



技术创新视角下 “媒体融合”动因、内涵及趋向^{*}

文 吴文涛 张舒予

[摘要] 从技术创新理论分析可以发现,广义的技术创新应是媒体融合的肇始动因。媒体融合的内涵可构建成“四维一体”框架:工具维度的物质技术融合、知识维度的智力成果融合、过程维度的活动方式融合、意志维度的主体形态融合。未来,媒体融合应趋向人文化、生态化与民主化三个方向。

[关键词] 媒体融合 技术创新 四维一体 趋向

近年,“媒体融合”研究呈现出一派繁荣景象:从国家的强力推进到互联网新技术的盛行,现实层面中与学术研究上都得到了足够多的关注。事实上,从卡普的“器官投射说”到麦克卢汉的“媒介即信息”,从芒福德的“媒介容器论”到莱文森的“媒介进化论”,考察历史上的媒介理论,我们总能找到隐含的媒体融合思想。应当看到,这种思想并非当今时代的异军突起,而是一直在历史的理论中有所传承。新的社会景观固然会给它打上时代的烙印,但现象背后的本质应是始终不变的。鉴于此,笔者不揣浅陋,率尔操觚,拟从技术创新哲学理论中寻找些许启发,以期理性考察“媒体融合”的动因、内涵及趋向,从而为重新审思“媒体融合”提供一种参考。

一、技术创新:“媒体融合”的肇始动因

“传播学之父”威尔伯·施拉姆(Wilbur Schramm)认为媒介是扩大人类交流能力的存在。技术是一切人造物,是人的存在方式。理论上,看,

媒介似乎已经超出技术的范畴。然而,这里我们忽视了“人”这一核心主体。媒介作为扩大人类交流能力的事物,必然需要“人”参与其中,无论其本来形式如何,一旦进入“人”的传播活动中,“每一种工具里都嵌入了意识形态偏向,也就是它用一种方式而不是用另一种方式构建世界的倾向,或者说它给一种事物赋予更高价值的倾向”。即便是空气这种自然物,当它成为人类传播媒介后,也被赋予了人的更高价值倾向,这也是一种所谓的“人造化”。因此,从扩大人类交流能力的角度上看,媒介是可以视作一种技术的存在的。

媒介作为技术的存在,这点还可以从其他学者的观点中得到佐证。媒介学家保罗·莱文森(Paul Levinson)说“技术是中介”,在其著作《思想无羁》的通篇论述中都把技术与媒介看作是等同的。德国社会学家马克斯·韦伯(Max Weber)则说:“技术就是这样地被包含在每一项活动之中的,人们可以说祈祷的技术、禁欲的技术、思考与研究的技术、记忆的技术、教学法的技术、政治与神权统治的技术、战争的技术、音乐的技术、某位雕塑家或画家

^{*} 本文系2016年江苏省普通高校学术学位研究生创新计划项目“语义网环境下MOOC学习资源库的设计研究”(KYLX16_0707)、2016年安徽省高校人文社会科学重点项目“基于学校的传统文化视觉表征及教学模式研究”(SK2016A0401)、江苏高校优势学科建设工程项目(苏财教[2011]8号)研究成果



的技术、诉讼的技术，等等”。这里所说的技术在人类传播活动中的存在可以理解是媒介。综上，在传播学领域中，媒介可视为一种技术的存在，这也是本文论述的前提。

有学者在分析媒体融合的源起时认为其“肇始于技术创新，加速于制度创新，深化于市场创新，最终表现为产品创新”。^[1]在这段简洁的论断中，实际上是把媒体融合的动因理解为“技术创新”“制度创新”“市场创新”与“产品创新”的整合，如此解读有其客观合理之处，然若从技术创新理论层面分析，这种理解又有失偏颇。英国著名科学家、哲学家约翰·齐曼（John Ziman）就指出“技术创新包括可售人工制品、科学概念、研究实践和商业组织的协同进化”。我国技术哲学专家陈昌曙也认为：技术创新应该包括不可分割的三个方面的内容，即技术本身的过程创新、经济的过程创新、管理的过程创新，三个方面有机结合，后成了技术创新的全部内容。如此来看，无论是制度创新、市场创新、还是产品创新都应属于技术创新的范畴：制度创新，包括有些学者所说的组织创新，可以被归为技术创新中“管理的过程创新”，而市场创新则可以纳入“经济的过程创新”，产品创新则是“技术本身的过程创新”。显然，从逻辑上讲，将广义的技术创新视作媒体融合的主要动因更为合理。

从历史的角度反思和考察，技术创新作为媒体融合的动因亦能从媒介形态演变的历史进程中得到呈现。纵观每一次媒介形态的飞跃，在给人类传播活动带来突破性进展的同时，无不打上了深深的技术创新的烙印。人类长期对于保存信息的技术探索，使文字媒介不断走向成熟；德国人古登堡（Johann Gutenberg）通过技术创新把活字印刷术变为实用技术，使印刷媒介得到普及；无线电技术的革新，收音机、电视的发明，拉开了电子媒介时代的序幕。媒介的变革和发展就这样由各种各样的技术相互融合、不断创新而形成：文字媒介起源于符号技术与材料技术的探索；印刷媒介归功于材料技术与机器技术的革新；电子媒介产生于电磁波的发现与无线电技术的发展，数字媒介更是依赖计算机技术和通

信技术而存在。可以说，媒体融合与技术创新从来都是紧密相联的，传播媒介的演变史本身就是一部人类的技术创新史。

综上，从逻辑与历史两个层面上看，将技术创新视作媒体融合的肇始动因是合理的，以形而上层面的技术创新哲学作为理论基础解析媒体融合显然也是值得尝试的。

二、四维一体：“媒体融合”的内涵体系

如约翰·齐曼所言，“技术创新的综合模型必须涵盖文化变易的几乎所有方面”。对于“技术”的认识，技术创新理论更加赞成卡尔·米切姆（Carl Mitcham）提出的广义技术框架论，即：技术是物品，技术是知识，技术是活动，技术是意志。^[2]以此反观作为技术存在的媒介，其每一种具体表现，如媒介组织、媒介产品、媒介产业等，都可以看作技术在传播领域的外在形式。依此思想，我们自然可以将“媒体融合”理解为物品融合、知识融合、活动融合、意志融合四个层面，由此可构建出以下的四维体系。

1. 工具维度：物质技术的融合

当人们一谈起“媒介”时，最容易想到的就是诸如书籍、电视、手机等物质性的产品。这也表明，从最直观的感受上，媒介是同物质性的产品紧密相联的，如果没有物质性的产品，我们讨论媒介时便无从下手，更无法直观的理解媒体融合。媒体融合最直观的表现形式之一就是媒介物品（或媒介物质性的技术）的融合。正是媒介物品的“结构”与“功能”的融合，促进人们对于浅层次媒体融合的理解。譬如，电视可视为是广播与书籍的融合，手机报则可认为是手机与报纸的融合等。工具维度上物品融合是媒体融合最基本的层次，它既是其他维度上融合的基础，也是其他维度发展的终点。

2. 知识维度：智力成果的融合

就技术这个对象而言，它既包括了物质方面的成分（仪器、机器、设备等），又包括了精神方面的成分（知识、程序、配方等）。同样，媒介不仅仅包括物质方面的产品，也包括与创造、使用这些



产品所需要的精神方面的知识体系。因此，从概念范畴上看，媒体融合包含媒介知识的融合应是没有疑义的。那么在客观现实中，媒介知识的融合是否存在呢？这还需要分析媒介知识的具体内容。作为知识的媒介，具体内容可表现为媒介的技能、媒介的规则以及媒介的理论等。以媒介技能为例，可以有两种体现：一是原有技能中依然能够发挥效应的部分与新出现的媒介技能间的融合；二是新发展的媒介技能正是原有的其他两种或多种媒介技能的融合。知识维度的融合与工具维度的融合相辅相成，工具维度上的融合必然促进知识维度上的融合，而只有知识维度上能够融合才能真正发挥工具融合的效应。

3. 过程维度：活动方式的融合

这里所说的活动主要是指媒介被使用的过程，即使用者利用媒介进行传播活动的过程。过程维度的活动融合集中表现为媒介使用者行为活动的综合性与多元性。比如，从印刷媒介到电子媒介，媒介使用者接收信息的方式由视觉接收向综合的视听接收转变；从电子媒介到数字媒介，媒介使用者的行为由以被动接收为主的单一方式向融被动接收、主动传播和主动创造为一体的多元方式转变。过程维度的融合以工具维度与知识维度为基础，同时又是对这两个维度上融合的检验，会反过来促进两者的进一步完善。

4. 意志维度：主体形态的融合

技术被作为人的存在，意志可视为主体的表达。意志维度的媒体融合在现实中更多表现为媒介主体的融合。在媒体融合的实践中，客体当然是媒介，而主体则是相对于媒介而存在的“人”。马克思主义哲学的实践论认为，作为主体的“人”的存在形态有四种：个体主体、群体主体、社会主体和人类主体。^[3]理论上，“人”的这四种形态都可以成为融合的媒介主体。然而，在客观事实中，主体因形态相异，表现出的融合状态也不尽相同。于个人主体而言，媒体融合体现在个体对于媒介知识、技能等各方面的融会贯通。于群体主体而言，媒体融合则体现为群体间的整合，即不同的媒介集团之间的整合。于社会主体而言，媒体融合则体现在跨

文化层面，随着时代的发展，不同社会文化在冲突与渗透的过程中走向融合，麦克卢汉“地球村”的预言或许是最好的说明。于人类主体而言，真正意义上的人类主体正在形成之中，因而我们也很难从这一层次去做出合理的、有意义的分析。意志维度的融合应是其他维度融合最终的目标，即促进“人”这一主体不断向前发展。

“四维一体”框架中，工具、知识、过程和意志四者之间既互为区别又相互依存。首先，区别之处在于，四者分别指向媒体的不同存在形式。工具指向媒体的物质技术，知识指向媒体的智力成果，过程指向媒体的获得方式，意志指向媒体的主体形态。其次，四者又是相互依存的。整体上看，一方面过程维度与意志维度要以工具维度与知识维度为基础，另一方面工具维度与知识维度又以过程维度与意志维度为前提。

三、媒体融合的未来趋向

如前文所述，有人担心媒体融合带来社会效益的同时也会产生消极的影响。因而，在认清媒体融合的“四维一体”的内涵体系后，如何确保其在正确的方向上向纵深发展就显得尤为重要。“理论是实践的眼睛”，技术创新哲学认为技术创新实践的方式有三种，即人文化、生态化、民主化。^[4]当我们逻辑地、历史地分析时，便会发现：在人文化、生态化、民主化三个趋向的逐步深入将成为媒体融合的必由之路。

1. 媒体融合的人文化趋向：人性化设计与人文式关怀并重

著名媒介学者麦克卢汉（Marshall McLuhan）曾有“媒介是人体的延伸”的经典论断。保罗·莱文森也提到，“大多数用于商业娱乐的视听媒介，在设计的时候就有意识地尽量像人”，“技术的人性化即自然化，尤其是传播媒介的人性化即自然化”。理论上，媒体融合的人文化发展是必须的。具体到实践中，媒体融合的人文化发展应包含两个方面：一是技术制作上注重人性化设计。以媒介产品为例，其设计要做到：形式上要注重人的情感体验、心理



感受与思维方式,努力达到“以情动人”;功能上应符合人的生理结构、行为习惯与伦理道德,以满足人更高层次的需要为目标。媒体融合过程中必须注重人性化设计,才能使得产品真正为人和社会服务。二是产业发展时注重人文式关怀。就媒介产业融合而言,不能一味以追求经济利益最大化为目标,应承认人的主体性价值,追求个人价值、集体价值与社会价值的统一。譬如,有学者在谈到媒体融合时代的新闻人才教育问题时,认为应注重培养融合式的全能人才。人人都又全又专固然最好,但需要认清的是每个人都有自己的兴趣与爱好,都有不同的目标与方向,如果忽视人的主体需要一味只谈社会的客观要求是缺乏人文关怀的,也是行不通的。

2. 媒体融合的生态化趋向:遵循媒介生态规律

技术创新理论认为,技术创新应注重生态设计,开发与可持续发展密切相关的技术。于媒体融合而言,生态化则有新的内涵,已经形成一个相对成熟的研究领域——媒介生态学。媒介生态学认为,媒介生态的规律主要有生态位、食物链、生物钟、最小量、适度性五大类。因生态化发展仅仅是本文论述的一个侧面,故在此仅选择适度性规律加以阐释。“适度性规律强调媒介环境中的诸种生态因子要保持一种相互联系和相互依赖的适度互动关系”。^[5]媒体融合过程中也要遵循适度性规律,只有这样才能让融合后的媒介适应所处的媒介环境,并在融合的过程中生命力持续增强,日益兴旺繁荣;违反适度性,融合后的媒介可能会难以生存乃至在

社会中消失,美国在线与时代华纳的“闪婚闪离”或许就是最好的例子。

3. 媒体融合的民主化趋向:提升公民权利,打破媒介垄断

关于媒介民主,德国哲学家哈马贝斯(Jürgen Habermas)曾提出“公共领域”的概念,并认为媒介(或公共媒介)是“公共领域”理论的重要元素。作为媒体融合未来的重要趋向之一,民主化趋向的思想应体现在媒体融合的起点、过程以及终点,贯穿媒体融合的全程,并且要一直居于核心地位。那么,媒体融合的民主化发展应如何进行?澳大利亚著名政治理论家约翰·基恩(John Keane)在其《民主与媒介:缺乏根据》一文中指出,确保媒体融合的民主化趋向起码应采取以下方式:提升公民的权力、创造多样的媒介、打破媒介的垄断以及限制媒介的商业性用途。

此外,当前社会的媒体中仍然存在的如“性别、种族和国家、年龄”等“刻板印象”,“对社会发展和人的发展不利,它影响着社会公正和平等”。消除“刻板印象”也将成为未来媒体融合民主化趋向的任务之一。民主是一个复杂的社会学概念,当前我们所认识的“不民主”的现象是有限的,未来或许还会产生新的“不民主”,此时我们无法概述所有。但是,我们可以期待媒体融合的民主化趋向使得未来的媒介成为一种真正意义上的“民主技术”,为构建传媒产业的理想蓝图贡献力量。

(作者单位:南京师范大学教育科学学院 安徽师范大学教育科学学院)

注释:

- [1] 朱天,彭泌溢.试论媒介融合中的“加减之道”——时代华纳与美国在线“世纪婚姻”终结对我国“三网融合”的启示[J].新闻记者,2011(07)
 [2] [美]卡尔·米切姆.通过技术思考——工程与哲学之间的道路[M].陈凡等,译.沈阳:辽宁人民出版社,2008:139
 [3] 查庆,田方林.构建主客体关系在马克思主义哲学中的作用和意义[J].四川大学学报(哲学社会科学版),2001(01)
 [4] 夏保华.技术创新哲学研究[M].北京:中国社会科学出版社,2004:49-55
 [5] 邵培仁等.媒介生态学[M].北京:中国传媒大学出版社,2008:80