

人工智能在艺术类图书出版中的应用与融合发展探究

·摘要·

随着2024年《政府工作报告》首提“人工智能+”行动,人工智能(AI)技术在图书出版行业中的广泛应用和深度融合将成为主要趋势。本文以艺术类图书为例,分析了AI技术在艺术类图书选题策划、编辑加工及发行营销等出版环节的应用,展示了AI技术带来的革命性改变和潜在的实用价值。本文也指出,AI时代的艺术类图书出版也将面临内容同质化、版权伦理问题及专业人才建设等挑战。针对这些挑战,本文提出了建立和完善“AI+出版”相关法律法规、构建人机协同的智能出版体系和加强专业出版队伍建设等对策,旨在推动AI时代艺术类图书出版的可持续发展。

关键词:人工智能(AI) 艺术类图书 出版融合 可持续发展

□ 徐 岫

艺术是记录人类文明的方式之一,承载着丰富的文化内涵。艺术与出版拥有相同的理想和使命,即记录文明、创造文化及传承人类精神。艺术与出版是相辅相成的关系,艺术为出版提供了精彩内容 and 广阔平台,出版让艺术的影响力更广泛、更持久。

艺术类图书是指在书籍设计中融入了艺术元素,通过文字、图片、版式设计等多种表现手法来展现文化艺术的一种书籍类型,题材涉及绘画、书法、篆刻、收藏、音乐、舞蹈、影视、雕塑、摄影等。艺术类图书作为一种相对小众的书籍类型,更注重内容与形式的统一,更强调视觉效果和艺术感受,不仅具有极高的艺术价值,更是传承文化意境、弘扬精神文明的重要载体,在当今社会发挥着越来越重要的作用。据《2021年全国新闻出版业基本情况》统计,2021年出版艺术类图书共计24504种,其中新版图书13701种,重印图书10803种,在22种图书类型中位列第五。

近年来,随着人工智能(Artificial Intelligence,以下简称“AI”)的逐渐普及和生成式人工智能(Artificial Intelligence Generated Content,以下简称“AIGC”)的蓬勃发展,图书出版已进入AI技术赋能的新时代。尤其是2022年底,自然语言处理工具ChatGPT的问世,以及“文心一言”、GPT-4等一系列AIGC产品的相继发布,人工智能开始渗透到出版的各个环节,AI与出版的关系也从赋能走向融合,“AI+出版”正式进入实践应用。例如,美国工程师阿玛尔·雷希(Ammaar Reshi)利用ChatGPT进行故事创作,并使用Midjourney生成插图,在24小时内出版了一本儿童绘本,名为《Alice and Sparkle》,作者署名是“Ammaar Reshi, ChatGPT, et al.”。该绘本目前已在亚马逊上销售,纸质版售价8.99美元,电子版售价4.99美元。这个例子展示了AI技术在艺术类图书创作和出版发行领域的实用性和高效性。

人工智能与图书出版融合发展是当下的热点,也是具有重要实践意义的研究方向。本文聚焦人工智能在艺术类图书出版流程中的应用,分析当前面临的机遇与挑战,并提出可持续发展策略,为艺术类图书出版如何应对人工智能浪潮提供新的思路 and 路径。

一、AI在艺术类图书出版中的应用

中国出版传媒股份有限公司董事、总经理茅院生在出席中国版权协会主办的“人工智能在出版领域的应用”活动时表示:“AI给传统出版业带来了五方面的创新,即创新内容生产、创新翻译与编辑校对、创新营销方式、创新产品形态与服务和创新流程管理。”人工智能在出版领域的应用广泛而深入,为艺术类图书出版的各个环节带来了革命性的改变。

(一)AI技术在选题策划中的应用

选题策划是编辑开发出版资源设计选题的创造性活动,具有把握出版工作方向、落实出版工作方针、保障出版生产秩序、保证和提高出版物的质量以及塑造出版单位品牌形象等重要作用,通常包含信息采集、选题设计和组稿三个环节。相较于其他类别图书,艺术类图书选题策划是一个综合性极强的过程。艺术类图书包容不同的艺术风格和流派,选题策划也应体现出多元性,以满足不同读者群体

的需求。艺术类图书的读者通常是具有艺术素养和兴趣爱好的人,选题内容应注重专业性、权威性和创新性,符合艺术审美标准,以满足读者在艺术领域的学习需求。AI技术可以兼顾艺术类图书选题策划的特点,具体体现在以下三个方面:

在信息采集环节,AI技术能够通过大数据分析艺术类图书的出版情况、市场趋势、读者需求等,为编辑提供选题思路和建议。同时,AI技术可以追踪并预测艺术类图书市场的动态,帮助编辑更准确地捕捉新兴市场机遇,提出新颖且具有商业前景的选题,增强艺术类图书的市场吸引力和竞争力。

在选题设计环节,AI技术可以深度学习 and 掌握大量艺术作品和相关文献的风格特征及核心主题,并生成独创的内容,作者通过借鉴新的艺术风格和表现方式,丰富自己的创作灵感,迎合不同读者的品位 and 兴趣。对编辑而言,AI技术可以提供决策支持,提高选题设计的效率和准确性。另外,AI技术还能与虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等先进技术相结合,为艺术类图书选题设计带来更为多元 and 立体的表现形式,为读者营造全新的阅读体验。

在组稿环节,编辑能够参考AI技术提供的读者阅读习惯、兴趣偏好及购书历史等数据,精准地锁定与读者需求相匹配的作者,并衡量作者在艺术领域的影响力 and 潜在的市场价值。另外,AI技术还可以对书稿的文本和图片进行校正和优化,从而增强书稿的可读性,为艺术类图书的出版质量提供有力的保障。

综上所述,AI技术可以为艺术类图书选题策划提供数据分析和技术支持,帮助实现选题内容创新、市场分析预测及效率提升等多方面的优化,明确市场定位与读者分析,确保选题与市场需求相契合,从而推动艺术类图书的发展,满足读者的多样化需求。

(二)AI技术在编辑加工中的应用

编辑加工是图书出版流程中至关重要的一个环节,需要耗费大量的时间和人力资源。编校人员在日常工作中使用的黑马校对软件等智能审校工具,可以显著提升图书编辑加工 and 审校的工作效率,也保证了图书的编校质量。而AI技术可以使原稿语言文字更规范、材料更准确、逻辑更严密、内容更完善,针对艺术类图书在编辑加工环节的特点,AI技术可以发挥以下作用:

首先,艺术类图书编辑加工强调对美学和艺术性的把握。艺术类图书通常包含大量的图片和插图,编辑在审校过程中需要特别关注图书的艺术表现力,精心挑选 and 编排图片,确保在视觉上能够吸引读者眼球,并有效传达作品的艺术内涵。AI技术可以为评估图书的审美属性提供支持,自动对图片进行分类、优化 and 调整,帮助编辑筛选出更具美学价值的作品,同时确保版面布局合理美观,增强艺术类图书的视觉效果 and 整体美感。

其次,艺术类图书的专业性要求编辑具备一定的专业知识和艺术素养。编辑只有掌握了作者的创作理念和艺术表现手法,才能保证编辑加工后的图书不会偏离原作的精神内涵。AI技术通过分析艺术类图书中的专业术语、技术细节 and 艺术理念,可以辅助编辑更深刻地理解和运用专业知识,从而更准确地处理和修改这些内容,减少差错率。

此外,艺术类图书编辑加工还注重与作者的沟通与合作。由于艺术类图书的创作过

程往往涉及作者的个人风格和创作意图,编辑需要与作者共同商讨书稿的结构设计、主题内容和表现形式,确保最终的成品图书能够达到作者的预期 and 要求,也能符合出版单位的图书标准。AI技术虽然不能完全替代人与人之间的交流,但在协助编辑与作者的沟通方面能发挥一定作用,帮助编辑更好地理解作者的创作意图 and 表达方式,从而推动编辑与作者之间建立起更为有效的合作桥梁。

(三)AI技术在发行营销中的应用

图书发行营销在提升图书知名度、促进文化传播、增强出版单位竞争力 and 推动文化产业发展等方面都有着重要的作用。随着市场环境的不不断发展变化,出版单位需要不断创新 and 完善营销策略,以适应市场的需求 and 变化。针对艺术类图书发行营销的特点,AI技术能够提供多方面的协助。

首先,艺术类图书的发行营销需要高度专业化的知识和对艺术市场的深入理解。由于艺术领域的细分领域众多,每一领域都有其特定受众群体 and 市场需求。因此,出版单位需要精准定位目标读者,确保营销活动的针对性和有效性。AI技术通过大数据分析,可以深度剖析读者的阅读习惯、兴趣爱好及购买行为,打造智能推荐系统,为读者推荐更符合其兴趣和需求的艺术类图书。如此不仅可以提高读者的满意度和购买意愿,大大提高图书的销售转化率,还可以增强读者与品牌之间的情感联系。

其次,艺术类图书的营销不仅仅是图书的买卖,更承担着传播文化和艺术的重任。因此,在宣传发行过程中,为图书塑造鲜明的品牌形象 and 传达深刻的文化内涵显得尤为重要。AI技术不仅能在各个新媒体渠道进行营销推广,即时生成与图书内容相关的宣传文案、短视频 and 直播内容等素材,更能精准描绘用户画像,为读者进行个性化推送,从而增强品牌形象 and 文化内涵的传达,进一步扩大品牌影响力。

再次,跨界合作与资源整合也是艺术类图书发行营销的常用手段。出版单位可以通过AI技术智能匹配和分析不同领域的数据和资源,发现潜在的合作伙伴,并抓住资源整合机会。出版单位可以与相关领域的机构或个人进行合作,共同策划举办艺术家签名会、艺术讲座、主题展览等营销活动,进一步拓展艺术类图书的市场空间,实现资源共享 and 互利共赢。

另外,AI技术还可用于图书科学定价、优化库存管理、智能客户服务等营销手段,帮助出版单位实现更加精准高效的营销策略。随着AI技术的不断发展和完善,相信未来AI将为艺术类图书的发行营销带来更多创新和突破。

二、AI时代艺术类图书出版面临的挑战

励讯集团中国区高级副总裁张玉国表示:“AI仍有巨大的局限性,一定不要将AI神化。对专业出版机构来说,AI时代还应以内容为王。出版业因技术而生,随技术变迁 and 发展,从来不曾畏惧过新技术。高质量和可信任的数据(内容)、对用户需求的深刻理解、先进的技术和平台(负责任的AI原则)将是专业出版制胜的关键。”对于AI时代的艺术类图书出版而言,图书内容和质量的风险、版权归属 and 出版伦理问题的处理、专业出版人才的建设等给出版单位和编校人员带来的挑战也不容忽视。

(一)AI技术在图书内容和质量方面的局限性

AI在艺术类图书内容和质量方面确实存在瓶颈,主要是源于AI技术的局限性和不可预测性。

首先,AI生成内容是基于大量的数据学习和训练形成,对于艺术类图书而言,如果数据主要来自某一类风格或主题的作品,选择那些已经被市场广泛接受 and 认可的元素,AI生成内容可能会缺乏独特性和创新性,导致艺术类图书的内容同质化。

其次,AI可以理解和生成作品的文字 and 图片,却不能感知 and 判断作者创作时的情感和情绪。而艺术类图书往往涉及复杂的情感、文化和审美元素,AI在处理图书深层次内涵时无法完全捕捉 and 表达其中的复杂性和多样性,这可能导致艺术类图书的内容失真 or 缺乏深度。

此外,AI技术在艺术类图书编辑加工中的准确性和精细度也有待提高。艺术类图书

包含大量严谨细致的图文相关细节,而AI在处理这些复杂内容时可能会出现误差 and 偏差。例如,北京看山科技有限公司创始人梁翊表示,AI绘图虽然已经解决了之前常常遇到的肢体错误问题,但还存在人物形象一致性不够、文字效果无法实现等问题。另外,艺术类图书编辑如若自身缺乏艺术学识 and 鉴赏力,加上过度依赖AI技术及其生成内容,可能导致艺术类图书的质量下降,影响读者的阅读体验。

(二)AI技术造成的版权归属和出版伦理问题

当AI技术用于创作艺术类图书时,一个核心问题是作品的版权应该归谁所有。《中华人民共和国著作权法》规定,著作权原则上属于作者,即作品的创作者;对于改编、翻译、注释、整理已有作品而产生的作品,其著作权由进行这些创作活动的人享有,但行使著作权时不得侵犯原作品的著作权。可是AI作为一个非人类实体,其创作的内容是否应该被授予版权以及如何界定AI与人类作者之间的版权关系,是目前法律界 and 艺术界都在探讨的问题。

依据《中华人民共和国著作权法》,AI创作的艺术作品,版权可以归属于AI程序的开发设计者。若有作者使用AI创作的作品进行出版,该艺术类图书的版权究竟归属于AI程序开发者还是图书作者,目前仍存在争议。北京理工大学法学院助理教授裴轶表示:“对于人工智能生成物是否构成作品的判断,尝试确立一个重要标准,即人的智力参与程度。这一判断标准和分析路径,对于未来判断人工智能生成物的版权案件有重要价值。”而华东政法大学法律学院教授王迁认为,AI生成图片被认定为作品违背了《中华人民共和国著作权法》的立法目的 and 精神,也直接违反了著作权法实施条例对“创作”的定义,因此AI生成图片不应受《中华人民共和国著作权法》的保护。

此外,AI赋能艺术类图书时所使用的原始数据,如作者原创的绘画、书法、摄影等艺术作品,它们承载着创作者的智力劳动 and 艺术价值,因此受到《中华人民共和国著作权法》的保护。然而,如果AI技术未经原作者的许可就使用了这些素材,就有可能侵犯了原作者及其作品的署名权、复制权、发行权等一系列著作权利。如果AI生成的艺术作品与原作高度相似,可能会被视为对原作品的非法复制或衍生,进而引发版权纠纷。

从出版伦理的角度来看,作者原创的作品通常包含了个人的独特视角 and 情感体验,AI技术虽然能够模拟其艺术风格和技巧,但却可能误解原作品背后的情感和深层次的意义,甚至可能造成个人信息 and 隐私的泄露与滥用,从而影响作者的创作动机,对艺术类图书市场产生冲击。

(三)专业出版人才的建设困境

AI时代艺术类图书的专业出版人才建设面临着多方面困境 and 挑战。例如,艺术类图书出版人才除了掌握基本的图文编辑、校对等专业知识和技能,还需要具备艺术鉴赏能力 and 审美能力,这样的专业人才普遍存在缺口。随着AI技术的快速发展,出版人才还需要熟悉AI技术的应用,如数据分析、机器学习等,在艺术类图书出版领域,既懂艺术又懂AI的复合型人才更为稀缺。

另外,AI技术的更新迭代速度非常快,AI技术的广泛应用对艺术类图书的内容创新和策划提出了更高要求,也就需要出版人才具备更卓越的艺术素养,更灵活的创新能力和更敏锐的市场洞察力。目前,艺术类图书专业出版人才的培养一般滞后于AI技术的发展,缺乏针对AI时代新型技能和素养的培训和教育,导致专业人才供给与市场需求之间存在较大的鸿沟。

三、AI时代艺术类图书出版的可持续发展路径

AI时代,推动艺术类图书的创新发展和可持续发展是践行国家战略、顺应时代潮流、满足市场需求的必然要求。建立和完善“AI+出版”相关法律法规、构建人机协同的智能出版体系、加强专业出版队伍建设是艺术类图书出版走可持续发展之路的重要保障。

(一)建立和完善“AI+出版”相关法律法规

由于“AI+出版”是一个新兴领域,相关法律法规 and 监管政策还在不断完善 and 更新中。2023年5月23日,国家互联网信息办公室审议通过了《生成式人工智能服务管理暂行办法》,自2023年8月15日起施行。2024

年3月5日,在十四届全国人大二次会议上,《政府工作报告》出炉,报告不仅3次提到“人工智能”,还首次提出了开展“人工智能+”行动,由此可见我国对人工智能信息技术的高度重视,更为未来人工智能在各行各业的广泛应用打开了新篇章。

以AI在艺术类图书出版中的应用为例,首先应当补充 and 完善《中华人民共和国著作权法》和《出版管理条例》中有关AI的法律条目 and 实施细则,明确AI在图书出版中的法律地位,对“AI+出版”的相关流程设置详尽的操作规范,确保AI在遵守法律法规的前提下运行。其次,针对AI在图书中生成的内容,应制定明确的版权归属规则,并加强对AI生成内容的版权保护,防止盗版 and 侵权行为的发生。再次,建立AI出版数据隐私与安全保护机制,并健全AI出版市场监管机制,加强对AI出版活动的执法力度,对相关违法违规行为进行严厉打击 and 处罚,维护艺术类图书“AI+出版”市场秩序 and 公平竞争。

(二)构建人机协同的智能出版体系

2023年10月18日,中央网络安全和信息化委员会办公室发布了《全球人工智能治理倡议》,其中包含发展人工智能应坚持“以人为本”理念。出版行业从业者和AI技术开发者都应该坚守一条准则——人工智能无法完全替代“人”,人机协同才是未来“AI+出版”的发展趋势。在AI时代,艺术类图书出版应更加注重“人”的价值 and 作用的发挥。

首先,在AI技术与艺术类图书出版的融合发展过程中,作者 and 编校人员应发挥自身在内容创作、市场洞察、创新发展等方面的优势,对出版物的艺术品质 and 文化内涵进行把关,掌握图书内容设计、编辑、营销等环节的主动权,使AI成为辅助工具而不是艺术产品。其次,艺术类图书中涉及的传统文化、历史变迁 and 社会背景等元素目前还难以完全依靠AI技术来捕捉,需要结合编校人员的专业知识和审稿经验进行综合判断 and 处理。编校人员一定要对AI保持清醒的认知,运用AI技术并非一劳永逸,反而对其提出了更高的职业素质要求,要增强法律意识,注重AI生成作品的著作权保护,承担图书伦理判断 and 价值判断等重要任务。此外,在构建人机协同的出版体系中,编校人员还扮演着桥梁 and 纽带的角色。通过AI技术加强与读者的交流互动,了解他们对艺术类图书的真实需求 and 反馈,为艺术类图书的改进 and 创新提供有力的支持。

(三)加强专业出版队伍建设

鉴于AI时代艺术类图书出版的专业人才匮乏问题,相关出版单位应积极开展跨界交流合作,有针对性地实现人才资源储备,建立开放灵活的人才培养机制,从而实现在AI技术与艺术类图书融合出版的可持续发展。

一是鼓励出版单位与艺术机构、科技公司尝试跨界合作。例如,果麦文化传媒股份有限公司携手爱漫阁(上海)智能科技有限公司,合力打造了国内首款专业动漫图文模型与AI工具1.0版本,过去出版一本漫画书可能需要3年时间,现在只需3个月甚至更快,极大地节约了时间成本 and 人力成本。

二是优化人才激励机制,为有突出贡献的出版人才提供奖励 and 荣誉,吸引优秀的专业人才加入艺术类图书出版行业。同时,提供晋升机会 and 职业发展通道,激发人才变更传统出版思维的积极性。

三是针对艺术类图书出版人才,提供系统的专业教育,培养一批既深谙AI技术,也具备编辑出版技能的复合型人才。定期举办行业研讨会、培训班等活动,邀请行业专家分享经验,拓宽出版人才视野,了解“AI+出版”的发展动态 and 趋势,增强出版人才的行业敏感性和前瞻性。

四、总结

随着人们对文化艺术领域的内容和服务的需求日益增长,艺术类图书在图书出版行业中扮演着越来越重要的角色。在AI时代浪潮下,艺术类图书出版正经历着前所未有的变革。AI技术在艺术类图书出版领域的广泛应用,为艺术创作带来了新的表现形式 and 阅读体验。虽然AI技术也是一把双刃剑,“AI+出版”仍面临一系列风险 with 挑战,但我们必须采取积极措施应对,只有不断创新 and 改进,才能让艺术类图书出版在AI时代中焕发新的生机 and 活力。

(作者单位:西冷印社出版社)