

生成式AI爆热 英美书业密集推动相关政策

中国出版传媒商报记者 渠竞帆

编者按 欧洲议会今年6月通过的《人工智能法》(AI Act)提案,要求OpenAI的ChatGPT和谷歌的Bard等大语言模型在欧洲国家运营时应更加透明,以确保用于训练模型的内容尊重版权人的基本权利。

10月,欧洲作家协会(EWVC)、欧洲出版商协会(FEP)及欧洲与国际书商联盟(EIBF)再次呼吁欧洲各立法机构抓住该提案契机,确保生成式AI的透明度,为欧洲公民创造更安全的网络环境。欧洲与国际书商联盟指出,生成式AI模型以模糊和不正当的方式开发,导致作者和出版商的上千万版权内容未经许可被非法使用。这种做法影响了版权所有者利益,为大规模制作错误、有偏见,甚至危险的内容提供了便利。保持透明度对于公平、安全地开发AI系统非常重要。该联盟提出,对于训练AI的输入数据保持透明是确保输出质量和合法性的唯一办法。各成员国必须借此契机敦促生成式AI开发者结束非法获取数据及对数据清洗和滥用的行为。

英美书业各界近期也积极展开行动,推动出台规范AI应用的各项政策,并共同研讨AI对出版各领域带来的颠覆性变化及未来的各种可能性。



9月底,美国《出版商周刊》举办主题为“AI:大众出版的革命及机遇”的研讨会,围绕AI与出版业以及AI将对编辑、营销和生产带来的影响等问题展开讨论。与会者认为,AI将是出版业的一个转折点,它可以进一步增强和优化行业的触达率,使其更个性化并以读者为中心。明年2月,《出版商周刊》还将举办关于AI实用工具及其解决方案的论坛。届时,围绕AI的讨论将更为务实有效。

“AI规则落地后才会得到广泛应用”

在关于AI与出版业关系的讨论中,出版人兼作者米歇尔·巴斯卡尔(Michael Bhaskar)表示,随着大语言模型首次模仿人类思维推出生成式AI,它给出版业带来了“地震”效应。然而,只有当管理层针对AI应用制定严格的规则后它才会真正与出版业产生交集。

企鹅兰登AI及机器学习助理凯瑟琳·威尔登(Catherine Weldon)表示,AI给人类创意领域带来挑战,也产生了更大影响。大语言模型“炮制”出大量信息,需要对这些内容的准确性进行审核。

约翰·霍普金斯大学出版社执行总监芭芭拉·克兰·蒲伯(Barbara Kline Pope)被AI潜在的可能性所吸引,她表示,现在仍处于AI发展的初期阶段,其团队成员都希望制定AI相关的工作规则。大语言模型会放大社会存在的结构性种族歧视和偏见,需要对AI生成内容是否有偏见进行审核。AI在内容创作、营销、生产、数据分析等方面都有可能改变出版业。AI可以让营销更有创意,也可以通过营销让老书和期刊焕发新颜。AI还可用于内容总结、事实核查、情节描述、人物描写,并在一定程度上协助文字编辑润色。

约翰·霍普金斯大学出版社出版运营总监戴姆·布鲁姆(Diem Bloom)表示,AI可用于生成索引等辅助性内容,虽然该做法已推行,但还有提升空间。卡斯多夫联合公司(Kasdorf & Associates)负责人比尔·卡斯多夫(Bill Kasdorf)表示,生成式AI的主要缺点是需要润色,还需要由人审核AI生成的内容。与其说AI替代人,倒不如说AI需要更多人来核实内容的一致性。他表示,AI有3个更好的应用场景,分别是规模化、日常工作在某项任务中抢占领先优势。

在一场关于“AI、作者与出版的法律环境”议题的讨论中,Cowan DeBaets Abrahams & Sheppard公司娱乐兼艺术领域律师斯科特·舒尔德(Scott Sholder)探讨了AI、创作和出版在法律方面的应用场景。他曾任作者身份起诉OpenAI公司,解释了法律条款中对保护版权人权益和侵权行为定义,指出有法律难以划分违法的界限。他还讨论了决定合理使用的主要内容,包括使用的目的和特征、版权作品的特点、复印作品的实质性、潜在市场的使用效果或价值。他指出,合理使用最关注创意,有作者担心他们的创意被机器取代,还有作者提出应建立把AI处于可控范围的防护栏。作家兼评论家西恩·迈克尔(Sean Michaels)表示,如果是在一个作者无须担忧资金的理想世界,那作者无须考虑生存问题,也不用从创意层面考虑AI问题了。

沃顿商学院副教授伊桑·莫里克(Ethan Mollick)认为,AI无处不在却难以被发现,而AI大语言模型更关注预测。每个人要更多地使用AI并遵守其使用原则,并用对待人的方式对待AI。

图书编辑:AI用于简化编辑流程

在图书编辑环节的讨论中,多位人士表示,各种形式的AI工具已在编辑部使用,用于简化编辑流程,如缩短完成某项任务的时间、更有效地组织数据。凯文·安德森联合公司(Kevin Anderson & Associates)执行编辑斯蒂芬·S.鲍威尔(Stephen S. Power)表示,AI的主要缺点是,不擅长撰写文本,它主要为回答用户提问生成一般性文字。编辑助理会使用AI的概括功能创建营销文案或写作小贴士。在使用AI筛选投稿方面,出版社也遇到依据AI算法不符合其规则的、有价值的书稿会被删除的问题,只是因为书稿中没有某些关键词。

综合公司(Syntopical)创始人兼CEO克里夫·古伦(Cliff Guren)认为,AI可以补充、推进工作流程。古伦预测,出版社将基于旗下作者书日开发自己的大语言模型,基于该模型进行营销。“AI在唤醒我们,

要更清醒地认识到,我们要做什么,如何做,以及何处可以提供价值。”

图书春天公司(Book Springs)CEO芭芭拉·鲁埃林(Barbara Ruehling)介绍了该公司与作者团队合作,运用AI帮助作者解决重复性工作,让作者把精力用于创作的经验。“如果我们拒绝AI,那么作者仍会使用AI,很可能产生坏的结果。鲁埃林认为,当10多位作者合著一部作品时,会出现内容相互矛盾的情况,这时就需要一个大平台来更新并对开放教育资源进行本土化改造。

图书营销:AI将用于创意、文案等广阔领域

在图书营销环节的讨论中,参会者表示,营销人员迅速学会了如何将AI作为一种资产,而不是视为挑战,也分享了不久的未来AI将对图书营销的影响。

尤利西斯出版社CEO基思·里格特(Keith Riegert)表示,他花了很多年学习如何用Python编程,但是使用ChatGPT之后,节省了大量编码时间。他也指出,要带着警惕之心使用AI,“工具将迅速发生变化,有一种看法说,未来3~12个月内这些工具将有完全不同的功能。现在对搜索生成体验(SGE)的关注越来越多,我们将不得不面对搜索生成体验在AI作用下的‘大地震’。谷歌正在创建一个网站清单,预计在系统检测后,该网站的有机搜索时间将缩短25%~50%。此外,必应网站(bing.com)在使用AI技术增强其SGE功能。亚马逊也在更新其SGE系统。因此,营销人员必须作出调整,用更新的技术替代标准的SEO工具。

FSB联合公司(FSB Associates)总裁兼创始人福齐亚·伯克(Fauzia Burke)表示,她已在图书营销领域工作了20多年,ChatGPT一出现,她就是最早的使用者。目前她在使用AI开发一个使用数据集构建个性化宣传文案的程序。她还介绍,Otter.ai可以将影音文件转录成文本,StudioShot可以将自拍照转为高清图片,这些都可用于营销文案。但她认为,最好不要让负责IT的技术人员管理AI。还要花一段时间才能将一切整合到创意领域,但是AI发展之快留给我

们的时间不多了。

科幻作者E.J.温斯特罗姆(E.J.Wenstrom)表示,Jasper AI和Writer AI工具都需要很多的参与度。他预测将出现这些工具的迭代产品,基于图片、视频和文本进行训练。“未来AI工具可以做从博客创意到提供广告文案等一切事情。”

生产流程:AI实现生产流程自动化

在图书生产流程方面,与会者表示,自动化是图书生产工具包的主要元素。约翰·霍普金斯大学出版社出版运营总监戴姆·布鲁姆(Diem Bloom)表示,现在的挑战与当初出现电子书和互联网时差不多。生产部门在积极评估和测试,尤其是对于可见性做评估和测试。这是对内容进行清洗和标注,“我们与如此多的数据和内容方合作,到了生产环节,无论是创建索引、元数据、关键词还是纯文本,生成式AI只能帮助缓解工作量,尤其是在交付期限前完成任务。AI没有减少人类的岗位,相反,AI会给我们带来更多工作。”

特雷德维尔公司(Treadwell Media Group)总裁肯·布鲁克斯(Ken Brooks)预测,AI将大大缩短图书推向市场的时间,大大增加产能并降低生产成本。AI将被收入工具包并整合到工具中,提高生产效率。生成式AI有助于生成图书元数据、简化流程并提高图书的可见性,因此在改变工作流程、业务模式和产品方面有巨大可能性。

“从机器学习到深度学习,生成式AI正被应用到实践中,以提高效率和规模。”卡斯多夫表示,AI的更多应用有助于简化生产流程,实现规模化、便捷日常工作以及开启一个新任务。他指出,很少有人提到人工介入,这是这个领域经常使用的,也是AI的正确应用方式。“我们要在流程开始和结束时进行人工监控。”文本或Photoshop格式被广泛用于图书制作中,出版商要知道生产供应商正准备将AI融入更大范围的生产流程中。他强调,标准是凌驾于一切之上的,因为标准一直在变化,AI可以帮助理顺这些变化。

- 生成式AI可以检查从PDF或扫描文件提取的文本中的字符编码、错误换行或缺失等问题,还可进行数据分析。AI模型可以快速完成过去需几周才能完成的大数据分析。
- AI可与推荐引擎相结合,作竞品分析。即根据一两个词的指令生成潜在竞品书单,发现风格及内容相符的书稿,并将竞品图书收入数据库。
- AI还可广泛应用于书目开发、销售、营销、运营及财务领域。但必须讨论AI带来的伦理问题及其限制性。

中外交流

厦门外图创建图书版权超市 打造“走出去”名片

中国出版传媒商报记者 乐毅

厦门外图集团有限公司(以下简称“厦门外图”)依托多年来与海内外出版商合作沉淀,今年5月推出“国际图书版权超市”,为中国版权内容落地海外及本土传播提供平台。

项目负责人吴昀希介绍,目前“国际图书版权超市”已入驻137家出版机构、有声书制作机构、印刷服务提供商,举办版权对接洽谈活动50余场,推动了《少年陈景润》等一批主题图书、热门文化IP、童书、网络文学输出海外。

吴昀希总结了项目顺利推进的几个做法。一是搭建线上版贸网站,建设版权图书数据库。平台聚合中国与泰国、马来西亚等“一带一路”国家出版产业资源,多语种、分类别展示图书版权信息及版权经理人信息,凝聚中国出版合力一站式对外推介中国图书版权。二是设立海外版权展示交流中心,常态化展示推介中国版权图书;还在泰国、马来西亚等地设立海外版权中心,组建跨文化团队,助力版权云端“出海”。三是邀请同业“走进来”,推动版权“走出去”。项目定期举办中外出版对接交流会、国际出版合作研讨会等活动,邀请海外业界组团赴华,根据需求意向与中方机构轮流对接、深度交流,互鉴先进经验、互通版权信息、互授优质

版权,携手开发、出版、传播中国优质文化内容。四是融合版权产业链,将翻译服务、印刷服务、法律服务等配套服务融入版权贸易相应环节,为中国版权高效、便捷、安全“走出去”“融进去”提供坚实支撑,同时通过版权媒介,带动更多中国优质服务走进海外。

今年6月厦门外图还举办“国际图书版权超市中外出版对接交流会”,邀请包括泰国出版商和书商协会、泰国的Amarin出版集团、马来西亚的贝儿出版社在内的10余家泰国行业协会、知名出版社来访,与10多家中方出版单位、有声新业态企业、文化IP机构开展出版合作签约、先进经验分享、“一对一”版权对接等活动。交流会期间,泰国的Bookmaker出版社、教育科学出版社等11家中外机构现场签约入驻“国际图书版权超市”平台,北京燕山出版社、SE-ED出版社等9家出版、有声新业态代表分享了经验,推广各自市场优势资源、前沿技术和先进模式,实现了很好的相互借鉴和互通有无;此外,项目团队通过提前精准匹配与会各方版权需求,同时依托华侨大学语言服务出口基地中泰、中英多语种翻译支持,现场举办4轮45场中外“一对一”版权对接洽谈,初步统计达成实体书、有声书、文化IP、印刷服务等多领域版权合作意向逾百项。

英国大型出版商近日陆续出台一系列规则,来规范AI技术在出版业的使用。英国出版商开始在日常工作中使用AI,尤其是在营销、撰写文案和制作元数据等环节频繁使用AI。不少人在尝试如何运用工具快速完成繁琐的重复性工作,并关注技术可能对版权和人类创作带来的影响。11月,亚马逊旗下的Kindle Direct Publishing公司开始在美国尝试基于AI技术的语音录制有声书,进一步推动英国出版商在AI方面展开行动。

阿歌特英国公司11月初公布其对于AI的立场,在业务性使用和创造性使用之间设置了界限,创造性使用指运用AI替代作者、设计者、插图作者和译者的创造性工作,该公司表示:“我们出版业依赖人类的创作能力,否则这个行业就不会存在。但是与创作者合作的价值也不能被夸大。”阿歌特鼓励“运营过程中负责任地尝试”,但是“反对机器创新,这是为了保护人类创造的原发性内容。”

麦克米伦AI领导小组组长萨拉·劳埃德(Sara Lloyd)表示:“自从今年6月以来,该社已谨慎地推进策略,把文字作者、插图作者、读者和员工放到我们的核心。在使用AI时,我们要确保恪守已建立的AI原则和公司价值观,通过负责任地使用提高为作者和插图作者作品提供支持的效率,我们将继续在此基础上建立我们的策略。很幸运与AI初创公司CHAPTR等姊妹公司和霍兹布林克出版集团合作,该集团帮助我们探索如何在出版业务中有效和安全使用AI。我们推出与公司原则和向作者承诺相一致的独家AI工具,使我们可以安全地处理授权内容,我们试运行这些工具来帮助处理写作和元数据等工作。在更广泛的舞台,必须继续对AI开发进行谨慎检查,要有必要的安全护栏。伴随着AI应用在策略和功能上的拓展,麦克米伦的一个主要目标是,发挥我们在行业的积极作用,确保负责任地使用和保护版权,并继续在出版商协会的AI推动工作中发挥作用。”

邦尼集团(Bonnier Books)英国公司表示:“内部团队正在尝试用AI工具进行对照实验,来看看技术如何更好支持出版和团队的日常工作。版权和盗版问题仍是我们关注的重点。我们坚决反对版权内容未经授权用于大语言模型。”

英国出版商协会与作家协会、作者许可与收藏协会及作家代理人协会11月也发布联合声明,呼吁政府推出切实可行的解决方案,来保护AI背后的人类创造,要求相关方对已发生的侵权行为进行赔偿。英国作协发表声明,AI开发商在未经授权的情况下使用AI工具,那么必须负责任地使用,必须适当告知和记载下来。同时规定AI生成内容时,AI不能以作者的形式在期刊上出现。

威立集团在尝试各种AI使用案例,来支持研究出版流程。但威立认为,生成式AI的安全限制没有被完全理解,法律框架需要完善,要根据技术变化灵活调整。如果可以应对这些挑战,就可以在效率与人类创作之间获得平衡。业界认为,出版商需要经常与创作者和读者交流来理解行业对AI的担心。作者担心一旦AI生成文本支配出版,会对他们造成经济和创作方面的威胁。但业内人士认为,人类的想象不可能完全被超越。

剑桥大学出版社使用社内大语言模型、AI“副驾驶”和测评自动标注等功能,但是该社强调,一切以人为本,确保每件事由人工检测。泰勒与弗朗西斯多年来将AI用于发现剽窃和图像篡改等行为,没有将生成式AI纳入编辑流程中,而且禁止使用AI工具评估来稿。如果作者选择使用AI工具,那么必须负责任地使用,必须适当告知和记载下来。同时规定AI生成内容时,AI不能以作者的形式在期刊上出现。

威立集团在尝试各种AI使用案例,来支持研究出版流程。但威立认为,生成式AI的安全限制没有被完全理解,法律框架需要完善,要根据技术变化灵活调整。如果可以应对这些挑战,就可以在效率与人类创作之间获得平衡。

业界认为,出版商需要经常与创作者和读者交流来理解行业对AI的担心。作者担心一旦AI生成文本支配出版,会对他们造成经济和创作方面的威胁。但业内人士认为,人类的想象不可能完全被超越。



“国际图书版权超市”项目入选商务部等六部门对外文化贸易2022年“千帆出海”行动计划重点项目、2023~2024年度“国家文化出口重点项目”、中国贸促会“全球服务实践案例”,为国际版权贸易交流搭建一站式信息服务平台。未来将从三个方面推动项目发展。一是整理、翻译、上线入驻平台单位版权图书、版权经理等相关版权信息,完善线上平台版权图书数据库内容。二是借助外图集团东南亚、拉美等多地区展会平台,进一步拓展海外市场,邀请当地出版机构融入平台。三是积极推动内外同业版权互通、交流互鉴,邀请马来西亚等国业界“走进来”,持续开展中外出版对接交流活动。项目未来将持续深化版权平台建设,推进中外业界常态长效交流,共同开发优质文化产品,带动中国版权大规模、成体系、可持续“走出去”。