

知识服务：大学出版社转型升级的路径

◎ 金鑫荣



摘要：大数据技术颠覆了人们获取知识、信息的方式。海量的信息数据、知识集群，要依赖数字化的知识服务平台来完成。同时，出版社作为知识生产者 and 使用者之间的中介，也需要拓展传统出版业的产业边界，以知识服务来提升知识传播的方式，实现出版产业的转型升级，这是新时期出版产业结构调整的发展趋势。大学出版社要通过知识服务加强专业性、学术性数据库的构建，以知识服务提升大学社的专业服务，这应该成为大学出版社发展的路径选择之一。

关键词：知识服务；信息数据；转型升级；路径选择

知识服务本身是互联网时代的一个新概念，其确切的含义是指借助互联网技术，对知识集群、知识体系、知识类型等通过按学科、分类型、找主题等方式可查、可逆的知识获取方式，以用户目标驱动的、面向知识内容、解决方案及增值服务的服务；从服务上看，知识服务是融入用户决策过程的、专业化和个性化的创新服务。^①这是一种全新的知识获取方式，是人类印刷革命以来一个重大的技术变革，人们可以借助知识服务体系便捷地获取个体所需要的知识。可以形象地说，知识服务是浩瀚的知识海洋中的航标灯，是无垠的知识星空中的启明星，是传统出版的升级版，^②它对具有专业、学术属性的大学、图书馆、专业知识群体乃至个人的知识获取具有极其重要的意义。

大学出版社经过三十余年的发展和积累，在学术出版和专业出版领域已经成为中国学术出版和专业出版的中坚力量，整理、集聚、出版了一大批优质的学术精品，弥足珍贵。进入新时期以来，我们一方面倡导回归学术，回到学术出版的本愿；另一方面，在互联网时代，“互联网+出版”，融合出版、知识服务等转型升级的话题成为我们需要共同思考的问题。尤其是知识服务，应该成为大学出版社转型升级的路径选择。

一、大学出版社向知识服务转型升级的必要性

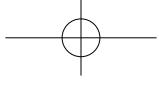
1. 突破传统知识生产、传播的瓶颈，实现知识传播最大化的需要

传统知识出版提供的是个体化的自主需求，纸质载体的知识容量、传播方式有其本身的局限性，只能

通过点对点对接；而互联网已经将世界联结为一个整体，消除了知识的信息孤岛，达到了点对面的聚能辐射。互联网时代的数字图书馆、知识数据库、图书的各类电子资源成为知识储存和服务的方式。大学出版社专业性强、学术图书种类多，但因为只服务于专业读者，一般印量极少，有的甚至成为“孤本”，以致产生“众人寻他千百度，那书却在灰尘弥漫处”的尴尬。学者想要的书找不到，而出版社又找不到欣赏书的“慧眼”，于是乎作者青灯黄卷、苦心孤诣撰写的力作，编辑费尽心思、努力争取得来的“宝贝”就这样被束之高阁。而借助互联网技术建立知识服务方式，即可破除这样的迷局，让大学出版社经营中遇到的“短板”，成为知识服务的“长尾”。

互联网已经将世界联结为一个整体，知识的开放和共享成为推动我们创新发展的驱动力。事实上，自然科学知识的获取和应用已经百分百online，也就是在线获取。知名出版商如爱思唯尔(Elsevier)、施普林格(Springer Group)以及《自然》(Nature)、《科学》(Science)等顶尖科学杂志都如此。人文社会科学的知识集群，也需要通过数据库来完成，如哈佛大学教授包弼德(Peter Bol)主持建设的《中国历代人物传记数据库》(CBDB)，囊括300万条中国古代人物数据，而且厘清了几万个人物之间的关系，靠传统的纸质文本的出版是很难完成的。

大学出版社的本质是学术出版。建一流大学、建一流学科，还需要建一流大学出版社。欧美的顶级大学出版社，如哈佛大学出版社、牛津大学出版社、剑桥大学出版社、芝加哥大学出版社、普林斯顿大学出版



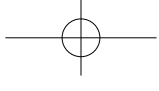
社都十分注重学术资源的数据库建设。如牛津大学出版社的《牛津学术出版数据库》(Oxford Scholarly Edition Online, 简称OSEO) 收集了英国文学史1485—1700年间240多部学术著作、涵盖的作品超过16 000个, 包括343部戏剧、8 134首诗歌以及8 614个其他作品, 相当于119 000个纸本页, 随着未来的不断更新, OSEO实际上就是一个庞大的虚拟图书馆。它是英国人文类学术专著的基石, 也是学者研究和教学的主要参考资料来源。在人文社科领域, 中国至少应该建立十家左右主要由大学出版社构成的学术资源知识体系服务商, 有特色、分类别、按学科体系建设的知识服务平台。对分散在各个出版机构的学术知识内容进行集中、整合、建构、分析, 建立健全具有中国特色的学术话语体系、学术评价体系, 打破知识壁垒, 消灭信息孤岛, 实现知识共享。政府层面已经启动了相关工作, 2006年开始构建《国家知识资源数据库》, 这是一项国家重点工程, 被列入国家“十二五”“十三五”改革纲要, 这项工程把散布在各个领域的专业知识通过技术手段进行分类、标引、集成、管理, 形成一个分布式的知识数据库, 为社会各界提供专用的知识库。“中央文资办”让28家专业出版社进行专业知识加工, 现在已经形成100多个相关的知识产品,^③国家层面可以定标准、定模式, 但因为知识更新的日新月异, 所属大学的学科特色、学术分工不同, 仅仅由国家层面来构建大型知识库显然是远远不够的, 还需要发挥大学的专业优势、学科优势、资源优势、平台优势, 而大学出版社正是这些资源优势的聚合点, 可以通过合理的资源配置, 彰显知识服务的专业特色。

2. 凸显大学出版社专业出版、学术出版定位的需要

欧美出版社按出版内容、发行渠道一般可分为商业出版社、教材出版社和专业出版社。大学出版社一般都是专业学术出版社, 如哈佛大学出版社、剑桥大学出版社、普林斯顿大学出版社、哥伦比亚大学出版社等; 中国的大学出版社经过几十年的发展, 其出版的内容边界也越来越鲜明, 专业特色越来越清晰, 如北京大学出版社、南京大学出版社、复旦大学出版社、浙江大学出版社、广西师范大学出版社的人文学术, 中

国人民大学大学出版社的社会科学, 北京师范大学出版社、华东师范大学出版社的教育出版等。

从文明的传承来看, 印刷书籍承担了古人的“知识服务”的角色。尤其是一些大型类书, 就像是当时人的“知识库”, 如宋代修撰的《太平御览》《册府元龟》《文苑英华》, 明朝修撰的《永乐大典》, 清朝修撰的《四库全书》等, 传承了中国的学术文脉; 现代人花费几十年时间撰写的《辞源》《辞海》《大英百科全书》则是现当代人修撰的集大成式的巨著, 成为学者们的案头必备之书。但随着时代的更迭, 现代科学的发展可谓日新月异, 知识爆炸、海量信息使人无所适从, 现代科学具有知识细分、学科多元、跨学科知识交互重叠的特点, 如现代的人文社会科学有27个学科, 数百成千个专业; 自然科学有7个大的分类, 专业分工更为系统复杂, 靠人的自然记忆, 或者单靠这些类书、辞书已经远远不能满足学术研究的需要。现代的学术研究, 海量的知识储存、知识更新、知识积累需要以一种“全天候式”的查询、阅览方式提供精确的知识聚焦, 这只有借助信息技术才能做到, 而大学社恰恰具有独特的专业出版知识储备优势, 所以大学社一定要抓住这个知识服务的“命门”, 牢牢抓住自己的学科特色, 提供专业的学术出版资源。如医学科学的优质资源大部分集中在大城市的三甲医院和科研院所, 一些偏远地区和乡镇医院很难快速获取疾病的诊断和分析结果, 而通过医学资源知识库的建设, 通过互联网远程医疗的手段, 即可快速、方便地获取诊断结果; 而通过分学科、分类别的知识库建设, 如艾滋病知识库、各类癌症知识库、结核病知识库、传染病知识库, 可以实现对重大疾病的网络信息与数据库信息资源的整合, 并基于本体的组织体系进行内容和数据的挖掘和发现, 以达到信息内容服务效率的最大化, 提高信息内容获取的便捷程度, 这无疑在大学医学出版社可以从事的知识专业化服务。同样, 海洋、矿业、水利、地质、地理、航空、气象等专业大学出版社, 理所应当要担当起知识服务的重任。有时还可以因地制宜, 顺势而为: 如因为国民政府建都南京, 南京的第二历史档案馆、南京图书馆、南京大学图书馆收藏着大量的民国文献, 南京大学的“中华民国研究中心”又是教育部重点研究基地, 南京大学出版社又一直是中华民国



史出版重镇，为此我们整合各方资源，着手建立《民国文献资源库》（中央文资办基金项目），第一期上线收集了25 000种民国文献，为广大近现代史研究者提供了一个涵盖全面、分类专业的学术数据库。

3. 建立中国学术话语体系和评价体系，掌握中国学术话语权的需要

现代的自然和人文社科学术体系是在西方的学术术语体系影响下传播的。近现代以来中国学术界、出版界、知识界一直是学习者、模仿者，现在我们要建立文化自信，首先必须建立中国的理论知识体系，而建立中国的知识服务平台是学术界、出版界的重要使命。国内高校的自然科学研究成果，如标志性的SCI论文，绝大部分是在境外的学术期刊上发表的。相关数据表明，中国现在已经是自然科学论文、专利、发明等重要成果发布的第二大国，我们的科研投入也达到了占国民经济总产值2.6%的历史最高水平，中国正在发生由制造大国向科技大国的历史性转变。但遗憾的是，由于历史原因，我们大多数自然科学学术成果是发表在国外，国外出版商再以高价销售给国内的图书馆和研究机构，结果我们用自己的力种了别人的田，形成不合理的知识贸易“逆差”，就是因为我们没有建立起完整的知识发表平台和知识服务体系。

有鉴于此，笔者认为大学出版社必须根据所担负的职责与使命、任务与要求，从自身经营的角度，真正把“知识服务”作为实现产业转型升级的路径选择。

二、南京大学出版社的相关实践

1. 建立科学标准的学术术语数据库

知识服务可以为学术话语体系的建立提供一个科学、标准化的知识平台。例如，随着中西学术文化交流的不断深入，在中西语言转换的过程中如何准确地翻译学术术语，是摆在我们面前的一个很现实的问题。有的译者机械直译，出现了把“蒋介石”的韦氏拼音原文“chiang Kai-shek”翻译成“常凯申”、“孟子”翻译成“门修斯”的常识性错误。为此，如果学术界、出版界能联手建立以中西学术标准为基础的术语数据库，即可嘉惠学林，服务大众。有鉴于此，南京大

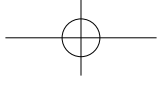
学出版社与“南京大学双语词典研究中心”合作，共同发起建立《基于引文索引数据库的人文社会科学双语术语库》（中央文资办基金项目），它是在南京大学双语词典研究中心所承担的国家级重大科研项目——

“人文社会科学汉英动态术语数据库的构建研究”的基础上，充分利用南京大学中国社科评价中心二十多年来积累的引文索引数据库而着手建立的标准化学术术语库。该项目一期将建成涵盖22个学科，包括4 500本图书内容的学术语料库，100 000词条以上的学术关键词库、20 000词条以上的中英文双语术语库及60 000词条以上的双语语境。本项目的完成，将为学术界跨语种知识服务提供工具基础，对学术翻译、中外学术交流、中国学术“走出去”有重要意义。

2. 建立中文学术图书引文索引数据库（CBKCI）

中文人文社科学术图书每年出版数量庞大，产生大量的“学术泡沫”，这与高校对人文社科成果过于量化的考核方式有关。在学术评价时披沙沥金、去芜存菁，加强学术精品化建设，大学出版社可以有所作为。为此，笔者认为除了同行评议，相关的学术引文索引数据可以作为学术评价的客观标准之一。南大出版社联手“南大中国社科评价中心”，与“中国图书评论学会”合作，着手建立了《中文学术图书引文索引数据库》（CBKCI，中央文资办基金项目），它的数据来源于南大的“中文社会科学引文索引数据库”

（CSSCI），该数据库用来检索中文社会科学领域的论文收录和文献被引用情况，是目前国内最有影响、市场占有率最高的学术评价型数据库。现已采集近20年数据，来源文献100余万篇，引文文献1 000余万篇，已被国内外数百所高等院校和科研院所使用，其中包括绝大多数高水平大学和省级社科院所。而CBKCI正是以CSSCI的相关数据为依托，以收录中国大陆出版的中文人文社会科学原创学术专著为目标，涵盖学术期刊、学术集刊、学术专著等多重出版形态的符合学术规范和科学评价需求的大数据平台。作为国内第一个学术图书评价数据库，它已采集了4 300余种学术图书的全文数据和230余万条著录及引文信息。它与CSSCI数据库一同运营，并将用户范围拓展至图书出版等行业，该数据库已于2017年12月正式发布，成为高



校、学术研究机构、学者、出版社学术研究出版成果的一个重要参考数据,在学术界产生了极大的反响。

3.建立中国智库索引数据库(CTTI)

智库是现代国家治理体系的重要组成部分,建设高质量中国特色新型智库是时代要求,也是国家软实力的重要标志。习总书记强调,治国理政必须集中各方面智慧、凝聚最广泛力量,重点建设一批具有较大影响和国际影响力的高端智库。目前分布于各个高校、研究机构的各类智库数量众多,但具有较高国际影响力的智库很少,跟不上我国日新月异、创新发展的需要,因此,建立智库索引和智库评价数据库,具有十分重要的意义。为此,南大出版社积极依托全国一流学科南大信息管理学院的学术力量,建立《中国智库索引数据库》(CTTI,中央文资办基金项目),致力于解决我国智库数据的收集、整理、鉴定、保存、检索和利用问题。作为目前国内唯一的智库评价数据库,数据库已收录729个机构、15358名专家、4055种图书、3100种内参、27709篇论文、9398个项目、3868篇报告以及其他相关文献、资讯等74000余条,目前已有700余家各类型智库机构在线使用该数据库。该项目已经上升为南京大学与光明日报的合作项目,2016年12月、2017年12月分别在南京、北京举行重大的发布仪式。

如果说知识服务体系的建设是学术出版的基础性工程,那么知识服务体系运营模式的探寻则更是一项艰巨的任务。不能让建设与运营“两张皮”,而是要充分利用“互联网+”出版、融合出版等多种方式构建知识服务的盈利模式。通俗地说,知识服务平台就是学术界的“淘宝”网,各类知识提供商可以在网上建学术知识的“天猫”店,当然这是有门槛、有标准、有学科分类、有评价体系的高级知识平台。尤其是大学图书馆,是知识服务的重点对象,可以通过利用专业搜索引擎、建立重点学科用户网络服务平台、建立学

科特色资源数据库等方式与知识服务数据库对接,加强用户的体验感。知识服务是一个动态的交互过程,为特定用户解决问题提供全过程跟踪服务,并嵌入到用户解决问题的过程之中。公共图书馆知识服务是在同一个空间利用丰富的链接和交互机制,主动发现用户需求,连接和融合多种应用环境和应用群体,提供一个开放、交互和动态的机制,构造出一种广泛、客观、交叉、连续、多视角、多层次的知识组织、知识发现、知识交流、知识管理的动态环境。知识服务又是一种个性化、专属化的增值服务,要根据用户的爱好、工作特性、知识架构提出信息需求偏好,提供给用户全程的鲜明独特的个性化服务。^④有的研究者则更具体地归纳出三种知识服务模式:聚合性知识服务模式、决策支持型知识服务模式和问答式知识服务模式。^⑤

大学出版社的知识服务平台建设除要充分利用政府和行业管理部门的各项资助基金外,更重要的是要建立知识服务平台自有的“造血功能”,形成知识服务的良性循环体系。大学出版社要充分利用所在大学的学科资源、学术资源、渠道资源,资源从大学中来,成果回到大学中去。知识服务体系的建设需要全行业的平台支撑,大学和研究机构、图书馆、研究者、学者、人文社科独立书店等共同组成知识服务的整体。线上线下的校内外、社店联动,才能使知识服务体系的建设运营趋于完整。

(金鑫荣,南京大学出版社社长兼总编辑)

注释:

- ① 张晓林.走向知识服务:寻找新世纪图书情报工作的生长点[J].中国图书馆学报,2000(5):30-35.
- ②③ 魏玉山.知识服务是未来出版的升级版[N].出版商务周报,2017-4-13.
- ④ 张勇,周洪光.公共图书馆知识服务功能初探[J].图书馆学研究(理论版),2011(12).
- ⑤ 董玮,詹庆东.图书馆知识服务模式辨析[J].图书馆学研究,2016(3).