



中国传媒大学电视系博士文库
Zhongguo Chuanmeidaxue DianshixiBoshiwenku

数字出版传播特性研究

Shuzi Chuban Chuanbo Texing Yanjiu

程素琴 著

中国  播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE



中国传媒大学电视系博士文库
Zhongguo Chuanmeidaxue DianshixiBoshiwenku

数字出版传播特性研究

Shuzi Chuban Chuanbo Texing Yanjiu

程素琴 著

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

数字出版传播特性研究 / 程素琴著. —北京: 中国广播电视出版社, 2010. 3

(中国传媒大学电视系博士文库)

ISBN 978-7-5043-6114-1

I. ①数… II. ①程… III. ①电子出版物—出版工作—研究 IV. ①G237.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 023701 号

数字出版传播特性研究

程素琴 著

责任编辑 常 红
封面设计 丁 琳
责任校对 谭 霞

出版发行 中国广播电视出版社
电 话 010-86093580 010-86093583
社 址 北京市西城区真武庙二条 9 号
邮 编 100045
网 址 www.crtip.com.cn
电子信箱 crt8@sina.com

经 销 全国各地新华书店
印 刷 涿州市京南印刷厂

开 本 710 毫米×1000 毫米 1/16
字 数 160 (千) 字
印 张 9
版 次 2010 年 3 月第 1 版 2010 年 3 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-6114-1
定 价 19.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

总 序

10年前，新世纪的大幕刚刚拉开，电视系就已开始着力推动年轻教师继续攻读博士学位的工作，将教学、科研和新闻实践紧密结合。到现在将近十年了，他们次第完成学业，一起完成的是从不同视角对当前色彩斑斓的媒介景观的关照和研究。当一本本厚厚的博士论文摆在我们面前的时候，我们知道，一批青年学者从这里，开始了自己的学术道路。

几经努力，这套“中国传媒大学电视系博士文库”终于问世了。这套文库的作者，都是获得博士学位的青年学者。从他们身上，我能够感受到新时代学术的朝气。尽管他们各自人生阅历、知识背景、生活目标不尽相同，但是读书生活却给了他们同样的学术传统、学术理念、学术规范与方法的熏陶。在动笔写序的时候，我的心里有一种释然、一种期待，同时还有一种隐隐的担心。

这套文库关注的均为当前新闻传播学领域之中的新课题和新现象，用前沿性来评价并不为过。前沿意味着创新、意味着锐气，他们或者关注着最新的命题，或者选择了最新的视角，或者采用了新的研究方法，或者有新的论证材料……这套文库可以提供一个很好的平台，让更多人关注他们默默地耕耘，让他们有机会与大家沟通、交流，我为此而释然。

但是，博士论文的完成，不过是学术研究的开始。当前我国的新闻传播事业，经过改革开放30年的迅猛发展，早已日新月异。但是，随着数字化、新媒体技术的飞速发展，传统的新闻事业面临着严峻挑战。中国的新闻传播体系大而不强，缺乏很强的吸引力和影响力，因此，中国的新闻事业发展还需要深入研究新闻传播发展中存在的问题，不断加强新闻学科理论体系建设，加大现代新闻传播人才的培养力

度。期待着这一批青年学者能够继续在新闻传播学的研究领域辛勤耕耘，期待着他们能够在新闻学教育中发挥更大的能量。

在这样的释然和期待之外，还是会有一丝隐隐的担心。因为这些年轻的博士大多为我多年前的学生，现在的同事，看着他们成长。有时候，越是没有距离，越有可能无法客观地看待他们的研究。尤其在当前学术浮躁的背景下，博士论文应当是一种文化创造，一种当下社会和时代应当能够留下来的精神产品。也许要求所有的博士论文都达到这样的水平很难，但是，提出这样的要求是必要的，鼓励每一位博士生向这样的目标努力前进也是有意义的。

在这些昔日的莘莘学子今天的青年才俊踏上学术研究道路的时候，我们愿意“送上一程”，更愿意与他们共同传承严谨务实、追求卓越的治学风范，旗帜鲜明地反对学术浮华、学术虚假，为中国新闻事业的发展输出更多更有价值的智力产品。

中国传媒大学电视与新闻学院

院长 高晓虹

2009年4月

序

众所周知，印刷术改变了知识积累和传播的方式。在《马克思恩格斯全集》中，三十多次提到古登堡的印刷术及印刷机的诞生对现代精神交往的巨大推动。

现在，一种新的知识积累和传播的方式——以计算机为载体，以互联网为传播渠道的数字出版正在对传统印刷术提出挑战。

早在十多年前，美国麻省理工学院教授尼葛洛庞帝，在其《数字化生存》一书中就开宗明义地提出：“计算不只和计算机有关，它决定着我们的生存。”十多年过去了，互联网逐渐地改变着我们的生活：1998年Google上线；2001年，维基百科发布……2006年，《TIME》选出的年度人物是“YOU”；2007年，流行的电视节目可以在网上观看……我们的生活已经被“QQ”了、被“MSN”了、被“E-mail”了、被“百度”和“谷歌”了……

于是，“数字化”已成为信息传播行业的关键。我们有理由相信，它对人类文明的影响不啻于古登堡和活字印刷术，就像六百年前印刷术对社会的影响一样。

一些改变已经发生，一些改变正在进行，一些改变还值得我们期待。

对于传媒领域来说，数字化改变了我们以往传送和接受信息的方式。这种兼容视频和文字、方便快捷、形式多样的传播方式，向原有的传播理论提出了挑战。信息传播的格局正在这一个背景下悄然改变，从这个意义上看，如果我们忽略了对数字出版这种信息传播方式的关注，不仅会错过信息传播领域中的一个重要课题，而且还可能错过传媒学科发展的机会。

针对传媒领域出现的新问题，2000年中国传媒大学

(原北京广播学院)率先成立了数字出版教研室,隶属于电视与新闻学院。从最初的“电子音像教研室”到“电子与网络教研室”再到现在的“数字出版教研室”,教研室的三次更名说明了数字出版的发展历程,也显示了作为“传媒大舞台”的中国传媒大学敏锐地关注学界前沿的思路。

2003年,作者程素琴硕士毕业后,留在了“数字出版教研室”。同年,开始攻读博士学位。在学习工作过程中,一方面出于工作的需要,一方面源于学习的自觉,一直关注数字出版的发展,收集了大量有关数字出版的资料并努力参与实践。随着时间的推移、材料的积累,“数字出版传播特性研究”就地成为她博士论文的选题。

在博士论文中,作者紧扣当前的热点问题,采用理论和实践相结合、比较研究、分析文献资料的方法进行研究。首先从硬件基础、社会背景、业界实践、学科背景等四个方面对数字出版环境的形成予以剖析,对数字出版的概念进行了梳理,选定了研究范畴。其次,作者围绕数字化的信息处理方式、超文本的信息组织方式、超媒体的信息呈现方式、互动的信息获取方式、开放的信息形成方式等五个方面,紧扣“数字化”、“超文本”、“超媒体”、“互动”、“开放”等五个关键词,循着“概念的缘起——发展历程——传播特点——引发的问题”的逻辑结构对数字出版的传播特性进行了分析。

博士论文的写作过程是一次学术能力的训练过程。虽然论文的论述还不够深入和超前,但正如作者本人在后记中所言:“完成的只是对‘数字出版’的一次简单触摸。”我希望作者能在这个“简单触摸”的过程中继续前行,就数字出版的相关问题进行更深入的学术探讨。

学术成长需要时间,作为一个过程,年轻人的研究也许还有这样和那样的不足,但他们正以认真思考和沉静努力,去完成这一过程——学术成长!

朱羽君
2009年12月

目 录

序	朱羽君 1
文献综述	1
第一章 媒介新景观——数字出版的兴起	14
第一节 数字出版兴起的背景	14
一、数字出版传播环境的形成	14
二、数字出版的概念	19
第二节 数字出版的形式	21
一、数据库	21
二、软件读物	22
三、电子书	23
四、数字期刊	24
五、数字报纸	24
六、BBS	25
七、博客	25
第三节 数字出版与传播理论	26
一、进化的媒介发展史	26
二、数字出版是传播技术进步的必然结果 ...	28
三、数字出版信息传播与传统信息传播模式的 差异	28

第二章 数字化的信息处理方式	33
第一节 数字与数字化	33
一、“0”与“1”	34
二、二进制	35
三、比特是什么	37
第二节 数字出版的数字化历程	39
一、二进制语言逐渐丰富下的数字化发展	39
二、尼尔森仙度(Xanadu)计划	41
三、古登堡计划	42
四、我国的数字出版	43
第三节 数字出版处理信息的特点	46
一、没有重量	47
二、跨空间传播	47
三、速度快	48
四、容量大	48
五、信息还原能力强	49
第三章 超文本的信息组织方式	50
第一节 “超文本”溯源	50
一、超文本思想的萌芽	51
二、超文本思想的拓展	51
三、超文本概念的提出	52
四、超文本的推广	53
第二节 媒介中的超文本	55
一、从文本到超文本	55
二、超文本在媒介中的演化	56
第三节 超文本组织信息的特点	60
一、非线性	61
二、去中心	62
第四节 超文本作品的流变	64

第四章 超媒体的信息呈现方式	67
第一节 超媒体的概念	68
一、多媒体的概念	68
二、超媒体的概念	69
三、计算机的超媒体历程	72
第二节 超媒体信息呈现方式的缘起	73
一、超媒体元素的发展历程	74
二、数字出版对超媒体的追求	77
第三节 超媒体信息呈现方式的特点	79
一、模拟“真实情境”	79
二、体验式参与	80
三、构造式呈现	80
第五章 互动的信息获取方式	82
第一节 互动的概念	82
一、互动的源起	82
二、信息传播中的“互动”	83
第二节 为什么需要互动	85
一、互动——传播学及相关理论的支持	85
二、互动——信息爆炸时代的信息导航	86
三、互动——媒体自身发展之需	87
第三节 互动的发展历程	88
一、大众传播媒介对互动的追求	88
二、数字出版中的互动实践	91
第四节 互动的信息获取方式的特点	94
一、个性化的信息集成模式	94
二、传受关系的改变	95
三、接龙式的创作方式	96
第六章 开放的信息形成方式	98
第一节 开放及开放的层面	98
一、什么是开放	

二、开放的体现层面	99
第二节 “开放”的几个条件	104
一、技术	104
二、观念	105
三、行动	106
第三节 数字出版的开放实践	107
一、帖子、贴吧——信息的发布	109
二、拍砖、恶搞——信息的批评	110
三、人肉搜索——信息的寻找	111
第四节 开放的信息形成方式的特点	112
一、公民记者	112
二、虚拟社区	114
三、集体狂欢	115
结语	116
参考文献	124
后记	132

文献综述

风暴是一位伟大的改造者/它穿过树林/穿过时代/万物似乎都没有年龄

——摘自奥地利诗人赖内·马利亚·里尔克
(Rainer Maria Rilke 1875 ~ 1926)《观看者》

第一节 研究的缘起

有一位资深电视传媒人在描述新媒体给传统大众传播媒介造成的影响时曾经引用过奥地利诗人赖内·马利亚·里尔克上面的这段诗，这位电视传媒人告诫年轻的朋友们在学习“传媒”时，不要忽略对新的信息传播方式的研究和关注。虽然，我们现在看到的只是树的摇摆，但有可能预示着暴风雨的来临。

在多数传媒人还未真正领悟数字出版的内涵，以及预测数字出版前景的时候，数字出版已经悄悄来到了我们身边，渗透到我们的日常生活。仅就数字出版的形式之一——博客而言，“平均每天新增博客 12 万个，即每秒新增 1.4 个；博客上每天新增文章 150 万篇，即每秒 17 篇；全球最受欢迎的 100 家网站中有 22 家为博客网站……”^①

2005 年 7 月，数字出版以“首届中国数字出版博览会”（主办单位：中华人民共和国新闻出版总署；支持单位：中华人民共和国信息产业部、中华人民共和国科学技术部、国家广播电影电视总局、中国科学院；承办单位：中国出版科学研究所、北京卓鹏企业管理顾问有限公司）的形式在北京完成了在公众面前的第一次整体亮相。

^① <http://tech.163.com/07/0424/07/3CR0E70N000915BF.html>.

从政府角度来看,《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》、《国家中长期科学和技术发展规划纲要》和《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》已经把数字出版产业的发展纳入到整个国家的“十一五”规划以及中长期发展规划中,从战略的高度重视和推动数字出版产业的发展。从教育的角度来看,很多和信息传播相关的院校也积极加入到对数字出版从业人员的培养和对数字出版的研究中。从生产机构的角度来看,不仅有越来越多的出版单位开始认识到数字出版的重要性,开始开发相关数字出版产品,还有不少从事高科技的IT技术企业以及电信运营商加入到数字出版产业的阵营中;另外,“草根”也成为数字出版内容的生力军,数字出版产业进入了一个快速发展期。从消费群体的角度来看,据CNNIC(中国互联网络信息中心)调查数据显示,2006年上半年我国的网民数为1.23亿;2005年中国网民上网的时间是每天至少48分钟,而读报纸的时间则是40分钟,历史上第一次实现上网时间超过读报时间,这可以被视为一个出版时代变革的转折点。“网络读者呈几何数字增长也吸引着出版社的注意力。数字阅读习惯已经形成,个人电子阅读终端已经超过了1.5亿,创造了数字出版物消费的基本条件。”^①

数字出版的定义是什么?在一些权威的工具书如《辞海》、《大不列颠百科全书》中,找不到满意的答案。原因在于“数字出版”是一个很新的概念,这些工具书中还未来得及将之收录进去。这种现状,无疑造成了当前对这一术语理解和使用上的多元局面。

尽管数字出版还没有非常统一的概念界定,尽管业界对数字出版的盈利模式还在摸索之中,尽管数字出版物的版权管理之路也还不太清晰,尽管数字出版应有的技术形式正在探讨之中,但是,有一点在业界已达成共识:数字出版这种新的信息传播方式,将不可抗拒地成为时代潮流,对传统的信息传播方式是一种新的挑战。原因在于:

第一,数字出版这种信息传播方式和计算机紧密相连。计算机出现后,所有的传播技术都可以把信息快速地转化成一种普通的计算机可读的数字形式。这种数字化的信息形成方式将直接导致目前新闻出版行业向两个趋势发展变化:趋势一:作为目前媒体行业支柱的新闻出版业将加入到媒体融合的过程,今后的媒体企业将是融合报纸书刊、电台广播、电视、互联网多种媒体渠道的信息传媒企业。趋势二:互联网和数字技术的应用,促使新闻出版行业从“推动式”业务模式逐步发展到“拉动式”的业务模式,并给新闻出版行业的主要业务带来革命性的变化和进步。^②“信息互联网与计算、电信和广播融合

① 王佳欣:《数字出版:鸡肋变身奶酪》,《中国新闻出版报》2006年10月25日,第5版。

② 《中国首届数字出版博览会宣传册》。

在一起,正在彻底改变着媒体和出版业。目前,美国的互联网专家和传播学者已经提出了整合宽带网络的概念(integrated broadband system)。其内涵就是在数字技术处理信息的技术上,把所有传统媒介整合起来,并在此基础上,将所有的信息站点与不同媒介的用户互联,保证他们可以从相连的其他站点或用户得到直接或间接的服务。”^①

第二,数字出版在信息传播中具有数字化的信息处理方式、超文本的信息组织方式、超媒体的信息呈现方式、互动的信息获取方式及开放的信息形成方式的特点。这些特点从根本上和大众传播媒介的信息传播方式相区别。这种信息传播方式的出现,融合了广播、电视、报纸等新闻传播方式。其融合的方法全然不顾传统的分类,甚至模糊了一些根本性的区别,比如人际交流与大众传播的区别、把关人与受众的区别等。尤其重要的是,具有数字化、超文本、超媒体、互动、开放的信息传播等特性的数字出版向原有的传播理论提出了挑战。从这个意义上来看,如果我们忽略了计算机媒介,忽略了数字出版这种信息传播方式,不但大众传播这一学科会落在后面,而且我们也将失去对大众传播研究的一些中心问题的答案进行探索和重新思考的机会。

第二节 数字出版传播特性相关研究综述

数字出版是一种信息传播方式,这种新的信息传播方式的产生与媒介技术的发展紧密相关,是传播学不能忽略的现象。正如麦克卢汉所说:每一种技术形式都是我们最深层的心理经验的反射。对这种信息传播方式的接受和使用,从深层次上引发人们思维方式、生活方式等方面的变化。因此,在笔者对数字出版传播特性的考察过程中,离不开对信息技术、传播学、未来学、社会学等相关领域研究成果学习和研究。

一、国外关于数字出版的研究

国外对数字出版的关注,最先始于信息科学领域。从通过网络进行信息交流的研究历史轨迹来看,学者们对于基于网络进行的数字出版研究,最早是从技术的角度出发的。早在1961年,麻省理工学院的Leonard Kleinrock撰写了被称为“关于分组交换理论的首篇论文”的博士论文《大型通讯网络中的信息流通》(Information Flow in Large Communication Nets, RLE Quarterly Progress Report, July 1961),在此论文中,他提出了“分布式”网络的观点;同年,美国化学文摘服务社用计算机编制《化学题录》被认为世界电子出版物的开端。

^① 熊澄宇:《媒介哲学》,河南大学出版社2004年版。

1962年,同一院校的计算机科学家 J. C. R. Licklider 和 W. Clark 在学术会议上发表了题为《在线人机交流》的论文,他认为人们可以借助网络进行交流。也是从20世纪60年代起,伴随着信息传播高新技术的迅速发展而出现的人类社会的信息化动向,开始成为社会科学家关注的新话题。1978年4月间在卢森堡举办的“科技社会下的出版未来”(The Future of Publishing by Scientific and Technical Societies)研讨会上,作者 J. A. Urquhart 在一篇名为“Why libraries are cancelling periodicals and what can be done about it”的论文中,首先提出“电子出版”一词,并讨论了电子出版和图书馆采购预算之间的关系。

1985年,在德国法兰克福图书博览会上,首次展出了 CD-ROM 光盘出版物。

在提到数字出版时,有两个经典案例经常被业界提及:1. 1996年,美国作家萝丝所写的小说《Lip Service》被各家纽约传统出版社拒绝出版。经过研究,萝丝发现在互联网上女性网站十分渴望优秀内容。于是她花费4000美元设计了一个网站(<http://www.mjrose.com>)和一页书的封面,花了3000美元办理了国际标准书号、版权登记、书名设计、信用卡支付应用等,另外用6000美元印了一些平装书。《Lip Service》的网上出版获得了成功,其中每10本售出的书中就有一本电子图书。萝丝本人成了个人网络出版的形象代表。萝丝不无感慨地指出:“作者变成了出版人、读者变成了评论家,它挑战我们知道的出版业的每一个旧有传统。”2. 2000年3月,美国小说家史蒂芬·金以一本名为《骑弹飞行》第一次尝到了网络出版的甜头。通过网络出版的方式,史蒂芬·金在短短的一个月内就获得了40万美元的收入,如果通过传统的出版方式,他只能获得1万美元。这两个案例展示了数字出版相对于传统出版而言的独特魅力。事实上,数字出版是当今世界高速发展的朝阳产业。“据介绍,日本经济的五分之一由数字内容产业创造,韩国数字内容产业增长率高达40%,全球数字内容产业年增长率为33.8%。”^①

在国外,对数字出版的研究主要有三个角度:作为技术的数字出版;作为产业的数字出版;作为信息传播的数字出版。

(一) 作为技术的数字出版

技术视角中的数字出版主要侧重于数字出版的系统、软件、网页设计、浏览器、阅读器、电子纸等技术的研发。这一类研究成果具有可操作性,可以直接转化为数字出版的业界实践,为数字出版的发展提供技术上的保障。如, Publish it on the web (《网络出版》)^②,此书类似于数字出版制作说明书,从数

^① 《数字出版产业面临市场悖论》,《解放日报》2005年4月13日。http://www.bookonline.com.cn/news/show_639.html.

^② Bryan Pfaffenberger. Publish it on the web. Boston: AP Professional, 1997.

字出版的整个流程所涉及的环节告诉读者怎样来制作数字出版物。The Columbia Guide to Digital Publishing^①（《哥伦比亚数字出版导论》），该书共分15章，在15章的篇幅中，有近十三章的内容在谈数字出版的相关技术。The Handbook of Digital Publishing^②（《数字出版手册》）。这本书是作者逾三十年关于出版教学和研究的结晶，堪称数字出版的百科全书。

（二）作为产业的数字出版

产业视角中的数字出版侧重于数字出版产业的发展现状和面临的问题。这一类研究成果有：The Business of Electronic Publishing^③（《电子出版商业》），该书对电子出版者的角色、生产模式、如何得以出版、制订出版计划等内容进行了论述。Markets for Electronic Book Products^④（《电子书的市场》），对数字出版的市场契机及数字出版产生的社会背景进行了分析。并针对一些个案对数字出版的未来、读者群、新经济下的出版等问题进行了探讨。

技术视角和产业视角中数字出版的相关研究成果为笔者提供了审视数字出版的坐标。其纵坐标是数字出版的历史沿革，横坐标是数字出版的产业现状。因为所有的研究归根到底都要回答一个问题即研究的意义是什么？如果没有数字出版蓬勃发展的现状，没有理论研究落后于业界发展的现实，研究它的意义就不会如此迫切。不过，技术视角和产业视角的划分界限并不是非常鲜明。事实上，两个视角的问题大多数情况下是胶着在一起的，比如“版权”问题一直是数字出版发展中的焦点问题之一，但是对这一问题的解决既离不开技术手段的支持也离不开产业视角中的思考。

（三）作为信息传播的数字出版

信息传播视角中的数字出版，到目前为止，笔者并没有了解到有专著对其进行论述，但是，这个视角的思想火花散落于各种未来学、传播学、社会学领域的学术著作中。数字出版在改变人们接受信息的方式，对传统的大众传播媒介形成了冲击，“电子出版的出现将为出版界带来大震撼，……以社会行为的角度来看，因为大家愈来愈忙，想要阅读精简却重要的文章的人，会很自然地考虑选择网络”。^⑤

① William E. Kasdorf, ed. The Columbia Guide to Digital Publishing. New York: Columbia University Press, 2003.

② Michael L. Kleper. The Handbook of Digital Publishing, . Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall PTR, 2001.

③ John Colette and Meredith Quinned. The Business of Electronic Publishing. North Ryde, N. S. W. : Australian Film, Television & Radio School, 1997.

④ Bill Cope and Dean Mason ed. Markets for Electronic Book Products. Common Ground Publishing, 2002.

⑤ [美] 玛西雅·雷登·特纳 (Turner, M. L):《新媒体教父》，机械工业出版社2002年版。

“一种新媒介的长处，将导致一种新文明的产生。”^① 媒介对社会是有影响的，不可能只停留在简单的层面。数字出版给以往的信息出版方式带来很多改变，如：1. 媒介融合。“继续讨论诸如印刷、收音机、电视、电影、电话和计算机等各种媒介，好像它们是完全不同的实体已不再具有任何意义。计算机和电讯网路方面的进步已使得它们与传统大众传播媒介融合了。”^② 2. 信息集成方式的改变。“在新技术的影响下，网络不仅仅是一个数字图书馆的概念，而是一种信息的集成模式。在这样的信息传播模式下，每个人都可以发送、和别人分享信息。”^③

这些零星的思想火花，诱发笔者思考数字出版是怎样的一种信息传播方式，它具有什么样的传播特性？和以往的大众传播媒介传播信息的方式有什么不同？对这些问题的回答，笔者得益于下列理论的启发：

1. 英尼斯的理论

英尼斯（Harold Innis）是加拿大著名的经济学家与政治经济学家，在对经济史关注的过程中，他对传播研究发生了兴趣。他在传播学理论领域的主要观点为“传播媒介的偏向性”。他认为，任何媒介都具有时间偏向或者空间偏向。也就是说，传播媒介或具有容易长久保存但却难以运输的倾向性，或有容易远距离运送但长久保存性差的倾向性。在他看来，印刷传播容易造成知识领域的垄断。他对口语传播具有偏好：“口头辩论具有极为重要的意义，在辩论中人类的行为和情感成为主题，它对于发现新的真理是重要的，但对于传播真理却只有很小的价值。口头讨论与个人交往及对他人感情的思索从根本上连在一起，并与机械化传播的冷酷和我们已注意到的现代社会的倾向形成鲜明的对照。”^④

在英尼斯有生之年，数字出版还未形成气候。所以现在看来，英尼斯的理论并不能覆盖对数字出版的分析。笔者认为，数字出版可以把“时间偏向”和“空间偏向”完美地结合起来，并通过在线聊天、实时互动的方式，极大地还原口语传播的方式。英尼斯的理论是本文考量数字出版的依据之一。

2. 麦克卢汉的理论

麦克卢汉，这位在 20 世纪六七十年代一度风靡北美的学者始终不懈地强调，媒介本身的特征直接影响到它们所参与塑造的社会关系的性质，即“媒

① [加] 哈罗德·英尼斯：《传播的偏向》，何道宽译，中国人民大学出版社 2003 年版。

② [美] 罗伯特·拉罗斯、约瑟夫·斯特劳巴哈著：《今日媒介：信息时代的传播媒介》，熊澄宇等译，清华大学出版社 2004 年版。

③ Alexander Hars, From Publishing to knowledge networks. New York: Springer, 2003.

④ [美] 丹尼尔·杰·切特罗姆：《传播媒介与美国人的思想》，黄静生、黄丕生译，中国广播电视出版社 1991 年版。