

# 数字出版转型的观念创新

王勇安,胡晓阳

(陕西师范大学 新闻与传播学院,陕西 西安 710062)

**摘要:**在分析观念创新在数字出版转型中的地位和作用的基础上,着力探究数字出版观念创新的内在逻辑和动力机制以及路径和方法。研究认为,数字出版观念创新是数字出版转型的动力和保证,传统出版机构必须遵循数字出版观念创新的内在逻辑,认清数字出版观念创新的动力机制,选择正确的路径和方法,扬弃不适应数字出版的旧观念,建构指导数字出版实践的系统的、全新的出版观念:突破思维定势,以从产品中心到服务中心的转变突破口,以专业出版平台建设为核心进行协同创新,不断探索数字出版创新的路径和方法。

**关键词:**数字出版转型;观念创新;创造性思维;内在逻辑;动力机制

**中图分类号:**G237.6

**文献标志码:**A

**文章编号:**1671-6248(2014)03-0065-08

数字出版是一项伟大的创新活动,既有实践创新,更有认识层面的理论创新和观念创新,三者相辅相成,缺一不可。在传统出版向数字出版的转型过程中,中国出版工作者进行了大量的实践活动,也进行了不懈的理论探索,积累了一定的经验。但是,与实践创新和理论创新相比较,中国数字出版的观念创新相对落后,出版业界不能抛开传统的出版观念,难以提升认识水平,无法把握数字出版的现象与本质、内容与形式等矛盾。本文从当前制约数字出版转型的诸多问题入手,分析数字出版观念创新的内在逻辑和动力机制,从多个角度探究数字出版观念创新的路径和方法,以更好地服务和指导数字出版的实践活动。

## 一、观念创新在数字出版转型中的作用

纵观世界出版产业的发展,传统出版向数字出

版的转型已成为不可抗拒的历史潮流。欧美等发达国家的数字出版业已基本完成了文本编辑、内容仓储、流程管理、产品发布和业务服务的全面数字化。自2011年4月新闻出版总署发布《新闻出版业“十二五”时期发展规划》后,中国的数字出版产业已经确立了以内容生产数字化、管理过程数字化、产品形态数字化、传播渠道网络化为主要特征,以网络出版、手机出版为主要代表的数字出版新兴业态的发展方向。然而,尽管产业政策不断推动、发展思路日益清晰、市场需求快速膨胀、投资规模显著提升,困扰数字出版产业发展的的问题依然存在,严重制约着传统出版的数字化转型。归纳起来,这些问题主要有以下8个方面。

### (一) 数字出版人才匮乏

数字出版是网络计算机技术推动下兴起的新型出版业态,具有数字内容开发和加工能力。出版业实现数字化转型的关键是掌握数字技术研发技术,能够管理数字媒体的人才。但是研究表明,中国出

收稿日期:2014-05-19

基金项目:教育部人文社会科学研究项目(13YJA860021)

作者简介:王勇安(1962-),男,陕西西安人,教授。

版业数字出版存在人才队伍总量不足、结构不尽合理、培养与需求脱节、产出效能低下、评价机制不完备、人才成长环境欠完善和人力投入成本低的问题<sup>[1]</sup>,特别是传统出版机构在人才培养和储备上先天不足,导致既精通学科专业、熟识出版知识,又能掌握特定出版环节技术、熟悉数字出版流程的复合性数字出版人才寥寥无几。目前出版界的人才队伍难以胜任艰巨复杂的转型工作,严重制约出版业技术变革、业态创新和产业升级。

### (二) 核心技术研发力度不够

数字出版的基础是数字技术,但几乎所有传统出版机构均没有掌握数字出版各环节的核心技术,如核心的版式文件技术和数字版权保护技术 DRM 等。数字技术发展日新月异,更新周期越来越短,传统出版机构必须花费巨额资金更新数字出版技术。但对于传统出版单位而言,当前数字出版所获的利润并未超过传统出版,因而没有为出版数字化改造投入巨额技术成本的实力和热情。

### (三) 利益平衡机制不完善,传统出版机构失去数字出版话语权

传统出版基于创作、编辑加工、制作和发行分离的线性业务链特征,形成了完善的利益平衡机制,出版、印刷复制和发行各环节在业务上各管一段,在利益上各取所需。尽管教材、教辅等依靠行政手段发行的书刊也遭遇过“渠道反制出版”危机,但完全能够依靠相对完备的著作权保护制度在产业链内化解,出版活动的话语权始终掌握在出版机构手中。数字出版是集创作、加工、发布、传播和消费于一体的立体化信息生产方式。其加工与传播的一体化、生产与消费的及时化特性,使掌控传播渠道的网络运营商和提供平台的技术商,能够掌握出版活动的话语权和产品的定价权,进而轻而易举地反作用于内容提供商的出版机构。技术和人才不占优势的出版机构,只能忍气吞声,以极低的价格出卖内容资源。不仅如此,利益平衡机制不完善,还导致数字出版标准出现“诸侯割据”的现象,出版机构必须同时制作互不兼容的方正 CEB、书生 SEP、超星 PDG、中文在线的 OEB、万方的 PDF、知网的 CAJ 文本来发布数字产品,不仅增加了技术成本,也使出版机构在数字出版技术面前望而却步。

### (四) 盈利模式不明

由于出版机构没有根据自身情况找出数字出版盈利模式的核心要素,数字产品和销售渠道不成熟,

加之数字出版的多样性和盈利模式的灵活性特征,使数字出版迄今没有明确、固定、统一的盈利模式<sup>[2]</sup>。这一问题侵袭并侵蚀着相当一些出版机构投身数字出版的热情。

### (五) 数字出版巨大的资源需求与出版资源流失的矛盾日益突出

尽管内容生产是出版机构的基本功能,也是其优势所在。但是,数字出版所需海量信息对资源的数量和处理速度都提出了新的、更高的要求。与此同时,不断发展的网络计算机和多媒体技术,打破了出版机构对内容资源加工的垄断,出版机构多年积累的内容资源、作者资源也会以各种形式迅速流失。例如,在教育出版领域,出版机构投入巨大成本开发的教材教辅,很快就成为网校等数字教育机构出售的数字教学资源。而且,随着数字出版转型加速,这种矛盾会愈发突出。

### (六) 数字出版充分市场化,多方博弈,竞争日益加剧

从理论上讲,只要使用二进制技术手段对制作环节进行操作,都属于数字出版的范畴,因此新的优势企业、新的产业链不断涌现。这些不同的市场主体多方博弈,激烈竞争,各自分享所在链条上的利润,同时又在不设防的情况下侵犯出版机构的利益。而传统出版机构恪守内容提供商的角色分工,市场空间受到空前制约。在经历了多媒体出版和数据库出版阶段后,中国数字出版步入全媒体时代的数字出版新阶段,传统出版机构将面临更加严峻的市场考验。

### (七) 出版运作模式不完善,数字出版组织结构建设滞后,主流数字出版物产品开发不足

与传统出版单一、清晰的、以产品为核心的运作模式不同,数字出版的商业运作模式和盈利模式形式多样、内容复杂,且多不成熟。大型国际新媒体公司的内容免费广告赢利的模式,以及专业类出版商利用其专业优势形成的符合其专业特点的赢利模式,虽然较为成熟,但又难以复制。特别是由于制定盈利模式的话语权长期掌握在技术商和运营商手中,作为内容提供商的传统出版机构在盈利模式设计中被长期边缘化,不仅制约了企业投资数字出版产业的积极性,还与人才匮乏、技术缺失相叠加,导致传统出版机构数字出版组织结构建设滞后。而运营商单纯以其商业目的设计的数字出版组织结构,

又难以担负起出版业传承文明的历史使命。长此以往,不可避免地会严重影响到数字出版产业快速健康的发展。

### (八) 管理机制和手段滞后

当前中国数字出版的宏观管理机制,存在着多头管理、职能分散、数字出版相关法律法规不健全和新闻出版行政主管部门实际运行中配套职能跟不上等问题<sup>[3]</sup>,不仅监管困难,而且导致政府职能削弱,在数字出版转型进程中市场监管和公共服务方面的作用发挥有限,而且权威性频频受到挑战。在微观管理层面,内容制作管理、技术管理、生产复制管理之间的数字鸿沟依旧存在。传统出版机构管理重内容管理轻技术管理,运营商和技术商重技术管理轻内容管理,没有形成科学合理的数字出版管理系统,缺乏必要的管理手段,不仅影响数字出版的质量,而且影响到数字出版的效益。

无论对传统出版机构还是对整个出版产业,以上任何一种问题解决起来都有很大困难。不仅如此,这些问题相互交错,牵一发而动全身。例如,利益平衡机制不完善、数字版权意识淡漠、数字出版标准不统一,与传统出版机构数字出版人才匮乏、核心技术研发力度不够、数字出版运作模式不完善直接相关。而管理机制和管理手段滞后的原因,又几乎与以上所有问题都有直接关系。以上这些数字出版转型发展中的问题,已经编织成一张巨大的“问题网”,成为中国传统出版数字化转型难以逾越的巨大障碍。

我们应当充分认识到,数字出版转型,是从内容加工到复制载体、从产品形态到营销服务的革命性变革。传统出版机构唯有全面创新,才能实现华丽转身。具体来说,就是以理论创新、技术创新、营销创新、服务创新为基础,以管理创新、文化创新、制度创新做保证,建构出版数字化转型的创新体系,确保以优质、高效、稳定的数字出版产品和服务满足读者阅读需求。辩证唯物主义认为,行为是观念的表现形式,人类任何行为都是在一定观念指导下产生的。所谓观念,就是人类在已有的分析评价知识、环境知识和经验基础上,形成的看待和处理事情的思维方式,是人类对于客观事物了解后产生的结论性的知识,是一种抽象思维<sup>[4]</sup>。由此可见,作为人类对客观世界的理性认识,观念是人类文化中最基本、最核心内容,是人类行为赖以存在和相互区别的依据,是衡量或比较实践活动的标准及尺度,对人类社会实践发挥着导向和统率作用。从这层意义上来说,创新

和发展的过程实际上就是不断深化对客观世界的认识的过程。

出版观念是出版主体对出版存在、运作及其发展的总的认识,是关于各种出版问题所形成的系统观念<sup>[5]</sup>,是指导出版活动的理论、认识、思维和思想,对出版活动发挥着导向作用,引导出版活动按预定目标和方向发展。从一定意义上说,有什么样的出版观念,就会有什么样的出版实践。数字出版转型的实践活动迫切要求思想观念的超前创新。在数字出版转型的实践活动中,无论是建构创新体系,还是在数字出版转型“问题网”寻求破茧而出的突破口,亦或是协调创新体系,必须仰仗全新的出版观念。反之,以传统出版观念指导数字出版转型,无论是单项冒进,还是排山倒海般大干快上,均难以奏效。因此,数字出版转型的系统创新,必须在全新的数字出版观念指导下进行。从这层意义上说,出版观念创新,是事关数字出版转型成败的首要 and 关键的因素。

## 二、数字出版观念创新的内在逻辑

观念创新的实质是观念的新陈代谢,是观念的变革、发展,是思想解放<sup>[6]</sup>,具有其内在规律,遵循一定的内在逻辑。正确认识观念创新的内在逻辑,掌握其内在规律,才能通过抛弃不符合事物发展规律的、束缚人们行为的思想观念,不断提高人们的认识水平和认识能力,使人们的观念与时俱进,从而正确把握事物现象与本质、内容与形式等诸多矛盾,把握事物的联系与发展,以更好地服务、指导实践活动。

数字出版的观念创新,是出版主体针对数字出版产品、数字出版行为、数字出版经营与管理及数字出版文化等进行的全面的思想解放,努力形成科学、完善的“对数字出版总的认识和态度”<sup>[7]</sup>,即形成全新的数字出版系统观念,在出版业的数字化转型中发挥积极的指导作用。以此为出发点,我们可以对数字出版观念创新的内在逻辑进行系统的分析。

### (一) 数字出版观念创新要在传承文明、传播文化的原则下进行

出版的本质是通过文化积累与文化创新实现传承文明,从古至今,出版一直肩负着建构人类精神文明的重任。一个民族、一个国家,乃至整个人类,代代相传的薪火,不仅仅是物质财富,更要体现出人文精神的延续。文化积累是出版的基础,文化传承是出版的使命,文化创新是出版的火种。因此,面临数

数字化转型的变革,虽然出版业赖以生存的传播技术、经济基础、市场环境、运行机制正在发生着深刻的变化,但出版的本质不会动摇。相反,在数字出版转型的复杂环境中,出版业要更加自觉、主动地承担起这一伟大的历史使命。因此,离开了传承文明、传播文化的原则,数字出版观念的创新就会迷失方向,出版所承担的伟大使命就难以实现,传统出版机构在数字化转型中的主动权也将丧失。

### (二) 传统出版机构是数字出版观念创新的主体

以互联网为基础的数字阅读是以一种非线性的方式进行超文本(Hypertext)阅读,与由作者掌控和主导的传统阅读有着本质的区别。数字阅读的对象是数字化的文本,可以随时超链接到相关的文本或主题,如跳转到相关的读者评论、作者创作经验谈、作者的生平传记,甚至直接链接到改编的电影、电视等其他类型的文本上<sup>[8]</sup>。读者可以不再受制于作者的主观意图,能以阅读主导者的角色参与到阅读活动中,甚至成为参与创作的另一方。超文本阅读方式打破了写作、出版和阅读的“时间鸿沟”,表现出非线性且“无时差”的文本生产与消费方式,动摇了传统的“写作—出版—阅读”的线性出版物生产和消费方式,也使传统出版机构失去了出版物复制生产的垄断权而面临严重危机。这种危机与缺乏数字出版技术和人才的现状相叠加,成为传统出版机构在数字出版转型中无所作为的重要原因。

然而,读者和作者自发创作出版的行为虽然可暂时满足部分信息需求,目标读者会在巨大的互联网信息海洋中找到自己所需的信息资源,但没有出版者参与生产、组织和调控的数字阅读活动,无论是物质层面上信息消费和生产的费效比,还是精神层面上人类文化积累和文明传承,都不是最优方案。此外,无论是作者、读者,还是网络运营商,均在观念层面缺乏完成传承文明、传播文化的出版使命的自觉,也难以进行协同创新。唯有长期的出版实践和文化积淀的传统出版机构,才承担得起领导数字出版观念创新的重任,成为数字出版观念创新的主体。

### (三) 数字出版的观念创新必须以满足数字阅读需求为核心

观念系统的创新有正建构、负建构、随意建构3种类型<sup>[9]</sup>。负建构以新的、荒谬的观念系统取代原来的科学观念系统,名为创新,实为违背自然、社会和观念自身发展变化规律的观念倒退。以渠道运营

商为主的强调网络掌控,无视出版物内容,以渠道反制内容生产的所谓观念创新,就是名符其实的负建构,对数字出版转型极其不利。随意建构是指无视自然、社会和观念自身发展变化规律,随心所欲地建构新观念。当前传统出版机构普遍存在的在传统出版流程中叠床架屋、头痛医痛脚痛医脚、无所作为、得过且过的数字出版观念,就是典型的随意建构,同样难以成功转型。

正建构是依据自然、社会和观念自身发展变化规律,弃旧立新,建立起新的科学的观念系统。成功实现数字出版转型,只能依靠正建构进行观念创新。在系统科学视野下分析数字出版,我们不难发现,尽管在互联网和计算机技术的影响和作用下,出版物的形式、出版传播的渠道和方式,均发生了巨大变化,读者、作者和出版者也形成三位一体的空间结构,但是,作为人类社会时刻都不可缺少的社会活动,阅读不仅没有消失,而且超越时空、跨越媒体。这个数字传播时代的客观存在,对出版活动提出了新的更高要求。因此,数字出版观念创新,应当以满足社会不断发展的数字阅读为核心,坚持正建构,建立起数字出版的观念系统。

## 三、数字出版观念创新的动力机制

观念创新并非无源之水、无土之木,需要具备一定的动力机制和环境条件。揭示数字出版观念创新的动力系统或发生机制,有助于我们更好地抓住历史机遇,主动创造各方面条件,以促进数字出版转型中的观念变革和创新活动。

### (一) 观念与实践的矛盾是数字出版观念创新的源泉和根本动力

马克思主义哲学认为,认识是实践基础上主体对客体的能动反映,这种能动的反映活动具有摹写性与创造性两个基本特点。摹写性是指人的认识作为对某一个事物的反映必然以客观事物为原型,决定了反映的客观性。创造性是指人能通过思维活动对感性材料加工制作,揭示事物的个别属性或特殊性,建构起理想的观念对象,创造性是反映主体能动性的基本标志,就是创新。因此,数字出版观念创新的本质,是出版主体在数字出版实践基础上,不断概括总结实践过程中的感性经验,揭示数字出版的本质和规律,形成看待数字出版活动和处理问题的思维方式,进而指导数字出版实践的过程。

唯物辩证法认为,矛盾是事物发展的源泉和动力,矛盾着的对立面既统一又斗争,由此推动事物的运动变化和发展。观念源于实践,同时又对实践具有指导作用。现实活动中的变化,总是会引起观念世界的变化,这是不以人的主观意志为转移的。人们的数字出版实践,必然就要在思想观念中反映出来。正如马克思在《德意志意识形态》中所言:“那些发展着自己的物质生产和物质交往的人们,在改变自己的这个现实的同时也改变着自己的思维和思维的产物。”<sup>[10]</sup>与此同时,不断出现新事物、面临新问题的数字出版实践,亟待出版主体用科学的数字出版观念武装自己,指导数字出版活动。于是,不断发展的数字出版实践与落后的出版观念间的矛盾,就成为数字出版观念创新的源泉和根本动力。

## (二) 数字出版主体在数字出版观念创新中发挥着积极的引导作用

以系统科学思想分析数字出版活动,我们可以认为它是以数字出版主体、数字出版客体和数字出版活动中介为核心的多种要素、多种环节相互作用的复杂系统。数字出版主体是具有数字出版主体需要和主体能力的机构和人,是数字出版活动中最具主动性和能动性的因素,担负着确定出版内容、运用出版手段驾驭和控制出版系统完成出版活动的多种功能。数字出版客体是出版主体活动的对象,是进入数字出版主体对象性活动领域,并同数字出版主体的结构和功能处于相互对立和相互关连的对象性关系之中的客观世界。数字出版活动中介是数字出版的技术、工具与手段,当然也包括运用和操作这些工具的程序和方法,是数字出版主体和客体之间相互作用的条件和桥梁,也是数字出版主体利用、改造和掌握数字出版客体的借用力量,标志着一定时代的数字出版实践方式和水平。

数字出版是出版主体见之于数字出版客体的能动的创造性活动,上述3个核心要素在数字出版活动中的地位不是并列和等价的。数字出版主体以数字出版活动中介为桥梁,发挥着积极的主导作用,与数字出版客体相互影响、相互制约、相互作用,通过目的、手段和结果的反馈调控,三者成为一个自组织、自调节、自控制、自发展的动态有机系统,推进数字出版活动不断前进。存在决定意识。在系统中的主导地位,决定了数字出版主体要发挥积极作用,主动发现识别数字出版活动中需要进行观念创新的工作环节和时机。因此,尽管在数字出版活动中,观念创新总是围绕着数字出版实践的需要来确定,并根

据实践需要的演变而发展,但数字出版主体在数字出版观念创新中发挥着积极的引导作用。出版主体的自觉性越高,创新意识强,就越有可能缩短我们实现观念变革的时间或过程,这也正是我们研究观念创新机制和发生规律的目的所在。

## (三) 科学技术进步和思想文化发展是数字出版观念创新的知识基础

出版史向我们呈现了这样一个事实,科学技术的巨大进步,会转变为出版观念创新的知识基础,继而引发出版观念的大变革。作为中华民族贡献给世界文明的两项瑰宝,造纸术、印刷术不仅通过技术扩散,实现了出版物载体的优化与复制技术的标准化,更重要的是作为知识积累,奠定了出版走向产业化的观念基础。正因为如此,出版才从文人之间的唱和沟通,转化为社会化、产业化的文化活动。作为知识积累,20世纪七八十年代出现的将印刷复制从“铅与火”全面推进到“光与电”时代的汉字激光照排技术、汉字录入技术,同样是中国出版业体制、管理和市场等重要改革的观念创新基础。当代信息工程技术、电子网络技术在出版活动中的广泛应用,更是对传统出版观念造成了强烈冲击:阅读的超文本,出版的跨时空,作者、出版者和读者的一体化,很大程度上修改了原有的规律观念和必然性观念。这些新学科、新技术所积淀的现代传播理论和思想,毫无疑问也是数字出版观念创新的知识基础。

同样,思想文化的发展对数字出版观念创新具有极其重要的意义。以哲学、艺术、宗教和历史学为载体的人文文化,超越知识范畴,构建了人类生活所需的世界观、人生观、价值观和道德观等意义空间,对现实生活中的创造产生牵引、推动的作用。近代以来,东西方哲学或艺术上的新理论、新思潮,引领了一系列社会新观念的产生,为以传承文明、传播文化的出版业找到了生存的意义空间,不断促进着出版业的观念创新。人类生活需要意义的支撑,寻求意义空间,赋予意义型观念以新的涵义,是人类永恒的追求。因此,进入21世纪,合理、正义、平等、自由、人格、是非、荣辱、美丑、善恶等活跃在当代人生活动中的意义型观念,依然发挥着非常重要的作用,同样牵引和推动着数字出版的观念创新。

## (四) 人际交往与思想交流为观念创新提供了必要的外部契机

人际的交往与思想交流,是观念创新的重要契机或触发因素。思想只有在交流中才能产生碰撞,

只有碰撞才会激荡,才会突破原有的思想界线,打破僵局,豁然开朗,产生新的观念。只有广泛的交往与交流,才能拓展数字出版观念创新的机会。对出版企业而言,在同一个产业圈中的人,有着共同的思维模式和概念框架,出版企业内、企业间的交流,思想的交流往往表现为极其有限的差异,较难形成思想深层次之间的碰撞与激荡。不跨越企业界限、地区界限和产业界限,与更广阔的外界接触,不仅不利于观念创新,有时候反而更加固化了原有的思维定势和观念成见。而由于人们的文化背景、思维模式有着很大的差异,在跨企业、跨地区和跨产业的人际交往及思想交流上,思想交锋更多表现为不同观念框架和思维模式之间的碰撞,能够激发出更先进、更合理的思想观念,取代落后、不合理的思想观念,实现数字出版的观念创新。

以上的考察表明,数字出版观念创新的源泉和根本动力,是不断发展的数字出版实践与落后的出版观念的矛盾。其基础是科学技术进步和思想文化发展,而人际交往与思想交流为观念创新提供了必要的外部契机。数字出版观念创新的主导者是数字出版主体,只有增强自觉性,积极主动地创造条件,才能更快、更合理、更有效地形成数字出版观念创新所需要的动力机制和条件系统。

## 四、数字出版观念创新的路径和方法

数字出版观念创新,是出版主体面临复杂的局面而进行的全面的思想解放。出版主体必须遵循数字出版观念创新的内在逻辑,充分运用数字出版观念创新的动力机制,选择正确的路径和方法,才能对不适应数字出版的旧观念进行批判和扬弃,建构指导数字出版实践的系统的、全新的出版观念。

### (一) 以产品中心到服务中心的转变作为数字出版观念创新的突破口

如前所述,数字出版观念创新是出版主体针对数字出版产品、数字出版行为、数字出版经营与管理及数字出版文化等进行的全面思想解放。全面思想解放并不意味着在观念创新中不分轻重、齐头并进。从近年的数字出版实践来看,恰恰是这种面面俱到的观念创新,致使我们没有认清数字出版观念的内在逻辑,难以有的放矢,面对数字出版的大趋势而无所作为。因此,数字出版观念创新,应当慎重选择突破口,重点突破后逐步扩大战果。

数字出版观念创新的突破口选在哪里呢?产品观念,营销观念,管理观念,还是市场观念?笔者认为,在遵循数字出版观念创新内在逻辑的基础上,深刻认识数字出版活动,抓住主要矛盾,方能寻找数字出版观念创新的突破口。

数字出版观念创新的内在逻辑告诉我们,数字出版活动的观念创新,是以传统出版机构为主体,在坚持出版历史使命的原则下,围绕满足不断发展的数字阅读而进行的思想解放运动。因此,选择数字出版观念创新的突破点,必须全面系统分析数字时代的阅读活动与出版活动。阅读是人类社会时刻都不可缺少的社会活动,这个客观存在的社会文化系统不仅需要源源不断的出版物来满足数字阅读巨大的信息需求,更需要有效的调节手段保证阅读活动的和谐有序。传统出版中,出版机构通过出版行为以出版物产品为社会阅读活动服务,另一方面,选题、组稿、编辑加工、复制等出版行为本身也是对出版活动的调节行为,保证阅读活动的和谐有序。但数字出版时代,传统出版结构虽然仍为出版主体,但失去了文本复制垄断权,显然不能再以这种方式生存、发展和服务社会,完成历史使命,必须通过观念创新,将长期的出版实践和文化积淀,转化为组织、引导数字阅读活动的优势,从纸媒时代主动复制生产基础上的被动调节,转变为主动调节基础上的复制生产。具体来说,就是利用数字阅读平台组织阅读活动,通过各种手段引导数字阅读,在保证阅读活动有序进行的基础上,完成文化的选择与积累。因此,产品观念、营销观念、管理观念、市场观念的创新虽然重要,但从产品中心到服务中心的转变,才是数字出版观念创新的关键所在,起到牵一发而动全身的作用,应当成为数字出版观念创新的突破口。

### (二) 以专业出版平台建设为核心进行数字出版观念的协同创新

在传统出版活动中,出版机构通过垄断复制权掌控着出版产业链,各生产要素之间的联系也并不紧密。复制什么文本,复制成什么形式,通过何种渠道发行,完全取决于出版机构。造纸、印刷、物流等传统出版产业链上的其他环节,对出版观念创新起不到关键作用。但是在数字出版活动中,至少在当前阶段,传统出版机构离掌握数字出版产业链还有很大距离。渠道、平台、内容、终端4个要素构成了数字出版的产业链,平行构成、平等分布,形成了分工明确、共同发展、相互促进的关系<sup>[11]</sup>。因此,尽管以出版企业为主体是数字出版观念创新的内在逻辑

辑,但各要素协同创新同样重要,即通过突破创新主体间的壁垒,充分释放彼此间“人才、资本、信息、技术”等创新要素活力,实现深度合作,努力使数字出版创新资源和要素有效汇聚。在数字出版产业链的渠道、平台、内容、终端4个要素中,专业的出版平台是要素汇聚的核心,也是与其他互联网平台联系的通道,以及通过互联网输送各类数字出版物的枢纽。因此,以专业出版平台建设为核心,传统出版机构与电信、网络、终端设备等进行数字出版观念的协同创新,同样是不可忽视的观念创新路径。唯有如此,才能保证从产品中心到服务中心转变的观念创新突破口打开后,产品观念、营销观念、管理观念、市场观念的同步创新。

### (三) 突破思维定势用创造性思维进行数字出版观念创新

出版产品有形稳定化、生产消费流程线性化、编辑与复制分离化,是出版主体在多年传统出版活动中形成的稳定的思维方式,是传统出版的思维定势。传统出版时代,这三大思维定势能帮助企业迅速解决问题,但在数字出版时代,则妨碍出版主体采用新的方法和思想,成为数字出版转型的观念障碍。因此,如何突破思维定势,是数字出版观念创新必须选择的路径。

#### 1. 出版物有形稳定化是传统出版在产品观上的思维定势

图书、期刊、报纸、磁带、光盘,这些出版物都是在有形的物质载体上加载了精神内容,都具有明显的外形特征。与此同时,这些传统出版物所承载的内容又都是稳定的,只要付印,就不能再变。有形稳定的产品观,无疑是传统出版产业的产品基础,是编辑出版人员迅速解决各类出版问题的基本方法。在维护阅读系统稳定、保证出版完成传承文明的基本任务中,产品有形稳定的思维定势也起到了关键的作用。但是,对于数字出版活动来说,这种思维定势却是名符其实的观念障碍。碍于产品有形,传统出版机构始终难以接受以网络为载体的数字出版物;碍于产品的稳定,传统出版机构对满足非线性的超文本阅读的网络出版物无法理解。二者叠加的结果,是传统出版机构在数字出版大潮中长期凭栏观浪,失去了许多机会。因此,数字出版观念创新,首先要打破这种出版产品必须有形稳定的思维定势,在数字出版发展中寻求满足非线性超文本阅读与出版物产品内容保持稳定的平衡。

#### 2. 生产消费流程线性化是传统出版在生产消费观上的思维定势

图书、报刊、磁带、光盘等传统出版物为读者提供的是作者和出版者掌控和主导的线性阅读,读者在作者的写作构思和意图引导下,被动地接受作家所要表达的思想。因此,选题策划—组稿—审稿—编辑加工—复制—发行—阅读呈现出明确的线性生产消费流程。以非线性的方式进行超文本(Hypertext)阅读为核心的数字出版消费过程,是作者、出版者、读者共同参与的一个没有止境的文化创造过程,读者、作者和出版者三位一体,无论是读者还是作者,都能借助网络数字技术将作品编辑加工后,经过复制向公众发行,实施出版活动,打破了出版者的复制垄断和写作、出版、阅读的时间鸿沟,表现出非线性且“无时差”的文本生产与消费方式。因此,在数字出版时代,以生产消费流程线性化的思维定势组织和管理出版活动,必然会出现“马拉汽车”般的奇怪现象,不仅会出现管理、人才、生产等诸多不适应,而且束缚了出版企业的思想,严重影响数字出版物选题和内容的开发,甚至会消解全行业数字出版转型的信心和决心。因此,数字出版观念创新一定要突破生产消费流程线性化的思维定势,进而带动企业管理、选题开发、营销发行的全面观念创新。

#### 3. 编辑与复制分离化是传统出版在编辑观上的思维定势

传统出版活动中,编辑与复制分离的思维定势,准确地把握了分属精神生产的编辑活动和物质生产的印刷复制,在指导出版企业正确处理内容与形式、社会效益与经济效益的关系等方面发挥了极为重要的作用。但是在数字出版时代,编辑与复制分离化的思维定势,却让出版机构看不到数字出版是技术与要素的集合,难以理解技术与渠道、平台、内容、终端4个要素处于不可分割的关系,不仅让传统出版机构丧失了积极主动掌控数字出版产业链的信心和决心,而且也全面影响了各项数字出版观念创新。因此,突破编辑与复制分离化的思维定势同样重要。为此,传统出版机构要面对纷繁复杂的外部条件,对各种信息进行分析、综合,突破思维定势,继而形成新的认识,建立全新的数字出版观念。

## 五、结 语

我们所面临的数字出版转型,是从内容加工到复制载体、从产品形态到营销服务的革命性变革。

唯有在全新的数字出版观念的先导和统领下,才会取得事半功倍的效果。因此,数字出版观念创新是一切创新的前提和根本,是传统出版机构数字化转型的灵魂,是数字出版时代出版企业生存发展的动力和保证,是数字出版转型的关键所在。出版业界必须在充分认识观念创新战略地位的基础上,遵循数字出版观念创新的内在逻辑,积极主动地创造条件,选择正确路径,不断深化对数字出版的认识,突破思维定势,批判和扬弃不适应数字出版的传统观念,进行全方位的数字出版观念创新,用全新的观念指导数字出版转型。

#### 参考文献:

- [ 1 ] 万智,刘永坚,方晓波,等. 创新国家数字出版人才体系建设[J]. 出版广角,2013(3):46-49.
- [ 2 ] 刘美华. 我国出版企业数字出版盈利模式研究评析[J]. 出版科学,2011(2):81-85.
- [ 3 ] 重庆社会科学院新闻出版研究中心. 数字出版管理态势及其延伸[J]. 重庆社会科学,2011(1):83-87.
- [ 4 ] 雷宏振,李显方,张映琴. 现代市场经济条件下的企业观念创新[J]. 西安政治学院学报,2002,15(6):83-85.
- [ 5 ] 姚德全. 观念创新:出版业发展的先导[J]. 新闻出版交流,2002(Z1):14-18.
- [ 6 ] 杨家卿. 论观念创新[J]. 中州学刊,2002(1):165-167.
- [ 7 ] 朱建纲. 从观念的角度谈数字出版[J]. 出版参考,2009(7):13-14.
- [ 8 ] 龚举善,陈小妹. 数字时代艺术文本的叙事构型[J]. 江汉论坛,2009(9):138-143.
- [ 9 ] 陈秉公. 论观念的结构与观念创新[J]. 锦州医学院学报:社会科学版,2003,1(1):9-15.
- [ 10 ] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第3卷[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局,译. 北京:人民出版社,2008.
- [ 11 ] 董有山. 影响数字出版发展的六大关键问题[J]. 出版发行研究,2013(4):70-72.

## Concept innovation of digital publishing transformation

WANG Yong-an, HU Xiao-yang

(School of News and Dissemination, Shaanxi Normal University, Xi'an 710062, Shaanxi, China)

**Abstract:** Based on the analysis of the role that concept innovation has played in the digital publishing transformation, this paper mainly researches the inherent logic, dynamic mechanism and new ways of digital publishing concept innovation. The research mainly suggests that concept innovation of digital publishing is the motivation and guarantee for digital publishing transformation, and traditional publishers must follow the inherent logic of digital publishing concept innovation, recognize its dynamic mechanism, choose the right path and method, abandon the old ideas that do not fit the digital publishing and make a systematic and whole-new publishing concept that can guide the digital publishing in practice. The paper holds the opinion that publishers should break through their fixed form of thinking, take the transformation from product center to service center for the breach, make collaborative innovation with professional publishing platform construction as the core and constantly explore new ways to conduct digital publishing innovation.

**Key words:** digital publishing transformation; concept innovation; creative thinking; internal logic; dynamic mechanism