

新媒体特征视角下未来数字出版形态研究

刘世瑾

北京印刷学院新闻传播学院，北京

收稿日期：2026年4月5日；录用日期：2026年5月5日；发布日期：2026年5月13日

摘要

随着信息技术的飞速发展，我国数字出版业取得显著成就，日益成为文化产业的关键组成部分。当今时代，以互联网、社交媒体为代表的新媒体发展迅猛，其特性与优势影响着数字出版的出版形式与传播方式，促使着数字出版形态的创新发展，为数字出版注入了新鲜的活力与变革力量，使数字出版业迎来了前所未有的发展机遇。本文旨在以当下新媒体的五个显著特性——超媒体性、交互性、超时空、个性化、虚拟化为视角，深入分析其影响数字出版创新发展的作用机制，探究未来数字出版将会出现的新形态，从而为新媒体时代数字出版的未来发展路径提供新的理论视角与实践指导，以推动数字出版业健康向好发展。同时，本研究可也为后续在此领域进行研究的学者提供参考与借鉴，从而进一步推动数字出版领域学术研究的深化，以期共同促进该领域研究成果的有效转化与应用，为数字出版领域的繁荣发展贡献力量。

关键词

新媒体特征，超媒体性，交互性，超时空，个性化，虚拟化，数字出版，出版形态

A Study on the Future Forms of Digital Publishing from the Perspective of New Media Characteristics

Shijin Liu

School of Journalism and Communication, Beijing Institute of Graphic Communication, Beijing

Received: April 5, 2026; accepted: May 5, 2026; published: May 13, 2026

Abstract

With the rapid advancement of information technology, China's digital publishing industry has achieved remarkable success and has increasingly become a key component of the cultural sector.

In the current era, new media represented by the internet and social media are developing rapidly. Their characteristics and advantages are influencing the publishing formats and dissemination methods of digital publishing, driving innovative development in the forms of digital publishing, injecting fresh vitality and transformative forces, and ushering the digital publishing industry into unprecedented opportunities for growth. This paper aims to examine five prominent characteristics of contemporary new media—hypermediacy, interactivity, hyper-spatiotemporality, personalization, and virtualization—as analytical perspectives. It delves into the mechanisms through which these characteristics influence the innovative development of digital publishing, and explores the emerging forms that digital publishing is likely to take in the future. The study seeks to provide new theoretical perspectives and practical guidance for the future development of digital publishing in the new media era, thereby promoting the healthy and robust growth of the digital publishing industry. Furthermore, this research serves as a reference for subsequent scholars conducting studies in this field, thereby further advancing academic inquiry in digital publishing, with the aim of collectively facilitating the effective transformation and application of research outcomes, and contributing to the prosperity and development of the digital publishing field.

Keywords

New Media Characteristics, Hypermediacy, Interactivity, Hyper-Spatiotemporality, Personalization, Virtualization, Digital Publishing, Publishing Forms

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

新媒体是媒介演化历史长河中的最新形态。它是相对于“旧媒体”而言的，是报刊、广播、电视等传统媒体后发展的媒体形态，标志着媒体在内容与形式上的历史性变革。从口语媒介到文字印刷，从电子媒介到数字网络，每一次媒介形态的更替都遵循着特定的演化逻辑。马歇尔·麦克卢汉的“媒介即讯息”揭示了媒介技术本身对人类感知模式与社会结构的深层塑造力，即不同媒介带来不同的文明形态[1]。沿着这一思路，保罗·莱文森提出“补偿性媒介”理论，认为任何一种后继的媒介都是对先前媒介功能不足的一种补偿，而新出现的媒介越来越符合人类的自然感知方式[2]。雷吉斯·德布雷则进一步提出“媒介域”概念，认为媒介技术不仅塑造了思想的传播方式，更深刻影响着社会文化的构建与变迁[3]。在此理论视野下，新媒体可以被理解为：以数字技术为核心驱动力，在补偿报刊、广播、电视等传统媒体不足之处的过程中逐步形成的新型媒介形态。它既是美国《连线》杂志所定义的“所有人对所有人的传播”，也是技术型文化的有机组成部分，涉及文化艺术、科学技术、意识形态、社会制度和精神生活等多个层面。

基于此，新媒体被普遍认为具备以下五个鲜明特征：超媒体性、交互性、超时空、个性化、虚拟化。超媒体性体现了列夫·马诺维奇提出的“数据库逻辑”的观点，它表明新媒体不再遵循传统文本的线性叙事，而是提供了多种可能的阅读路径，用户成为信息结构中的主动导航者而非被动跟随者[4]。交互性是新媒体区别于传统媒体的核心标志，它赋予用户前所未有的参与权力，同时也重构了媒介机构与受众之间的权力关系。超时空是指新媒体极大压缩乃至消解了传统物理时空的限制，曼纽尔·卡斯特尔论述的“流空间”与“无时间之时间”精确捕捉了这一特征：信息可以瞬间跨越地理距离，历史资料可以即时调取，同步与异步交流可以共存于同一个媒介环境中[5]。个性化表明媒介越来越能够适应个体差异，而

非要求个体适应媒介。从算法推荐到界面定制，从内容筛选到社交圈层，新媒体将大众还原为一个具有独特偏好、身份与需求的个体。虚拟化指向新媒体所创造的拟真环境与数字存在方式。这呼应了鲍德里亚的“超真实”概念，即虚拟并非虚假，而是一种比真实更“真实”的体验，模拟不再是对原物的复制，而是取代了原物成为新的参照[6]。

新媒体的五个特征并非孤立共存，而是构成了一个有层次的、相互驱动的动态系统。首先，交互性作为核心驱动力。没有交互性，超媒体性的链接就只是静态的超文本而非动态的导航过程，超时空就只是信息存储的远程可及而非实时互动，个性化就只是系统单向的标签分类而非用户主动的定制与表达，虚拟化就只是被动的拟像观看而非沉浸式的参与和在场。交互性为其他特征注入力量源泉，作为用户与媒介、人与人、人与信息之间能量交换的枢纽。其次，超媒体性作为结构性基础。以超链接、标签系统、信息网络为特征的超媒体结构，为用户提供了可以进入并操作的数字空间。在这个意义上，超媒体性是交互性的“骨骼”，它规定了交互可以在哪些节点之间发生、以何种路径展开、产生何种信息流。同时，超媒体性的网状逻辑天然具有去中心化、多路径的特征，这为超时空和个性化提供了结构上的可能性。在交互性与超媒体性的共同作用下，全球范围内的个性化内容同步成为可能，用户也能够更有效地利用超时空资源。最后，当交互性、超媒体性、超时空、个性化这四个特征的快速发展，驱动虚拟化的诞生。具体而言，当用户能够高度交互地、在超媒体结构中、跨越时空地、以个性化方式参与数字世界时，用户会逐渐沉浸于当下所处的数字环境，认为其是接近真实的存在。基于此，虚拟环境不再是对物理现实的苍白模拟，而是成为人们日常生活实践的有机组成部分，社交媒体身份与真实身份同等真实。因此，虚拟化标志着人类已经进入一个真实与虚拟相互渗透、相互构成的时代。

2. 新媒体特征视角下未来数字出版形态

在当今社会，新媒体以其超媒体性、交互性、超时空、个性化、虚拟化的鲜明特征，逐渐渗透至与人类日常生活息息相关的各个方面。它们之间的动态关联与相互作用深刻影响着社会经济、文化、教育、政治等各个领域，改变着人们的生活方式与社交模式，与人类社会密不可分又共同向前发展。本文以新媒体的五个特征为视角，探讨它们对数字出版新形态的作用及影响。

2.1. 超媒体性特征下的数字出版新形态

超媒体性是指新媒体可以融合多种媒体形式和信息传播方式，打破传统媒体之间的界限。这种超媒体性可以实现多种媒体形式融合文字、图像、音频、视频一体化，即新媒体平台能够同时容纳和整合文字、图片、音频、视频等多种媒体形式，用户可以在同一个界面或内容中获取不同类型的信息。同时，超媒体性也指在多种媒体中非线性的组织和呈现信息。超媒体是超文本的延伸，所谓超文本是一种按照信息之间关系非线性的存储、组织、管理和浏览信息的计算机技术，受众可以根据自己的兴趣和需求通过点击链接选择性地阅读文本信息内容。

基于新媒体的超媒体性，未来跨媒体融合与跨界合作的数字出版形态很有可能会成为热潮，例如多媒体互动出版物、交互式数字教材等。多媒体互动出版物能够将文字、图片、音频、视频等多种媒介形式融合，形成生动多样的内容。例如，一本电子书可能同时包含文字描述、高清图片、动态图表、音频解说和短视频片段，读者可以根据自己的喜好和需求，选择最适合自己的媒体形式进行阅读，或者在不同媒体形式之间自由切换，以获得更加全面和深入的信息，也可以通过点击、滑动等交互方式，探索数字内容中的隐藏信息或解锁新的故事情节，获得丰富而生动的阅读体验。在交互式数字教材中，超媒体技术赋予了数字教材以文字、图片、视频、动画等多种形式交互的能力，并通过超链接技术实现信息内容的非线性组织和呈现，从而提升数字教材的利用率，提高学习者的参与度和学习效果[7]。基于超媒体性

的交互数字教材，以其多媒体融合、互动性设计、个性化定制、实时反馈与调整以及跨平台访问与共享等特点，能够为学习者提供更加丰富、生动、个性化的学习体验，促进教育领域的创新性发展。

跨媒体故事世界也可能是未来一种重要的新兴数字出版形态。随着数字出版业跨媒体融合与跨界合作的不断深入，数字出版商积极寻求与影视、游戏、动漫等多个行业的深度合作，能够共同探索并建构跨媒体故事世界。跨媒体故事世界能够赋予读者前所未有的沉浸式阅读体验，读者不再局限于单一媒介的束缚，而是能够在书籍、游戏、影视作品等多种不同的媒介中体验同一个故事，如先在书籍中了解背景，然后在游戏中深入体验，最后在影视作品中观看完整故事。这种跨媒体的故事讲述方式，不仅极大地提升读者的阅读质量、丰富读者的阅读体验，还能够促进不同媒介之间的优势互补与协同发展。

此外，还有一类是实体与数字融合出版物。基于新媒体超媒体特征的框架下，实体与数字融合出版物得以将实体书籍厚重的质感与数字内容的丰富多样性巧妙而完美地融合。结合物联网技术，实体书籍能够与数字内容相结合，从而被赋予新的生命与活力。例如，在实体书籍中嵌入二维码或 NFC 芯片，实现了实体与数字内容的无缝对接。读者只需使用智能手机或者其他智能终端设备，扫描或触碰这些嵌入式标识，即可访问数字内容或参与互动活动，解锁隐藏在实体书籍背后的数字宝藏，比如详尽的作者访谈、生动的视频解说、丰富的扩展阅读资料、与书籍内容紧密相关的互动游戏或问答环节等。

2.2. 交互性特征下的数字出版新形态

基于此，未来的数字出版将更加聚焦于读者之间的互动和交流。随着这一趋势的发展，未来各类社区化阅读平台将会不断涌现，为出版商和出版机构提供社交化的阅读平台，让读者在阅读过程中分享阅读体验及心得、交流观点、参与讨论和互动，甚至参与到书籍内容的创作和修改中。借此契机，出版商可以充分利用社区数据，对内容创作与营销策略进行精准优化。这种社交化的阅读平台将促进读者之间的互动和共享，从而构筑起更为紧密的阅读社群。与此同时，在用户与社交媒体平台深度融合的过程中，各类社交出版物也会成为新兴潮流，进而催生出全新的出版模式和社群生态，为数字出版注入新鲜的源泉和活力。

同时，新媒体的交互性还推动了数字出版流程的智能化。基于新媒体的交互性特征，数字出版的选题策划、内容生产与编辑、排版设计、营销推广等各个环节都有望得到精准优化，实现智能化管理。比如，在选题策划阶段，通过充分利用新媒体平台的用户反馈情况和数据分析，精准定位市场需求，优化选题策略，实现选题的智能化。在内容生产与编辑阶段，借助用户作为信息生产者的角色，积极鼓励并且收集用户生成的内容，以此丰富和完善出版物的内容。排版设计环节也将引入智能化工具，根据用户阅读习惯和偏好进行个性化定制。在营销推广方面，通过精准推送、社交媒体互动的方式，实现出版物与潜在读者的有效连接。这将大大提高数字出版内容质量，提升数字出版的效率和质量，降低数字出版的成本，为读者提供更加优质的数字阅读产品。

2.3. 超时空特征下的数字出版新形态

超时空是新媒体的外部效果特征。相较于传统媒体，新媒体在传播上的快捷性、全球性以及时间和空间上的自由性、无限性尤为明显。新媒体利用通信卫星和全球联网的网络进行传输，完全打破了有线网络、行政区划和地理区域的制约，可以在地球上的任何角落和世界相连。特别是手机新媒体发送信息时间短、接收信息速度快，受制约因素少，几乎不受任何时间和地域的制约，只要在移动互联网络覆盖的全球任何地方，在任何时间都可以搜索信息、查阅信息、发布信息，使新闻生产与发布的时间间隔基本消除，同时还能突破国家物理边界的局限，使麦克卢汉预言的“地球村”想象成为现实。

新媒体的超时空将推动未来数字出版朝向更加即时化的方向发展，未来数字出版将更加注重与读者

的即时互动，即时互动型出版物将成为新兴的数字出版形态。随着未来数字化技术的深入发展，即时互动型出版物将能够实现信息的迅速更新与广泛传播，将多样化的信息以近乎实时的速度传递给广大读者。以实时更新数字新闻为例，通过先进的数字化手段，新闻资讯得以实时更新，推送至用户端，确保读者能够随时随地掌握全球最新的动态与资讯，包含实时更新的新闻资讯、体育赛事直播、股市行情等。即时互动型出版物通过借助数字平台实现与读者的无缝对接，极大地提升了信息的时效性和互动性。此外，互动电子书、在线问答社区等形态也将成为未来数字出版的主流趋势。这些出版物不仅可以为读者提供更加丰富的阅读选择，也能通过即时互动的功能设计，使读者可以即时参与讨论、提问或分享心得，从而增强读者的参与感和归属感，促进读者之间形成更加紧密和活跃的社群。

同时，新媒体的超时空特征将会让数字内容能够跨越国界进行自由传播，这将会推动未来数字出版的全球化发展。在这一趋势下，全球化共享出版物将会成为新的潮流。数字教材、学术著作、文学作品等将实现多语种翻译和全球发行，为全球读者提供统一且优质的学习资源和阅读体验。这种全球化的出版模式将会使国际的出版合作更加紧密，推动全球数字出版市场的繁荣与发展。比如，全球化数字教材作为共享出版物，能够借助新媒体的超时空性优势，跨越国家的地理界线，为全球学习者提供统一的学习资源。这不仅有助于提升全球教育的公平性和普及，还能够推动教育资源的优化配置和共享利用。

2.4. 个性化特征下的数字出版新形态

新媒体环境下，用户往往拥有专属的信息终端，用户对信息具有极高的控制权，可以通过新媒体定制、选择、检索信息。另外，信息传播者可以根据信息标识和信息接收标签确定一个或多个用户向其传播特定信息。这样，每一个新媒体用户都可以发布和接收完全个性化的信息，大众传播转变为“小众传播”，甚至是一对一传播。随着大数据技术、人工智能技术、算法推荐技术、机器学习技术的应用和发展，新媒体将更加智能，从而提供更加个性化的内容和服务。

基于这一特征，各种个性化出版物、智能出版物应运而生。比如，未来数字出版形态中智能推荐系统驱动的个性化阅读模式有望会成为一股热潮。借助大数据分析和人工智能技术，智能推荐系统能够根据读者的阅读习惯、兴趣偏好和历史行为数据，精准推送符合其个性化需求的阅读内容。这种个性化的推荐不仅限于书籍本身，还包括相关的数字内容、作者访谈、书评等，能够为读者打造一个全方位的个性化阅读体验。除了精准化、个性化、智能化的推送，生成式人工智能的文本生成技术还能够应用于编辑出版流程中的业务工作场景以及出版机构和用户之间的服务场景，语音合成技术能够重点应用于有声书传播场景，文生视频技术能够重点应用于短视频传播场景，从而进一步满足数字出版对多模态信息、产业融合发展、自动化工作流程以及更为丰富的用户交互性需求[8]。利用生成式人工智能技术的文本生成技术，读者也能自主进行内容创作，AI驱动下的数字出版物随之诞生[9]。此外，各大个性化学习出版平台也会应运而生。随着在线教育和学习型社会的兴起，出版机构将会积极构建个性化学习出版平台，根据学习者的学习风格、进度和兴趣，提供定制化的学习资源、课程推荐和评估反馈。这种个性化的学习出版平台将帮助学习者更加高效地掌握知识和技能，提升学习者的学习效果，从而推动教育领域的数字化转型和升级。

同时，由于读者对内容的定制化需求将日益增长，未来的数字出版将鼓励作者和创作者根据读者的具体需求，进行定制化的内容创作，定制化内容创作与出版将成为新兴数字出版形态之一。以定制化数字杂志为例，用户可以根据自己的兴趣和需求，建构自己感兴趣的杂志内容和格式，定制个性化的数字杂志。读者可以根据自己的兴趣选择故事线、角色设定甚至结局，以此参与到内容的创作过程中。这种定制化的内容创作与出版模式，将极大地提升读者的参与感和满足感，为数字出版领域带来新的发展机遇。

2.5. 虚拟化特征下的数字出版新形态

虚拟化是新媒体的重要特征之一。新媒体基于数字化的信息，塑造并存在于一定的虚拟空间当中。文字、声音、影像、互动场景等在内的数字化信息都是由技术人员利用数字技术模拟真实世界信息制作出来的。近年来，人工智能的概念从计算机专业的专业层面延伸至大众视野，如机器人记者和围棋手，VR、AR 和 MR 技术等。新媒体的虚拟信息传播不仅指信息本身的虚拟化，还指传播关系的虚拟化。在新媒体环境下，传播者和受众的角色大部分是匿名的，被赋予了“虚拟角色”，交流双方在这种条件下开展交流活动。所以，建立在虚拟数字信息交流基础上的人际关系也具有一定的虚拟性，而这种虚拟的人际关系将极大地改变传统社会的人际关系模型。

近年来，扩展现实(XR)的概念逐渐进入大众视野，并日益受到广泛的关注与讨论。XR 是指通过计算机技术和可穿戴设备产生的一个真实与虚拟结合、可人机交互的环境，它包含着虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、混合现实(MR)及其他因技术进步而可能出现的新型沉浸式技术。VR 技术能使人完全沉浸在虚拟幻境之中；AR 能够创建一个叠加虚拟内容的世界；MR 则是虚拟与现实的混合体，它能创造出可以与真实环境交互的虚拟物体。基于新媒体的虚拟化特征，未来以 VR、AR 为代表的扩展现实(XR)出版物可能会成为未来数字出版中的热门出版形态，例如虚拟现实数字图书、增强现实数字教材、混合现实数字图书馆等。通过创新性运用 VR、AR、MR 技术，将图像、视频或交互元素等数字内容叠加至实体书籍或场景中，从而将虚拟信息与现实世界相结合，使得读者可以沉浸在由数字内容构建的虚拟世界中，体验故事中的场景和角色，享受身临其境的阅读体验[7]。XR 技术能够有效创设生动的阅读情景、丰富读者感官体验、降低知识承载负荷，重塑数字出版的边界。

元宇宙出版物也是基于新媒体虚拟化特征而可能出现的新兴数字出版形态。在元宇宙这一虚拟世界中，出版内容可以以多种形式存在，如虚拟书籍、虚拟展览、虚拟讲座等，为读者提供全新、丰富的阅读体验。同时，元宇宙这一虚拟空间能够创造出新的数字内容和出版形式，如数字藏品、虚拟数字人、数字社交等。随着人工智能、物联网、云计算、区块链等技术的快速发展，以及人类社会数字化、网络化、虚拟化的程度不断加深，元宇宙在未来能够将数字出版场景打造成具有强社交性、强交互性的空间，通过多媒介元素和多种形态呈现数字出版内容，为读者带来真正的个性化阅读体验[10]。

此外，虚拟社群与互动出版也是未来可能出现的新兴数字出版形态。依托于各种新媒体平台，各类虚拟社群应运而生，这些虚拟社群为读者构建出无界限的交流空间和互动平台，让读者可以围绕出版内容进行交流、分享和互动，从而形成高度活跃、自我进化的线上阅读社区或社群。在虚拟社群中，读者不再仅仅是内容的消费者，更是内容的创造者和参与者。读者可以围绕自己的兴趣点和关注点展开深度对话与创意协作，通过集体智慧的汇聚，为出版内容的创新性发展提供源源不断的动力，极大地丰富数字出版的内容与价值。通过虚拟社群的互动出版模式，构建起读者聚合平台，能够实现数字出版内容的共创与互动生成，并且能够提供实时反馈与迭代优化、开展社群营销与品牌塑造，利用数据分析进行数字出版内容的智能推荐，成功打破传统出版的界限，为数字出版在新媒体时代的发展注入新的活力与动力。

3. 未来数字出版形态的潜在挑战

尽管在新媒体特征的驱动下，数字出版展现出多元且充满活力的未来图景，但技术赋能的另一面往往伴随着不可忽视的伦理困境、商业壁垒与社会负效应。若缺乏对风险的审视与规制，数字出版新形态或将偏离人文精神与知识传播的初衷。

3.1. 超媒体融合加剧注意力涣散，易陷入认知负荷困境

超媒体性在打破媒介边界的同时，极易导致读者陷入“认知负荷”的困境。读者在阅读过程中既要

消化内容本身，又要判断下一步该点击何处或选择哪条链接，这种双重任务会大量消耗脑力资源，使本应用于理解信息的注意力被导航操作所挤占[11]。当文本、视频、交互按钮在同一界面竞相争夺关注时，原本的深度阅读体验被切割成零散的快速浏览，传统阅读所依赖的持续专注与深度思考正在被一种“表层理解”的感官满足感所替代[12]。同时，跨媒体故事世界的建构依赖于高昂的IP版权费用与多工种协同，这对中小型出版机构构成了显著的商业门槛，可能导致文化表达的进一步资本集中化。实体与数字融合出版物若过度依赖二维码与NFC芯片，一旦后台服务器关闭或链接失效，实体书中的数字资产将无法访问，内容存续的脆弱性问题由此凸显。

3.2. 强交互性导致信息茧房，引发数据伦理隐忧

基于用户数据的智能交互出版流程虽提升了效率，却也埋下了算法偏见与信息茧房的种子。当人们长期暴露于被筛选过的同质化信息流中，不同群体之间便难以找到共同的价值基点，整个社会的话语共识面临瓦解风险。算法系统持续向用户推送与其既有偏好相吻合的内容，使得个体逐渐丧失接触陌生观点和挑战性信息的机会，独立思考与价值判断的能力在这种技术环境中被不断削弱[13]。平台算法以维持用户活跃度为最高目标，天然倾向于推荐已经获得广泛关注的主流文化内容，而小众群体的文化表达则被算法系统逐步推向信息流的边缘，陷入一种“越不曝光越没人看、越没人看越不曝光”的恶性循环。与此同时，社区化阅读平台对用户的阅读轨迹、标注内容、页面停留时间等行为数据进行全方位采集，引发了关于个人隐私边界被侵蚀以及数据被不当利用的尖锐伦理争议。

3.3. 超时空传播诱发数字同化，导致文化同质化

即时与全球化的出版模式在促进文化交流的同时，也潜藏着文化霸权的威胁。数据已成为数字时代被开采和占有的核心资源，取代了传统时期对土地和物质资源的掠夺目标，一种新型的秩序正在全球范围内形成。大语言模型的训练素材主要取自互联网上的公开文本，那些尚未被数字化的历史文献、地方性知识以及弱势群体的文化表达从一开始就被排除在训练范围之外。训练数据本身所携带的偏向性，是算法产生偏差的根源所在。当技术标准由先发国家主导制定时，其设计逻辑天然以单一文化背景下的用户习惯为前提，对多民族、多语言地区的复杂现实缺乏充分考量，非英语国家及经济弱势人群在数字空间中的参与权利遭到结构性排斥[14]。规范伦理学所依赖的普遍性原则在面对不同文化语境时往往难以维持其适用性，而人机交互中的价值评判越来越多地受制于算法逻辑和数据拟合，这使得跨文化传播中的伦理自明性基础遭到动摇[15]。全球化出版物若一味追求适用于所有市场的普适性标准，势必导致文化表达方式的趋同化，本土文化的独特气质与多样性面临被消解的危险。

3.4. 个性化定制降低生成内容质量，催生数字伦理风险

人工智能驱动的定制化内容创作虽满足了长尾需求，却对内容的真实性与版权归属提出了严峻挑战。生成式人工智能所产出的内容可能掺杂不可靠信息与偏见，出版物的品质和真实性因此难以得到充分保证；同时，由于训练数据的覆盖面有限以及机器缺乏真正意义上的创造性思维，AI生成内容往往呈现出模式化、重复化的特征，思想深度和人文温度明显不足。人工智能的运作方式本质上是对既有数据中呈现的规律进行统计拟合，而非对客观事实进行独立核实，由此产生的文本难免携带事实性差错和逻辑链条的断裂，这与出版行业长期以来对内容真实性和准确性的基本追求存在内在冲突[12]。当AI生成的内容呈现出高度流畅和逻辑严密的语言面貌时，读者易轻信生成内容的准确性与真实性，反而放松了对信息来源的警惕性审视和批判性反思[14]。此外，目前大多数国家的法律体系尚未对人工智能生成物的版权归属作出明确规定，作者与读者之间的权利边界以及人机协作背景下的创作伦理仍处于待厘清的状态[16]。

在交互式阅读场景中，读者对故事情节的深度参与和改写，使得传统意义上作者对作品的完整控制权受到冲击，诱发数字伦理风险。

3.5. 虚拟化促发感官成瘾，引起交往异化

元宇宙与虚拟社群虽拓展了阅读的社交维度，但过度追求感官沉浸可能导致读者脱离物理现实，陷入虚拟交往的幻象。数字平台通过无限下拉、即时反馈、个性化推送等精心设计的心理捕获机制，持续锁定用户的注意力，使人们在不知不觉中形成对电子设备的强烈依赖，其行为选择越来越多地受到技术逻辑的牵引而非自主意志的支配[17]。伪装成真实用户的社交机器人能够悄无声息地渗透到日常的数字互动之中，人与人之间的直接交流在用户毫不知情的情况下被替换为人与机器之间的互动，个体对自身行为动机和目的的清晰感知在这种混合交互环境中逐渐变得模糊[18]。人机交互对身体在场的弱化，使得个体在与机器互动的过程中越来越受到算法预设路径的引导，而非源于内在的道德自觉与价值判断。虚拟空间中人际关系的匿名性和瞬时性虽然降低了表达的准入门槛，却也削弱了基于长期信任和相互责任而建立的深层社会联结。

4. 结论

综上所述，新媒体的超媒体性、交互性、超时空、个性化及虚拟化特征将推动未来数字出版发展更加智能化、个性化、即时化和全球化，促使数字出版形态趋向多元化与多样化的方向发展。超媒体性为数字出版的跨媒体融合与跨界合作提供有效途径，多媒体互动出版物、交互式数字出版物、跨媒体故事世界、实体与数字融合出版物得以涌现。交互性强化读者之间的互动与交流，推动未来各类社区化阅读平台的涌现以及数字出版流程的智能化发展。超时空推动未来数字出版朝向更加即时化、全球化的方向发展，促进即时互动型出版物与全球化共享出版物成为新的潮流。个性化引领未来数字出版智能化、精准化、个性化发展，各种个性化出版物、智能出版物、定制化内容创作与出版将成为未来新兴的数字出版形态。虚拟化强调将数字模拟技术与虚拟人际互动关系的应用，推动扩展现实技术出版物、元宇宙出版物以及虚拟社群与互动出版物成为数字出版的新形态。这些新形态的出现不仅能够丰富出版产品的种类和形式，也能为读者打造更为便捷、高效和有趣的阅读环境与场景，使读者获得沉浸式、丰富而生动的阅读体验，能够有效推动数字出版业的创新发展，迈向繁荣兴盛的新篇章。

参考文献

- [1] (加拿大)马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介: 论人的延伸[M]. 何道宽, 译. 南京: 译林出版社, 2019: 19-22, 39.
- [2] (美)保罗·莱文森. 数字麦克卢汉: 信息化新纪元指南[M]. 何道宽, 译. 北京: 社会科学文献出版社, 2001.
- [3] (法)雷吉斯·德布雷. 普通媒介学教程[M]. 陈卫星, 王杨, 译. 北京: 清华大学出版社, 2014.
- [4] (俄罗斯)列夫·马诺维奇. 新媒体的语言[M]. 车琳, 译. 贵阳: 贵州人民出版社, 2020.
- [5] 何睿. 网络社会下的空间与时间新类型——曼纽尔·卡斯特空间时间观点述评[J]. 新闻世界, 2014(12): 97-99.
- [6] 鲍德里亚. 仿真与类象[M]//鲍德里亚. 后现代的哲学话语——从福柯到赛义德. 杭州: 浙江人民出版社, 2001.
- [7] 窦思佳. 技术赋能新形态数字教材出版实践[J]. 中国传媒科技, 2023(6): 131-135.
- [8] 周莉. AIGC 技术在数字出版中的创新应用与发展——《智慧出版: 大数据背景下图书出版商业模式重构》荐读[J]. 情报理论与实践, 2024, 47(9): 209.
- [9] 匡文波, 姜泽玮. 生成式人工智能推动数字出版智能化发展路径研究[J]. 出版广角, 2024(14): 15-21.
- [10] 余炳晨. 科技期刊数字出版的元宇宙场景研究[J]. 新闻研究导刊, 2023, 14(3): 8-11.
- [11] 任碧雅. 基于场认知机制的超媒体交互学习设计研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东大学, 2021.
- [12] 陈刚. 可见性与不可见性之间: 生成式人工智能驱动下数字出版的再思考[J]. 中国出版, 2025(18): 54-60.

-
- [13] <https://d.wanfangdata.com.cn/periodical/CiBQZXJpb2RpY2FsQ0hJU29sejkyMDI2MDUwOTEwMzIzN-RIRemhvbmdnYmoyMDIwMDYwMDcaCHZzYjIjcGNh>
- [14] 冯晓灿. 重访数字正义: 文化传播中的社会区隔——评《数字不平等: 文化传播研究》[J]. 智能社会研究, 2025, 4(6): 233-247+254.
- [15] 徐亚州, 谢桂山. 人机交互场域的伦理困境透视与中国范式探索[J]. 社会科学战线, 2025(10): 11-21.
- [16] 段永杰, 李彤. 数字出版中 AIGC 生成物的应用场景及其伦理规制[J]. 出版科学, 2023, 31(6): 84-93.
- [17] 向超, 卢娴. 数字成瘾: 形成机理、风险审视与规制进路[J]. 电子政务, 2024(12): 108-120.
- [18] 张成岗, 王明玉. 数字交往中的自我异化及其治理逻辑构建[J]. 治理研究, 2025, 41(3): 102-112+2+159-160.