

数字时代出版学科的理论要素与演化逻辑^{*}

□文 | 胡易容 康亚飞

[摘要] 近年来,业界提出的“数字出版3.0”展现了5G等数字技术新动向对出版行业的重要影响。文章通过“媒介”与“符号”构成的三阶段差异分析了数字出版3.0的理论语境支持,并提出当前数字出版发展的内在逻辑,是从“媒介关系”到“符号关系”再到“人与人联结关系”的重心转移,应以“数字出版3.0”为新的起点展开出版学科基础理论探索,推进出版学科顶层设计。

[关键词] 数字出版3.0 出版学科 符号 媒介

在媒介环境学派看来,一种新的媒介意味着一种新的文明秩序——莎草纸挑战了石头和象形文字的知识垄断,^[1]而廉价纸挑战了昂贵羊皮纸的知识垄断。^[2]作为人类知识传播枢纽的出版活动,最切近地见证了媒介对人类文明秩序的重构。今天,我们正在一个新的起点,见证和思考基于知识传播方式重构的里程碑。与此前不同的是,出版不再仅仅是一种自发的文化传播实践活动,而是一个具有完整体系和结构的现代学科。这意味着我们在思考出版活动的时候,更具有系统化和整体观的自觉——这也是强调“顶层设计”的学理逻辑必然。2021年,国家新闻出版署印发《出版业“十四五”时期发展规划》,明确提出了要“深入推进出版学学科建设,进一步优化学科顶层设计”,^[3]从顶层设计上将“数字化”这一当今出版基本媒介形式和阅读方式作为学科发展的基本出发点。如何在读屏时代建强出版学科,关乎出版学科本体的价值实现,也是当前出版学科共建工作的重点。

一、出版业的数字时代语境与发展阶段

构建中国特色出版学学科体系,离不开数字化的现实语境。数字出版的快速发展,也说明了数字化阅读已逐渐成为时代需求。虽然数字出版历史并不悠久,但在信息内爆催动的高速知识迭代背景下,

其发展轨迹已经历三个阶段。

1. 数字化是出版事业的环境驱动力和时代语境

方卿曾提出以“出版服务”来定义出版学科的本体,^[4]其观点道出了出版学科的应用性和社会服务本位。我们可以从两个层面来理解“出版服务”,一是产业意义上的出版。出版学科要服务于从事出版的“机构主体”,他们是出版产业的活动主体;二是社会价值上的,即出版服务最终指向的“阅读行为主体”,其关乎我国全民素质的提高。“全民阅读”连续九次被写入政府工作报告,《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》把深入推进全民阅读、建设书香中国纳入宏伟蓝图,全民阅读成为国家文化发展战略重要组成部分。

从产业角度来看,数字出版已经成为出版业的重要部分。2020年,许多行业受到疫情影响而出现下滑,但数字出版当年产业收入超过万亿元,达到11781.67亿元,比上年增加19.23%。^[5]可见,在印刷出版形态逐渐走向后高峰时代的背景下,数字出版作为出版事业发展的主导力量价值凸显,并将成为未来出版事业的核心驱动力。从出版事业作为一种服务的“阅读”行为指向来看,数字化正成为出版业的主要媒介承载方式。在数字媒介技术发展的推动之下,数字形式的阅读逐渐成为人们与出版建立联结的主要方式——选择数字化阅读的比重

^{*} 本文系国家社科基金冷门绝学专项课题“巴蜀符号谱系整理与数字人文传播研究”(20018VJX047)阶段性成果,并受新华文轩出版传媒股份有限公司与四川大学出版学院专项资助

逐年上升。从阅读端情况来看,“阅读形态”已经从“读纸”时代转向“读屏”时代,并正在向万物智联的时代飞速迈进。

无论是从出版产业动因,还是出版事业和社会服务价值的体现来看,数字化逐渐占据更重要的位置,那么,讨论出版学科建设及其未来发展趋势,就不得不考虑“数字化”这一大环境维度,以未来向度为目标来考察出版学科的顶层设计以适应社会发展需求。这是谋划中国特色出版学发展的总体环境,也是学科建设的出发点。

2. 数字出版发展的三个阶段

厘清数字化对出版学科的具体影响还需要分析数字化对当今出版业的影响。2019年,随着5G网络商用正式开展,业界提出了数字出版3.0并引起了学界的关注和讨论。^[6]目前学界关于数字出版3.0的主要论点可作如下归纳:

第一阶段,也即数字出版1.0模式,是线下向线上转移并形成线上线下融合发展态势;第二阶段的数字出版2.0模式,是出版业的跨媒体发展与衍生品同步开发模式;目前正在转型发展的第三阶段(3.0模式),是以数字载体为基础的多样化出版形态共同形成全网络营销体系的整合。^[7]

这三个阶段的划分有其自身的特点和出发点,主要是基于数字媒介技术平台发展的分析,尤其基于5G商用化带来的技术实现基础。对于出版行业的软性属性的考虑相对少一些。从出版行业综合发展的本质属性来看,出版行业既是“载体”和“技术”的,也是“符号”的^[8]——前者代表了出版的硬件,当前最突出的特征即是“数字媒介”,而后者是出版活动的“软件”,其指向一种知识服务和传播,属于人文活动的范畴。

如果说“媒介”构成了当今出版行业的技术语境,“符号”则是出版作为一种文化知识传播活动的根本属性,“数字”体现了两者的联结——数字即“当今出版的新媒介形态”也构成了“当今出版符号”的“元符号”。数字化是一种技术手段和记录符号的特定方式。广义而言,任何将无边界世界所涵盖的连续对象,转变为可以度量的数字编码过程都可称为数字化。古老的结绳记事可被视为数字化编码的原始形态;^[9]周易卦象本身就包含“类数字”编码方式。由此,当出版迈入数字时代,其逻辑底色就是一种“数字

化”的知识传播活动范畴。正如张新新所言“数字出版是对出版学的继承和扬弃”。^[10]

这种底层逻辑的规律性,对数字时代出版学的基本理论架构具有重要价值。尤其是当前出版学科建设尚处于“前学科”阶段时,^[11]这种基础理论架构探讨的重要性更加凸显。在出版学科建构的时代命题中,媒介的变革是其中最为凸显的。换言之,出版学科化的当代性问题中,数字媒介环境构成了出版学科建构的总体性环境。

从这个意义说,我们可以将“数字”“媒介”及其最终作为出版服务的对象“人”,作为当今出版学科规划的基本工作环境要素来思考出版学科的顶层设计结构,以真正把握数字出版3.0背后的理论逻辑,理解其对于出版学科的参照意义和启发。

二、从数字出版1.0到3.0的理论基础与内在关系演化

从“媒介属性”与“符号属性”视角构建起的关系差异逻辑,可以重新解读数字出版从1.0到3.0发展的前后内在逻辑与核心要素。这3个阶段的核心要素和发展规律对理解当今数字出版的未来趋向有重要启示。

1. 数字出版1.0的“媒介平移”与“符号再现”

数字出版1.0的行业具体表现为,传统的纸质书向电子书、网络阅读媒介形态的转移,其焦点集中在“媒介存储介质的转移”,而符号表现形式力求忠实再现传统出版介质的形态,因此也可称为“媒介平移阶段”。这个阶段的重大意义在于,从出版业诞生以来的阅读载体发生了革命性的改变。在出版数字化的初始阶段,主要任务是通过数字手段对原文本内容进行记录、存储、保护以及出版再现。在这一阶段,主要体现为技术发展引发的存储载体和传播介质的变化,而内容通常并无自觉创新。常见的如图书等信息资料的数字存储、文物遗产的图像化记录、音乐和图像的胶片或胶卷记录逐渐转变为数字媒介记录或出版。

1990年,美国国会图书馆开始设立“美国记忆”(American Memory)项目,将馆内文献、手稿、影音等典藏进行数字化编辑,使得人们在电脑前便可以浏览上万件文物典籍,从而保存和传承了历史



记忆。这些开放的资源不仅给人们的观赏带来便利性,也为相关学者和爱好者进行研究提供了条件。在我国文化部门新世纪以来的相关规划中,数字阅读、数字图书馆皆是其中重要内容,如2011年文化部、财政部《关于进一步加强公共数字文化建设的指导意见》中便提出:“重点实施文化共享工程、数字图书馆推广工程和公共电子阅览室建设计划三大公共数字文化惠民工程,在此基础上,广泛动员各方面力量,逐步拓展范围,带动数字美术馆、数字文化馆、数字博物馆、数字爱国主义教育基地等建设。”^[12]

由于数字化的早期工作主要集中在对资料的数字转化存储方面,因此有学者指出:“第一个阶段的数字化并非一种理论的讨论而是一种媒介演进的技术实践。此阶段所谓的人文仅仅是数字技术实现的对象要素。”^[13]在这个阶段,数字出版符号再现方式是通过数字介质抽去了原有媒介物的质地因素,如纸张变为电子屏幕。这个阶段在出版行业的具体表现,是从传统出版形式载体向电子书以及网络出版发展。相应地,阅读消费的场所由实体店向电子阅读器、网络 and 手机客户端转移。该阶段可被视为一个宏大的基础设施建设过程,迄今为止,它仍然未完成,但作为高速公路和基础设施,为当前和未来数字化出版的进一步发展奠定了基础。尤其需要注意的是,虽然此阶段所复刻的文本内容无变化,但媒介形式已然不同,这也蕴含了出版行业的重大变革。

2. 数字出版 2.0 的“数据集成”与“符号表征”

数字出版 2.0,表现出跨媒体出版的繁荣及衍生品同步开发的爆发式增长。这个阶段在媒介与符号方面的特征表现为,经过一段时间的媒体内容转移,后台已经获得了一定数据。数字出版业可以围绕核心内容实现数据集成,而出版媒介载体开始跨媒体、多元化平行发展,也即媒体与媒体之间的关系是平行的而不是必然以纸质书为“元媒介”向“电子书”转移。此阶段的出版符号内容也不再仅仅围绕单一的复现,而是带有一定创作性质的“表征”。因此,我们可以将这一阶段的数字出版在“媒介关系与符号关系”上的特点归纳为“数据集成与符号表征”。

与 1.0 时期的技术实践相比,数字出版第二阶

段已经具有了相对庞大的数据基础,这些基础数据的整理和选择因而成为该阶段工作的主要问题。即在巨量的数据基础之上,通过对特定对象选择、重组以及再媒介化以实现“符号表征”。“表征”不是简单直接的复现,而是基于特定目的和意义内涵的符号表达。从信息论的角度来看,未加编辑和有序化处理的数据与没有数据同样均属于高熵值状态,无法提供有效的知识传播。因此,这一阶段的重要工作是在数字出版 1.0 积累的大数据基础上进行再编码,使得符号以崭新的面貌呈现出来。通过上阶段累积的数据通路,数据间的关系和新的秩序通过重组形成——数据背后的思想和内涵即得到全新的媒介演绎和“符号化表征”。

我国从 20 世纪 80 年代至今,“敦煌已经完成了 180 余个洞窟壁画的数字化采集,80 余个洞窟壁画图像的后期处理,140 多个洞窟的空间结构三维重建,120 余个洞窟的全景漫游,45000 余张底片的数字化处理。”^[14]从其数字化发展程度来看,敦煌已完成了第一阶段的“符号再现”过程,如壁画的数字采集,而正在历经第二阶段的“符号表演”过程,如洞窟的三维重建、全景漫游等。这些数据后台将为数字出版提供新的元数据后台基础。

人们常将借由数字媒介而存储的记忆,称为“数字记忆”。21 世纪以来,全世界关于数字记忆的项目陆续出现。2000 年至今,美国西蒙斯学院建立的“全球记忆网”(Global Memory Net),已有超过 80 个国家的 2400 个数字记忆项目加入,^[15]包括国家记忆、族群记忆、历史名城记忆等。2003 年,考虑到数字遗产的重要性及其正面临着消失的危险,联合国教科文组织发布了《保存数字遗产宪章》,对数字遗产的使用、保护、保存提出了相关要求;^[16]2010 年,谷歌公司从斯坦福大学图书馆开始,将图书扫描至网络,实现数字化存储和传播;2015 年,中国人民大学信息资源管理学院以“数字记忆:构建、认同与传承”为主题举办研讨会,旨在从学理层面对数字记忆进行探讨……从互联网上获取世界各地的电子图书、历史知识、文物图片等,是再正常不过的一件事情。正如凯瑟琳·菲茨帕特里克提出的,它是“各领域中的一种关系,在这些领域中学者们使用计算机技术来探究传统的人文问题。”^[17]

数字出版 2.0 在出版领域更直接的影响,表现在围绕特定符号和 IP 的跨媒体出版和衍生品开发,包括图书与影视剧、广播剧、动漫形成的全版权运作和随之蓬勃发展的作家经纪等商业模式。当前出版行业的数字化工作很大程度仍体现为数字出版 1.0 向 2.0 的过渡和交叠。2.0 阶段,是出版行业跨越媒介的内容以获得全新的符号表征和意义实现,这启示我们从认识上突破“数字图书”中“图书”这一“比喻性”称谓对出版研究的观念桎梏,以建立全新的阅读观和出版观。

因此,在数字出版的持续推进中,不仅应注重传统图书和内容的数字化复现,更要着重探索不同媒介形态符号编码创造出新的符号文本和产业价值、社会价值的实现。在元宇宙时代前夜,这种未来向度的考虑尤其必要。

3. 数字出版 3.0 : 多模态媒介衍生与符号交互演绎

数字出版 3.0,是当今数字出版的发展方向,其在出版行业的商业模式和传播模式体现为:以数字载体为基础的多样化出版形态共同形成全网络全媒体的营销体系。其在媒介与符号上的特征则体现为“多模态媒介衍生与符号交互演绎”。在经历了第一阶段的数据存储基础设施阶段和第二阶段的数据符号再编码之后,数字出版正在逐渐走向一条更注重回归“人”的路径。通过系统整合的数字计算和匹配,将对人的服务视为终极目标,而技术则回归到手段的角色上。例如,可以根据目标受众的行为特征来进行智能化精准投放,量身定做个性化阅读内容。通过感官和神经信号模拟,能够得到相应的数位计算值。也即,这个阶段的高级应用是通过文本分析和合一化的抓取之后,需要与同样被数字化抽象的“人”匹配。在出版商业应用上,其呈现为个性化推送、个性化定制和个性化表达与交互,比如根据阅读者的自我兴趣进行数字阅读内容的精准推送和定制,或通过阅读者之间的横向交互而构成新的基于阅读兴趣的“人—人”链接等。

如果说,数字出版 1.0 阶段主要解决的是“物(实物)—物(媒介)”的硬件关系问题,数字出版 2.0 阶段主要目标,集中解决的是“符号(原符号)—符号(再生符号)”关系问题,数字出版 3.0 阶段则是着重借助媒介与符号再编码重构了“人与

人”之间的关系。在前两个阶段,以数字化手段让人类或人类思想媒介化、符号化为巨大的“原始数字库”,而数字出版 3.0 的全新交界面旨在通过这一由原始数据库构成的“元符号”通过智能化来实现“人—物—符号”环境间的无缝连接,而出版活动则应当在此总体语境下去创造性地发现服务的形式。数字出版 3.0 是让数字化具有人性的考量维度。在数字出版 1.0 和 2.0 阶段,无论是通过数字手段实现文本诸形式保存,还是通过数据手段对符号内容进行“宏文本”^[18]化后的整理、检索、研究、挖掘,“符号”部分都仅构成“对象”或“内容”的被动角色,而到了 3.0 阶段,媒介与符号都退居手段位置,人与人的互动关系获得了重构和升华。



图1 数字出版三个发展阶段的符号与媒介关系焦点

如图 1 所示,数字出版的 3 个发展阶段依据其内在要素的侧重分别为:1.0 阶段的“符号再现”以媒介的压缩存储为核心,2.0 阶段的“符号表征”以大数据媒介集成与符号编码为核心,3.0 阶段的“符号演绎”以多模态媒介衍生与符号交互演绎为核心。换言之,第一个阶段凸显的问题是“媒介”载体转换,第二阶段的主要问题是符号“有序化编制”,而第三阶段反过来,是从数字技术回到人的本位,侧重点将从原有媒介、原有内容转化为创造新的内容,以及联结生产新的人际关系。这三个阶段不是非此即彼的过程,而是大多数情况下同时存在,甚至可被视为驱动数字出版发展的内在并行要素(见图 2)。

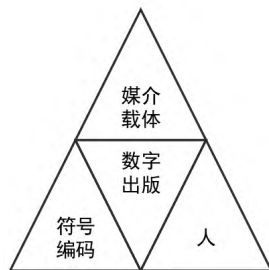


图2 数字出版的基础驱动三要素



由于提供了新的联结方式,使得出版发行模式和商业模式发生了根本性变化。例如全网络营销体系的整合,实际上不仅重新建构了发行方与消费者的联络,也推动了出版发行方自身结构的重塑——传统电商、自媒体电商、知识付费和线下的融合。

三、数字出版 3.0 背景下出版学科内涵再审视

当今出版与阅读,是在数字技术快速发展的大背景下开展的。数字出版 3.0 阶段不仅是对技术现实的回应,更是对以“人”为对象主体的关照。因此,当我们在讨论出版学科建设及其未来发展趋势时,并不是单纯思考出版的媒介形式或符号表征,而是以数字手段为服务“人”赋能,将出版与阅读作为一个辩证统一体,站在一个更为深广的维度下来思考出版学科的顶层设计。

1. 数字化驱动下出版学科内涵的重新审视

数字出版 3.0 阶段的出版学科内涵,首先是基于数字出版时代对“人”的关照。这里的“人”,既包括“阅读”服务端指向的受众群体,也指向符号化知识的机构生产者。对于出版学科来说,就是基于学科创新的高素质出版人才培养。培养高水平的出版人才队伍,是促进优质服务的出版行业人才重中之重。

不仅如此,数字出版 3.0 所关切的“人”,指向的是“人—人”联结形成的新网络关系。在这种新的网络关系下,既有的静态知识内容会在这一新的互动关系下展现出边界的开放性。就此而言,数字出版并不是将传统的出版内容用数字化的形式提供阅读,而是通过数字网络联结对特定主题关注的群体,并衍生出全新的知识——整个阅读就成为一个开放的阅读,整个出版也成为动态的出版。例如:存在了两百多年的《大英百科全书》停止纸质出版,而以数字化的形式呈现。这里不仅仅是媒介的转换,而是通过不断发布更新当今时代新衍生出来的词汇,以匹配飞速发展社会和人们在交互中形成的新词汇。就此而言,《大英百科全书》与“维基百科”的知识生产逻辑是相同的——基于“人—人”交互的动态知识衍生机制。

第二,数字出版 3.0 时代,应当从“出版服务”实现的角度思考数字时代新媒介形态问题。在数字出

版 3.0 时代,线上的各种在线平台和线下的图书、期刊、图书馆、阅读推广、社区建设都将整合在一个更广义的“宏文本数据链”中实现其服务目标。^[19] 2011 年大学管理委员会 (University Leadership Council) 发布的《重新定义学术图书馆》,主要从利用数字馆藏、重新思考数字出版模式、重新定义图书馆空间以及重新配置馆员资源等角度探讨了如何管理数字信息服务迁移。因此,图书馆已经不再是一个“馆”的概念,而是不断向信息中心、知识中心、创新中心转型。相应地,出版社也就不应当仅仅是受限于具体媒介形式的经营者,而是社会知识建构的全方位综合服务体。正如当前我国打造的“城市书房”“乡村书房”“社区图书馆”等,不再是单独的放置书的场所,而应该是分散的知识信息终端,以满足人们便捷阅读、知识获取的需求,进而实现知识数据的深度互联互动。

第三,数字出版 3.0 时代,保存知识、传承人类文明不仅是出版事业的题中应有之义,更是创造新知识的时代学科命题。2015 年年底,中国国家图书馆联袂 30 家省市图书馆发出《全国图书馆界共同开展记忆资源抢救与建设倡议书》,指出:“图书馆是人类文明的传承之所,抢救记忆、保存记忆是历史和时代交给我们——图书馆人的使命……要把记忆资源建设当作我们新的航线、新的田野去勇敢探索、辛勤耕耘。”当前,这一命题正在由传统出版业全面转向由数字出版来承担。^[20] 数字技术大大拓展了人类文明保存、传承的方式和可能。数字时代,媒介不再仅仅遵循英尼斯划分的“时间偏倚”与“空间偏倚”二元逻辑。相对于传统媒介观下的静态记忆与存储,数字时代的知识是以一种“全媒介”“全在场”的方式动态存在并不断超越原有媒介形态衍生和生长。

2. 以“数字出版 3.0”为新起点的出版学科再出发

出版学科和出版知识研究的开展离不开媒介的参与。某种意义上,出版活动乃至出版事业,很大程度上是媒介变革催动的结果。伊丽莎白·爱森斯坦将印刷机作为全人类变革的动因,这首先是因为此前一直掌控在教会和权贵手里的“知识”,终于有机会被大众接触,这是一场彻底的知识生产方式的变革。与彼时的其他媒介相比,印刷强大的复制

能力极大延长了文本的生命,知识被从长者的记忆和智慧中解放出来,走向高速累积的时代。印刷带来的,不仅是知识的更迭,更是现代性的破晓。数字技术带来的知识生产变革更加彻底,它“不仅是对旧范式的更新,更以包容的姿态对实证与诠释两种方法论取向进行整合,力图超越学科‘文化’之间的壁垒。”^[21]数字出版背后驱动力量的媒介革命,在此打破了原有的静态媒介逻辑,形成了全新的传播逻辑和发展规律。正如有学者指出:“数字人文的产生在本质上属于一种方法论和研究范式上的创新,其核心目标是将现代信息技术融入人文领域,从而改变知识的获取、标注、比较、取样、阐释与表现方式,通过设计、计算、分析、可视化等手段重塑和改造人文知识。”^[22]

因此,数字出版3.0为新起点的出版学科,是以媒介融合为基础,以阅读服务和符号化知识传播为旨归的再出发。数字出版对“跨学科”的要求不仅仅指的是出版的知识内容与技术之间协调发展,同时还指在人文学科内部知识生产以及地方与全球知识生产之间要进行跨学科的交流与合作。从学科发展环境来看,媒介是基本载体,而数字时代的出版是传统文科的转型升级、是学科融合发展的产物,是数字时代出版学科的底层架构,这对同样属于交叉

学科领域的出版学具有重大意义。

本质而言,从数字出版1.0模式到数字出版3.0,出版行业的内在驱动力发生了微妙的转移,侧重点从“媒介关系”到“符号关系”再到“人与人联结关系”。当前,以数字出版3.0为新的起点,从前瞻性和未来性对出版学科发展谋篇布局开展顶层设计,不仅是技术的升级,更是思维和底层逻辑的升级,是“出版”这一学科服务全社会,建立知识社会的关键点。在当下及未来,数字化是全方位开展出版学建设的新起点和语境,也是贯穿新媒体时代出版文化与出版理论的基本架构。从数字工具的开发到针对文本、图像和艺术品的档案数据库建设再到原生数字材料研究,数字化为背景构筑的出版学科可以成为一种专注于知识创造、知识整合、传播的总体研究领域。数字出版归根到底是一种关于知识的生产与传播,既是方法导向,也是理论和实践导向。在当前的众多人文学科中,出版学科为数字媒体提供了具体的理论和实践场域,而人类知识生产、文化遗产与文明传播则为出版学科提供了宏大的总体命题,其最终工作目标是通过出版服务开展知识社会的构建。

[作者单位:四川大学文学与新闻学院(出版学院) 西南政法大学新闻传播学院]

参考文献:

- [1] 哈罗德·伊尼斯. 传播的偏向 [M]. 何道宽, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2003: 28
- [2] 约书亚·梅罗维茨. 消失的地域: 电子媒介对社会行为的影响 [M]. 肖志军, 译. 北京: 清华大学出版社, 2002: 13
- [3] 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)
- [4] 方卿. 关于出版学学科本体的思考 [J]. 科技与出版, 2022(1)
- [5] 中国数字出版产业年度报告课题组. 2020—2021 年中国数字出版年度发展报告(摘要)——“十三五”收官之年的中国数字出版 [J]. 出版发行研究, 2021(11)
- [6] 鲍洪俊. 迈向万物互联 5G 时代的出版 3.0 模式 [N]. 中国出版传媒商报, 2019-01-18
- [7] 蒋传洋. 迈向 5G 时代的“出版 3.0”模式探索——兼论“出版 3.0”模式在博库数字出版传媒集团的实践 [J]. 科技与出版, 2019(5)
- [8] 王安伦, 黄婧雯, 曹培培. 对出版和出版学科的再认识 [J]. 出版科学, 2021, 29(2)
- [9] [13] 胡易容, 张克. 从“数字化生存”到“符号的栖居”——论数字人文的符号学界 [J]. 华南师范大学学报(社会科学版), 2016(2)
- [10] 张新新, 张莉婧. 中国特色数字出版学科体系建设的思考 [J]. 编辑之友, 2021(5)
- [11] 方卿. 关于出版学“学科范式”的思考 [J]. 出版发行研究, 2020(5)
- [12] 中华人民共和国文化和旅游部. 文化部 财政部关于进一步加强公共数字文化建设的指导意见 [EB/OL]. http://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/zcfzg/gfxwj/202012/t20201204_906206.html
- [14] 张焱. 科技, 让博物馆有张现代的脸 [N]. 光明日报, 2018-06-27
- [15] 周耀林, 刘晗. 数字记忆建构: 缘起、理论与方法 [J]. 山东社会科学, 2020(8)
- [16] 中华人民共和国教育部. 保存数字遗产宪章 [EB/OL]. http://www.moe.gov.cn/srcsite/A23/jkwzz_other/200310/t20031015_81413.html
- [17] 凯瑟琳·菲茨帕特里克. 朱艳(译). 人文学科, 数字化 [J]. 文化研究, 2014(2)
- [18] [19] 胡易容. 宏文本: 数字时代碎片化传播的意义整合 [J]. 西北师大学报(社会科学版), 2016(5)
- [20] 国家图书馆中国记忆项目中心. 全国图书馆界共同开展记忆资源抢救与建设倡议书 [J]. 国家图书馆学刊, 2016(1)
- [21] 孟建, 胡学峰. 数字人文: 媒介驱动的学术生产方式变革 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019(28)
- [22] 欧阳剑. 大数据视域下人文学科的数字人文研究 [J]. 图书馆杂志, 2018(10)