

CHAPTER 1

第一章

媒介融合理论的兴起与发展

今天的新闻传播业所面对的现实,是层出不穷的新科技应用、极具个性的新用户需求、不断变革的新产业格局等引领下的日新月异的传播环境,其间的各传播要素都处在时刻被打破然后重组的变化中。当学者们为这些变动寻求共同特征时,“媒介融合”成为了一个最被广泛接受的表述。媒介融合也已从 20 世纪七八十年代这一概念甫一提出时的一种预测、趋势,转变成为当下媒介环境的最大现实情境。

第一节 媒介融合的理论溯源

一、“媒介融合”的概念起源

“媒介融合”(Media Convergence)是从国外引入中国的一个内涵丰富的概念。关于媒介融合的研究,在中外已经有几十年的历史。融合(convergence)一词是媒介融合这一概念的核心,来源于拉丁语convergere,原意是“走到一起(coming together)”。该词最早于 1713 年出现在英国的著名自然哲学家威廉·德汉的《物理神学》(*Physico-Theology*)一书中,意指“光线的聚合和发散 (convergence and divergence of therays)”。^①进入 19 世纪后期以来,convergence 一词开始大量出现于生物学、人类学、心理学、政治学、经济学等专业领域。在

^① 陈映. 媒介融合概念的解析与层次[J]. 北京邮电大学学报(社会科学版), 2014(1): 1.

不同领域中,convergence逐渐形成了一个大体相同的概念,用来描述事物日益汇集且不断趋于相似的进程。

convergence一词与大众传播的结合可追溯到20世纪70年代中叶计算机和网络的发展阶段。1978年,尼古拉·尼葛洛庞帝(Nicholas Negroponte)用一个图例演示了三个相互交叉的圆环趋于重叠的聚合过程,这三个圆环分别代表计算机工业、出版印刷工业和广播电影工业。^①他认为三个圆圈的交叉处将成为成长最快、创新最多的领域。此演示第一次将不同工业相融合的趋势演示出来,意识到科技发展对与新闻媒体的影响。罗杰·菲德勒(Roger Fidler)教授认为:“这些产业正在走到一起并且已经创建出传播形式的新概念,一直影响着人们关于大众传媒和人类传播的思考。”^②可以说,这是媒介融合思想的初次萌芽,为新闻传播学者之后的研究提供了启迪。

“媒介融合”这一概念最早提出于20世纪80年代,传播学者美国麻省理工学院的伊契尔·索勒·普尔(Ithiel de Sola Pool)被公认为是较早将convergence一词引入传播学的学者。他在1983年出版的《自由的技术》一书中提出了“传播形态融合”(the convergence of modes),他指出:“一个称为形态融合的过程正在使各种媒介之间的界限变得模糊……一种单一的媒介,无论它是电话线、电缆还是无线电波,将承载过去需要多种媒介才能承载的服务。另一方面,任何一种过去只能通过单一媒介提供的服务,例如广播、报纸、电话,现在都可以由多种媒介来提供。由此,过去在媒介与它所提供的服务之间存在的一对一的关系正在被侵蚀。”^③他认为数码电子科技的发展是导致历来泾渭分明的传播形态聚合的原因^④,并初步分析出各种媒介开始呈现出多功能一体化是媒介发展的必然趋势。

之后不断有西方学者尝试对“媒介融合”做出界定。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。”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。^⑤由于媒介融合研究领域的复杂性,到目前为止,“媒介融合”这个概念很难得到公认的准确定义。比较有代表性的观点如美国南加州大学安娜堡传播学院教授拉里(Larry Pryor)认为:“融合新闻发生在新闻编辑部中,新闻从业人员一起工作,为多种媒体的平台生产多样化的新闻产品,并以互动性的内容服务大众,通常是以一周7日、每日

^① 宋昭勋.新闻传播学中convergence一词溯源及内涵[J].现代传播,2006(1): 1.

^② [美]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: 21.

^③ Henry Jenkins. Convergence Culture [M]. New York University Press,2006: 10.

^④ 徐沁.媒介融合论——信息化时代的存续之道[M].北京:中国传媒大学出版社,2009: 2.

^⑤ 郭毅,于翠玲.国外“媒介融合”概念及相关问题综述[J].现代出版,2013(1): 17.

24 小时的周期运行。”^①美国新闻学会媒介研究中心主任将“媒介融合”简练概括为“印刷的、音频的、视频的、互动性数字媒体组织之间的战略的、操作的、文化的联盟”^②。

20 世纪 90 年代初,通信、消费电子产品、媒体和计算机还可以作为独立的产业存在,通过不同的传播方式提供不同的服务。针对以互联网为标志的产业融合而言,数字化融合趋势不仅改变了大众传媒获得信息的方式,更主要的是为计算机、通信和广播电视的产业融合提供了重要的技术支持。葛林斯丁(Greenstein)和迦拿(Khanna)将融合定义为“为了适应产业增长而发生的产业边界的模糊或消失”^③。

二、国内外媒介融合的研究状况

媒介史的视角、文化研究的视角、政治经济学的视角是国外媒介融合研究的三种主要视角。媒介史的视角以詹妮特(Janet Staiger)和萨宾(Sabine Hake)为代表,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”。文化研究视角的主要代表是亨利·詹金斯(Henry Jenkins),他指出“‘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”。詹金斯还预见道:“媒介融合所处的数字文艺复兴,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。”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。”他将媒介融合具体分为产业融合、技术融合与监管融合。但在德维尔的论著中仍然存在理论和实证支撑的鸿沟。詹森的《媒介融合:网络、大众和人际传播的三个维度》一书阐述了所谓“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。第三个维度包括对理论与实践、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”^④。

从纵向时间角度,即媒介自身的发展与实践过程分析,美国加州大学伯克利分校的迈克尔·卡茨(Michael Katz)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:认为媒介融合是一种局限于电信领域的现象;认为媒介融合是电信业和计算机工业归并的过程;认为媒介融合是产业

① 蔡雯.从“超级记者”到“超级团队”——西方媒体“融合新闻”的实践和理论[J].中国记者,2007(1): 81.

② 蔡雯.从“超级记者”到“超级团队”——西方媒体“融合新闻”的实践和理论[J].中国记者,2007(1): 81.

③ 曹卫,郝亚林.产业融合对中国产业结构调整的启示[J].经济体制改革,2003(3): 15.

④ 郭毅,于翠玲.国外“媒介融合”概念及相关问题综述[J].现代出版,2013(1): 18.

的结构性整合。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。第一波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。”^①

从20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中国,例如,托马斯·鲍德温(Thomas Baldwin)等合著的《大汇流——整合媒介信息与传播》明确指出:整合宽带系统(IBS, Integrated Broadband System)将电话、数据与视频服务整合为一体,且具有交互功能。^②罗杰·菲德勒在《媒介形态变化——认识新媒介》一书中,根据1978年尼葛洛庞帝的媒介汇聚结构图提出: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。^③约瑟夫·斯特劳巴哈(Joseph Straubhaar)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。^④从中国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对中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,也奠定了中国早期媒介融合研究的理论基础。^⑤

在中国,具有新意的媒介融合概念,最初是由蔡雯于2004年在美国进行富布莱特项目研究过程中引入中国并加以阐释的。蔡雯、王学文在《角度·视野·轨迹——试析有关“媒介融合”的研究》中,总结了从微观到宏观四种类型的媒介融合研究之间的差异和联系,并概括出媒介融合是指在以数字技术、网络技术和电子通信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此后,国内关于媒介融合的研究迅速增多。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》,也是中国较早研究媒介

^① 郭毅,于翠玲.国外“媒介融合”概念及相关问题综述[J].现代出版,2013(1): 17.

^② [美]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: 2.

^③ [美]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: 22.

^④ [美]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: 1.

^⑤ 郭毅,于翠玲.国外“媒介融合”概念及相关问题综述[J].现代出版,2013(1): 17.

^⑥ 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): 87-90.

融合问题的代表性成果。

随着电视、网络、移动技术的不断进步,各类媒体的融合趋势进一步加强,媒介融合呈现出全新的特质。对于“融合”这个复杂的前沿问题的研究,西方学者呈现出了多样化的视角,有从技术融合角度展开的研究、从媒介所有权融合角度展开的研究、从媒介文化融合角度展开的研究、从媒介组织结构融合角度展开的研究、从新闻采编技能融合角度展开的研究等。这些研究可以说铺展到了与媒介相关的所有方面,包括媒介的外部环境和内部机制,涉及媒介经营与新闻传播的各个角落。^①

有研究者认为,媒介融合包括三方面内容:媒介领域的技术融合、业界的经济融合和传播内容的融合。^②若从技术角度将“媒介”认作是一种传播载体,美国学者鲍德温认为,媒介融合的实质是媒介内容的数字化以及网络的IP化,并最终表现为包括报刊、电影、广播、电视、网络的传播媒介与包括新闻、影视音乐制作等在内的信息源聚合形成一个“整合宽带系统”或“全方位服务网络”。^③

第二节 媒介融合相关概念辨析

对“媒介融合”概念的界定困难,一方面,可归因于 media 与 convergence 的涵义广泛;另一方面,也是由于当今社会媒介环境现实的不断变动与发展。从不同角度出发,“媒介融合”一词有不同的阐释理解方式,也常有相近的概念衍生提出。

一、“媒介融合”与“媒体融合”

“媒介融合”与“媒体融合”这两个词汇在现有研究中的混用应引起注意,区分这两个词汇要从对“媒介”和“媒体”两个词汇的区别开始讨论。

根据罗杰·菲德勒在《媒介形态变化:认识新媒介》中对“media”的定义:一方面指传输信息的工具;另一方面指新闻机构如报纸、新闻杂志、广播及电视等。^④“媒介”和“媒体”在英文中都以“media”一个词汇展现,但两个词汇有不同的侧重和内涵。根据李玮、谢娟《“媒介”、“媒体”及其延伸概念的辨析与规范》一文的研究,“‘媒介’所侧重的物质载体,包含两个层面的内容:一是原初的物质形式;另一个则是在原初物质载体基础上,在特定社会环境中经过人类改造和加工而衍生出来的传播形态和文化样式,具有相对的客观性

^① 蔡雯.从“超级记者”到“超级团队”——西方媒体“融合新闻”的实践和理论[J].中国记者,2007(1): 80.

^② 高钢,陈纲.关于媒体融合的几点思索[J].国际新闻界,2006(9): 53.

^③ [美]鲍德温.大汇流:整合媒介、信息与传播[M].北京:华夏出版社,2000: 1-3.

^④ [美]罗杰·菲德勒著.媒介形态变化:认识新媒介[M].明安香译,北京:华夏出版社,2000: 271.

和独立性;‘媒体’则是作为社会组织的传播机构,具有相对的主观性和社会性”。^①

2003年美国西北大学教授李奇·高登(Rich Gordon)根据不同传播语境下convergence所表达的含义归纳了美国当时存在的五种“媒介融合”的类型,分别是所有权融合、策略性融合、结构性融合、信息采集融合、新闻表达融合。^②从媒体运作方式层面看,媒介融合主要是种策略性融合(tactical convergence)抑或可以理解成结构性融合(structural convergence)。这一理解实质上已经接近于近年来中国传播语境中的“媒体融合”概念。

2014年8月18日,中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》,习近平发表重要讲话,媒体融合成为全面深化改革的重要内容之一。2014年也被业界称为“中国媒体融合元年”。此后,中央和地方主要新闻单位积极向纵深推动媒体融合发展实践,进行体制机制创新,依托技术驱动,拓展内容优势,把传统媒体的影响力向网络空间延伸,提升主流媒体的传播力、公信力、影响力和引导力,“媒体融合”成为当代中国传媒业的时代命题。

从学理层面深入辨析“媒介融合”与“媒体融合”,二者在内涵上的区别主要在于理论来源与所回答问题的不同。谭天等学者认为,“媒介融合”侧重传播形态的融合,是一个传播学的概念;“媒体融合”侧重传媒业态的融合,是一个传媒经济学的概念,聚焦“媒体融合”有利于更紧迫的现实应用,但使用“媒介融合”则有利于更为广阔而长远的考量。^③

因此,某种意义上,“媒体融合”可理解为是中国传媒业中的主流媒体、专业传播机构在“媒介融合”趋势及现实环境中应对新兴媒体冲击的重要变革举措之一。基于当代中国的传播语境,“媒体融合”是我们构建现代传播体系的必由之路、重要实践,而这一改革路径与国内外传播学界三十余年来对“媒介融合”理论命题的思考一脉相承。

二、“媒介融合”与“全媒体”“融合新闻”

“全媒体”这一概念的广泛运用,也是伴随着当代中国传媒业在数字技术发展及互联网产业冲击背景下的转型实践过程。因此,“全媒体”更多指涉的是业界具体实践活动,并在《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》《新闻出版业“十一五”发展规划》等官方文件中出现。在概念的具体理解上,有的学者侧重于媒介形态、传播形态的角度,认为全媒体是“综合运用多种表现符号,如文字、图像、声音、光线等,全方位、立体化地展示传播内容,并

^① 孙晓博.中国媒介融合学术研究综述[J].电视研究,2017(4): 52.

^② 蔡雯.从“超级记者”到“超级团队”——西方媒体“融合新闻”的实践和理论[J].中国记者,2007(1): 81.

^③ 谭天,张冰冰.知变求新:走进媒介融合2.0[J].新闻传播学研究,2016(2): 155.

通过多种传播手段传输的一种新型传播形态”^①。有的学者则侧重于媒介运营的角度,如彭兰认为全媒体“是一种新闻业务运作的整体模式与策略,即运用所有媒体手段和平台来构建大的报道体系”^②。不论是偏微观的传播形态说,还是偏中观的媒介运营策略说,对“全媒体”的理解均指向了实践层面。

蔡雯与方洁对国外“融合新闻”这一概念的由来与内涵做出了深入的阐释。美国学者简·史蒂文斯(Jane Stevens)认为:“融合新闻是文本、照片、视频段落、音响、图表和互动性的集合体,它以非线性结构呈现在网站上,各种媒介的内容相互补充而不重复。……媒体在制作融合新闻时要充分利用网络新闻的另两大特征——提供背景和保持传播的延续性,为其提供充足的背景信息。”^③

早在1983年,美国学者戴默(Lori Demo)和其他几位在美国鲍尔州立大学任教的学者在《融合连续统一体:媒介新闻编辑部合作研究的一种模式》中就提出“融合连续统一体”这个新概念,并从实践的角度阐述了“融合新闻”的几种模式以及每一种模式的具体含义。第一是交互推广,第二是克隆,第三是合竞,第四是内容共享,第五是融合。^④这表明媒体间的联系将会更加紧密,相互之间既竞争又合作,媒体间实现信息交流畅通无阻,从而选取最符合自己利益的信息进行新闻报道,进而形成最广泛的传播。可见,“融合新闻”仍然是一个新闻生产和实践层面的概念,相较“媒介融合”,是一个更为微观的指涉。

彭兰也阐释了“全媒体化”与“媒介融合”的关系:“全媒体化”是通向媒介融合的一个途径,只是一个阶段性战略。全媒体化不仅是传媒机构内部的流程再造,也是一个重新定义自己在产业链条中的位置、寻找合适的外部合作伙伴的过程。她指出,全媒体融合业务体现在两个层面:一是同一平台上特定主题报道中的多种媒体手段的深层结合;二是各种媒体平台的报道是一个有机的体系,全媒体新闻既意味着多种媒体手段的应用,也意味着多种平台的利用。^⑤

① 详情参见石长顺,景义新.全媒体的概念建构与历史演进[J].编辑之友,2013(5): 51.

② 彭兰.媒介融合方向下的四个关键变革[J].青年记者,2009(6): 22.

③ 方洁.美国融合新闻的内容与形态特征研究[J].国际新闻界,2011(5): 29.

④ 蔡雯.从“超级记者”到“超级团队”——西方媒体“融合新闻”的实践和理论[J].中国记者,2007(1): 81.

⑤ 彭兰.如何从全媒体化走向媒介融合——对全媒体化业务四个关键问题的思考[J].新闻与写作,2009(7): 18-21.

第三节 媒介融合的动因与影响

一、媒介融合产生的原因

为什么媒介融合会出现？学者们普遍认为技术是第一相关的驱动力，技术融合是整个媒介生态系统融合的基础。其中，最重要的技术体现在两个方面：一是数字技术；二是互联网技术。数字技术是指将数据、声音以及图像、视频等转换为单一的二进制数字格式（0和1的数据串）或曰比特流(Byte)的技术。互联网技术的发展基础首先是计算机技术。20世纪60年代以来，由于电子学的发展，计算机技术突飞猛进地发展，使信息处理技术获得革命性进展。而信息处理技术的高度发展，反过来要求信息传输技术迅速跟进。从20世纪80年代中期起，网络技术和通信技术的发展取得长足的进步。^①欧洲通讯委员会编发的《e经济学——数字化市场的战略问题》讲道：“互联网及其技术的发展不仅突破了传统的广播电视、纸质出版、电信等产业的边界，更重要的是带来了传统媒体、新媒体等多种媒介形态及媒介产业的融合，并且这种融合在不断重叠与整合的过程中转向其他传统产业。”^②

从受众需求来看，澳大利亚迪肯大学艺术学院新闻学副教授史蒂芬·奎恩(Stephen Quinn)和美国鲍尔州立大学助理教授文森特·弗拉克(Vincent Filak)在共同创作的《媒介融合——跨媒体的写作和制作》一书进行了分析：“受众的细分、可得到的相对便宜的数字技术以及社会和法律结构的改变使跨媒体所有权成为可能。认识到消费者已经接受了融合，媒体公司在一定程度上使用了多种媒体，希望可以通过复合式媒体满足不同的观众群体。”^③

刘婧一提出媒介融合的趋势主要来自以下四种力量的推动：受众需求、技术力量、政策法规和企业竞争。^④她认为，消费者的需求决定着媒介融合的现实价值，是根本动力，技术力量是媒介融合得以实现的决定力量，政策法规是媒介产业中每个主体必须遵守的行为规范，政策法规的导向将是现实中媒介融合能否顺利进行的关键要素，因此也是驱动媒介融合的关键力量，而企业竞争的需要和市场规则的推动，则是媒介融合的内在统合动力。在未来的媒介竞争中，传媒企业甚至整个产业的生存与发展都必然依赖于媒介融合

^① 邓瑜.媒介融合的多维分析[J].现代传播,2011(1): 19.

^② 欧洲通讯委员会.e经济学——数字化市场的战略问题[M].沈阳：辽宁人民出版社,2002: 118-120.

^③ [澳]史蒂芬·奎恩,[美]文森特·F.弗拉克.媒介融合——跨媒体的写作和制作[M].任锦鸾译,北京:人民邮电出版社,2009: 5.

^④ 刘婧一.媒介融合的动力分析[J].东南传播,2007(8): 84-86.

所提供的新的发展机遇和新的竞争环境。

二、媒介融合的功能和影响

媒介融合并不是简单的一种媒介形态取代另一种媒介形态,因为没有一种媒介能够独立存在并充当另一种媒介。互联网的出现并不会意味着印刷读物的消失,相反,互联网的发展会促使传统印刷媒体的转型,实现更大的发展,反过来传统媒体又会为互联网提供优质的内容。加拿大传播学者罗伯特·洛根(Robert Logan)在《理解新媒介——延伸麦克卢汉》中直接指出:“对于‘新媒介’而言,旧媒介扮演双重的角色。它们构成‘新媒介’浮出水面的背景,同时又为‘新媒介’提供内容。”^①

对于融合的新型的媒介形态是否具备更强大的功能,保罗·莱文森(Paul Levinson)在《人类历程回放:媒介进化理论》中提出了“人性化媒体”理论。“人类发展了媒体,所以媒介越来越像人类。媒介并不是随意的衍化,而是越来越具有人类传播的形态。人类的大脑是生物信息处理方面的终极融合案例,做了包括思考、阅读、情感、计划、记忆和处理视觉、听觉、味觉在内的所有事。”他认为,大脑是融合发展的核心,媒介会向人脑的功能和形态发展,随着媒介的进化,每个设备能做的将会越来越多,直到所有的设备都融合为一体,具有更强大的功能。他提出“补救性媒介”概念,即修正了之前有缺点的媒介,并对未来媒介发展进行预测:“未来的媒介产品将能够折叠起来放进口袋里,但打开之后你根本看不出它曾经折叠过,而且相比下处理速度会更快。这个补救会继续下去,因为没有什么媒介是完美的。”^②莱文森在《新新媒介》中说:“媒介融合意味着一种或少数几种媒介能做越来越多的不同的事情。这是媒介演化的重要原理,也是几十年来广为人知的重要原理。”^③他在书中以黑莓和iPhone手机开发日益增多的利用互联网“新新媒介”的功能为例,认为这两种移动设备与其他智能手机一道正日益合而为一。与之相似的观点如罗伯特·洛根认为:“将不同的媒介结合进一种‘设备’,比如拥有音乐播放器、视频播放器,并且可以照相,可以收发照片和短信以及用作互联网接口的手机,这些是新媒介的一个重要特征。媒介的集合使许多人物可以在同一个设备上完成,结果就造成媒介的组合与整合,这是前所未有的经验水平。但这并不意味着总有一天,今天所有的媒介会合而为一,会成为一个汇总了一切媒介的媒介。”^④

^① [加]罗伯特·洛根.理解新媒介——延伸麦克卢汉[M].何道宽译,上海:复旦大学出版社,2012: 1.

^② 付晓光,田维钢.媒介融合的前世、今生和未来——美国著名媒介理论家保罗·莱文森访谈[J].声屏世界,2012(1): 25-27.

^③ [美]保罗·莱文森.新新媒介[M].何道宽译,上海:复旦大学出版社,2011: 191.

^④ [加]罗伯特·洛根.理解新媒介——延伸麦克卢汉[M].何道宽译,上海:复旦大学出版社,2012: 50-53.

熊澄宇认为,媒介融合是把“双刃剑”,既有积极的影响也有消极影响。积极影响包括传媒整合符合媒介演化的“人性化趋势”,是对单一传媒功能的超越和补救,让人随时随地以便利方式和较低的成本获取信息、服务和娱乐,也有利于资源的整合和充分利用,推动传媒产业的发展,实现产业的转型,更有效地开发市场。消极后果可能导致信息来源的多样化与信息内容的丰富性受损,影响观点和声音的多样化,甚至带来文化殖民,同时也伴随着新闻品质的下降、隐私权、信息鸿沟等问题。^① 美国哥伦比亚大学新闻学院新媒体研究中心主任约翰·帕夫利克(John Pavlik)教授在《新闻业与新媒介》中说:“我不是以技术决定论来考察新媒介的,我确信融合是仅仅为 21 世纪的公众和新闻业提供了一个更好、更有效、更民主的媒介的前提。但在数字时代,许多严重的问题也会侵害文明社会。这其中包括:对隐私权的巨大威胁,媒介所有权垄断的加剧,多样性声音的减少,新闻报道速度的不断加快,接触信息技术和数字新闻媒介的不平等性。”^②

第四节 媒介融合对财经媒体的挑战

一、媒介融合未来趋势

近年来,包括移动互联网、物联网、大数据与云计算等在内的新技术力量已经开始渗透到专业机构新闻生产的核心环节。从“互联网+”升级到“传媒+”、移动化和智能化(智媒化)是学者们对媒介融合下一阶段演变趋势的总结。

在“互联网+”背景下,喻国明指出,这是一个“媒介融合迭代的时代”,他对于传统媒体转型的观点是:“传统媒介必须意识到,没有一个内容可以独占服务,任何一个领域的内容和功能都可以交叉实现,传统媒介自身的核心价值只有嵌入到互联网的体系当中才能保有和实现它的价值及影响力。传统媒介需要在这个过程中超越原有的价值形成逻辑、产品服务逻辑,超越单一媒介的属性,打造成一个基于互联网思维逻辑构建的全媒体,同时在这个过程中寻找到新的价值生产模式和业态模式。”^③ 为实现媒介融合背景下的“全媒介”重构,完成互联网世界革命式的转型,他认为,传播效能的聚合与转化是当下媒体研究的关键点,从“互联网+”到“传媒+”是媒体发展的高级阶段,以“传媒+”主体的身份与各行各业结合的时候,媒体也从媒介形态的融合迭代阶段上升到商业变现模式创新

① 熊澄宇.整合传媒:新媒体进行时[J].国际新闻界,2006(7): 10-11.

② [美]约翰·帕夫利克.新闻业与新媒介[M].张军芳译,北京:新华出版社,2005: 5.

③ 喻国明,姚飞.强化互联网思维推进媒介融合发展[J].前线,2014(10): 56.

的新阶段。^①

彭兰认为,以移动化、智能化为基本特征的新技术力量,将给新闻业带来更多革命性的变化,新闻业的某些环节甚至面临着被重新定义的可能,这包括由传感器带来的新闻源与新闻反馈机制的再定义,由机器写作带来的写作者与写作模式的再定义,虚拟现实、增强现实等新技术带来的新闻体验再定义以及新闻分发渠道的再定义。^②她也结合最新技术的发展,丰富发展了新闻生产模式的研究和三网融合的概念,提出移动互联网中的内容入口、社交入口、服务入口之争,将进一步改变三网融合的市场格局,可穿戴终端也将推动移动互联网与物联网的融合。物联网对三网融合的直接影响是促进智能家居目标下新一代广电网的进一步升级,同时促进移动互联网的环境适配能力的增强。从未来发展趋势看,广电网、电信网、互联网的三网融合将演变为移动互联网及物联网的融合。^③在最新的研究中,彭兰预测到未来发展的“智媒化”动向,其主要特征有:“第一,过去以人为主导的媒体将发展到未来万物皆媒的时代;第二,未来的媒体将是人和机器的智能融合;第三,这样的智能化媒体具有自我进化的可能。”^④

二、媒介融合中的财经媒体

在媒介融合的现实情境中,财经媒体与其他媒体一样既面临着挑战,也迎来了机遇。除了前述谈到的共性问题,财经媒体由于其内容的专业性、信息接收对象的细分化、信息接收对象需求的报偿性、对市场的敏锐性等自身特性,需要我们侧重相关的层次对其展开深入观照。

财经媒体作为“船头眺望者”守望着国家与社会这艘大船的航道,在国家建设和社会发展中发挥着独特的经济功能。对于财经媒体而言,“经济信息的收集、分析,经济知识、政策、法规的解释、传播,以及对经济发展趋势的预测一直是其责无旁贷的职责与使命,也是其在日益剧烈的传媒竞争中的优势所在”。^⑤这些专业性经济、财经信息内容具有较强的专业性,使得相关内容的报道手段、呈现形式也自然要求更强的表现力与综合性。因此今天的财经媒体,对数据的搜集技术和渠道、数据的可视化呈现、内容的时效性均设立了很高的目标,而媒介融合所带来的全媒体、融合报道,则为这些目标的达成带来了可能性。

^① 喻国明,刘旸.“互联网+”模式下媒介的融合迭代与效能转换[J].新闻大学,2015(4): 4-6.

^② 彭兰.移动化、智能化技术趋势下新闻生产的再定义[J].新闻记者,2016(1): 26-33.

^③ 彭兰.从老三网融合到新三网融合:新技术推动下三网融合的重定向[J].国际新闻界,2014(12): 130-146.

^④ 彭兰.泛传播时代的传媒业及传媒生态[J].新闻论坛,2017(3): 24.

^⑤ 蔡海龙.媒介融合背景下经济媒体的发展策略研究[J].新闻知识,2017(2): 8.

彭兰在阐释社会化媒体与媒介融合的关系时,曾创造性地提出“合是为了更好地分”,即媒介融合是一个从合到分的过程,这包括业务形态的整合与生产流程的细分、产品的汇聚与受众市场的进一步分化、传播渠道的集中与接收终端的分散、信息企业的大联合与再分工。她认为媒介融合的终极目标是通过融合达到更高层次的多样化。^①

在财经报道领域,我们今天已经看到了分散于不同信息接收终端的用户对宏观经济、证券、理财、公司、地产、消费等细分内容的多样化需求日益得到满足。财经媒体正在媒介融合环境下通过传播理念改变、传播技术革新吸引更多的“长尾市场”与“蓝海市场”。

财经信息传播中的另一突出特征在于信息接收对象对信息较高的报偿性要求。信息接收者希望通过财经信息消费获得自身对经济环境变化的把握能力,提高财富的创造与增值能力。信息接收者的需求和行为是所有传媒产品变革的前提。媒介融合环境下财经媒体的内容生产,应该突破单一的“内容为王”视野,以 Web2.0、Web3.0 等互联网新思维为出发点,打造连接财经信息用户的内容、社交、服务的融合平台,激发用户潜能,重构媒体与用户的关系,提高内容产品的可再分发性、可重组性,全方位满足用户需求。

另外,财经媒体由于对经济环境的长期关注与深入分析,其市场敏锐度通常要高于其他媒体。同时中国的财经媒体由于其报道领域与内容的特点,其市场化进程早于其他媒体,基于策略性融合、所有权融合的具体媒介融合实践也曾引领先河。2016 年,谭天等学者提出了“媒介融合 2.0”的概念,指出:“媒介融合 2.0 可以说是需求创造供给,并形成全新的服务模式和商业模式,互联网中的商业竞争不再只是个体之间的竞争,而是取决于媒介平台乃至平台生态圈之间的竞争。媒介融合 2.0 是深度融合,要打破原有的媒介生态、利益格局和思维定式,通过深度跨界融合达到新的纳什均衡。”^②今天我们对媒介融合时代财经媒体经营方式变革的探讨,不应再停留于所有权融合等初期层次,而应看到边界重构、关系重构和价值重构过程中所产生的增量,在对增量的挖掘中将财经媒体的传播优势转化为直接效益。

在本书接下来的章节中,笔者会结合国内外相关传媒业实践案例,就媒介融合时代财经媒体的变革路径、发展方向展开更深层次的剖析。

^① 彭兰. 社会化媒体与媒介融合: 双重旋律下的关键变革[J]. 新闻战线, 2012(2): 85.

^② 谭天,张冰冰. 知变求新: 走进媒介融合 2.0[J]. 新闻传播学研究, 2016(2): 158.