

以数字出版为引擎 加快发展出版业新质生产力

文 | 王庆

最近,《黑神话:悟空》火爆全球,玩家要扮演一位“天命人”,踏上自己寻求真理的征途。作为担负着新的文化使命的出版人,也要肩负起天命人的职责,瞄准文化繁荣、民族复兴、强国建设的伟大目标,不断探寻出版业高质量发展的成功之路。

习近平总书记强调,“发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。”对于出版界的天命人而言,迫切需要新质生产力来赋能。之所以这样讲,主要是基于当下时代的几个突出特性。

首先,当下是信息爆炸的时代。2023年全国上市新书十余万种,但全年国民人均纸质图书阅读量只有4.75本。面对海量的信息,人们既感到知识恐慌,又存在选择焦虑。第二,当下是数字加持的时代。纸质阅读不再是人们获取信息的主要渠道。数据统计,2023年中国移动互联网月活跃用户规模已经突破12.24亿,全网月人均使用时长接近160小时,平均每天约5.3个小时,而人均每天读书时间仅为23.38分钟。第三,当下是体验升级的时代。以大数据、元宇宙、人工智能等为代表的新技术,催生文化的新业态、新模式、新产品不断涌现,沉浸式、交互式、剧场

化体验成为潮流,越来越多人既能在“身临其境”中领略文化魅力,又可以感受知识和信息的价值,让知识和多巴胺并行不悖、双向奔赴。

面对这些时代特性,传统的出版手段已经不能很好地满足人民日益增长的精神文化需求,由此也引发了出版人对文化传承的一系列担忧,最大的担心是因为跟不上形势、抓不住需求、玩不转科技而被时代所抛弃!因为出版业务墨守成规,文化产品没有市场,而导致优秀的文化与Z世代人群失之交臂。但数字出版以及所带来的媒体融合有效解决了这一难题。数字出版不仅丰富了文化积累和传承的手段与形式,激发了文化创造与再创造的活力,也拓展了服务的广度与深度,实现更紧密的用户链接,对于发展和形成出版业新质生产力具有关键推动作用。如果把出版新质生产力比作一列高速行驶的列车,数字出版就是这列列车的动力引擎,正朝着文化繁荣的宏伟目标疾驰奋进!如何点燃这个引擎,我认为要把握好几个方面:

塑造内容的权威价值

出版业的独特优势,也是集团的“看家本领”,就是持续生产高质量、可信赖的内容。当前,互联网

上的各种信息鱼龙混杂、良莠不齐,但一本书的诞生不仅凝结了作者的心血和智慧,也经过了编辑的论证与完善,并得到了监管部门的审核与背书。可以说,无论过去、现在、还是将来,书都是世界上最具有价值的产品,无论文化产品的形态如何变化,书都是其背后的知识源头。就以当前最火的大模型为例,在OpenAI的模型数据集当中,权重排前三位的分别是维基百科、书籍、期刊。2023年12月,OpenAI公司与欧洲最大的数字出版公司——德国施普林格出版集团合作,付费使用施普林格旗下出版物的内容,以训练其人工智能工具,这既是内容为王的有力证明,也是出版业文化价值的充分体现。

因此,越是在这个信息爆炸的时代,出版人越要做文化市场的一股清流,把认真对待每一本书的理念融入所有的文化呈现,坚守主流思想,坚守文字阅读,坚守权威表达,承担好文化传承的责任。优质内容所体现的权威价值,也是做好数字出版产品的精神内核。比如,人民出版社开发的“中国共产党思想理论资源数据库”,被誉为“用科学技术传播中国化马克思主义的重大创新工程”。社科文献出版社依托专业的内容基础,打造了皮书