

# 虚实“破域”：智能出版的媒介形态变革与未来构想

康亚飞

**内容摘要：**出版以智能技术为引擎，颠覆了此前实体的媒介形态，实现了虚实“破域”。在此基础上，出版由物质性版本变为虚实版本融合、平面化符号演化为多模态符号、单一界面转为多场景联结，媒介形态发生了巨大变革。由此带来的是文化的正负双重性：一方面，出版的内容生产边界被开放，人们的阅读感知被重构；另一方面，人被包裹在“符号狂欢”的气泡中逐渐失语。除了在实践中以内容引领固守出版文化价值外，还要在理论上以符号学的“意义”为关键词，创新社会价值与个体意义的新联结，以智能化方式推动出版价值再造，向大众敞开更广阔的“出版+”世界。

**关键词：**智能出版；媒介形态；破域；意义

**课题：**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”（编号：23@ZH003）；重庆市教委课题“文化数字化战略下重庆文物的全媒体传播体系构建研究”（编号：23SKGH031）

**DOI：**10.3969/j.issn.2095-0330.2024.11.003

## 一、从数字到数智：出版业技术语境之变

党的二十大报告深刻阐明了文化在新时代新征程中的地位与作用，明确了“推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌”的重大任务。出版业作为传播思想文化的重要阵地，自机械复制时代就成为社会发展的有力引擎。受数智技术迅猛发展的影响，当下出版业被裹挟进变革浪潮之中。创新媒介

形态，推动出版与社会各领域的融合，在新时期发挥出版的文化引领作用，是出版业在未来实践中要突破的方向。

要把握“变革”，就要了解变革的动能——数智技术与“数字”相比究竟有何不同。在出版领域，“数字出版”和“数智出版”看似一字之差，实则大有区别。前者以数字技术为工具推动出版创新，体现为传统纸质书向电子书转化，后者则直接在底层逻辑上重构出版形态，以人的需求反哺出版

内容生成和呈现。当前许多关于出版与技术的讨论尚以前者为主，正如有学者指出：“如何将传统出版的内容与数字出版‘融为一体、合二为一’，依然是很多出版机构面临的问题。但这个问题还没有解决，另一个更大的冲击已经到来，那就是随着数据、算力、算法技术的突飞猛进，以ChatGPT为代表的AIGC的崛起，将在2024年乃至今后相当长一段时间内给出版生产方式带来变化。”<sup>①</sup> 社会实践的变革，让技术工具论的预设为解决出版文化传播的现实问题时发生了偏差，因为智能技术已经跃升为出版形态生成的基础“座驾”（Ge-stell）。那么，数智技术下“智能出版”的媒介形态到底发生了何种变革？这种变革对未来出版业有何影响？面对此种变革，传统的出版理论该如何作出调试？对这些问题的解答，既是在实践之维为新时期的智能出版摸索经验，又是从学理之维对出版进行理论反思。

## 二、由实在到虚拟：智能出版媒介形态的三重变革

### （一）载体之变：从物质性版本到虚实版本融合

“版”，清代段玉裁《说文解字注》释曰：“版，片也。”而“片”，则“判木也”，即把木片一分为二后的“半木”。“版”作为物质性实体，可用于建筑，如《孟子·告子下》中“傅说举于版筑之间”，亦可作为书写载体，如《世说新语》中“送版使王书之”。后随着文化传播需求变盛，竹简木牍正式成为书写载体。可见，出版之“版”天然具有物质实在性。及至印刷时代，机械复制技术催生了现代出版业的萌芽，“版”也从直

接书写载体过渡为印刷中介。从简牍的“刻写”、纸张的“书写”到机器规模化“印刷”，文字呈现方式虽有不同，但出版的载体并未脱离实体的形式。瓦尔特·本雅明（Walter Benjamin）以“灵晕的凋萎”来说明机械复制技术对手工业的冲击，体现的正是“机械复制”新技术实践下感知方式和存在方式的历史性转型。不过，他虽然预测到技术的巨大威力，却没有想到艺术品、书籍等会以“虚拟物”的形式出现。20世纪以前，出版物的实体形态一直未改变，直到20世纪中后期，实在的出版物转为虚拟出版物后，出版的媒介形态彻底被颠覆。

2024年4月，中国音像与数字出版协会发布的《2023年度中国数字阅读报告》显示，2023年我国数字阅读用户规模达5.7亿。<sup>②</sup> 从数据可看出，数字阅读用户不断增多，人们已经越来越习惯用“点”“滑”电子屏幕的方式来完成阅读。延续了两千多年的身体伴随阅读逐渐被电子点读替代，数字出版从线下向线上转移的1.0阶段以及出版跨媒体发展和衍生品开发的2.0阶段已经初步实现。数字媒介破除实体和虚拟的界限，“超越了大众媒介征服时空的脱域模式，释放了个体借由数字平台联通交互的巨大动能，人机协同的社会运作方式得以建立，由此生成崭新的社会关系以及人类文明的新形态”<sup>③</sup>。但在出版内容生成方面，数字出版仍以传统出版业为主体，未真正嫁接智能技术优势，因此，数字技术虽完成了媒介形态转移，但并没有在实践中实现虚实版本的完美融合。

智能出版在整合数字技术的基础上，融合机器学习、人工智能等智能化技术，使得出版从物质实体转为虚实相生的“出版+”，即出版的媒介形态不仅包含纸质书籍和电子书，也包括虚拟仿生的“阅读沉浸之旅”和机器生成的“无人化出版

作品”等。在智能出版的视域下，“版”的物质实体形态被打破，“版本”也突破了“书籍印本”的限制，延伸为“古今中外一切载有文明印记的各类资源”<sup>④</sup>。载体虚实边界的“破域”<sup>⑤</sup>不仅带来内容呈现的丰富性，还将图文、音频、视频等不同形态的版本资源数据关联起来，在人与出版物之间建立多元联结，形成活化传承的“中华文明种子基因库”。如果说“数字”是以出版物的数字形态转化为要，那么“智能”则让出版的媒介形态有了从“物性”走向“人性”的可能。

## （二）符号之变：从平面化符号到多模态符号

物质实体是传统出版媒介形态构成的基础，但出版的本质并未停留在基于物质实体的“功能性”上。与载体粘连的符号作为一种解蔽方式，与实体共同向读者敞开了一个新的世界。在物质性载体的出版物中，符号以平面化形态呈现，符号与符号之间并未超越文本而实现互联。智能技术的“破域”修建了符号之间的数字通路，阅读成为多感官符号同时调动的一场体验。正如“巴别塔”的故事对语言重要性的描述一样，汉斯-格奥尔格·伽达默尔（Hans Georg Gadamer）也认为，是语言让某种东西显露出来，自此这种东西才存在，所以理解的过程就是语言的过程。<sup>⑥</sup>“人类掌握任何一种新符号系统，必以之为系统观照其范畴内所有对象。”<sup>⑦</sup>符号创新带来的不仅是人类沟通体系的丰富，更是人类感知世界方式的变革。当出版的物质实体不再成为其媒介形态的必备选项后，与载体粘连的符号也从文字、语音等平面化形态转为全感官、全体验、虚实结合的多模态符号。

作为知识传播的媒介，出版以记忆外化的方

式超越了口语而推动人类文明发展，因此也有学者将是否有文字视为文明产生的关键。智能出版在抽去了物质性载体的同时，也宣告了一个新的符号系统的诞生。平面化符号与人发生联系的核心在于“再现”，而智能出版的多模态符号则在再现的基础上走向了“衍生”。前者是将人类现有的知识储备转化为出版物中的文字或图像，后者则实现了机器的自我演绎。智能机器经过对知识的深度学习，对现有的信息进行重新编码，将其转化为多模态的符号，再根据人类的个性化需求，把符号分发给不同的个体。这个过程经历了双重编码：先是符号的统一化编码，再是分化的个性化编码。由此，标准化的传统出版转变为个性化的智能出版。古希腊时期，苏格拉底拒绝使用文字，一方面，他担心文字弱化了记忆，另一方面，他担心语言的扁平化让对话的个性化被抹去。而智能出版将多元的符号精准传播给个体，一定程度上也带来了个性化的回归。

## （三）界面之变：从单一界面到多场景联结

物质实体赋予出版以“形”，承载的符号赋予其“意”。但出版物是具有社会性的传播媒介，还需以“用”将其从文本层面带至现实生活中，通过可视界面与读者真正建立联系。伽达默尔将语言视为打开特定“视界”的视点，<sup>⑧</sup>同样，出版物也因其可视性成为打开新世界的视点，等待着被信息接受者获意感知。物质实体因承载符号而具有了获意意向，并通过可视界面将其呈现出来。“获意者基于其前理解所形成的视界与符号文本所携带的表意视界相遇，进而形成一个新的范畴。”<sup>⑨</sup>一旦符号被读者接收而开启解释，物质实体便转化为具有意义的符号。以界面联结读者和文本，让“符号

活起来”，才是出版文化属性之所以可能的来源。安德鲁·霍斯金斯（Andrew Hoskins）在谈及数字记忆时提出“联结性转向”（connective turn），在他看来，数字媒介使得处于不同网络节点中的人相互联结，进而重塑时空和记忆。<sup>⑩</sup>传统出版无法处理异质的信息，导致出版的可视界面仅能与人实现互联，界面与界面之间以及界面与其他介质之间无法联结。智能技术是一个新的交转系统，多模态符号在此聚合，让出版从单一的媒介形态转为“出版+”，即以出版为核心，融博物馆、游戏、文旅等形态于一体，从底层逻辑上将多样性互动纳入出版媒介形态的全过程建构中。人工智能正在改变出版的边界域，并重构着人类社会的联结结构。由此，此前依托于物质实体的可视界面被扩大为“场景”。

从“界面”转向“场景”，体现了出版从平面化向立体化的转变，也意味着过去出版受制于界面的“边界”被打破，真正成为无边界、可融合的形态。智能出版的“破域”是对阅读界面的“打破”，只有打破才能实现联结。人工智能使得不同文化背景的人们以智能出版为场景进行交流，全球的信息汇聚在智能平台中，为出版的知识生产提供源源不断的内容源，此前异质的信息成为可通约的信息，单一的界面变为多场景的交合。这里的场景联结有三层内涵。一是虚实场景的联结。可视界面培养的是阅读的习惯，而出版融合场景培养的则是融视听触觉为一体的体验者。二是不同文化背景的跨文化场景的联结。出版的“走出去”解决的就是文化差异问题，智能出版的数据采集和分析系统为文明交流互鉴提供参考。三是机器人和人类的跨物种联结。智能出版将此前无法勾连的主体置于相同场景中，这些主体共同促进内容的创生。智能出版不仅交转符号，也交转不同场景中的主体，从而让差

异化的人和机器真正实现互联互通。

### 三、出版媒介形态变革的未来构想和可能性迷思

#### （一）人一机耦合开放内容生产边界

在依赖大脑保存记忆的时期，部落的年长者是实际的“专家系统”，而到了媒介储存记忆的时期，书籍和知识精英等成了专家系统的构成者。智能出版媒介形态变革，使得人人都成为内容创造者和传播者，比如，个体可利用人工智能系统自动生成一部小说，并根据需求形成不同的开放式结局。正如游戏《原神》一样，结局不是由内容生产者限定，而是由玩家自行探索多种可能性。在未来的出版融合中，游戏也是出版内容IP进行融合的重要部分。人机耦合的视域下，机器并非人类内容生产的外化工具，而是与人合二为一，在颠覆原有以人类为主导的知识生产的基础上，开放智能时代出版内容生产的边界。社交媒体开放了公众的交流边界，同样，智能技术也让出版的内容生产不再成为精英的特权。

通过人机耦合来进行内容生产并非任由机器侵蚀人的主体性。事实上，“尽管人工智能具有远超人类的数理逻辑运算能力，但却无法理解对人们而言很简单的直觉性事务”<sup>⑪</sup>。人工智能技术强大的“记忆能力”和运算能力，让人类因身体限制而丧失的记忆被永远保留。遗忘是人类的特权，也是不可跨越的肉身局限。于是，才有了对内容进行筛选、记录和传播的必要。但人工智能技术将这一边界无限扩大，其在开放知识的同时，也在消除知识的价值。“数据算法逻辑受制于科学主义，渐趋剥离往昔的人文因子，最终使人无所适从，人不断追



寻丰盛的物却被物所役。”<sup>⑫</sup>

## （二）场景复现再造“阅读”感知

在《机械复制时代的艺术作品》中，本雅明提出，“灵晕”是艺术品中的独特性、距离感和本真性的存在，是艺术之所以为艺术的关键。“艺术作品的即使最完美的复制品也缺少一种因素：它的时间和空间的在场，它在它碰巧出现的地方的独一无二的存在。”<sup>⑬</sup>“灵晕”的凋敝意味着艺术品与它所处时空的联结的断裂，它被抽离了原初语境。机械复制时代，大规模的批量生产让作品本身与作者的劳动实践和情感相隔离，导致“灵晕”消失。智能出版对场景的复现让消失的“灵晕”以一种新的方式回归。

未来的智能出版以“融合”为创新路径，阅读不再是单一的“读”，而是以多版本融合、多模态符号、多场景联结等再造阅读感知，阅读成为调动全身感官在场的全新体验。“新媒体语言的特质，促使用户成为信息环境的领航人，并时时刻刻处在与周遭环境及人的交互中。”<sup>⑭</sup>如有关方面建立了纳西族古籍《创世纪》知识数据库，探索少数民族文字古籍如何借助新技术实现音形义的精准呈现。除了图画和动画解释、与汉字对照释义等视觉呈现外，《创世纪》还加入了东巴吟诵等听觉体验，以活化传承的方式保留了古文化的真实面貌。

当然，艺术的机械复制逻辑和虚拟场景复现的逻辑并不一样，本雅明指出的艺术本身的“灵晕”显然已在时间的流转中一去不复返，物质实体与现实时空的关系无法复原，但借助人工智能技术，虚拟的时空场景却可以被想象和重建。2023年，在《中国诗词大会》现场，苏东坡以虚拟数字人的形象与真人“黄庭坚”在鄱阳湖相会；在国家典籍博

物馆举办的“古籍寻游记”体验活动中，观众从阅读古籍的“读者”变为古籍中的“穿越者”。<sup>⑮</sup>存在于想象中的场景在技术加持下得以实现，从这个层面来说，已经消逝的“灵晕”得到了复现。从大声朗读到默读，再从默读到点读，以及未来从点读到全感官体验，随着智能出版媒介形态的变革，阅读在将来会更加充满想象。

## （三）符号狂欢导致人的失语

ChatGPT等人工智能技术的出现让出版的符号类型更加多样，于是，出版物自身的质料基础不断消解而逐渐从“物性”走向符号化。由此，人类长期以实体物为依托的生活环境将被数字图景取代，庞大的实体景观的堆积被整合进一块块屏幕、一个个虚拟场景中，人类全面进入“符号狂欢”时代。<sup>⑯</sup>

吊诡的是，“符号狂欢”并不意味着交流更加自由，相反，它导致人的失语。Chat GPT带来了交流的革命，催生了“第三交流”<sup>⑰</sup>。“第三交流”与以出版物为中介的“第二交流”完全不同，它让人在实在和虚拟世界中破域并即时交流，仿佛回到了苏格拉底所追求的双方在场的对话（“第一交流”）中。它类似于口语传播，却又与其有根本差别。口语传播是两个生命个体之间漫无边界的对话，“第三交流”则是机器对现有信息在有限边界内的加工。前者是基于交流语境的思想创造，对话结果是未知的；后者是整合现有信息，结果取决于数据库的信息量。以身为媒的交流不断激发新思想，丰富人类的现有语言，而人机对话则在机器的运行逻辑下，给人“投喂”大量信息继而造成人的失语。本雅明早在机械复制时代就表示了他的担

忧：人们交流经验的能力将被剥夺。<sup>⑧</sup>交流的升级以“舍弃”为代价：“第二交流”以舍弃身体为代价，“第三交流”以舍弃物质载体为代价。物质版本向虚实融合版本的演化，既是人类技术的进步，也是人类语言的倒退。人类不得不放弃原本依赖于实体的深度交流，转而选择便于沟通和理解的计算语言。智能出版将人的交流符号融进多模态符号中，以实现人机互通。于是，人丧失了自己的语言能力而成为机器的附庸。失语带来的，是人基于传统出版而养成的深度记忆能力丧失于点读、滑动、身体感知等智能“阅读”中，停下来阅读再也不被允许，阅读成为一场机器战胜人类的狂欢。

#### 四、智能出版理论的新方向：以“意义”为关键词

人工智能技术颠覆了信息的生产模式，也冲击着现代出版业呈现人类文明成果的方式。但出版不能作为理论的跑马场，而应该以实践为导向，探索自己的方法论。“中国出版研究的‘学科之伞’多元而丰富，如新闻传播学、编辑学、文学、信息科学、管理学等，但仍然存在明显盲点。”<sup>⑨</sup>传统出版研究以追求内容生产和传播的效率为旨归，忽视了出版物与个体的联结，“智能”框架下，如何让出版物“接近人的智慧”，与人实现无缝联结，成为新的问题。解决这一问题的关键在于对“人文”进行深度挖掘。正如传播学所经历的道路一样——结构功能主义视野下的传播是信息的线性传递，人被隐匿起来。发展至今的传播研究则更加关注人的主体性和生存状况。

媒介形态之变带来的是人与出版相遇时的体

验之变。人工智能技术逻辑支配下的出版，其目的不是出版某个具体的、有形的知识产品，而是以出版为通路，实现知识与社会的互动。如果说此前出版的任务是聚合信息、传递知识，那么当下的出版业则要发挥人的主观能动性，以实现人、知识和社会的互联互通。“生产知识”的天然使命以及出版物作为媒介联结人与社会的功能性，让知识社会学在出版业的理论出场有了合法性。但知识社会学对“知识”的定位缺乏清晰解释，这造成了两个学科在融合时的浅尝辄止。沿着“知识”的道路向前推进不难发现，智能出版时代，信息的开放性决定了“知识”应该是联结人与社会的一个“视点”。应思考出版如何在海量信息中生产“意义”、传播“意义”，建立人与社会的深度情感联结。作为方法论的符号学以“意义”阐释为旨归，为出版学科在众声喧哗中寻找“定着物”提供灵感。出版研究应以人与社会的联结为核心，探索人在参与出版活动的过程中如何发现知识、传承“意义”。

人类对“意义”一直非常关注，这让“意义”被多种学科或理论探讨（如认识论、修辞学、阐释学等），但符号学是对“意义”的最终综合探讨，与其他理论不同的是，符号学并不解释“意义”本身，而是“关注事物如何携带意义”<sup>⑩</sup>，“符号”一词也被赵毅衡定义为“被认为携带着意义的感知”<sup>⑪</sup>。智能出版由于传播主体和受众的开放性，导致新的“意义”涌现。人工智能技术将人们带至新的“意义”领地，但出版仍“悬浮”在旧的理论视野下，这必然造成实践和理论的脱节。作为方法论的符号学理应对智能时代的文化发展规律负有阐释之责。<sup>⑫</sup>虚实融合的出版物带来了人与社会动态性、多元化联结的可能，人们或阅读，或感知，或

体验，文化的传承得以全方位实现，出版研究也实现了以实践带动理论的闭环。

## 五、结语

综上，人工智能技术作为一种结构性力量引发出版媒介形态变革。它解构了物质实体的形态，在此基础上，实体承载的符号由原本的片面化符号变为多模态符号，单一界面实现了多场景的联结。媒介形态变革将出版带入一个以人工智能技术为基础座架的“新世界”：虚实边界消失，“实在”的出版走向虚实融合。在这个世界里，以人为主导的出版内容生产为人机耦合让路，阅读由视觉活动转变为身体和感官全在场的体验，出版变得更加充满想象。悖论是：出版的诞生源自人类远距离、长时间的交流需求，人工智能技术扩大了这一需求，但技术过度发展造成人的失语。面对这一困境，盲目对技术刹车并非明智之举。根本的问题是，出版应以优质的内容为价值引领，以融合的姿态与大众生活产生共振。

出版业的实践发生变革时，相应的理论研究不能滞后。早期传播学研究信息的高速传播问题，今天的出版研究应向“人文”靠拢。本文以符号学的“意义”为关键词，探索出版研究的另一种可能，以调和技术与“人文”可能发生的冲突。中华文明具有突出的连续性、创新性，要以源远流长的历史连续性来认识中国。所谓连续性，当然不是机械的内容复制，而是“意义”共通性的塑造。数智技术语境下的符号表意（signification）从单纯解答“意义为何”转变为关注“意义”的流动与生成过程，促使我们思考如何实现文化间的意义共通。<sup>⑬</sup>

出版业作为传承历史文化的重要实践领域，要将宏大的社会文化意义与人的个体意义联结起来，以回应数智时代中华文化传播的现实课题。

（作者系西南政法大学新闻传播学院讲师）

## 注释

- ① 周蔚华. 2024：出版业在深度融合中探索前行 [N]. 中国新闻出版广电报, 2024-01-08 (A05).
- ② 人民网. 2023年我国数字阅读用户规模5.7亿[EB/OL].(2024-4-25) [2024-10-31].<http://yn.people.com.cn/n2/2024/0425/c378439-40823328.html>.
- ③⑤ 孙玮. 破域：数字时代的媒介论 [J]. 中国社会科学, 2024 (6) : 143-161, 143-161.
- ④ 周海燕. 发掘通往数字文明的媒介性：“版本馆”中“版本”的媒介学研究 [J]. 现代出版, 2022 (6) : 96-102.
- ⑥ 伽达默尔. 真理与方法——哲学诠释学的基本特征（下卷）[M]. 洪汉鼎, 译. 上海：上海译文出版社, 1999: 489-490.
- ⑦⑧⑨⑩⑪⑫ 胡易容. 文化传播符号学论纲 [M]. 北京：科学出版社, 2024: 206, 185-186, 185-186, 118, 195.
- ⑬ HOSKINS A. 7/7 and connective memory: interactional trajectories of remembering in post-scarcity culture [J]. Memory studies, 2011, 4 (3): 269-280.
- ⑭ 胡正荣. “数字在场”：社交媒体时代视觉图像的传播范式重构 [J]. 传媒观察, 2024 (2) : 64-71.
- ⑮ 本雅明. 机械复制时代的艺术作品 [M]//阿伦特. 启迪：本雅明文选. 张旭东, 王斑, 译. 北京：生活·读书·新知三联书店, 2014: 234.
- ⑯ 孙玮. 论数字技术的出版风暴——一种技术哲学的视域 [J]. 现代出版, 2022 (1) : 19-29.
- ⑰ 光明网. 激活中华典籍的“数字生命” [EB/OL].(2024-1-25) [2024-11-01]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1789004817540334254&wfr=spider&for=pc>.
- ⑱ 马小茹. “超真实”概念探析 [J]. 哲学分析, 2018 (5) : 115-134.
- ⑲ 王沐之, 胡翼青. ChatGPT与第三交流的诞生 [J]. 现代出版, 2023 (6) : 19-29.
- ⑳ 本雅明. 讲故事的人[M]//阿伦特. 启迪：本雅明文选. 张旭东, 王斑, 译. 北京：生活·读书·新知三联书店, 2014: 95.
- ㉑ 秦艺丹, 韦嘉. 再思“出版”：一个传播学的视角 [J]. 现代出版, 2024 (1) : 78-92.
- ㉒ 索内松. 认知符号学：自然、文化与意义的现象学路径 [M]. 胡易容, 梅林, 董明来, 等译. 北京：社会科学文献出版社, 2019: 4.
- ㉓ 赵毅衡. 符号学原理与推演（修订本）[M]. 南京：南京大学出版社, 2016: 1.
- ㉔ 肖珺, 张弛. 互惠性意义共通：朝向文明交流互鉴的数字化符号表意阐释 [J]. 现代出版, 2024 (2) : 8-21.