

CHAPTER 1

第一章

媒介融合研究的对象与基本问题

第一节 媒介融合研究的对象

一、媒介融合的概念与内涵

自 1978 年麻省理工学院的尼古拉·尼葛洛庞帝 (Nicholas Negroponte) 教授绘制了分别代表广播电影产业 (Broadcast and Motion Picture Industry)、计算机产业 (Computer Industry)、印刷出版产业 (Print and Publishing Industry) 三个相互交叉的圆环,并提出了“这三个产业正在走向融合这一聚合过程”^①起,关于媒介融合 (Media Convergence) 的研究就逐渐走进全世界相关领域学者的视野中。

Convergence 一词最早出现在科学领域,如 1713 年英国科学家谈到光线的汇聚或发散 (Convergences and Divergences of the Rays) 时使用到它^②,随后运用到了其他学科。1983 年,普尔 (Ithiel de Sola Pool) 在《自由的科技》(Technologies of Freedom) 一书中详细阐述了“融合模式” (the Convergence of Models) 这一概念,并让融合 (Convergence) 这个话题受到更多人的关注。他认为由电子技术 (Electronic Technology) 带来的传播革命正在进行中,这是一种历史上、法律上以及技术上的融合,电子技术将原有的所有传播模式融为一个大系统 (One Grand System)^③。尤菲 (David. B. Yoffie) 认为融合是“运用数字技术,将原来不同产品的功能统一起来”^④。有学者提出“融合是至少电话、电

① Brand S. *The Media Lab: Inventing the Future at MIT* [M]. New York: Viking Penguin, 1987: 11.

② 宋昭勋. 新闻传播学中 Convergence 一词溯源及内涵 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2006(01): 51-53.

③ Pool I D S. *Technologies of Freedom* [M]. Cambridge: Harvard University, 1983.

④ Yoffie D B. Competing in the Age of Digital Convergence [J]. *California Management Review*, 1996, 38(4):

视和电脑这三种重要技术的互补”^①。在尼葛洛庞帝和普尔等人的研究基础上,在传媒、计算机、电子通信产业中,业界人士也逐渐接受、慢慢实现着融合这一现象。直至20世纪90年代中后期,“媒介融合”(Media Convergence)这一概念被明确提出。

随着对媒介融合研究的深入,学者们发现媒介融合不仅是技术上的融合,更是产业、受众、市场等方面的深度融合。詹金斯(Henry Jenkins)强调媒介融合不是简单地使用电子检索信息,它是从技术、经济、社会、全球化以及文化五个方面产生的融合^②。斯多伯(Rudolf Stoher)也提到新兴媒体的产生不是技术发明的结果,它是发明(Invention)、创新(Innovation)以及制度化(Institutionalization)的结果。他认为技术、文化、政治以及经济因素决定了新商业模式的形成。埃里森等人(Allison, A. W. III, DeSonne, M. L. Rutenbeck, J. & Yadon, R. E.)则将媒介融合看成一种商业趋势(Business Trend),这一趋势“将原来独立的产业通过兼并收购、合作、战略联盟等方式融合在一起”^③。2001年,美国新闻学会媒介研究中心(The Media Center of the American Press Institute)主任纳迟森(Andrew Nachison)把媒介融合定义为“印刷、音频、视频和交互数字媒体服务和组织间的战略层面、运作层面、生产层面以及文化层面的整合”^④。高登(Rich Gordon)从产业层面、管理层面、运作层面和实际操作层面不同维度出发,把媒介融合分为五种形式:所有权融合(Ownership Convergence)、策略性融合(Tractical Convergence)、结构性融合(Structural Convergence)、信息采集方式融合(Information-Gathering Convergence)、新闻表述形式融合(Storytelling Convergence)^⑤。

国内关于媒介融合的讨论,自21世纪初期就有学者涉入。2006年,宋昭勋就新闻传播学中的Convergence一词做了溯源,并对国外相关研究进行梳理。由于有西方早前相关研究可以借鉴,我国学者对媒介融合概念的探索更多是对媒介实践的呼应与引导。彭兰认为媒介融合应将媒介产品“从信息产品向全方位产品延展、从单边产品向双边产品延展、从大众化产品向个性化产品延展”,实现“信息终端的变革”以实现媒介融合中的“支点设置”^⑥。支庭荣指出在数字化背景下,传统媒体可通过“战略联盟、技术研发以及并购与

① Bolter J. D., Grusin R. Remediation: Understanding New Media [J]. *Corporate Communications: An International Journal*, 1999, 4(4): 208-209.

② Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* [M]. 2nd ed. New York: New York University Press, 2008.

③ Lugmayr A., Zotto C. D. *Media Convergence Handbook-Vol. 1& 2* [M]. Berlin: Springer Berlin Heidelberg, 2015.

④ Nachison A. Good Business or Good Journalism? Lessons from the Bleeding Edge [Z]. Hong Kong, A presentation to the World Editors' Forum, 2001.

⑤ Gordon R. The Meanings and Implication of Convergence [G] // Kevin Kawamoto. *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2003, 57-74.

⑥ 彭兰. 媒介融合三部曲解析[J]. 新闻与写作, 2010(02): 17-20.

投资的方式”^①实现融合,从而进入新媒体市场。相关研究同样提出传媒产业融合经历了技术融合、业务融合到产业融合或市场融合的过程^②。

通过梳理发现,媒介融合是基于传统传媒产业中各种媒介相对分立的状态而发生的一种产业融合发展的过程。传统传媒产业中,一种媒介产品拥有一个特定的生产环境和运营平台,不同媒介之间很难进行联合生产与共同运作。随着互联网技术与数字技术不断发展与成熟,最终可通过数字技术将不同媒介内容呈现形式(文字、图片、声音、视频)进行数字化转化,成为新的数字媒介产品,从而打破了原有的不同媒介间的边界,使得媒介融合得以实现。

因此,媒介融合应是一个涵盖了微观、中观与宏观层面的产业发展实践活动,是在网络化、数字化背景下进行的媒介形态、媒介内容生产流程、媒介运营机制和媒介产业结构之间的融合行为,是通过技术创新、机制创新、制度创新实现的传媒产业升级发展的过程。这一变化过程也带来了媒介与社会关系的变化,以及对媒介发展未来指向的重新思考。

二、媒介融合的主体

主体是与客体相对应的概念,马克思在描述两者关系时提到:“主体是人,客体是自然”^③,而实践是连接主客体、并使其相互作用的基础。在多种实践活动中,具有创造性和创新性的实践活动是更具有能动性的,是判断主体性的一条重要标准。除了实践维度外,在讨论主体性时也应关注其价值维度和社会维度的意义^④。在实践过程中,主体应通过实践活动满足自己的需求,从而实现其价值;并应从社会角度来对待主体与客体、主体与主体之间的关系和自身的发展。

在媒介融合这一实践过程中,其“主体”应具有以下特质:(1)是实践活动的主动者;(2)其实践活动具有创造性和创新性;(3)对实践活动的开展有自我目的和价值判断;(4)其实践活动与社会利益紧密相关。

媒介融合作为一个传媒产业升级发展的过程,参与到这项实践活动的主体主要包括:

(1) 传统媒体机构。面对互联网的出现,以报刊、广播、电视为代表的传统媒体机构主动进行了数字化、网络化转型。它们对原有产品进行升级,创造出了一系列新的媒介产品;在传播内容、传播渠道上不断创新,在内容生产、组织结构、所有权形式等方面不断寻找新模式、探索新路径;面对传媒产业生存环境,寻找和重新定位其自我价值,重新思考其与受众、社会之间的关系,调整发展逻辑。

(2) 通信与互联网企业。20世纪70年代,随着通信技术与计算机技术革命,学者们展开了通信、传媒、计算机产业间的产业融合畅想。进入20世纪90年代,基于互联网、数字化技术的持续发展、产业边界不断模糊,通信与互联网企业成为媒介融合的另一主体。

① 支庭荣.新媒体不是传统媒体的延伸——融合背景下“转型媒体”的跨界壁垒与策略选择[J].国际新闻界,2011,33(12):6-10.

② 肖叶飞,刘祥平.传媒产业融合的动因、路径与效应[J].现代传播(中国传媒大学学报),2014,36(01):68-71.

③ 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局.马克思恩格斯选集:第2卷[M].北京:人民出版社,1995:10.

④ 骆郁廷.马克思主义主体性理论的三个维度[J].武汉大学学报(人文科学版),2009,62(01):5-10.

它们在技术进步与市场需求的双重作用下,基于对自身发展的满足,推动了媒介产品在传播渠道、产品形态、生产流程上的革新,并在数据的挖掘和运用上实现突破,充分发挥数据价值、拓展了传媒产业更多的价值维度。在技术上的引领地位也为媒介融合的未来发展开启了更多可能性。在通信与互联网企业不断发展的过程中,如何更好地服务受众、寻找自身在社会中的价值是推动它们进行实践活动的主要动力。

(3) 受众/用户。互联网带来的技术赋权使得受众在媒介融合过程中成为具有主动性、创新性、创造性的实践主体。受众的需求是推动媒介融合的一大动因,在很大程度上决定了媒介产品与服务的发展方向。在媒介融合进程中,受众不仅转变为用户,亦成为媒介产品与服务的生产者,他们为传媒机构生产了大量的有价值的内容,成为传媒业生产环节中不可缺失的一环。

(4) 政府。媒介融合是依靠技术创新而形成的产业发展的实践活动。在这样的活动过程中,在技术的运用程度、技术普及推广力度、产业政策调控、行业间相互合作等方面,都需要政府进行宏观调控,通过制度设计、颁布法案等方式对媒介融合和传媒产业发展进行引导,实现企业利益、产业利益与社会利益之间的平衡,创造更大的社会福利。

三、马克思主义发展观与媒介融合

发展观是对什么是发展、应该怎样发展、为了谁去发展等重要问题所进行的理性化思考。马克思主义的发展观解释并说明了社会基本矛盾运动规律、人民群众的历史主体地位、社会发展的客观历史过程及其未来理想社会等基本问题。当我们对媒介融合问题进行思考时也会发现,马克思主义发展观对于指导、引领媒介融合实践有着十分重要的价值。

(一) 媒介融合中什么是发展的问题

马克思将技术的产生和发展置于当时的生产关系和现实历史文化背景中去思考,认为技术不是独立于社会的存在,它是社会发展中不可或缺的部分,它产生于社会生产和生活的需求。而机器的使用带来的最大作用在于对社会分工和协作的根本改变,对社会管理方式和组织方式引发的巨大变迁^①。马克思提到社会是一个由政治、经济、文化、生态以及其他多个领域相互相联系而组成的有机体,是一个自身不断发展中的活的有机体^②。整体性原则是马克思主义发展观观察和解决发展问题的首要方法,其认为发展必须是社会的各个领域各个组成部分的全面发展。

媒介融合的进程,就是技术作用于媒介产品革新、生产流程、组织制度和产业结构的过程,是传媒产业升级发展的过程,其中同样必须思考整个产业从微观到宏观的各层面、从受众到社会各相关角色的发展问题。媒介融合本身,亦是关系着经济、政治、文化、社会发展的方方面面的实践活动。因此,坚持整体性原则是思考和解决媒介融合问题的基础。

^① 乔瑞金.马克思技术哲学纲要[M].北京:人民出版社,2002:31.

^② 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局.列宁选集:第1卷[M].北京:人民出版社,1972:32.

（二）媒介融合中应怎样发展的问题

马克思强调技术对社会文明发展有着巨大推动作用。无论是社会分工的产生还是国家的出现,本质上都是技术或工业在社会生产中应用的结果。^① 马克思主义发展观指出,社会发展的最终决定力量是生产力,生产力是人类物质生产活动的产物,生产力的发展程度决定着社会关系、社会形态、社会制度以及社会意识。技术则是人类活动的一种最基本、最重要的实践活动,是人的本质力量对象化的产物,是人类征服和改造自然的劳动手段,是一种生产力。^② 技术在人类社会进步和文明发展中具有首要地位。它直接根植于人与自然的能动关系,直接存在于人类生活和生产过程中,直接作用于人类生活关系的形成、存在和发展。^③

媒介技术本身也是一种对人、对社会发展很重要的生产力。创新则是生产力发展最强推动力,是发展的核心动力。创新是推动媒介融合进程的首要力量。由于数字技术发展所引起的传统媒体困境、传媒产业发展等问题,需要依靠技术创新、流程创新、制度创新作为解决工具,需要不断思考如何进行创新活动以提高传媒产业生产率,实现产业的更好发展。因此,也应将媒介融合当作社会中的一股创新力量,思考其如何作用于社会各环节。

（三）媒介融合中为谁发展的问题

在回答发展本质的问题时,马克思在《资本论》中提到“以每个人的全面而自由的发展为基本原则的社会形式”是未来理想社会的基本特质。因此实现人的全面自由发展是马克思主义发展观的核心问题和最高价值,发展最终是人的发展。

媒介融合过程中,无论是内容生产的创新还是媒介价值的重构,同样应是一个强化人人参与、人人尽力、人人享有的过程。推进媒介融合进程、讨论媒介融合议题,亦应坚持以人民为中心的原则,其最终目的同样是解决如何实现个人全面自由发展的问题。

因此,媒介融合实践活动是符合马克思主义发展观的实践活动;对其的思考与设计,也需要以马克思主义发展观作为指引。

第二节 媒介融合研究的基本问题

一、媒介融合的基本规律

通过上一节对媒介融合的概念梳理可发现,媒介融合实践主要从以下几个层面展开:

(1) 微观层面。这里的媒介融合主要强调以技术改革作为主要作用手段,在媒介产品形态上进行的产品调整与产品创新行为,即依靠数字技术和互联网、大数据、虚拟现实

① 乔瑞金.马克思技术哲学纲要[M].北京:人民出版社,2002:37.

② 乔瑞金.马克思技术哲学纲要[M].北京:人民出版社,2002:24-25.

③ 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局.资本论:第1卷[M].北京:人民出版社,1956:448.

等技术,改革现有媒介产品、开发多媒体媒介产品、寻找产品发展方向、打造产品体系。

(2) 中观层面。这里的媒介融合主要强调在产品创新的基础上,从业务流程、组织结构等方面进行制度创新、体系重构、所有权改革等,以适应新技术环境下的媒介发展规律,是操作性、流程性、战略性的融合实践。

(3) 宏观层面。这部分的融合实践活动分为两个角度。一个是从媒介融合的主体出发所进行的传媒产业、电信产业、计算机产业、互联网产业等与媒介融合相关的产业结构调整和产业间的融合行为。另一个是从社会发展的角度对媒介融合实践活动进行监管和规制的行为。相关部门和机构在衡量媒介融合所产生的经济价值和社会价值后,就相关法律设立、制度安排进行宏观调控和管理。

因此,媒介融合作为一种由技术创新引发的产业发展实践,具有以下基本规律:

(1) 创造性是基本推动力。媒介融合就是把新技术应用于传媒机构生产经营活动中的一个过程,其本质是一个具有很强的创造性和创新性的构思和决策过程。技术的进步需要生产活动中各层面相互协作、共同努力将技术创新转化为生产力。创造性是决定技术运用、产品创新、生产效益提高、社会福利改善的基本推动力。

(2) 连续性是基础保障。从产业发展来看,任何创新和改革活动都是以前人的成功为基础的,而其价值也体现在后继的经营成果中。在媒介融合的各个阶段、各个环节、各个层面都有着内在联系,都表现出整体性和连贯性。连续性是确保媒介融合可持续进行的基础保障。

(3) 跳跃性是显著特征。媒介融合是一项依靠技术创新驱动的实践活动,技术的本质改变会使技术机构和生产效益得到质的飞跃。这种跳跃性往往导致技术升级,从而形成以产品升级、结构调整、价值重构为表现的产业发展的阶段性呈现。跳跃性是媒介融合实践中传媒机构所呈现的显著特征。

(4) 规模性是经济基础。媒介融合作为一种技术创新与生产经营相互渗透和交叉的实践活动,其投入的各类资源必须达到一定规模,才可能产生有效率的成果输出;同时,成果的有效利用也必须达到一定规模才能产生经济效益。规模性是传媒产业能有效推进媒介融合的经济基础。

(5) 效益性是根本目的。技术创新是促进媒介融合的基本推动力,对推动传媒产业升级发展具有非常大的作用,会大幅提高传媒机构的经济效益。因此无论是传统媒体还是新媒体,都试图通过媒介融合获取更高经济利益。同时,由于传媒产业具有很强的公共性质,合理进行媒介融合实践活动可提升正外部性,增加社会福利。对效益性的追求是媒介融合实践活动的最终目的。

二、媒介融合的核心逻辑

在本书第一节对媒介融合的概念进行梳理时,追溯到1978年麻省理工学院教授尼葛洛庞帝所描述的由于数字技术的出现而导致计算、印刷和广播三个产业将出现相互交叉的状况,这不仅是我们对于媒介融合较早的认知,也是学者们开始思考产业融合这一概念的起点。根据欧洲委员会“绿皮书”(Green Paper)的定义,融合是指“产业联盟的合并、技

术网络平台和市场三个角度的融合”^①。技术革新与放松管制被认为是产业融合的主要原因之一。而传媒产业作为产业融合发生的前沿领域,兼具产业属性和公共属性。媒介融合实践开展的核心逻辑可归纳为:

(一) 技术创新是媒介融合的内在驱动力

技术创新带来的具有替代性或关联性的信息传播与传输技术、传媒产品,通过渗透、扩散的方式改变原有传媒内容生产的技术路线,或者丰富了原有产业内的经营内容和形式,使不同传媒机构、媒介平台之间具有相似的技术基础与共同的技术平台,从而出现技术融合。而新旧技术的融合与碰撞又促成进一步的技术革新与融合。

在技术融合推动下,传媒机构、传媒产业以及相关产业为追求利益最大化调整原有业务、整合各种资源,积极发展与技术融合相适应的新业务,产生业务融合。技术融合与业务融合的双重着力,又给原有传媒产业带来了新的市场空间。随着技术创新的不断发展与深化,它会在传媒产业与相关产业间形成扩散,最终导致产业间的边界模糊,媒介融合实践不断拓展。

(二) 市场的需求与竞争是媒介融合的外在动因

随着社会经济的发展,人的需求不断提高。现代社会中,人们追求更加方便、快捷、高效的信息传输与交流方式,这种需求使得个体、企业、政府都会持续进行创新实践活动。而技术创新又改变了市场的需求结构和特征,传媒机构为了追求更大的利益、实现更高的价值又进一步开展产品创新和业务融合,媒介融合实践由此实现不断深化。

传媒机构间、传媒产业与其他相关产业间愈发激烈的竞争和它们对于利润以及保持竞争优势的不懈追求,也推动着媒介融合实践。竞争突破了不同媒介、不同平台间的分割,加强了相互的竞争合作;竞争减少了不同媒介间、产业间的进入壁垒,降低交易成本,让传媒机构从产品形态到自身结构都发生了革新,为保有竞争优势而不断追求多元化经营和多产品经营,以实现规模经济与范围经济。

(三) 制度供给是媒介融合的催化剂

制度的本质是协调经济利益关系的规制,它通过提供一系列规则界定人们的选择空间,约束人们之间的相互关系,从而减少环境中的不确定性,减少交易费用,保护产权,促进生产性活动。这一系列规则由社会认可的非正式约束、国家规定的正式约束和实施机制构成。^② 媒介融合可以在技术创新与市场需求和竞争的双向拉动下前进,但制度是保障前进速度、明确前进方向的必要条件。

制度经济管制理论认为,市场中的垄断者缺乏增强竞争力和降低成本的动力,这会使得垄断产业效率日益低下。因此,政府为了避免这一情况的出现会推动管制的放松,引入新的竞争者。这样的制度供给就增加了市场竞争,传媒机构或相关产业中的企业为了保

^① 马健.产业融合理论研究评述[J].经济动态,2002(05): 78-81.

^② 卢现祥.西方新制度经济学[M].北京:中国发展出版社,2003: 38.

障自身的竞争优势必然会更重视创新活动下的技术融合、业务融合与市场融合,从而也加快了媒介融合的步伐;由于市场需求的变化以及技术带来的可能性,垄断的基础也会变得薄弱,不同产业之间的竞争使得原有产业内部的规制失去意义。新的制度供给会使得产业门槛降低、产业竞争力增加,从而促进媒介融合进度。

三、媒介融合与社会发展

传播与社会的互动逻辑是媒介研究的重要内容。1959年,美国社会学者赖利夫妇(Riley & Riley)在《大众传播与社会系统》一文中提出传播系统模式(图1.1)。该模式不仅清晰地呈现了传播活动本身的系统性特征,而且强调传播活动是在更大的社会结构和总体社会中进行的,与社会的政治、经济、文化、意识形态等宏观环境之间呈现持续互动和相互作用的关系。1963年,德国学者马莱兹克(Maletezeke)在《大众传播心理学》中提出大众传播过程的系统模式,将大众传播视为包含社会心理因素在内的、各种社会影响力交互作用的“场”。尽管两种传播系统模式研究的视角有所差异,但二者共同揭示了社会系统视域下媒介研究的重要性,以及传播与社会互动过程的复杂性。

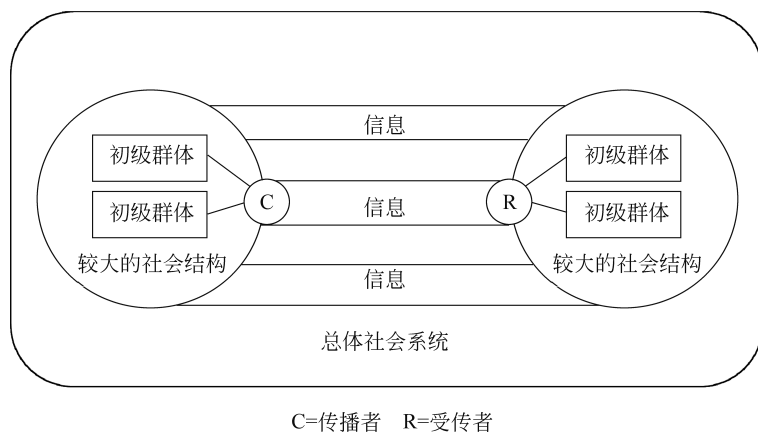


图 1.1 赖利夫妇的传播系统模式图^①

新技术的应用和媒介融合的发展不断创新着媒介形态、传播模式,进一步拓展了媒介系统与社会系统关联互动的深度和广度。社会发展视域下的媒介研究传统话题不仅仍然具有生命力,而且延展出新、更具时代性的理论意义和现实意义,包括但不限于传播与社会民主、社会公平、公共领域,媒介发展中的全球化与地方性,媒介与女性主义,媒介生产中的商业主义与专业主义、文化生产、媒介伦理,媒介使用与社会行为、社会关系等。在这些宏大议题之下,对一些因人类社会的信息化进程和媒介系统演进交织而产生的新话题、新问题的观照和讨论尤其具有现实迫切性,例如数字鸿沟、数字遗民、数字伦理、平台资本主义、网络霸权、个人隐私保护、未成年人保护等。

2018年12月,世界经济论坛发布题为《我们共享的数字化未来:建立一个包容、可

^① 郭庆光.传播学教程(第二版)[M].北京:中国人民大学出版社,2011:55.

信、可持续发展的数字社会》(Our Shared Digital Future Building an Inclusive, Trustworthy and Sustainable Digital Society)的深度研究报告。该报告指出:一个由大数据、人工智能、物联网、移动互联和云计算驱动的新世界正深刻改变着我们的生活、工作和互动方式。当世界正朝着实现一切事物“在线化”的方向发展时,我们必须确保我们正在走向一个使所有人受益的数字化未来。我们必须加倍努力,以确保全球剩下的50%人口能够接入互联网。每个人都对这个全球性、包容性的社会负有管理责任。^① 数字化媒介系统是数字社会建设的关键内容,也是其他社会子系统数字化的重要驱动力量,在数字社会的运行中的基础性作用日益凸显。将媒介融合置于整体社会系统之中进行考察,就是要把握融合过程中媒介系统与政治、经济、文化系统关联交互方式的变化,理解媒介规制思路、媒介自律原则、媒介治理逻辑的变化取向,进一步思考媒介融合的核心目标、媒介融合的未来走向、媒介系统的社会功能、媒介系统在社会系统中的角色定位等深层问题。

第三节 媒介融合研究的时代背景

一、从数字化到智能化

回顾传媒发展的历史,每一次重大的变革都与技术更新密不可分。“媒介融合”嵌套于人类社会数字化、信息化的整体发展进程之中,是以技术为核心驱动的媒介发展阶段。作为媒介融合的原动力之一,信息技术普及之快、发展之速,远非此前任何一种技术所能比拟;其影响之深,至今仍难以准确估量。尽管,我们尽量避免陷入“技术近视”^②,但媒介系统内部基础性技术、媒介形态、组织结构、产业形态的变化,系统外部生存环境、产业关联、竞争关系等诸种转变都在提示日益增强的技术逻辑。

20世纪七八十年代以来,数字技术、信息技术的诞生、创新与应用带来了媒介系统基础性技术的全面变革。从广播、电视、报纸、杂志的内容格式数字化,到门户网站、手机报、网络视频的发展,再到数字电视、移动互联网的普及,社交媒体的兴起,算法分发、机器人写作、AI主播的深度运用,过去数十年中,媒介系统经历了从内容格式、媒介形态、传播逻辑到媒介系统的整体结构和运作方式的全面变革。因此,把握技术演进的脉络和技术环境变迁的态势是理解媒介融合现象、探讨媒介融合话题最为重要的时代背景。

总体来看,全球范围内的媒介融合,随着基础性技术的创新和迭代,大致沿着相同的路径展开,大致可分为四个阶段:

第一阶段,在数字技术的影响下,媒介内容融合首先发生,以传统媒体内容格式、存储

^① World Economic Forum, *Our Shared Digital Future: Building an Inclusive, Trustworthy and Sustainable Digital Society* [EB/OL]. (2018-12-10) [2021-05-13]. <https://www.weforum.org/reports/our-shared-digital-future-building-an-inclusive-trustworthy-and-sustainable-digital-society>.

^② [美]罗杰·费德勒.媒介形态变化——认识新媒介[M].明安香,译.北京:华夏出版社,2000:9. “技术近视”最早由美国学者萨弗(Saffo)提出,是指我们过高估计一项新技术在短期内的潜在影响;当世界未能认同我们夸大的预期以后,我们就走向反面并低估其长期影响。我们先是行动过火,然后又行动不足。

方式的数字化为开端,数码相机、数码摄像机、计算机编辑排版系统等一系列硬件和软件的应用使媒介内容生产和编辑从电子时代步入数字时代。内容格式标准的统一使不同媒体之间内容的分享、共用成为可能;数字化存储的实现则是海量信息时代来临的前奏。

第二阶段,互联网技术的发展带来了新的媒介形式——“网络媒体”和新的传播方式——“网络传播”,新闻网站和传统媒体网络版也成为最早的具有“融合”意义的媒介实践尝试。由此开始,媒介形态、传播方式进入创新、更迭的快车道,“新媒体”不再指涉某一种具体的媒介形态,而是一个整合了新的媒介形式、传播方式、传输网络、接收终端以及运营模式等多维度的复杂概念。

第三阶段,随着4G技术的商用,移动智能终端和移动互联网的普及促使手机网民的数量大幅增加,信息的传播与接收呈现出移动化、碎片化、社交化的新特征。不同形态的媒体逐渐从“你中有我、我中有你”的跨界融合走向“你就是我、我就是你”的共生态势。同时,以微信为代表的集社交、通讯、媒体、生活服务、金融消费等功能于一体的移动客户端功能的出现,也使得“媒体”内涵更加宽泛、边界更加模糊。

第四阶段,5G、大数据、人工智能、物联网等技术的叠加演进进一步拓展媒介系统变革的深度和广度。一方面,算法、人工智能等新技术被应用于信息获取、生产、分发、反馈的各个环节,媒介系统的运作效率大幅提高,技术逻辑被更加深刻地嵌入传播过程之中。另一方面,万物互联时代的来临进一步拓展了媒介融合的深度和广度,“融合”不仅发生于媒介系统、信息系统内部。基于互联网、移动互联网、物联网等基础平台的非专用性特征,媒介系统在更大范围内与农业、工业、商业、教育、医疗、交通、安防等非直接相关领域发生交叉、融合。这一阶段,媒介融合已由媒介系统内部内容、形态、运作方式之间的融合重塑,发展至媒介系统与社会系统关联方式和互动逻辑的多维度融合重塑。

值得关注的是,随着新技术的应用和媒介融合的深入,新的挑战也相伴而生。例如,网络化和数字化加大了媒介内容版权保护的难度;移动化和社交化的发展导致了用户隐私泄露、有害内容对儿童的伤害、数据安全等风险加大;新技术、新媒体在赋予用户更多主动权的同时,也使得假新闻、网络谣言、网络暴力等现象日渐频繁。知识鸿沟、信息公平等涉及媒介公共服务均等化的传统问题还未解决,又进一步催生了数字鸿沟、平台霸权、算法黑箱等新的问题。因此,对媒介融合的讨论不仅应包括技术革新所带来的技术环境的变迁,媒介形态、传播方式、经营模式等媒介系统结构和运行规律的变化,还应对每一次技术更迭和新技术的应用所带来的风险与挑战给予充分观照。

二、从放松管制到重回管制

在学术传统上,“制度”主要是政治学的研究对象。20世纪80年代以来,以科斯(Ronald Coase)和诺思(Douglass North)为代表的学者所进行的一系列开创性研究让人们开始重新认识到“制度”对于人类社会发展和经济繁荣的重要意义。

今天,技术革新所引发的媒介传播方式、生产方式、产业构架的变革是全球性的,但在不同国家、不同领域所表现出的变革效用却是存在差异的,其中制度的影响不容忽视。经济学家纳尔森指出“从一个角度看,技术进步在过去的200年里一直是推动经济增长的关

键力量,组织变迁处于附属地位。但从另一个角度来看,如果没有能引导和支持制度的变革、并使企业能从这些投资中获利的新组织的发展,我们就不可能获得技术进步”^①。

20世纪70年代,发达资本主义国家集体陷入经济滞胀,新自由主义思潮兴起。这些国家迫切需要寻找新的增长点,为国民经济复苏注入动力。此时互联网、通信行业旺盛的生命力正逐渐显现,信息高速公路、三网融合、国家数字化等内容相继进入国家战略规划视野。一方面,制度体系对这些新兴业务的制约作用日益突出;另一方面,整体经济下行使得以欧洲国家为代表的公共广播体制面临不同程度的运营经费困难。到20世纪90年代,“放松管制、激励竞争”已经成为资本主义国家具有共识性的媒介规制思路。多个国家先后对电信法、通信法进行修改。例如,1996年2月,美国总统克林顿签署《1996年电信法》(*Telecommunications Act of 1996*),取消通信、传媒等多产业间的界限,放宽对区域市场和企业规模的限制,放松对广播电视业的所有权多元化限制,允许多种市场间的相互渗透,鼓励跨业兼并、强强联合,缩减其公共受托人义务。2001年,日本出台《利用电信服务进行广播电视服务法》和《通信广播电视融合相关技术开发促进法》分别为基础设施共享与融合、融合相关技术的研发提供了制度支持。2003年,英国《2003通信法》(*Communications Act 2003*)诞生并取代《1984电信法》,成为英国媒介发展和媒介融合的主要法律依据。

在我国,2003年6月27、28日,全国文化体制改革试点工作会议在北京召开,重点研究部署文化体制改革试点工作。此次会议将“文化产业”与“文化事业”作为两个概念区分开来,并明确两者共同构成文化建设的重要组成部分,从而实现了文化产业理论的重大突破。会议确定的第一批文化体制改革的试点单位包括35家新闻出版、公益性文化事业、文艺创作演出、文化企业单位,其中新闻出版系统21家,占总数的60%。12月30日,国务院办公厅出台《关于文化体制改革试点中支持文化产业发展的规定》和《关于文化体制改革试点中经营性质文化事业转制为企业的规定》,这标志着面向媒介融合的中国传媒体制改革在文化体制改革的宏阔背景下拉开序幕。

在宽松的政策环境下,媒介市场化改革席卷整个欧洲,以所有权为核心的跨行业兼并收购成为美国传媒娱乐业、互联网、通信行业实现融合发展主要方式。随着时代华纳、新闻集团、贝塔斯曼等全业务、超大型传媒集团的诞生,以光纤、卫星等传输技术和基础设施连接为物质基础、以资本为纽带的传媒业的产品销售、资源配置和专业化分工开始在全球范围内展开。

宽松的政策环境在释放市场活力的同时,也产生了一系列值得重视的问题。在媒介实践层面,从“布拉格之春”到“法国黄背心运动”,庞大的用户群体、高黏性的使用模式及其不断显现的舆论影响和社会动员能力使得社交媒体已成为超越国家边界的特殊社会系统,通过法律修订、政策规划加强对社交媒体平台的监管和约束已成为公众和政府的共识。在学术研究层面,学者们敏锐地指出,西方发达国家借助媒介融合所带来的边界消融,不断通过内容输出、技术输出、资本输出以及制度输出的方式实现持续扩张,重新划定

^① [美]理查德·R.纳尔森.经济增长的源泉[M].汤光华,译.北京:中国经济出版社,2001:135.

各自在传媒领域的势力范围。而最终的结果是世界媒介的控制权向几个发达国家集中,并成为这些国家干预别国内政的手段之一。普拉迪普·托马斯(Pradip Thomas)在《谁拥有媒介?》(*Who Owns the Media? : Global Trends and Local Resistances*)一书中指出,美国式的媒介控制和决策模式正迅速地影响世界各地,放松管制模糊了本土与国际的界限,国际资本和跨国公司成为媒介发展的主导,这导致了媒介所有权与公众问责制发展方向的错位。在此情况下,国家和政府在媒介监管、制度供给等方面的功能和权力常常主动或被动地让位于国际组织或跨国资本,从而丧失对本国媒介发展的控制力。西方发达国家主导下的媒介融合影响的广泛性和渗透性将导致亚洲和非洲国家的文化根除(Cultural Up Rootedness)和西方化(Westernization),从而造就后殖民社会(Post-colonial Society)。^①

正如约翰尼斯·巴多尔(Johannes Bardoel)所指出的,简单地以市场替代政府的管制是幼稚的,现在我们要所需要讨论的是如何更好地“再管制”,而不是“去管制”。从长期来看,建构基于融合后媒介体系的传播特征、运作逻辑的监管体系将是媒介制度研究和媒介治理研究的重点课题。

三、从全球化到后全球化

20 世纪下半叶,“全球化”开始成为国内外学界关注的新热点;到 20 世纪 80 年代末,“全球化”已成为公认的世界发展的重要趋势之一。全球化是一个多维的概念,涉及经济、文化、制度等多个方面,其中又以经济全球化为核心。经济层面,经济活动所依赖的资本、资源超越国家和区域的界限,实现在全球范围内的流动、配置,与之相对应的是全球范围内的专业分工和产业链分布,以及人才、产品的全球流动;文化层面,全球化强化了不同文明和文化之间的交流、碰撞;制度方面,从微观的企业制度到宏观的政治经济制度,不同类型的制度在不同国家的交流互动中相互影响、相互建构。全球化为全球发展带来的突出变化,是市场经济体制在世界范围获得广泛认可和应用,资源配置和使用效率提高,同时也促进了技术的创新、扩散和运用。

媒介融合的发生发展与世界的全球化进程相叠加,并成为其中重要的构成部分:卫星传输、互联网的发展大幅提高了信息跨国流动的便利度;跨国传媒集团成为推动信息、文化、资金全球流动,促进世界性传媒市场形成的重要力量。更进一步来看,媒介融合及全球化发展的过程包含着生产、交易、社会关系的空间转移,以及资金、信息、权力在全球范围内的流动和扩张,不断降低国家或地区之间的,地理空间或政治空间边界的意义。全球化背景下的媒介融合促进了全球媒介市场的形成,加深了不同国家之间传媒产业、媒介系统的相互依赖,加深了社会系统对媒介系统的依赖,并和多领域的数字化转型一同被纳入更加宏大的人类社会信息化进程之中。

2008 年,美国爆发次贷危机并引发资本主义世界新一轮经济危机。全球经济增长乏

^① Holst F.Challenging the Notion of Neutrality-Postcolonial Perspectives on Information-and Communication Technologies[G]//Schneider N C,Gräf B(eds.). *Social Dynamics 2.0: Researching Change in Times of Media Convergence*. Berlin: Frank&Timmep,2011: 127-144.

力已经引起了对全球化价值理念的质疑和逆全球化思潮的兴起。不同国家、不同利益团体的“全球化”观念出现分歧。一方面,以中国为代表的国家坚信经济全球化是客观现实和历史潮流,应直面经济全球化带来的贫富差距、发展鸿沟等问题,并以全球化的思路探寻解决方案。为此,中国先后提出建设“一带一路”倡议和构建人类命运共同体的发展理念。2017年3月23日,联合国人权理事会第34次会议通过关于“经济、社会、文化权利”和“粮食权”两个决议,“构建人类命运共同体”理念首次载入联合国人权理事会决议。截至2019年3月底,中国政府已与125个国家和29个国际组织签署173份合作文件。共建“一带一路”国家已由亚欧延伸至非洲、拉美、南太平洋等区域。另一方面,以美国为代表的部分国家和政党则呈现出强烈的“逆全球化”取向,包括政治上的民粹主义、经济的贸易保护主义和本土主义、社会治理上的民族主义和反移民政策。英国脱欧、美国退出《巴黎气候协定》、中美贸易摩擦升级等影响全球政治经济格局的重大事件皆发生于这一背景之下。

2020年,新冠肺炎疫情再次重创全球经济,世界银行发布的《全球经济展望2020》指出,疫情及各国防控措施引发的经济停摆将构成第二次世界大战以来最严重的经济衰退局面。到2021年1月,世界银行评估认为虽然全球经济产出正在从新冠肺炎疫情引发的崩溃中恢复,但仍将长期低于疫情前的趋势。疫情大流行加剧了长达十年的全球债务积累浪潮带来的风险,并可能在未来十年加剧预期已久的潜在增长率放缓。^①此前,从未有过这么多国家、行业同时陷入衰退,近几十年来因经济快速增长而被掩盖的各类矛盾因此激化,国家间利益分歧凸显。

传媒业在融合化、全球化的发展过程中已经与世界政治、经济体系紧密地连接在一起,传媒业的市场活动也极易被打上政治标签。因此,上述变化也对媒介发展、传媒企业的融合实践、市场实践产生直接影响。多国政府加强了对本土传媒市场的保护,加大媒介市场监管的力度,直接干预日益频繁;越来越多国家和地区的传媒政策趋于收紧,对传媒业相关的跨国资本流动、技术转让、产品销售、信息服务等活动的审查和约束更加严格;社交媒体平台成为各国政府在维护本国信息安全、公共安全时的重点管控对象。例如,2018年,欧盟开始实施《通用数据保护条例》,旨在促进欧盟单一数据市场的建立;2020年,印度政府要求下架的App就超过一百款。因此,在讨论媒介融合的未来走向时,不仅要和技术革新带来的新媒体、新业态给予充分关注,还需要将媒介系统的发展置于世界政治经济整体格局和变动趋势之中进行考量。

思 考 题

1. 试说明媒介融合的内涵与主体。
2. 请以马克思主义发展观解释一下媒介融合中的发展问题。
3. 如何理解媒介融合的基本规律?请谈谈你的看法。

^① World Bank Group. Global Economic Prospects, January 2021 [EB/OL]. [2021-04-30] <https://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects>.

4. 媒介融合的核心逻辑是什么?
5. 举例说明媒介融合与社会发展的关系。
6. 分析媒介融合研究的时代背景。

主要参考文献

1. [美]罗杰·费德勒.媒介形态变化——认识新媒介[M].明安香,译.北京:华夏出版社,2000: 9.
2. 骆郁廷.马克思主义主体性理论的三个维度[J].武汉大学学报(人文科学版),2009,62(01).
3. 马健.产业融合理论研究评述[J].经济学动态,2002(05).
4. 彭兰.媒介融合三部曲解析[J].新闻与写作,2010(02).
5. 乔瑞金.马克思技术哲学纲要[M].北京:人民出版社,2002.
6. 宋昭勋.新闻传播学中 Convergence 一词溯源及内涵[J].现代传播(中国传媒大学学报),2006(01).
7. 许颖.互动·整合·大融合——媒体融合的三个层次[J].国际新闻界,2006(07).
8. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局.列宁选集:第1卷[M].北京:人民出版社,1972.
9. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局.马克思恩格斯选集:第2卷[M].北京:人民出版社,1995.
10. 支庭荣.新媒体不是传统媒体的延伸——融合背景下“转型媒体”的跨界壁垒与策略选择[J].国际新闻界,2011,33(12).
11. Bolter, J.D.; Grusin, R. *Remediation: Understanding New Media* [M]; MIT Press: Cambridge, MA, USA/London, UK, 1999.
12. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* [M]. 2nd ed. New York: New York University Press, 2008.
13. Lugmayr A, Zotto C D. *Media Convergence Handbook-Vol. 1&2* [M]. Berlin: Springer Berlin Heidelberg, 2015.
14. Pool I D S. *Technologies of Freedom* [M]. Cambridge: Harvard University, 1983.
15. Yoffie D B. Competing in the Age of Digital Convergence[J]. *California Management Review*, 1996, 38(4): 31-53.