

# 出版融合的时代语境、顶层设计与发展趋势\*

□文 | 胡易容 周 野

**[摘 要]** 通过对媒介技术变革在新闻与出版行业不同影响维度与结果的比较分析,可明确“媒体融合”与“出版融合”的内在关系。从时代语境和国家政策的顶层设计来看,出版融合发展正在经历三个维度的关键转型升级:一是从“出版+数字”向以数字基础设施为基底的跨界对接转型;二是从“符号再现”向“符号再创造”价值生成转型;三是从传统出版本位向跨界融合的全面开放升级。在这三个转型升级基础上,转变观念,打破“第四面墙”成为当前出版融合发展的关键所在。

**[关键词]** 媒体融合 出版融合 系统迭代 符号逻辑

随着《关于推动出版深度融合发展的实施意见》的出台,从国家战略层面进一步加快推动出版融合发展,出版融合形成新一轮深入发展态势。“出版融合”的发生语境是什么?在我国媒体融合发展大背景中处于怎样的位置?出版业如何突破现有瓶颈,构建起新的出版融合系统架构?如是问题成为出版业亟待回答的课题。

## 一、“出版融合”的时代语境与概念生成

出版融合发展是媒介技术革命催生的结果,其历史语境也包含了出版融合内在的技术发展规律与理论逻辑。国内外出版的数字化发端和理论提出都佐证了这一论断。

### 1. 数字化发端与出版相关领域行业应用

数字化发端依托电讯技术的发展。19世纪以来,电报、电话和无线电广播三次电信变革依次发生,改变了社会的拓扑结构。<sup>[1]</sup>20世纪二三十年代,随着电视诞生,大众传播进入繁荣期,人类的传播活动从传统的边缘、自发、小范围的状态逐渐走向视野中心,成为有组织、广泛的社会行为。受新兴技术影响,信息表达形式持续更迭。20世

纪中叶,以电子计算机和通信技术为主要技术手段的信息革命引发了人类历史上第三次产业革命,人类开启信息新纪元。1946年,第一台电子数字积分计算机(Electronic Numerical Integrator and Computer)在美国宾夕法尼亚大学诞生;1993年,美国政府开始实施“信息高速公路计划”(National Information Infrastructure),计划用20年将电信光缆铺入寻常百姓家。与此同时,快速发展的信息技术迅速介入信息传播、出版领域,掀起数字化传播新浪潮。

电讯技术和计算机的出现为数字出版提供了基础硬件。1971年,哈尔(Michael Har)发起“古登堡计划(Project Gutenberg)”,通过扫描技术将大量公版权的出版物数字化,从而提供自由借阅书籍支持,并由此建成世界上第一个数字图书馆。20世纪90年代,依托信息技术发展,传播、出版领域的数字化被重新赋能,新技术革命引发的传播革命更新了社会信息形式、表达与结构,也聚合成为第三种媒介群——以数字技术为核心而发散开的媒介群。<sup>[2]</sup>

我国数字化帷幕约在20世纪90年代正式拉开,并催化了新闻出版业的数字化进程。1958年,我

\* 本文系国家社会科学基金特别委托项目“中国出版业繁荣发展重大理论和实践问题研究(23@ZH003)”子课题“出版融合发展引导机制研究”阶段性成果,并受新华文轩共建四川大学出版学院专项课题资助

国第一台电子管计算机——103机诞生；1987年，钱天白向西德卡尔斯鲁厄大学发出了中国的首封电子邮件“Across the Great Wall we can reach every corner in the world”；<sup>[3]</sup>1991年，武汉大学出版社推出我国首本向社会发行的电子书《国共两党关系史》；<sup>[4]</sup>1994年，中国全功能接入互联网，在新媒体技术推动下，我国出版行业开启了数字化征程。

从20世纪90年代至今，我国出版业的数字化大致可被归纳为三个阶段：电子出版（1990—2000）、网络出版（2000—2005）、数字出版（2005至今）。<sup>[5]</sup>电子出版主要集中在20世纪90年代，原新闻出版总署出台《电子出版物管理规定》，主要包含软磁盘（FD）、只读光盘（CD-ROM）、交互式光盘（CD-I）、照片光盘（Photo-CD）、高密度只读光盘（DVD-ROM）以及集成电路卡（IC Card）等。网络出版是指通过计算机网络传播信息的活动，<sup>[6]</sup>该概念的使用集中在2000年到2004年之间，主要包括文字、图片、音频、视频动漫等相关数字化产品。2005年，随着数字出版产业迅速发展和数字出版概念的提出，数字图书、期刊、报纸，网络文学，数字音乐，网络动漫、游戏、地图，数据库，在线教育，数字藏品，VR/AR出版等各类数字出版业态蓬勃发展。各领域不断深入的数字化对出版融合发展起到了重要推进作用。2015年4月，原国家新闻出版广电总局发布《关于推动传统出版和新兴出版融合发展的指导意见》，我国出版正式进入有组织、有规划的自主融合阶段；2022年4月，中共中央宣传部印发《关于推动出版深度融合发展的实施意见》，从数字化到深度融合，出版业正在经历一场整体变革。

从媒介的数字化到出版的数字化，从一般性的媒体融合到出版融合，制度、产业变革浪潮的背后，新技术革命是最核心的动力与母题。新技术革命为信息知识的生产与流通提供了新的工具，实现生产力的提升，传统出版产业为适应新的技术环境，不断向数字化、智能化迈进，走向深度融合。从纸质形态走向数字化，出版符号从一种媒介迁移到另一种媒介，往往存在前期的符号积累期，服从先“书”后“报”的技术逻辑。数字化再现的内容首先产

生储存与积累的媒介需求——媒介储存形态，如CD、输入性设备；再产生传播交互的媒介需求——媒介的传播形态，如输出性设备、互联网、接收终端等。

## 2. 从“媒介融合”到“出版融合”的概念提出与理论发展

“出版融合”概念肇始于“媒介融合”（Media Convergence，又译为媒体融合）。1978年，尼古拉·尼葛洛庞蒂（Nicholas Negroponte）提出“融合”思想雏形，他认为印刷业和出版业、广播和动画业产业，以及电脑业如同三个交叉并趋于重合的圆环，三者媒介形式与媒介技术将逐渐融合。1983年，伊契尔·索勒·普尔（Ithiel De Sola Pool）在《自由的科技》（*Technologies of Freedom*）中首次提出“媒介模式融合”（Convergence of Modes），认为新数字技术部分消弭了各类媒介形态与使用之间的明晰边界，媒介传播模式产生聚合、收敛，这被认为是媒介融合最早的概念化表达，也是一种基于技术视角的融合观念。然而作为一个整体系统，媒介的发展受到各种政治、经济、文化等因素的影响，纯技术融合的观点被更多元的融合理念所补充。技术层面的媒介融合也逐渐扩展到作为社会机构层面的媒体融合。如亨利·詹金斯（Henry Jenkins）反对将媒介融合理解成单纯的“汇聚了多种媒体的过程”，<sup>[7]</sup>而是更强调文化的融合逻辑。美国新闻学会媒介研究主任纳齐森（Andrew Nachison）认为，媒介融合是印刷媒介、视频、音频、互动性数字媒体组织之间战略的、操作的、文化的联盟，<sup>[8]</sup>融合的维度进一步被扩展。

2005年，学者蔡雯在美国调研后，首次将“媒介融合”的概念引介至国内，将媒介融合解释为不同媒介形态的内容、传播渠道以及媒介终端的融合，<sup>[9]</sup>引发了国内的广泛讨论与实践。陈力丹等认为内容融合、终端融合、网络融合<sup>[10]</sup>是主要趋势。丁柏铨则提出媒介融合是物质层面、操作层面与理念层面<sup>[11]</sup>的融合。赵云泽将媒介融合的动力归因为技术、市场和政治的三重驱动，并推论媒介融合的实质是新媒介对旧媒介的逐步统合。发展至今，媒介融合理论已经成为内涵非常丰富的理论资源，从



语言、新闻、媒介、经济、文化<sup>[12]</sup>等不同视角切入,都可以提供建设性见解。基于“媒介”的技术指向和“媒体”的社会机构意涵差异,本文后续使用“媒介融合”偏向于指技术和硬件层面的融合,而用“媒体融合”指向机构与产业层面的意涵。

媒体融合在国内新闻业与出版业的发展中呈现出截然不同的发展路径。出版业在新兴技术的影响下早已自发地开启了融合探索。在出版融合概念提出之前,便有与之相关的概念如“数字人文(Digital humanities)”或其前身“人文计算(humanities computing)”,运用数字化的方式和手段来研究人文学科的新兴学术领域,运用文本分析、互动游戏、多媒体技术等方法探索文学、史学、哲学等领域。这种将文化内涵与数字技术结合的思想与方法论,与出版融合有异曲同工之思。

为适应新的媒体融合态势,学界对出版融合的研究逐渐增多。2014年,曹继东提出“融合出版”概念,认为融合出版的本质是文化与科技的融合。<sup>[13]</sup>杜方伟、方卿区分了出版融合和媒介融合的差异,并划分了出版融合发展相加、相融、深融的三阶段。<sup>[14]</sup>徐丽芳、陈铭将作为嵌套系统的媒介分层,认为出版融合是底层编码系统和载体系统的融合、不同类型媒介的融合、产业融合。<sup>[15]</sup>王伟鲜认为出版融合有三重面向,物质与技术的挪用与规范、文本符号的生产与形塑、场景空间的边际突破。<sup>[16]</sup>

可以看到,相较于新闻行业,出版行业有更长的产业链和自身的独特发展规律,融合的维度也需要从多方面考量。“出版融合”是在时代技术遭遇与整体媒体融合语境中出版业长期、总体的发展方向,“融合出版”则是具体的“新型出版形态”。2021年12月全国科学技术名词审定委员会召开融合出版概念定义专家审定会,将“融合出版”正式纳入编辑与出版学名词术语表中,并定义为“将出版业务与新兴技术和管理创新融为一体的新型出版形态”,融合出版的概念被官方正式确定。

出版融合的实践与概念、理论互为印证,相互激发。云计算、大数据、区块链、人工智能等技术迅速在出版业形成新的奇点,融合走向不可逆之势,“出版融合”理论应运而生,回应出版业的现实关

切。新媒体技术革命实践与理论共生共存,互为后视镜,从已然发生的现实中觉察出版业的未来镜像。

## 二、出版融合不同发展阶段的行动侧重

从出版融合的发展实践进程来看,我国出版融合经历了前置基础条件建设的两个典型阶段:分别是“数字图书媒介的集成化建设”和“在线传播系统发展”。这两个基础也在我国媒体融合发展顶层设计不同阶段体现出不同的侧重点。

### 1. 阶段一:数字图书媒介的集成化建设

自20世纪90年代起,数字技术蓬勃发展。媒体对信息采集、储存、传播、处理的方式发生了革命性变化,顺应时代之势,国家大力推进数字图书馆建设,借助相关技术手段实现文化的数字化基础建设。我国从20世纪开始就很重视文化的技术设施基础建设,既包括文化设施本身,也包括相应的管理制度。这一阶段的出版物主要类型为电子出版物和网络出版物,国家出台了系列文件对电子出版物的定义、管理办法进行明晰,如《电子出版物管理暂行规定》(1996)、《互联网信息服务管理办法》(2000)、《互联网出版管理暂行规定》(2002)等。1996年,“九五”计划提出,“搞好图书馆、文化馆、档案馆、科技馆和博物馆等文化设施建设”;<sup>[17]</sup>在数字技术快速引进发展的几年,“十五”计划中更凸显了对信息技术的关注——要求加强信息资源的开发,推进广播电视等的信息化进程,加强对新闻网站的建设与管理、重点建设中国数字图书馆工程等项目。<sup>[18]</sup>在国家政策的推动下,1996年,北京召开的第62届图联(IFLA)大会设立“数字图书馆”为其中一个讨论专题,这是“数字图书馆”概念首次在国内被提出。1997年7月,原文化部向原国家计划委员会推动“中国实验型数字式图书馆项目”作为国家重点科技项目正式立项,该项目由北京图书馆、上海图书馆等6家图书馆共同参与,拉开了中国数字图书馆建设的帷幕。1999年,“863”计划“中国数字图书馆发展战略组”与首都图书馆正式签订意向书,“中国数字图书馆示范工程”正式启动。2001年初,“全国党校系统数字图书馆建

设计计划”正式立项，北京大学、华东师范大学等院校陆续成立数字图书馆研究所，并在全国形成了数字图书馆建设的高潮。

## 2. 阶段二：以“新闻”为典范的数字网络传播体系

尽管新闻业与出版业的发展呈现出不同的规律，但在媒体融合总体背景下充分发展的融合新闻客观上为出版融合提供了完备、通畅的传播网络。

2005年，中国互联网发展在B2C（Business to Customer）、C2C、搜索引擎、新闻门户网站等各个细分领域“几乎完胜所有美国的竞争对手”。<sup>[19]</sup> 2009年，《关于进一步推进新闻出版体制改革的指导意见》发布，再次强调新闻出版业的数字化发展。《新闻出版业“十二五”时期发展规划》着重指出，“顺应数字化、信息化网络化趋势，推进新闻出版业转型与升级”。2014年，中央全面深化改革领导小组通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，正式提出“推动传统媒体和新兴媒体融合发展”，“媒体融合”上升至国家战略。

2014年起，我国新闻业正式开启有战略、有组织、有规划的融合实践之路。2017年，“十三五”规划中明确提出“打造一批新型主流媒体和传播载体”；<sup>[20]</sup> 2018年，习近平总书记在全国宣传思想工作会议上指出“要扎实抓好县级融媒体中心建设”，<sup>[21]</sup> 中央的试点工作逐渐在融合实践中形成一些典型模式，不断扩散至全国形成燎原之势，并服务基层，打通媒体融合的“最后一公里”。2019年，习近平总书记提出了“全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体”的新概念，体现出新时代媒体在政治引领、社会服务、行业建设方面的新责任与新理念。

十几年来，媒体融合经历了相加、相融到深融的过程，目前已经形成了空间上从中央到省市级，再到“最后一公里”；体制上采编播一体化、统一管理、灵活调控，流程上多元采集、多渠道生产、多媒体呈现、互动化传播；理念上以用户为中心，重视互动、服务和用户体验的完善的新闻融合传播网络。基于此，媒体融合发展形成的网络环境为出版融合提供了必不可少的基础设施与传播通路。

## 三、从顶层设计到行动纲领：出版融合发展的内在维度与外在趋向

### 1. 从信息功能向精神价值转向

进入自媒体时代的互联网世界，信息稀缺转变为信息过剩。麦克卢汉曾将这种信息迅速发展称为“信息内爆”。这使得媒介发展需要解决的主要矛盾发生了转变——“匮乏”被解决，而新的问题是“信息的含金量”，也即内在意义和价值问题。

香农在1948年的两篇杂志中提出“信息”的概念，认为我们所接收到的讯息（Message）中总是包含着已知的部分、未知的部分。一个讯息中的预料之外的部分就是“信息”（Information），<sup>[22]</sup> 信息意味着不确定性的减少。当今人类与媒介共生，便捷的网络与移动设备赋予人类随身携带庞大信息源的特权，获取信息仅出于个人意愿；或许，不止于此，在个体的期待之外，海量信息仍在与注意力不期而遇。相比之下，人类的注意力成为稀缺资源。现代媒介为普通受众进行信息赋权的同时，过度暴露则是悬于公众项项的达摩克利斯之剑，“信息焦虑（Information Anxiety）”已隐匿在我们日常生活的角落，过量的信息、信息化的内容让渡了其主导地位，其价值被极大弱化。

外显的言语之外，我们更容易忽略语言本身——作为象征性、精神性和结构性的存在。融合的要义在于依托新兴的技术力量，构建一个体制上更为集中、渠道上更为灵活、具有强大传播力的媒介群组，全面增强传播效果，提升传播效率。信息量作为“量”的意义下降，信息内涵作为“项”的意义提升。因此，在融合趋势下，信息价值弱化的同时，精神价值愈加凸显。

面对世界百年未有之大变局，建设出版强国，提升国家文化软实力使命在肩。2023年，习近平总书记在文化传承发展座谈会上发表重要讲话，强调文化工作要牢牢把握中华民族的统一性、包容性、连续性、和平性；<sup>[23]</sup> 习近平总书记对宣传思想工作作出重要指示，指出要“着力建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态，着力培育和

践行社会主义核心价值观,着力提升新闻舆论传播力引导力影响力公信力”。<sup>[24]</sup>

在中华文化繁荣发展的语境下,出版工作的重要性不言而喻。大部分用户生产内容(UGC)本身表现为短平快的浅信息模式,因而出版所生产的深度信息或知识对社会整体信息质量而言更具价值。同时,作为媒介知识来源的专业生产内容(PGC)由于需要适应移动端的阅读,其知识生产往往呈现碎片化的特征,相对而言,如书籍般体系性、系统性的信息生产对社会文化系统的维系就更为重要。因此,信息深度、融合体系化及信息传播力需求都对出版融合提出了更高的要求。

2021年,《出版业“十四五”时期发展规划》中提出,“推动完善出版融合发展”;<sup>[25]</sup>2022年,中宣部印发《关于推动出版深度融合发展的实施意见》,明确出版业深度融合发展的主要任务和要求,对新时代的出版融合作出整体部署,出版业迎来新一轮深度融合发展。

## 2. 从“再现”向“生成”的符号转型

符号即意义,出版是一种将意义客体化、媒介化的社会活动。出版物的基本要素包括媒介(载体)、符号、出版技术,出版符号包含听、嗅、触、视等多种感官符号,虚拟出版的符号图景蔚为大观。

融合出版物的符号来源主要有3个群体,第一类是专业出版者。数字出版载体上的符号是从纸质版出版物上进行“媒介平移”而产生的“符号再现”,<sup>[26]</sup>如对书籍、报纸进行简单的数字化处理形成相应的电子版本。第二类是大众。随着出版产业数字化程度加深,内容生产的前端被用户打开,大众分散式地进入信息生产通道,以数字劳工的身份生产文化符号、建构关系网络。第三类是生成性的人工智能,生成次生性的符号文本。

对于这3种不同类型的符号,应进行差异式处理,促进符号的意义由“平移”向“生成”发展。一方面,发掘、整理、优化优秀的专业性符号文本,在推进其数字化的同时进行创造性延伸,在其原始语意的基础上,借助数字技术促进新符号的生成。另一方面,针对各平台的“众创”型内容,应充分发挥激励机制,鼓励生产优质内容;革新管理体制,

对生成内容进行系统化、结构化管理;完善法律法规,保护内容原创性;注重社群维护,营造良好的内容生产氛围。

针对各类人工智能生产的次生符号系统,在鼓励创造性转化的同时,还需加快其识别系统的建立,警惕其对人类原生符号系统的覆盖与侵入。通过上述措施,全方位推进基础的符号平移向创造性的符号生成转化,为出版融合提供更丰富的内容基础。

## 3. 由“出版+数字”向“跨界对接”模式转型

从20世纪90年代至今,我国数字出版产业经历了电子出版、网络出版与数字出版3个阶段,技术发展是其转型的基本动力。电子出版的特征是传统出版流程、内容的媒介迁移,是典型的“出版+数字”模式。2000年,互联网技术迅速发展,出版业进入网络出版阶段,用户可以将互联网上的信息资源在终端进行浏览、下载或使用——单机出版时代落幕。这一阶段实现了加工工艺和出版产品的数字化。以报纸和书籍为主要代表,纸质版内容加速网络化,部分原创作品借助网络迅速发展。这一阶段在进行传统出版数字迁移的同时,也实现了部分基于互联网技术的新业态。2005年之后,通信技术、存储技术、网络技术、显示技术等信息技术快速发展,出版业正式进入数字时代,出版业向全流程的数字化转型,整合多种媒介形态,载体独立,初步形成了基于自身发展和适应技术的产业链。已经逐步跳出“数字+出版”的媒介迁移模式,开启了以数字技术为基础的产业发展模式雏形。

《关于推动出版深度融合发展的实施意见》指出,要加强出版融合发展战略谋划,从内容、技术、重点工程、人才建设、保障体系提出具体要求。<sup>[27]</sup>出版融合的建设是全体系的、革命性的,“数字+出版”,尤其是“数字+传统出版”的理念亟须更新。这一要求昭示,作为社会传播体制信息革命的具体表征,媒体融合对新闻出版产业的塑造将是彻底的。可以预见,出版融合是一场全产业链革命,出版业将进行体制机制、内容生产、渠道投放、经营管理、传播扩散、产品升级、市场竞合等诸方面的变革,绝非在传统出版模式基础上简单修补可以达成。因

此,要转变观念,主动融合,向以数字高速公路为基础的新业态跨界对接、转型升级。

#### 四、打破“第四面墙”： 从出版本位到跨界融合

文学戏剧理论用“第四面墙”描述戏剧舞台与观众的关系,即观众可以通过透明的墙观看表演,但始终无法跨越,被区隔于舞台的故事之外,它也可以被称为无法跨层的“叙述框架”。<sup>[28]</sup> 本文借用“第四面墙”这一概念阐释出版融合发展的边界问题。

出版主动走向融合有两条路径,第一条是边界内的融合,即以出版为主体进行技术的延伸和内部的媒介整合。以出版为核心,依托现存的出版形态,聚合多种媒介形成出版融合业态。另一条则是打破“第四面墙”的融合,以“融合”为核心,主动突

破边际,与多种业态、多种媒介进行跨界融合。出版融合是一种特殊的媒体融合形态,是媒体融合发展大背景下的行业具体实践。

出版融合要打破“第四面墙”,是基于“人”构成的出版运行机制的转型升级,从坚持“出版”本位到主动出击进行跨界融合,建设不断趋于完善的出版融合新业态。未来出版发展创新应积极向外延拓展,从“人与知识联结”的底层逻辑出发,向全面开放的行业跨界融合升级。在一定的历史阶段内,人类的新技术、新制度往往催生对传播知识的结构性需求。出版融合发展要处理对谁出版、出版什么、怎样出版、有怎样的社会影响等一系列问题——出版融合发展面向的将是社会整体文化结构的更新。

[作者单位:四川大学文学与新闻学院(出版学院)]

#### 参考文献:

- [1] 詹姆斯·格雷克. 信息简史 [M]. 高博,译. 北京: 北京邮电出版社, 2013: 168.
- [2] 韦路, 鲍立泉, 吴廷俊. 媒介技术演化与传播理论的范式转移 [J]. 当代传播, 2010(1): 18-21.
- [3] 易泰告. 1994 开启中国 INTERNET 元年的先驱者们 [J]. 电子技术与软件工程, 2013(13): 106.
- [4] 向晴. 中国电子图书发展历史研究 (1991-2018) [D]. 重庆: 重庆大学, 2019 (15).
- [5] 张立. 数字出版学导论 [M]. 北京: 中国书籍出版社, 2005: 1.
- [6] 李伟, 顾霖. 网络出版、电子图书馆和虚拟图书馆 [J]. 北京图书馆馆刊, 1994(1): 52-59.
- [7] 亨利·詹金斯. 融合文化: 新媒体与旧媒体的冲突地带 [M]. 杜永明, 译. 北京: 商务印书馆, 2012: 31.
- [8] 蔡雯. 新闻传播的变化融合了什么——从美国新闻传播的变化谈起 [J]. 中国记者, 2005(9): 74-76.
- [9] 蔡雯, 王学文. 角度·视野·轨迹——试析有关“媒介融合”的研究 [J]. 国际新闻界, 2009(11): 87-91.
- [10] 陈力丹, 董晨宇. “融合”背景下的媒介传播趋势与手段 [J]. 新闻传播, 2010(8): 9-11.
- [11] 丁柏铨. 媒介融合: 概念、动因及利弊 [J]. 南京社会科学, 2011(11): 92-99.
- [12] 胡靖, 胡加加. 溯源与考辨: 媒介融合的多维视角和研究路向 [J]. 中国出版, 2019(12): 14-18.
- [13] 曹继东. 基于数字化技术和互联网思维的“融合出版” [J]. 科技与出版, 2014(9): 15-18.
- [14] 杜方伟, 方卿. 从“相加”“相融”到“深融”——出版融合发展战略历程与展望 [J]. 出版广角, 2022(5): 6-11+96.
- [15] 徐丽芳, 陈铭. 媒介融合与出版进路 [J]. 出版发行研究, 2020(12): 20-30.
- [16] 王伟鲜. 勾连、延伸与重塑: 融合出版发展的三重面向 [J]. 出版科学, 2023, 31(6): 43-50.
- [17] 关于国民经济和社会发展“九五”计划和 2010 年远景目标纲要的报告 [EB/OL]. (2008-04-21) [2024-06-24]. [https://www.gov.cn/test/2008-04/21/content\\_950407.htm](https://www.gov.cn/test/2008-04/21/content_950407.htm).
- [18] 中华人民共和国国民经济和社会发展第十个五年计划纲要 [EB/OL]. (2001-03-15) [2024-06-24]. [https://www.gov.cn/gongbao/content/2001/content\\_60699.htm](https://www.gov.cn/gongbao/content/2001/content_60699.htm).
- [19] 刘冰. 融合新闻 [M]. 北京: 清华大学出版社, 2021: 2.
- [20] 中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要 [EB/OL]. (2016-03-17) [2024-06-24]. [https://www.gov.cn/xinwen/2016-03/17/content\\_5054992.htm](https://www.gov.cn/xinwen/2016-03/17/content_5054992.htm).
- [21] 习近平出席全国宣传思想工作会议并发表重要讲话 [EB/OL]. (2018-08-22) [2024-06-24]. [https://www.gov.cn/xinwen/2018-08/22/content\\_5315723.htm](https://www.gov.cn/xinwen/2018-08/22/content_5315723.htm).
- [22] E·M 罗杰斯. 传播学史: 一种传记的方法 [M]. 殷晓蓉, 译. 上海: 上海译文出版社, 2012: 426.
- [23] 习近平. 在文化传承发展座谈会上的讲话 [N]. 新华每日电讯, 2023-09-01(1).
- [24] 习近平对宣传思想文化工作作出重要指示 [EB/OL]. (2023-10-08) [2024-06-24]. [https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202310/content\\_6907766.htm](https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202310/content_6907766.htm).
- [25] 国家新闻出版署. 出版业“十四五”时期发展规划 [J]. 中国出版, 2022(3): 8-20.
- [26] 胡易容, 康亚飞. 数字时代出版学科的理论要素与演化逻辑 [J]. 中国出版, 2022(23): 17-22.
- [27] 中共中央宣传部. 关于推动出版深度融合发展的实施意见 [J]. 中国出版, 2022(9): 13-15.
- [28] 吴光耀. “第四面墙”和“舞台幻觉” [J]. 戏剧艺术, 1984(2): 27-37.