

·编辑出版·

本文引用:廖小刚,禹纯顺.高校出版社数字出版产业发展对策研究[J].湖南中医药大学学报,2020,40(9):1173-1178.

高校出版社数字出版产业发展对策研究

廖小刚¹,禹纯顺^{2*}

(1.湖南师范大学,湖南长沙410012;2.湖南中医药大学,湖南长沙410208)

〔摘要〕我国数字出版产业规模逐年扩大且发展迅速,传统出版社数字化转型升级渐入成熟阶段,我国高校出版社的数字化转型也取得了一定的成绩,数字出版产业获得了阶段性发展,产业规模持续扩大,产品矩阵日趋丰富,盈利模式渐次清晰。但高校出版社数字出版产业的发展仍然在路上,高校出版社要紧跟时代步伐,主动探寻更好的发展路径,依托高校构建“高校+出版社”的合作发展模式,始终以读者为导向、借力新技术畅通产品发行渠道,并努力加强数字出版人才队伍建设,以求得数字出版产业的更快更好发展。

〔关键词〕数字出版;数字出版产业;高校出版社;读者;人才

〔中图分类号〕G230 **〔文献标志码〕**A **〔文章编号〕**doi:10.3969/j.issn.1674-070X.2020.09.025

Research on the Development Countermeasures of Digital Publishing Industry in University Press

LIAO Xiaogang¹, YU Chunshun^{2*}

(1. Hunan Normal University, Changsha, Hunan 410012, China; 2. Hunan University of Chinese Medicine, Changsha, Hunan 410208, China)

〔Abstract〕 The scale of China's digital publishing industry has expanded and developed rapidly year by year. The digital transformation and upgrading of traditional publishing houses has gradually entered a mature stage. The digital transformation of China's university publishing houses has also achieved certain results. The digital publishing industry has achieved staged development and the scale of the industry has continued to expand. The product matrix is getting richer and the profit model is gradually clear. However, the development of the digital publishing industry of university presses is still on the way. University presses should keep pace with the times, actively explore a better development path, rely on universities to build a "university + publishing house" cooperative development model, and always take readers as the guide, leverage new technologies to unblock product distribution channels, and strive to strengthen the digital publishing talent team, in order to achieve faster and better development of the digital publishing industry.

〔Keywords〕 digital publishing; digital publishing industry; university press; readers; talents

移动通信水平逐年突破,数字技术日趋成熟,在信息化浪潮的汹涌冲击下,传统出版逐渐完成向“传统出版+数字出版”的转型,形成了较为成熟的数字出版产业并取得了飞速发展。据统计,我国数字出版产业规模“从2013年的2540.35亿元猛增到2017

年的7071.93亿元,5年内增值近2倍”^[1],这是政策引领和技术支撑合力作用的结果。高校出版社是我国社会主义出版事业的重要组成部分,有着其独有的特征与优势,如何全面实现数字出版、谋求数字出版产业化发展一直是高校出版社寻求突破的关键问

〔收稿日期〕2019-07-01

〔基金项目〕教育部人文社会科学研究青年基金项目(14YJC860014)。

〔作者简介〕廖小刚,男,硕士,副编审,研究方向:数字出版。

〔通讯作者〕*禹纯顺,女,硕士,编辑,E-mail:35481797@qq.com。

题,在数字化浪潮和数字出版产业飞速发展的大背景下,高校出版社拥有广阔的发展前景,也必将有所作为。

1 数字出版与数字出版产业

数字出版是伴随着数字技术在出版领域的应用而产生的一个新的概念。在我国,数字出版概念的兴起源于2005年中国首届数字出版博览会的召开,而实际上,在此之前我国学者就已经对数字出版展开了一轮具有开创意义的研究与探讨。2002年,北京大学谢新洲教授在其著作《数字出版技术》中提出,“数字出版是指在整个出版过程中,从编辑、制作到发行,所有信息都以统一的二进制代码的数字化形式存储于光、磁等介质中,信息的处理与传递必须借助计算机或类似设备来进行的一种出版形式”^[2],从信息的本质特征说明数字出版是通过数字手段对数字信息进行的有意识有目的的传播活动,具有很强的概括性。此后,学界对于数字出版的定义展开了长期的讨论,见仁见智。统括来说,数字出版实际上就是数字化的出版,是在传统纸质出版、电子出版等出版形式之后兴起的新型出版形式。相较于传统出版业,数字出版拥有海量存储、搜索便捷、阅读便捷、携带方便、传输快速、成本低廉、互动性强、环保低碳等特点,已经成为新闻出版业的战略性新兴产业和出版业发展的重要方向。英国学者约翰·B.汤普森曾说:“数字出版已经成为出版业的一个竞技场,因为数字出版是出版业发展的未来支柱。”^[3]

产业是指生产同类产品,并具有密切替代关系的厂商在统一市场的集合。根据这一定义,学界将数字出版产业界定为“提供数字出版产品和服务的企业的集合”^[4]。构成数字出版产业的企业主要有数字出版商、数字发行商、数字阅读运营商和数字出版服务商等,而本文所着力探讨的高校出版社属于数字出版商,即开展数字出版业务的出版社。从《2017—2018中国数字出版产业年度报告》中可以看出,目前我国将数字出版产业细分为互联网期刊、电子书、数字报纸、博客类应用、在线音乐、网络动漫、移动出版、网络游戏、在线教育和互联网广告等10个产业形态,其中收入规模最大的是互联网广告,达2 957亿元。从近年来的发展现状看,我国数字出版

产业经历了质的飞跃,已经进入快速发展轨道。

2 高校出版社数字出版产业现状

2.1 发展契机与产业环境日渐成熟

近年来,依托数字、通信技术尤其是智能技术的不断发展与突破,我国数字出版产业规模呈现出飞速发展态势。2017年,数字出版产业规模再创新高,超过7 000亿元,其中,互联网广告收入规模最大,达2 957亿元,移动出版和在线教育随列其后,分别是1 796.3亿元和1 010亿元,电子书、互联网期刊和数字报纸排在队末,分别是54亿元、20.1亿元和8.6亿元^[5]。由此可见,移动出版依旧是数字出版发展的重要方向,在线教育异军突起,已经拥有较为稳定的市场前景。高校出版社作为我国出版产业三大板块(教育出版、大众出版和学术出版)的重要构成之一,在移动出版、在线教育、电子书等数字出版领域存在着诸多优势,对我国数字出版产业的影响可见一斑。

2017年3月,原国家新闻出版广电总局联合财政部发布《关于深化新闻出版业数字化转型升级工作的通知》,进一步明确了新闻出版业转型升级的目标与路径;同年9月,《新闻出版广播影视业“十三五”时期发展规划》正式公布,深化转型、融合发展成为“十三五”时期新闻出版业发展的重要任务。随后,传统出版社向数字化转型升级热潮开启,高校出版社更是成为数字化转型升级的中流砥柱。

高校出版社既具有一般出版社的普遍特性,又具有作为高等教育事业重要补充的特殊属性,2017年1月,国务院印发《国家教育事业发展规划“十三五”规划的通知》,明确提出“互联网+教育”成为国家教育事业的重要抓手,为高校出版社发展数字(在线)教育服务带来了发展机遇与广阔空间;9月发布的《新闻出版广播影视业“十三五”时期发展规划》提出在教育出版领域,支持出版单位开发数字教育内容资源产品、课程体系和服务平台,推出一批服务于教育领域的整体解决方案。此外,根据中国互联网信息中心发布的第43次《中国互联网络发展状况统计报告》,2018年我国网民参与在线教育的规模突破2亿,网民使用率20.1%,较2017年增长29.7%;手机在线教育课程规模达1.9亿,网民使用率23.8%,较

2017 年增长 63.3%,增速惊人,为高校出版社的数字化转型发展,提供了较为成熟的现实基础和政策保障。

在各项政策和用户需求的激励与推动下,我国高校出版社纷纷在数字教育出版、在线教育服务等领域下工夫,并取得了一定的成绩。在 2013 年国家新闻出版广电总局公布的首批数字出版转型示范单位中,就有北京师范大学出版社、北京语言大学出版社、外语教学与研究出版社、浙江大学出版社和华东师范大学出版社 5 家高校出版社上榜,占据了示范单位总数的 1/4。高校出版社的数字出版转型与快速发展,已具有了走上快轨道的各种条件。

2.2 产品矩阵与产业规模日趋扩大

数字技术在出版领域的应用给出版产业带来的影响主要体现在内容载体上,即产品形式上,“数字技术给传统出版带来的最大变化是出版载体的多元化、出版形态的多样化”^[6]。当前我国数字出版产品主要有互联网期刊、电子书、数字报纸(不含手机报)、博客类应用、在线音乐、网络动漫、移动出版(移动阅读、移动音乐、移动游戏等)、网络游戏、在线教育、互联网广告、数据库出版物等类型。由于自身属性与服务定位,高校出版社在进行数字化转型升级过程中所涉及的数字出版产品类型主要集中在互联网期刊、电子书、数据库和在线教育上。

与数字化转型早期相比,经过近 10 年的探寻与摸索,时下高校出版社数字出版产品形态日益多元、产品矩阵日趋丰富。以华东师范大学出版社的数字出版产品矩阵为例,其数字出版产品细分为数字教育、数字阅读和数字支撑三大板块。其中,数字教育下又分“产品”和“平台”两个子系统,数字教育产品下再细分为学前教育和基础教育,主要产品包括阅读树、美慧树、点读笔、二维码图书、IPTV、手机报和数字教材等,数字教育平台有安全平台、多功能题典和大学语文等;数字阅读下根据阅读内容再有细分,电子书数量已经达到 6 000 余种,图书形态更显个性化^[7];数字支撑下辖 ERP、CMS 和 CRM 三大系统,形成了一个较为完整的数字出版产品矩阵。清华大学出版社开发有多种在线教育服务和在线教育相关产品,如电子教材、在线课程、付费问答、习题库、备授课系统、知识库等。在线课程方面,“基于教师的教学服务、教材的试读和销售服务、数字化的教材增

值服务等,开发了多种在线教育服务和在线教育相关产品……充分发挥内容和作者资源优势,开发了 100 余门在线精品课程”,其中“大学物理习题库产品”受到了多所高校师生的欢迎与广泛应用^[8]。在互联网信息内容服务和教学服务方面,其于 2010 年上线的数字阅读平台“文泉书局”、2013 年的“智学苑”项目、2014 年的“书问”项目和 2015 年的“智学堂”等,均为高校出版社拓展数字出版产品矩阵提供了可资借鉴的经验。

除此之外,各高校出版社在电子书、数据库等领域也取得了不错的发展,尤其是在学术出版领域。这一方面,广西师范大学出版社颇具代表性,其旗下的苏联历史档案数据库、汉语基督教书目整理数据库、东方智慧丛书数据库、《汉画总录》数据库等产品已经投入市场运用(或试运营)。产品矩阵的不断拓展与丰富是数字出版产业发展走向成熟的重要标志,高校出版社在产品矩阵的开发方面虽然取得了不少成绩,但仍有很长的路要走。

在出版社数字化转型升级取得显著的阶段性成果的大背景下,我国高校出版社的数字出版产业规模也在不断扩大,成为我国数字出版产业规模的重要支撑部分,尤其是在在线教育、数据库等数字出版领域,发挥着极其重要的作用。在规模方面,广西师范大学出版社的数字转型及其规模化发展,也给高校出版社数字出版提供了可行范本。“该社制定了数字化转型五年战略规划,设立了 30 多人的专门数字出版机构,每年从销售收入中拿出 3% 作为数字化转型的专项资金保障,使得各项转型项目都在规划中逐步推进。在与新媒体融合方面,该社不仅有官方微博,还设立了 APP 应用,在移动载体(手机、平板)中可供用户免费下载应用,提供图书阅读及购买等功能。该社上海公司开发的电子杂志《夜跑》《蓝袜子》及数据库资料产品具有很强的竞争力和市场空间。”^[9]当然,对于不同类型的高校出版社而言,如何根据自身的特点,开发相应的产品矩阵,仍是值得进一步思考的问题。

2.3 社会效益和盈利模式渐次清晰

自 2010 年以来,我国出版社的数字化转型之路已走过了 9 个年头,数字出版转型从初见成效到现在拥有显著成果的阶段性发展,其社会效益和盈利模式在尝试与摸索中渐次清晰。笔者以为,数字出

版的盈利模式即出版主体将数字化内容和服务资源转化为实际利润的有效途径,其导向标是读者需求,其关键点是读者注意力的获取,通过将数字产品或服务投至合理的渠道实现变现,最终获取利润^[9]。因此,在这个过程中,必须有“读者需求”导向,关注数字出版的多重属性,即既要追求一定的社会效益,但是作为出版企业,又必须立足社会公益性,始终以满足读者的精神价值需求为前提和基础。早在2015年9月,中共中央办公厅、国务院办公厅就曾印发《关于推动国有文化企业把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的指导意见》,并明确指出“文化企业必须始终坚持把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一”,作为为教育服务、为社会文化繁荣做贡献的高校出版社,无论是否实现数字化发展,自然均不例外。

高校出版社的社会效益逐渐凸显,教育部工作简报指出,近年来高校和出版单位坚持正确方向、推出精品力作、深化改革、强化队伍建设,社会效益明显。如中国人民大学出版社坚持巩固马克思主义理论占首要地位的出版定位,围绕党和国家大局做好学术出版,江西高校出版社把社会效益细化为13项指标,完善重点图书资助机制和社会效益奖励机制,清华大学出版社、西南交通大学出版社、厦门大学出版社和东华大学出版社围绕“一带一路”策划选题,加强现实题材作品出版等等^[11]。无论是在传统出版还是数字化出版中,高校出版社都已经具有了较强的社会效益意识,为文化企业追求经济效益奠定了良好的基础。

目前,我国高校出版社数字出版的盈利主要来源于在线教育、电子书和数据库产品等,其中又以在线教育为佳。2017年我国数字出版产业收入规模中,在线教育达1 010亿元,约占整体收入规模的14.3%,可窥其发展现貌与前景。早在2014年,广西师范大学出版社电子书数量为3 969种,产值82万元,实现利润41万元。广西师范大学出版社将具有较高学术价值、能够产生巨大社会效益和一定市场效益的优质内容产品数据库化,实现了社会效益和经济效益双赢,其旗下的数字化知识服务品牌——知更社区从用户入手,通过引导性的内容服务实现了价

值变现,“2017年,知更社区凭借线上读书会等形式聚集了近10万名高黏合度的粉丝,通过不定期开展微课、微讲座、游学等活动获得了一定的收益”^[12]。诸如知更社区之类的知识服务平台,也是其他高校出版社进行数字化转型的重要抓手之一。此外,移动学习终端的开发与推广、中国高校MOOC课程的开设等均为高校出版社数字出版产业发展提供了新的平台与机会,也都成为高校数字出版重要的盈利途径。虽然各高校出版社都在探索数字出版的盈利模式,其盈利模式也渐次清晰,但仍然没有形成标准化、可供所有企业个体复制使用的盈利模式。

3 高校出版社数字出版产业发展对策

5G时代已经来临,智能技术也在一项项突破中迅猛发展,传统出版社全面实现数字化转型升级是未来发展之必然,站在数字化发展前沿的高校出版社,理应明确自身站位与目标,将数字化转型发展置于工作重心位置。同时,为寻求数字出版产业的进一步、更高层次的发展,高校出版社既要主动学习、参考国内外数字出版转型成功企业的发展经验,取人之所长,又要积极探索、找寻符合自身特性与发展趋势的新的发展方式,挖掘自身能量。

3.1 构建“高校+高校出版社”的合作发展模式

在我国现行出版管理体制下,高校出版社数字出版产业从来都不是也不应该是单打独斗的发展模式。为谋求出版产业更好地“为人民服务、为社会主义服务”方针,自2010年以来我国政府、出版管理部门制定了一系列促进传统出版社数字化转型升级的政策与发展规划。截至2018年,原国家新闻出版署批准建设了13个国家数字出版基地,为出版企业的数字化发展提供了现代化产业园区与政策扶持。国家及地方的大力扶持和政策倾向,为数字出版行业的高速发展注入了强劲动力;在政策共享的背后产生行业的集聚效应,企业间形成产业链条^[13]。高校出版社也积极融入产业链条之中,在各项政策扶持和集聚效应作用下寻求自身新的发展与突破。

但是,与其他出版企业相较,高校出版社也有其自身的功能属性和企业特点。根据1986年制定的《高等学校出版社工作若干问题的暂行规定》,高校

出版社是我国社会主义出版事业的重要组成部分,也是高等教育出版工作的重要基地,是高等学校中的学术性事业单位。牛津大学出版社官网首页上赫然写着:牛津大学出版社是牛津大学的一个重要部门,它通过出版的全球化来促进大学在研究、学术和教育领域实现其卓越的目标。高校是高校出版社的“母机构”,即使是在转企改制之后,高校始终是高校出版社的重要依托。高校出版社要全面实现数字化转型升级,使之数字出版得到产业化发展,就必须从高校寻求发展推动力。一方面,高校要高度重视作为其“子机构”高校出版社的数字化发展,要为其数字出版产业提供一定的政策、资金、内容和技术支持。首先是政策,高校要在国家和地方对出版企业数字出版发展相关扶持政策的指导和引领下,根据自身办学特色、专业特点等因素制定有利于高校出版社数字出版转型升级的政策和规划,助推高校出版社数字出版产业的发展;其次是资金、内容和技术,高校应当适时适量地对高校出版社数字出版产业发展提供资金、内容和技术方面的支持。另一方面,高校出版社要以自身的发展反哺高校,要通过其所出版的产品促进高校的科研、学术和教育事业。实际上,高校出版社与高校是相辅相成的关系,构建“高校+高校出版社”的合作发展模式是高校出版社数字出版产业发展的重要抓手。

3.2 畅通融媒体环境下的产品发行渠道

媒体融合是大势所趋,且已经成效显著。“十三五”规划纲要中明确提出,要以先进技术为支撑、内容建设为根本,推动传统媒体和新媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面深度融合,建设“内容+平台+终端”的新型传播体系^[4]。所以,所谓媒介融合是由新媒体及其他相关因素促成的媒介间在诸多方面的相交融的状态^[5],是指在以数字技术、网络技术和电子通讯技术为核心的科学技术的推动下,组成大媒体业的各产业组织在经济利益和社会需求的驱动下通过合作、并购和整合等手段,实现不同媒介形态的内容融合、传播渠道融合和媒介终端融合的过程^[6]。媒介融合既是一个有形的状态,又是一个无形的过程。

媒介融合的发展尤其是智能化的发展,为数字出版产业发展带来了新的机遇,网络化、数字化、智

能化等新兴技术拓展了传统出版的发行渠道,特别是大数据、智能算法、云计算等技术的迅猛发展,使得数字出版产品更好地吸引读者注意力,更精准地向读者进行推送成为可能。首先,高校出版社在推出数字出版产品时,要始终以读者需求为目标导向,时刻想读者之所想,为读者提供更多的能够满足其阅读需求、知识需求和教育需求的优质数字出版产品和服务,最大程度地实现数字出版的“点”的“深度”。其次,高校出版社要主动寻求技术支持与技术发展,善于利用新技术解决发展中的实际问题,紧跟智能化发展趋势,通过大数据监测、分析实现对市场的有效把控,通过智能分发实现产品的精准营销。目前,智能推送在新闻传播、知识服务等领域已经实现了较为成熟的应用,高校出版社可以借鉴其成功经验,结合自身特点开展智能营销尝试,实现数字传播的“面”的“广度”。最后,高校出版社要努力构建多维度的产品发行模式。高校出版社数字出版主阵地仍是教育和学术,其读者对象相对固定,读者层次相对较高,在以往的发展中已经形成了比较稳定的读者群体,在对这部分读者进行数字产品(服务)推介时,以往的发行模式仍然有效;但若想取得长久发展,实现更大盈利,不能囿于固定的读者群体,而要获得更广泛的读者关注。故而高校出版社既要传统的产品发行渠道进行更新与完善,又要追求智能化、精准化的创新,以形成新旧融合的发行渠道,多管齐下地促进数字出版产业的长足发展,拉长盈利的产业链,实现数字出版效益“线”的“长度”。

3.3 建设创新型高水平数字出版人才队伍

任何事业的发展都离不开人才,人才是企业发展的第一资源,对于高校出版社数字化发展来说,拥有一支创新型高水平数字出版人才队伍是必不可少的。华东师范大学出版社一早就认识到了“既了解出版专业知识,又掌握新兴数字技术的复合型人才”在数字出版产业发展中的重要性,早在2009年就着手组建自己的数字出版人才队伍,启动了“蓄水池”计划,“建立了一支具有较强战斗力的数字出版专业队伍”;此外,还在实际的数字出版业务开展过程中,积极寻求与高校和科研院所合作,共同推进数字出版转型升级^[7]。其经验值得广大高校出版社学习和借鉴。各个出版社都有其自身的人才结构和组织模式,

数字出版人才队伍建设的方式也不尽相同,但综合来看,高校出版社数字出版人才队伍的建设途径主要有如下3种。

其一,自己培养,即高校出版社在已有的人才结构中选择有数字技术相关学习背景、具有一定数字技术基础的编辑人员集中学习数字出版相关知识,包括数字出版物制作、数字出版服务平台开发、数字营销等,这类人才既懂出版规程又有技术在身,是发展数字出版产业的理想型人才。其二,人才招聘,即通过对外招聘的形式罗集精通数字技术的专业技术型人才,这类人才精通数字技术,具有无限的数字出版创新潜力。其三,人才合作,即与高校、科研院所或其他数字出版企业建立灵活的人才合作模式,通过技术共享、项目共建等方式促进自身数字出版产业发展,此类人才流动灵活,实效性大。高校出版社必须以人才为发展之基础,始终将数字出版人才队伍建设放在产业发展的重心位置,如此方能切实推进数字出版产业的繁荣。

概而言之,在繁荣我国社会主义文化事业的政策指引和保障下,在媒介融合、智能化发展的技术语境和数字经济日益发展的市场驱动下,作为我国高等教育事业重要部口、出版事业三大板块之一的高校出版社,实现数字出版转型发展,已是势在必行,也逐渐形成了良好的发展基础和产业环境。整体而言,我国高校出版社数字出版产业规模逐年扩大,呈现向好趋势。但为了获得更大的社会效益,助推我国高等教育事业和文化事业的发展,不断顺应时代发展潮流,总结经验、直面问题,探索高校出版社更快更好的数字出版转型路径和数字出版产业发展方向、方法,以形成一套完备的适用于高校出版社自身特性的数字出版产业发展模式,是当前高校出版社在新时代语境中不断发展的应有之义。

参考文献

- [1] 中国新闻出版研究院.2017-2018 中国数字出版产业年度报告[R]. 2018-07-24.
- [2] 谢新洲.数字出版技术[M].北京:北京大学出版社,2002:12.
- [3] 约翰·B.汤普森.数字时代的图书[M].张志强,译.南京:译林出版社,2014:321.
- [4] 张新华.数字出版产业理论与实践[M].北京:知识产权出版社,2013:5.
- [5] 中国数字出版产业年度报告课题组.步入新时代的中国数字出版:2017-2018 中国数字出版产业年度报告(摘要)[J].出版发行研究,2018(9):29-32,8.
- [6] 廖小刚,李楚芄,陈琳.媒介融合背景下大学出版社的数字出版运作模式[J].现代出版,2018(5):44-46.
- [7] 王健,孙婷.依托专业 不断创新 积极推进传统出版数字化转型:华东师范大学出版社数字化转型之路[J].编辑学刊,2014(6):11-16.
- [8] 庄红权,温韞辉.以内容为体,以技术创新和体制创新为翼:清华大学出版社出版融合初探[J].出版广角,2018(1):38-40.
- [9] 唐小新,易奇志,李书甜.广西传统出版单位数字化转型升级特点分析及创新发展建议[J].出版广角,2015(7):92-95.
- [10] 廖小刚,陈琳.高校出版社数字出版现状、发展趋势及对策[J].中国编辑,2018(11):56-62.
- [11] 教育部.坚持把社会效益放在首位,高校出版工作持续健康发展[EB/OL].(2015-06-258)[2020-03-15]http://www.moe.gov.cn/jyb_sjzl/s3165/201506/t20150625_191091.html.
- [12] 莫曲波.谈出版的融合发展:以广西师范大学出版社为例[J].出版广角,2019(8):51-53.
- [13] 王 垚.数字出版生态体系的构成与完善:2018 年我国数字出版盘点[J].出版广角,2019(3):25-28.
- [14] 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[M].北京:人民出版社,2016:170.
- [15] 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.
- [16] 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.
- [17] 王 健,孙 婷.依托专业 不断创新 积极推进传统出版数字化转型:华东师范大学出版社数字化转型之路[J].编辑学刊,2014(6):11-16.

(本文编辑 李路丹 匡静之)