



摘要：“媒介融合”是从国外引入中国的一个内涵丰富的概念。因研究视角不同，国外学者也存有争议，有必要对近年来的研究成果作更多介绍，并在更为开阔的视野中考察传统出版业发展所面对的现实问题。

关键词：媒介融合；大媒体；出版业

“媒介融合”不仅是从国外引入中国的一个概念，而且是中国目前多种媒介发展进程中所要应对的现实问题。因而，有必要进一步参考国外文献，梳理这一概念的内涵，探讨其所涉及的相关问题。由于新媒体是相对传统媒介而言的，新媒体对传统的印刷出版业产生了直接影响，从更开阔的视野来

考察出版业的发展境况，也是有意义的。

一、国外“媒介融合”概念的引入

在20世纪末计算机信息革命到来之前，不同媒介之间界限明晰，对于媒介技术的研究也被限定在不同的学科领域之内。“媒介融合”的提出为媒介发展提供了历史机遇，不同媒介技术相互结合，连同工业制度结构、社会文化标准共同塑造着融合媒体。^①在国外研究文献中，“媒介融合（media convergence）”一词也被表述为“融合（convergence）”。一般认为，“融合”的概念最早是由美国麻省理工学院的依梯尔·索勒·普尔于1983年提出的，^②其含义为“各种媒介呈现出多功能一体化的趋势”^③。普尔在《自由的技术》一书中指出：“一个既定的物理网络能够提供任何类别的媒介设备，反过来，一个曾被限制于一种技术的媒介设备现在能够被传送到任何物理上分散的网络上。”^④

从上世纪90年代末开始，一些涉及媒介融合基本概念的西方著作被译介到我国，例如，托马斯·鲍德温等合著的《大汇流——整合媒介信息与传播》明确指出：之前各自为政的电信、有线电视广播和计算机工业将汇流到一起，产生整合宽带系统（broadband communication system）。^⑤罗杰·菲德勒《媒介形态变化——认识新媒介》一书提出：广播和动画业、电脑业、印刷和出版业三个领域将会逐步趋于融合。书中不仅较早地介绍了1978年尼葛洛庞帝的三圆环聚合示意图，而且针对当时学界对媒介融合的几种误解进行指正。^⑥凯文·尼曼的《大媒体潮》提出“大媒体”（megamedia）的概念，认为传媒业、电信业、信息业都将统合到一种新的产业之下，即“大媒体业”。^⑦约瑟夫·斯特劳巴哈等合著的《今日媒介：信息时代的传播媒介》一书第一章“变化中的媒介环境”也探讨了媒介融合及其对人们生活产生的影响。^⑧从我国目前已出版的有关媒介融合的著作、教材及学术论文的文献引用情况来看，这几本国外新媒体方向的著

作虽然不是系统探讨媒介融合的成果，却对我国媒介研究者思考媒介融合相关议题具有一定的启发意义，也奠定了我国早期媒介融合研究的理论基础。

国内学者一般认为，“媒介融合”作为一种正式的学理性概念最早是由蔡雯于2004年在美国进行富布莱特项目研究时引入国内的。^⑨其实1999年崔保国在《技术创新与媒介变革》（《当代传播》1999年第6期）一文中已经引介了西方“媒介融合”的概念。但蔡雯的文章被引用频次较高，而且比较明确地指出，“媒介融合是指在以数字技术、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”。^⑩此外，宋昭勋的《新闻传播学中Convergence一词溯源及内涵》以及孟建的《媒介融合：粘聚并造就新型的媒介化社会》，也是我国较早研究媒介融合问题的代表性成果。

然而，国内学者在引述“媒介融合”概念时，直接参考英文资料还不够充分。例如，《媒介大融合：数字新媒体时代下的媒介融合论》一书被学者认为是“我国传播学术界探讨媒介融合理论的最重要的成果”，^⑪但其参考文献大多来自已有的中译本。实际上，国外有关媒介融合的研究资料是相当丰富的，涉及很多理论资源和现实问题，值得引入并加以梳理：对媒介融合概念的把握为何难以统一，有关媒介融合与媒介分化的争议，媒介融合的最大受益者到底是谁，媒介融合与出版业的关系，这些问题在我国虽有涉及，但有待深入探讨。因而，有必要继续引介国外相关研究成果，为中国目前媒介融合的现实发展提供有益的参考。

二、国外有关媒介融合的几个问题

本文仅针对目前国内研究引述国外资料的情

况，进一步梳理国外特别是欧美有关媒介融合的研究文献（大多没有翻译为中文），归纳其中涉及的几个值得关注的问题。

1.对媒介融合概念的认识为什么存在差异

挪威奥斯陆大学的媒介研究学者埃斯彭·伊特瑞伯格（Espen Ytreberg）指出：“媒介融合是迄今为止最难把握的概念之一”。^⑫甚至早在1995年就有学者指出“媒介融合是一个危险的词语”，因为它有太多不同层面的意义。^⑬为什么对这一概念的把握会存在差异呢？其原因有：

“媒介融合”本身是一个历时性的概念。对这一概念的认识和把握，首先是基于媒介自身的发展与实践过程。美国加州大学伯克利分校的迈克尔·卡茨教授在1997年发表的《介绍：融合、规制和竞争》一文中介绍了20世纪90年代初期以来人们对于媒介融合的三种认识：“对于一些人来说，媒介融合是一个局限于电信领域的现象。对于另一些人来说，媒介融合是一个电信业和计算机工业归并的过程。此外还有一种观点，认为媒介融合包括产业的结构整合”。^⑭英国的西蒙·穆雷（Simone Murray）博士也指出，20世纪90年代，媒介融合经历了三次浪潮。第一次浪潮是通过对主流媒体的直接收购与大规模兼并实现的跨媒体所有权的集团化。这一浪潮并没有对政治经济方面造成根本性挑战。第二波浪潮是关于媒介的数字化改造，这从根本上挑战了传媒业，受到了传统政治经济学的青睐，同时也对文化研究产生了影响。第三波浪潮是“内容流（content streaming）”。作者指出，“在传媒业中用‘内容流’来描述一个平台向另一个平台的内容迁移，即通过互联网实现音频或视频内容的传递”。^⑮可见在纵向的时间维度上，在媒介融合基本思想保持不变的前提下，学者们对于媒介融合的把握是有差别的。正如有学者指出的那样，“媒介融合更像是在描述我们已经看到的，而不是我们将会见到的”。^⑯这提示我国研究者从学理和实践的双重维度把握“媒介融合”概念。同时在切入对媒介融合的考察时，应当注意将其置于纵向的维度，而不是孤立地看待。

研究视角有不同。国外媒介融合研究主要有三种视角：媒介史的视角、文化研究的视角、政治经济学的视角。

媒介史的视角以詹妮特和萨宾 (Janet Staiger and Sabine Hake) 为代表^①，认为“媒介融合是传统媒体（如印刷媒介、电视、广播和电影）与新技术（如有线电视、互联网和数据广播）的结合”。这种观点认为媒介融合作为一种历史传统甚至可以追溯到19世纪^②，这也为媒介融合研究提供了一种纵向考察的方法。

文化研究视角的主要代表者是亨利·詹金斯，其关于媒介融合与融合文化的论著在西方社会具有深刻影响。依照文化研究的视角，詹金斯指出“‘媒介融合’一词涉及技术、产业、文化和社会变迁等方面”；而“媒介融合意味着一种文化转换 (culture shift)，正如消费者被鼓励不断发掘新的信息，进而把分散的媒介内容合二为一”。“媒介融合”分为两种先后出现的范式：数字革命范式 (digital revolution paradigm) 和新兴融合范式 (emerging convergence paradigm)。“数字革命范式”以尼葛洛庞帝的《数字化生存》为代表，其强调“新媒体代替旧媒介”，而“新兴融合范式”则强调新媒体与旧媒介的互动。詹金斯指出，“媒介融合并不完全取决于媒介终端，而是在更多时候产生于个体消费者的头脑之中，并且通过彼此间的社会交往而实现”。他援引了法国媒介学者皮埃尔·列维 (Pierre Lévy) 早年提出的“集体智慧” (collective intelligence) 的概念，指出，“没有人是全知全能的，但我们中的每一个人都知道一些事情，因此我们可以把我们每个人所知的东西汇聚到一起，从而提高个人的技能。”他认为，在媒介融合的文化语境下，混杂着大众文化元素的集体智慧足以改变宗教、教育、法律、政治、广告甚至军事行动的方式。^③媒介融合也呈现了媒介权力的重构和媒介审美与媒介经济的重塑，“最终，我们的媒介未来将依赖于商业媒体和集体智慧之间的斡旋与交战”。^④詹金斯还预见到，“媒介融合所处的数字文艺复兴 (digital renaissance) 将是

最好的时代也是最坏的时代，而一个新的文化秩序也将在这个时代出现”。^⑤

政治经济学的研究视角以蒂姆·德维尔 (Tim Dwyer) 和克劳斯·詹森 (Klaus Jensen) 为代表。德维尔指出：“媒介融合是一个过程。新技术被容纳进现有媒介和大众传播文化工业之中”。^⑥基于政治经济学的研究立场，他的《媒介融合》一书将媒介融合具体分为产业融合、技术融合与监管融合。^⑦但在德维尔的论著中仍然存在理论和实证支撑的鸿沟。^⑧詹森的《媒介融合：网络、大众和人际传播的三个维度》一书也被认为是从政治经济学视角研究媒介融合的代表作。^⑨詹森阐述了所谓“媒介融合的三个维度”的关系：第一个维度是通过身体实现的人际传播，第二个维度是模拟大众传播，第三个维度是数字化传播。第三部分则包括对理论与实践、现代语境与后现代语境之间关系和方法论的思考。但有学者认为，“詹森只是用媒介融合去描述了一个一般的传播现象”。^⑩

值得一提的是，目前国内已有个别学者注意到对媒介融合进行文化研究视角的考察。2011年出版的陈伟军《媒介融合与话语越界——传媒文化的多维阐释和散点透视》一书，从文化研究的视角出发，指出“作为一种全新实践和话语重组，媒介及其相关要素的会聚与整合，其影响不仅在技术层面，它还会对我们时代的文化生态和思想框架造成巨大冲击”；对于媒介融合的探讨很难用一种大一统的理论进行阐释，因此需要从哲学思路、文化研究思路、多媒体艺术思路、社会学思路等多维度考察媒介融合。^⑪

2. “媒介融合”是否只是一种“假说”

在我国，一般认为传媒发展的未来趋势是媒介融合，但近年来有学者认为传媒的未来发展不是融合，而是分化；由此引出了有关“媒介融合”与“反媒介融合”的争论。^⑫也有学者质疑关于媒介融合的各种论断只是一种“假说”。^⑬

在国外，确实有不少学者批评媒介融合这种说法过分含糊和泛化甚至沦为商业炒作的工具。^⑭一些学者也注意到了媒介融合实践过程中的负效

应。南太平洋大学新闻系主任马可·艾智 (Marc Edge) 在《瓦解之后融合：加拿大的‘灾难性’案例》中指出，“媒介融合作为一种商业战略于20世纪90年代受到欢迎。计算机工业革命使得报刊业于20世纪70年代发生转变。媒介主发现通过跨媒体的信息内容共享可以获利颇丰。然而由于信息技术产业的股市泡沫，2000年1月美国在线公司与时代华纳的合并却造就了商业史上最具灾难性的合并案例，媒介融合的提法随之一下子跌落谷底。”^③有人开始怀疑“媒介融合不过是个宣传出来的错觉而已”。^④

有的学者怀疑媒介融合是否是一种可行的商业模式。^⑤从商业模式角度看，“媒介融合有赖于一些理念，如协同效应的创造、产业边界的消解、市场的叠加与整合”。^⑥多伊尔 (Doyle G.) 早在1999年就通过对英国报刊和电视经营者的访谈发现他们对于媒介融合是否真的能发挥节省成本的协同效应表示强烈质疑。^⑦她指出，不少媒体高管认为媒介融合并不能带来太多经济效益，其唯一的益处不过是带来跨媒体内容的增加和企业规模的扩大。^⑧加拿大学者也通过相同的方法得出类似的结论，并表示对于过度增长的传媒集团的担忧。^⑨媒介融合所带来的股市负债，使得一些新的媒介集团不堪重压。一些所谓“媒介融合之王”，只能通过政府力量来还清因媒介融合而欠下的债务。^⑩而对于出版企业而言，媒介融合也带来了某些弊端。“免费在线出版物为媒介主制造了麻烦，因为免费在线出版物对其原有的媒介产品的销售产生了负面影响”。^⑪

这些代表性论述虽然不能证明媒介融合是个伪命题，但至少它提醒我国研究者对媒介融合的现实保持冷静客观的态度，并注意媒介融合过程中产生的负效应。

3. 媒介融合的受益者是谁

在媒介融合过程中，公众究竟置于利益天平的哪一端？或者说，谁是媒介融合最大受益者？这一议题常常被我国研究者所忽视，目前我国已有的研究几乎找不到相关论述，而这一议题却得到国外

学者的关注。

美国印第安纳大学的艾格尔·黄 (Edgar Huang) 和南佛罗里达大学的卡伦·戴文森 (Karen Davison) 等人认为，“目前为止，大部分关于媒介融合的讨论都只聚焦于其商业价值”，^⑫因而学者认为，媒介融合对于媒介主来说十分有益，但对普通大众来说，只能意味着真相和公民意见的削弱。^⑬美国一项针对传媒学界和业界人士的调查显示，有70%的受访者认为媒介融合的受益者是媒介并购者^⑭。有学者则撰文指出，“媒介融合的局面可能是好的，对于传媒公司来说可能结局更好。但是恐怕它也可能变得更糟糕，对于新闻业来说结局可能更糟”。^⑮

这些国外研究表明媒介融合的最大受益者可能并非普通大众。这提示我国学者在考察媒介融合商业效益的同时，还要从更广泛的视野对媒介融合现象进行反思，了解媒介融合对普通大众究竟有什么实际意义。

三、媒介融合视角下的出版业发展

国内外学者谈及媒介融合时，更多地聚焦于电信业、计算机工业与广播电视业的融合，但从学理与实践两个层面来看，媒介融合都已经涉及出版业的发展问题。

早在1978年，尼葛洛庞帝就已经通过一个图例演示了三个相互交叉的圆环的聚合过程，这被认为是媒介融合的雏形。在这个聚合模型中，三个圆环分别代表了“计算机工业”、“出版印刷工业”和“广播电影工业”。这个聚合模型提出的意义在于把“不同工业即将和正在趋于融合这一远见卓识第一次通过著名图例演示出来，获得商界领袖”的青睐。^⑯这一模型也表明媒介融合在最初阶段就与印刷出版业密切相关。

20世纪80年代，有国外出版学文献阐述媒介融合对于出版业的影响。艾瑞斯 (Eres) 在1983年发表的《信息技术：地位、趋势和内涵》的第一部分就指出：“电信、数据处理、广播电视、出版，这几个曾经可以轻易地加以区分的产业不再彼此孤立。”^⑰而早期学者们认为电子出

版就是出版业在媒介融合时代的一种表现形式。^{④6}围绕媒介融合和数字出版,出现了一些具有代表性的出版学研究文献。例如,帕特里克·吉宾斯(Patrick Gibbins)的《电子出版:多学科的未来媒介融合》对电子出版进行了较为细致的探讨。他指出:“信息产品能够达到印刷产品的市场接受程度,信息产品和服务能够满足大众消费市场的信息需求时,我们才真正可以说我们处在电子出版的商业模式之中”。^{④7}英国贝德福德大学艾利克斯·威登(Alexis Weedon)教授于1996年在《融合》(Convergence)杂志发表《图书贸易与网络出版:一种英国视角》一文,根据英国出版业的实践经验,介绍了网络出版时代的图书交易方式。他认为,现在图书的分销渠道已经根据互联网的发展进行了相应的调适,而基于互联网的书籍分销渠道也正在改变出版业的结构。因此“出版商必须要在传媒业技能的宽泛谱系之下重新定义自身的角色”,并且应当从报纸、计算机软件和广播电视的商业实践经验中寻求网上图书贸易的新思路。^{④8}美国北德克萨斯大莱恩·库克(Lynne Cooke)的《印刷媒介、电视、互联网的视觉融合》从40年来知名报纸、有线电视新闻节目、新闻网站选取了广泛的研究样本,指出印刷出版媒介、电视和互联网正趋于视觉融合。^{④9}挪威奥斯陆大学的黑尔戈(Helge Rnning)与托里(Tore Slaatta)两位教授认为“图书是最古老的大众传播媒介,而且是第一个取得国际化发展的文化产业,因此在数字化背景之下媒介研究者应当回归对于图书的研究”。^{⑤0}他们的《营销员、出版商、编辑——国际出版业趋势》一文关注的就是媒介融合时代国际出版业的经济和 market 发展趋势。

值得关注的是,媒介环境学派的论著从人文视角探讨了新媒介对印刷文化的影响,强调印刷文化的价值。梅罗维茨在《消失的地域:电子媒介对社会行为的影响》一书中使用“媒介矩阵”一词,实际上也就是在谈媒介融合问题:“媒介在所谓的媒介矩阵中相互作用,它是共同存在的媒介相互连结的网络。不同类型的媒介常常是高度地内部相

关”。例如,“许多出版商使用计算机排版,而大多数的电视节目是根据印刷的剧本”。因此,“我们可以探讨当一种特定的新媒介或者一种新的通用类型的媒介引进之后,媒介矩阵以及它对社会行为影响变化的方式”;而“电子媒介一加入到传播家族中,就改变了早期媒介之间的关系并改变了信息流的模式”。^{⑤1}这启示我们将印刷媒介的变化及其影响置于“媒介矩阵”中加以考察。

此外,媒介融合也拓展了数字出版物的范围。英国斯旺西城市大学的贝瑞·伊普(Barry Ip)博士的《游戏工业中的技术、内容和市场融合》指出,目前有关计算机与视频游戏业融合的学术性研究十分匮乏。因此他从技术、内容和市场三个方面探讨游戏数字出版工业的媒介融合趋势。^{⑤2}

(郭毅系北京师范大学文学院新闻传播学硕士研究生;于翠玲系北京师范大学文学院新闻传播研究所教授,博士生导师)

* 本文系“中央高校基本科研业务费专项资金资助”项目成果之一

注释:

- ① 斯蒂夫·琼斯.新媒体百科全书[M].熊澄宇、范红译.北京:清华大学出版社,2007:94.
- ② 这一说法并不是公认的。也有西方学者指出,首倡“融合”这一概念的是诺拉(Nora)和明克(Minc)。参见:约瑟夫·斯特劳巴哈,罗伯特·拉罗斯.今日媒介:信息时代的传播媒介[M].熊澄宇译.北京:清华大学出版社,2002:2.
- ③ 孟建,赵元珂.媒介融合:作为一种媒介社会发展理论的阐释[J].新闻传播,2007(2):14.
- ④ 斯蒂夫·琼斯.新媒体百科全书[M].熊澄宇、范红译.北京:清华大学出版社,2007:94.
- ⑤ 托马斯·鲍德温,史蒂文森·麦克沃伊,查尔斯·斯坦菲尔德.大汇流——整合媒介信息与传播[M].龙耘、官希明译.北京:华夏出版社,2000.
- ⑥ 罗杰·菲德勒.媒介形态变化——认识新媒介[M].明安香译.北京:华夏出版社,2000.
- ⑦ 凯文·尼曼.大媒体潮[M].苏采禾译.台北:时报文化出版企业公司,1996.
- ⑧ 约瑟夫·斯特劳巴哈,罗伯特·拉罗斯.今日媒介:信息时代的传播媒介[M].熊澄宇译.北京:清华大学出版社,2002.
- ⑨ 刘颖悟,汪丽.媒介融合的概念界定与内涵解析[J].传媒,2012(1):73.
- ⑩ 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):88.
- ⑪ 王菲.媒介大融合:数字新媒体时代下的媒介融合论[M].广州:南方日报出版社,2007:序二7.

- ⑫ 埃斯彭·伊特瑞伯格.媒介融合：根本不明朗？[J].新媒体社会，2011（13）：502.
- ⑬ 茱莉亚·凯特，亚丽克西斯·威登.社论：媒介融合的多变观念[J].融合，2009（15）：131.
- ⑭ 迈克尔·卡兹，格伦·沃罗奇.介绍：融合、规制、竞争[J].企业与产业变迁，1997（4）.
- ⑮ 西蒙·穆雷.媒介融合的第三次浪潮：内容流[J].融合，2003（9）：9.
- ⑯ 费加罗·斯托索尔.诘问“媒介融合”：双重性走向融合.
- ⑰ 詹尼特·斯泰戈尔，萨宾·黑格.融合媒介史.
- ⑱ 穆罕默德·艾什.阿联酋的媒介融合：发展模式调查[J].融合，2003（9）：77.
- ⑲ 亨利·詹金斯.融合文化：新旧媒体的碰撞[M].纽约：纽约大学出版社，2006:2.
- ⑳ 亨利·詹金斯.媒介融合的文化逻辑[J].国际文化研究学刊，2004（7）：33.
- ㉑ 亨利·詹金斯.媒介融合？我不同看法。针对人们关于“媒介融合”的探讨，我认为多个媒体将不会整合成一个超级媒介[J]，“麻省理工学院技术批评”网站.
- ㉒㉓ 蒂姆·德维尔.媒介融合[M].白金汉：开放大学出版社，2010:2.
- ㉔㉕㉖ 埃斯彭·伊特瑞伯格.媒介融合：根本不明朗？[J].新媒体社会，2011（13）：504-506.
- ㉗ 陈伟军.媒介融合与话语越界——传媒文化的多维阐释和散点透视[M].北京：中国社会科学出版社，2011.
- ㉘ 陈国权.分化是传媒发展的趋势——“融合论”质疑[J].新闻记者，2010(3)；邓建国.媒介融合：受众注意力分化的解决之道——兼与“反媒介融合论”商榷.新闻记者，2010(9).
- ㉙ 赵星耀.认知媒介融合的既有理念和实践[J].国际新闻界，2011（3）：65；南长森，石义彬.媒介融合的中国释义及其本土化致思与评鹭[J].陕西师范大学学报（哲学社会科学版），2012（5）：163.
- ㉚ 埃斯彭·伊特瑞伯格.媒介融合：根本不明朗？[J].新媒体社会，2011（13）：504-506.
- ㉛ 马可·艾智.瓦解之后融合：加拿大的‘灾难性’案例[J].媒介文化社会，2011（33）：1266.
- ㉜ 诺尔.媒介融合的神话[J].国际媒介管理学刊，2002（1）：12-13.
- ㉝ 马可·艾智.瓦解之后融合：加拿大的‘灾难性’案例[J].媒介文化社会，2011（33）：1266.
- ㉞ 穆罕默德·艾什.阿联酋的媒介融合：发展模式调查[J].融合，2003（9）：77.
- ㉟ 多伊尔.媒介融合：一个独特的契机或一场恶作剧[J].欧洲数字电视规制中的媒介融合.
- ㊱ 多伊尔.媒介所有权：英国及欧洲媒介融合与所有权整合的经济与政治学分析.
- ㊲ 希尔德布兰特等.媒介融合与生产全球化[J].融合时代的加拿大报纸所有权：重新发现社会责任.
- ㊳ 皮茨.融合之王：加拿大媒体的掌控之战.
- ㊴ 帕尔默，埃里克森.数字新闻：报纸、广播和更多基于互联网的媒介融合[J].国际媒介管理学刊，1999（1）：31.
- ㊵ 艾格尔·黄.面对媒介融合的挑战：媒介从业人员的跨媒介平台工作[J].融合，2006（12）：83.
- ㊶ 萨默菲尔德.加拿大联邦政府官员研究媒介融合[J].战略，2000（9）：27.
- ㊷ 艾格尔·黄.面对媒介融合的挑战：媒介从业人员的跨媒介平台工作[J].融合，2006（12）：83.
- ㊸ 比尔·米切尔.融合可以实现吗？（题目根据文中的比喻而意译。Poynter.org是美国佛罗里达州Poynter新闻学校的官方网站，比尔·米切尔为该校教师）
- ㊹ 宋昭勋，新闻传播学中Convergence一词溯源及内涵[J]，现代传播，2006（1）：51.
- ㊺ 艾瑞斯.信息技术：现状、趋势与启示：第一部分[J].电子出版评论，1983（3）：223-242.
- ㊻㊼ 帕特里克·吉宾斯.电子出版：多学科的未来媒介融合[J].信息科学杂志，1984（8）：123.
- ㊽ 亚丽克西斯·威登.图书交易与网络出版：英国的视角[J].融合，2006（2）：76.
- ㊾ 莱恩·库克.印刷媒介、电视、互联网的视觉融合：40年来新闻呈现中的设计变化[J].新媒体与社会，2005（1）：22.
- ㊿ 黑尔戈，托里.营销者、出版社、编辑者：国际出版的趋势[J].媒介文化社会，2011（33）：1109.
- ① (美)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，2002，330-331.
- ② 贝瑞·伊普.游戏工业中的技术、内容和市场融合[J].游戏与文化，2008（3）：199.

出版知识

出版企业债券融资

出版企业在债券交易中，其债权人可以分为国家、企业和个人。作为债权人，这三者都享有合同规定的固定收益权，正常情况下不承担企业的经营风险，拥有企业不能偿还债务时的破产权。企业和个人作为投资者持有出版企业债券，有投资价值和意义，其收益比存款高，风险比股票低。国家作为债权人除了投资意义外，还能弥补贷款方式中企业承担责任和风险的不足，建立起出版企业的债务债权意识。债券融资对于出版企业来说意义重大。

（摘编自王关义等著《中国出版业若干问题研究》，中国财政经济出版社2012年版）