提高,这就意味着较高的社会影响力和商业价值,也就是潜在的注意力经济,即锁定用户注意力后,通过广告收入实现产品价值。^[6]在泛在信息环境中,越高的网站关

注度和影响力就潜在着越高的广告价值,数字平台的运营成本会随用户数量和业务使用数量的增加而持续降低,竞争力则逐渐增强。原创作者可利用网络人气将个人作品作为展示广告的平台,和广告商签订合作方式。例如,搜索引擎巨头谷歌在为读者提供免费的搜索服务,提供图书的提要、片段或者部分页面的同时,在图书页面配有相关的广告,按照点击量向商家收取广告费,再与内容提供商按比例分成。^[7]

第二种,以经营电影电视剧方式经营数字出版物,即商业投资在先,享受成果在后。作者可先与商家商谈内容和方式,由商家先投资或赞助作者的创作,作者得到投资后,按照商家的要求或商谈内容进行创作,最终作品完成后版权归商家所有或双方共同持有。既可像影视作品的经营方式一样,先投资,后出作品;也可在作品完成后,通过发行原创作品带动宣传商家或赞助商的方式,利用作品内容宣传商家。其广告商业价值和品牌增值价值也能为企业商家带来适当的甚至是超额的价值回报。

2. 数据库出版物走定制模式路线

数据库是以计次付费和包月付费为主,资费灵活度较低,对个人使用而言收费较昂贵,不能灵活应对用户的个性化需求。针对上述问题和泛在信息环境的特点,笔者认为应向个人用户提供定制服务。

如对于专业数据库出版商的既有资源可提供用户定制数据库方式,用户根据需求在现有数据库中挑选感兴趣或所需的内容进行订购,即按需购买。用户可自由选取一定规模数量的数据资源,选择该数据库的使用时间范围,确定数据库内容的跨度范围、内容的时间范围等参数来定制个性化的、符合用户需求的数据库。在所购的时间范围内,用户可随时随地利用周围普遍存在的网络终端登录该数据库,查找知识信息或利用数据库知识更好地投入生活和学习中,提高数据库资源的利用率。

对于数据库中未进行加工整理的数据内容或未形成数据库的资源,可按照用户要求如涉及知识领域、涉及知识年代等方面提供专门的按需订制,或为某一行业、某一群体进行数据库定制,做整体方案服务商。例如法律出版社投资的“法律门”网络平台,运用各种综合手段,按照需求者获取知识、解决问题的过程,为法律人士以及公众提供专业的全程法律服务。^[8]

3. 手机出版内容供应商走内容销售路线

随着3G技术和移动互联网的迅猛发展,手机出版作为目前发展最快的数字出版新业态,也拥有广阔的发展前景。手机出版作品形式多样,内容丰富,获得途径多,但也面临着作品质量参差不齐,鱼龙混杂的问题。

纵观我国数字出版产业的发展历程,数字出版技术一直引领数字出版产业的发展,技术提供商在产业链中一直占据主导位置。^[9]多年来,内容供应商与技术服务商的合作大多是利润双方分成。在双方合作中,作品的点击量、盈利数据是由技术服务商统计和提供,其透明度往往会受到怀疑。不合理的收入分配模式,极大地挫伤了内容提供商的积极性,也使得手机出版的内容资源受到了很大的制约。如何解决目前出版产业与IT产业融合过程中存在的利益分配与互信问题这两大障碍,从而实现二者的融合是当前发展手机出版的当务之急。

笔者认为,可以考虑内容提供商把所拥有作品的数字版权一次性卖给技术服务商,在该数字出版产业链上专门从事内容创作和销售。

对于内容提供商而言,不仅可一改以往合作方式中的被动局势,还有助于内容供应商发挥其专长,将精力专注于内容的创作和提高作品的文化水平上,并非维护版权利益和与技术服务商博弈之中。数字版权一次买断虽然意味着技术服务商将承担更大的经营风险,但也间接地提高了选稿的水平。

对于技术服务商而言,在购得作品版权后则会主动维护版权权益,提高防盗版意识和手段。不仅有助于技术供应商自主维护版权利益,还有利于促进我国版权保护事业发展。此外,优秀的作品也会提高服务商的口碑和知名度,进一步促进提高技术服务商的经济效益及广告效益,而继续购买更多优秀的文学作品的良性商业循环。

在信息技术高速发展的时代,随着移动互联网技术的不断成熟和智能手机、平板电脑、电子书等移动阅读终端“掌媒”^[10]的出现和普及,数字出版进入泛在信息时代是大势所趋。数字出版人只有紧跟数字技术发展潮流,适时改变出版思路,明确自身的产业定位,选择适合于自己的经营模式,占据产业链的适当位置,才能避免在数字出版快速发展的洪流中被淘汰出局。

学术出版网功能浅析

●吴 柳

摘要: 学术出版网的目标就是构建一个内容共享、数据统一、信息交互的网络出版服务平台, 期望学术出版走出困境, 使学术信息和研究成果获得更大范围的传播。

关键词: 数字出版 学术出版网 学术传播

据中国新闻出版研究院第九次国民阅读与购买倾向调查显示, 2011 年我国国民网络阅读持续攀升, 数字化阅读方式的接触率为 38.6%, 呈现出新媒体强劲的增长势头。当付费阅读、网络投稿、即时印刷逐渐被人们认可和接受, 按需出版的倾向变得愈加明显时, 意味着数字出版市场已初步形成。

一、网络学术势在必行

目前, 国内数字出版产业集中度较高, 四大电子书运营商 (北大方正、书生、超星、中文在线) 占据了全国电子书市场 80% 的份额, 四大期刊网 (同方学术期刊网、万方科技期刊群、维普资讯、龙源期刊网) 占据了全国电子期刊市场 90% 的份额。数字出版行业

竞争异常激烈, 不再单单是资源多少的竞争, 而更多地集中在数字出版资源整合方面的竞争。几家大的数字出版企业均认识到了这一点, 争先恐后地致力于资源整合, 以构建功能强大的数字出版平台, 更全面地实现个性化服务。例如万方正致力研究建立以用户需求为驱动的资源、知识、评价、工具服务, 从资源总量、资源深度的扩张以及出版合作模式的变革方面来建设知识级的信息服务门户, 开发开放的中文知识链接系统, 以完善数字图书馆服务体系。

当前, 传统的学术出版模式正面临着困境。学术专著的特定制需求决定其困境难以通过传统出版本身来化解。众所周知, 学术专著读者面专而窄, 市场弹性比较小, 销售周期很长, 它和畅销书最大的差异就是

参考文献

- [1] 曾建勋, 刘华. 泛在知识环境中科技期刊的发展方向[J]. 编辑学报, 2010 (12).
- [2] 刘海红, 刘亚丽. 泛在信息环境下数字参考咨询服务模型研究[J]. 农业图书情报学刊, 2009 (3).
- [3] 吴燕, 张志强. 泛在智能与图书馆的未来发展[J]. 情报科学, 2007 (1).
- [4] 张文秀, 朱庆华. 泛在网络下的信息服务[J]. 新世纪图书馆, 2008 (3).
- [5] 梁上启. “泛在计算时代”数字出版盈利模式研究[J]. 编辑之友, 2009 (9).
- [6] 熊玉涛. 简谈数字出版的赢利模式及发展[J]. 出版发行研究, 2010 (6).
- [7] 金雪涛, 唐娟. 数字出版产业价值链与商业模式探究[J]. 中国出版, 2011 (3).
- [8] 陈丹. 我国出版社数字出版发展策略及商业模式探析[J]. 出版发行研究, 2009 (11).
- [9] 中国新闻出版研究院. “飘在云端”——“十二五”数字出版产业五大发展趋势预测[J]. 全国新书目, 2011 (8).
- [10] 吴小君, 刘小霞. 移动阅读时代数字出版商业模式探析[J]. 中国出版, 2011 (15).

(作者单位: 黑龙江大学信息管理学院)