

◀ 新闻传播学术原创系列 ▶

媒体融合

基础理论与前沿实践

邓建国 著



复旦大学出版社

新闻传播学术原创系列

媒体融合：基础理论与前沿实践

邓建国 著

復旦大學 出版社

图书在版编目(CIP)数据

媒体融合:基础理论与前沿实践/邓建国著. —上海:复旦大学出版社,2017.6
(新闻传播学术原创系列)

ISBN 978-7-309-12944-1

I. 媒… II. 邓… III. 传播媒介-研究 IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 090698 号

媒体融合:基础理论与前沿实践

邓建国 著

责任编辑/朱安奇

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路 579 号 邮编:200433

网址: fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

门市零售: 86-21-65642857 团体订购: 86-21-65118853

外埠邮购: 86-21-65109143 出版部电话: 86-21-65642845

江苏凤凰数码印务有限公司

开本 890 × 1240 1/32 印张 11.625 字数 257 千

2017 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-12944-1/G · 1710

定价: 36.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社有限公司出版部调换。

版权所有 侵权必究

本书缘起

2006年,我在复旦开始写作关于“Web 2.0与网民社会资本”的博士论文,关注Web 2.0时代的网民对社会性媒体的使用,以及这些使用对他们的社会资本的影响。当时我研究的社会性媒体还是博客和社会网络书签(social bookmarking and tagging)。那时候Facebook(2004年创立)的用户都来自校园。其他社会性媒体要么刚刚成立,要么还远未出现(2006年Twitter创立,2009年新浪微博创立,2011年腾讯微信创立)。当时全球报业尚未感到后来主要由社交媒体所引发的危机,但我的博士论文(2011年在复旦大学出版社出版)基于对Web 2.0现象的分析预示了这种危机的来临。博士毕业后,我开始集中关注和思考网民的Web 2.0网络使用行为对传统新闻业的影响。本书中的文章即是思考后的结果。

本书正文由20篇论文组成,都在相关期刊上发表过。为阅读方便,我将这20篇文章分为五个部分。第一部分“背景及理论”,意图阐明我们面临的危机“从何处来”并指出何为应对危机的正确措施;第二部分“学习与创新”介绍美国报业是如何向新媒体学习并将所学渗入到其新媒体战略中去的;第三部分“渠道变革”介绍了Twitter和iPad等新渠道对新闻分发的影响;第四部分“移动互联网、虚拟现实与机器人新闻”是对现在“移动互联网超越桌面互联网”这一现实的较新回应,包括虚拟现实和机器人(算法)新闻等文章;第五部分“融合新闻教育”则介绍了美国南加州大学新闻学

院与哥伦比亚大学新闻学院的融合新闻教育改革实践。

以上分类可能并不全面,文章归类也许并不完全准确,如有些文章完全可以同时列入其他部分,但这种“大众分类”(folksonomy)方式在纸质书籍上显然无法实现。这恰恰也是纸质媒介相对于电子媒介的不足——媒介内容必须依赖媒介物质,因此传者和受众对内容的分类能力只能受限于对这一媒介物质的调动能力。如果是数字出版,出版社和读者都可以从自己的角度对书和文章进行任意切割(slice and dice)并加上标签(tags),内容管理和导航将极为便利。但正如麦克卢汉的学生沃尔特·翁曾说,我们研究口语文化(前文字时代),借助的却是我们受到了文字影响的思维。这本关于数字新闻的书现在仍然要通过纸质出版才能获得承认,这也是一种无奈。

虽然全书章节的编排尚可改进,但全书的整体逻辑还是清晰的,即从媒体融合概念的起源,经由当下媒体融合的实现途径,到未来网上与网下、虚拟与现实、人与机器之间的融合。我将另外两篇文章,即《大众传媒首先是生意:论纸媒注定要消亡》和《传统媒体的出路:创造内容和技术相融合的“第三种文化”》分别列在书首和书尾作为全书的绪言和结语。

下面说说书中文章的特点:

其一,引介内容较新,有些具有一定的超前性。作为一名媒体融合观察者和研究者,我较早地将各种与媒体融合相关的新概念引入国内。这些概念包括“集体智慧”(collective intelligence)、“大众分类”、网络标签(tagging)、“大众定制”(mass customization)、众包/众筹(crowdsourcing)等。在2007年一篇介绍美国甘耐特报业集团的“激进”改革的文章中,我介绍了它的新闻编辑室(newsroom)向

“信息中心”(information center)的转变,而后者其实就是我们现在所谓的媒体“中央厨房”模式。2010年,我介绍了“免费加收费模式”(Freemium)和超本地化自媒体;2012年在介绍美联社的转型改革时,我从“软件作为一种服务”(Software As A Service, SAAS)这一概念中获得灵感,提出了“新闻作为一种服务”(News As A Service, NAAS)的概念。当时这些概念在国内媒体融合研究领域几乎都是首次提出并得到详尽的解读,现在它们正在逐渐为人所知。

其二,阐述深入、系统,有其然,亦有其所以然。我介绍国外媒体融合实践时,并不停留在对表面现象的简单描述上,而是尽力将相关问题讲深讲透。因此我常常深入到学术文献、记者编辑博客和行业报告等资料中,连珠串玉,索引钩沉,最终得出案例和现象背后的中观和宏观图景。我的描述和分析尽量涉及行动者、行动者的逻辑、行动者所处的结构以及其行动的历史脉络,从而通过“深描”而使得媒体融合这一日新月异的研究对象在表面的“革命性”背后也呈现出历史的连续性。

其三,阐述具有一定的学术性。“媒体融合”是一个具有迷惑性的词汇,它容易让人掉以轻心将其作为一个纯技术性概念和问题予以轻视(我们从丹麦学者克劳斯·延森的《媒体融合:网络传播、大众传播和人际传播的三重维度》一书丰富驳杂的内容就可以看出纯技术的媒体融合观是多么的不足)。我在阐述媒体融合的各种实践时,会尽量将已有的学术概念与之相对接,以体现出其学术意义。例如,在介绍“虚拟现实新闻”时,我指出它并非全新事物;它受到新闻业的欢迎是因为虚拟现实技术作为高效的“记录性媒介”(360度摄像机)在高效的“传输性媒介”(手机)的支持下(“记录性媒介”和“传输性媒介”是约翰·杜翰姆·彼得斯的区分),有潜力解决新闻业一直以来就面临的问题:以最快的速度

最大的保真度将新闻传递给受众。这同时涉及诸多旧的和新的新闻学以及哲学概念：把关、新闻客观性、媒介依赖、过滤气泡（filtering bubble）、缸中大脑等等。在介绍机器人（算法）新闻时，我不仅介绍了算法新闻的原理，还谈及新闻生产的政治经济学、算法的非客观中立性、人机关系等等。总体上看，读者看到的应属于带有学术色彩的新闻实务类文章。这也使得文中所介绍的具体案例在当下仍然具有参考价值。

观察和思考新媒体（尤其是新媒体实践）是一个需要持续追赶的过程。古希腊哲学家赫拉克利特说“一个人不能同时踏进同一条河里”，他的意思是说河流在变，但实际上我们作为人也在变，同时，我们用来描述河流的词汇也在变。具体到信息与传播技术（新媒体），什么是网络、信息、界面、交互性、档案和仿真？《新媒体：关键概念》的两位作者尼古拉斯·盖恩和戴维·比尔花了近160页的篇幅也没能将这六个概念的内涵与外延完全确定下来。互联网研究的学术文献中四处都是被抛弃的概念尸体，与此同时各种新概念却还在不断涌现。人们在质疑，麦克卢汉基于电视的媒介理论，是否也适用于互联网？德里达极为关注电子邮件，但其论述还能否适用于社会性媒体？然而，另一方面我们也可以看到，有些名词的能指可能出现了变化，但其所指却具有一定的恒定性。在和澳大利亚墨尔本大学媒介学者斯科特·麦奎尔（Scott McQuire）——他是《媒介城市》的作者——聊天时，我提到当时正在流行的《口袋妖怪》（pokemon go）增强现实（AR）游戏。我问他，你在写关于《口袋妖怪》的论文？他说：“呃，虽然我还没有写过直接关于《口袋妖怪》的论文，但是你知道的……”我当即明白，他指的是他2008年出版的《媒介城市》。在该书中，他指出：

城市大型的公共屏幕和移动终端意味着媒介消费将越来越多地发生在公共空间中。街头(它宣称自己是现代性的诞生地)的电子屏幕会带来何种影响?无处不在的媒介将如何改变公共空间的动力机制?新型的公共互动会改变权力构成,从而影响到公共空间的氛围和对公共空间的使用。如果城市空间在历史上一直被描述为静止的建筑结构和移动的主体之间的关系,那么这一二元分类很快就该让位于各种混合空间。在这些混合空间中存在动态的流动性——它不仅对各种传统的封闭性空间具有消融作用,而且使得原有的“主体毫无二致地在这些封闭空间中移动穿越”这一说法不再站得住脚。^①

2016年,《口袋妖怪》将现实世界和虚拟精灵结合在一起,吸引玩家走出家门在周边收集宠物妖怪。在美国几乎每个城市街头,都可以看到拿着手机划屏的游戏玩家。由于玩家过于痴迷游戏,不仅导致了几起意外事故,更吸引犯罪分子在游戏中的精灵站实施抢劫。旧金山等一些大城市的警方甚至专门发布声明,提醒玩家在玩游戏的时候注意周边情况,尤其避免交通事故。斯各特上面的一段话出版于2008年,然而用来分析《口袋妖怪》玩家们与城市空间的互动关系是何等贴切!由此我们可以认为,新媒体技术或现象可能是新的,但是它们对人和社会的影响(文化的、社会的、政治的、经济的等等)却总是显得“太阳底下无新事”;而新媒体研究要努力做到的也往往是去找到它们对人和社会的相对恒定的影响。

^① Scott McQuire, *The Media City: Media, Architecture and Urban Space*, Sage Publications Ltd., 2008, p. 131, 中文为作者译。

在媒体融合这一主题上,中国新闻业一直勇于向发达国家学习经验,这从源源不断地向外派出的成员众多的“新媒体学习代表团”以及他们回来后发表的学习总结文章的数量可以看出来。但是,这种亲临现场的学习无疑成本巨大,而且效果不一定很好,舟车劳顿、饮食不适、语言不通、时间有限、因时差而睡眠不足等等,都是影响学习效果的原因。而与此同时,就在学术数据库中、在互联网上(如网站:美国皮尤研究中心新闻项目、哥伦比亚大学 Tow 数字新闻中心、密苏里大学新闻学院未来实验室、Poynter 媒体学院、奈特基金会新闻项目等等)都充满着大量关于发达国家媒体融合的新鲜的、详细的、多样的、一手的和多媒体的媒体融合案例。这体现了互联网的分享、开放、透明精神。但令人遗憾的是,这些最新信息并没有得到足够的关注和剖析。有研究发现,有 90% 的学术论文从来没有被引用过。中国媒体融合发展在借鉴国外经验的心情上求贤若渴,在学习方式上却还停留在前互联网时代,不惜花费巨资去获得其实可以免费获得的内容,这似乎比那些众多从来未被引用的论文的遭遇更令人遗憾。

麦克卢汉曾说:“我不解释,我探索。”他探索的目的在于警醒并激励人们关注媒介发挥的重要作用。至于解释,他将这个任务留给了他人。实际上,麦克卢汉对新媒体不仅探索了,而且解释了,他解释的贡献甚至超过了探索的贡献。在新旧媒体交替的时代,新闻传播学者对新媒体既要探索,也要解释;不仅要探索,更要解释。我认为,探索主要是对最新的新媒体技术的开发和应用,而解释主要是指对这些新媒体的传播机制、效果和应用领域的描述、说明、预测和推广。但目前的情况是,对新媒体的探索和解释彼此脱节——探索者(主要是新媒体从业者)不愿意解释,或者不善于解释;而愿意解释或善于解释的人(多半是新闻传播学者)则不善

于探索。中国传统媒体的媒体融合之路面临着双重挑战,即技术问题与公信力问题。此书所提供的主要是为应对前者所进行的一种探索和解释;而如何应对后者,则需要媒介管理者、从业者和研究者共同去探索和解释。

2016年8月于复旦园

目 录

本书缘起	1
绪 言 大众传媒首先是生意：论纸媒注定要消亡	1

第一部分 背景及理论

第一章 混乱之因由：Web 2.0 与社会性媒体	9
一、Web 2.0 的定义	9
二、Web 2.0 的技术基础	12
三、Web 2.0 出现的原因	16
四、社会性媒体的历史及其兴起	26
五、Web 2.0 的内在规律	40
六、Web 2.0 的人类传播和社会文化意义	56
七、移动互联网：从 Mobile Web 1.0 到 Mobile Web 2.0	72
第二章 媒体融合：受众注意力分化的解决之道	75
一、融合是世界技术、经济和社会发展的的大趋势	75
二、普遍的融合趋势推动了媒体集团的融合	77
三、聚合受众和提高质量：传媒集团媒体融合的 深层动因	78
四、Web 2.0 时代的“有机融合”和“大规模定制”	83
五、结语	84

第三章 妨碍中国网络新闻发展的五个认知和行为误区	86
一、“无所作为”和“大有可为”：对中国报业前景过于消极或乐观	86
二、将报纸网络版与纸质版看成竞争而不是互补关系	88
三、热衷于建立封闭而不是开放的网络新闻阅读环境	90
四、认为报纸媒体融合动辄需要大量人、财、物的投入	92
五、将报网互动等同于媒体融合而浅尝辄止	94
第四章 范式的转移：美国汽车业危机给中国报业的启示	96
一、汽车业、报业多年来持续同处困境	97
二、缺乏范式的突破：导致汽车危机与报业困境的根本原因	98
三、汽车危机和报业困境：如何应对	102
第五章 封闭与开放：“图文仿真”报纸的尴尬处境	106
一、图文仿真报的快速发展	106
二、图文仿真报的优势	107
三、图文仿真报的缺陷	108

第二部分 学习与创新

第六章 学习新媒体：美国网络新闻商业模式创新中的三个新动向	117
-------------------------------------	-----

一、学习 Flickr: 内容免费 + 收费的 Freemium 模式	117
二、学习开源软件: 群体外包从内容贡献到经济资助	121
三、学习“超本地博客”: CUNY 的“新闻业的新商业模式”成果	125
四、结语	129
第七章 美国灾害和危机新闻报道中的新媒体应用	130
一、危机传播中的信息需求	131
二、美国灾害和危机报道中的三种新媒体应用	131
三、给我们的启示	138
第八章 “信息中心”: 未来报纸的新闻编辑室?	
——评美国甘耐特集团的“激进”报业改革	141
一、甘耐特媒体集团的“信息中心”	141
二、信息中心: 网络第一、报纸第二	142
三、创新制胜: 从“新闻 2000”到“信息中心”	143
四、信息中心面临的挑战	146
第九章 罅隙微光:《纽约时报》引领下的美国报纸网站	
收费潮	149
一、美国报纸网站收费成效初显	150
二、美国报纸网站收费的特点分析	151
三、美国报纸网站收费集中出现的原因	154
四、美国报纸网站收费模式面临的风险	157
五、结语: 为读者提供有价值的内容是收费成功的关键	162
第十章 从红海到蓝海: 美联社的转型创新	165
一、锐意创新的美联社	165

二、美联社转型创新之一：推出新闻注册系统	166
三、美联社转型创新之二：推出收费的“优先发布” 服务	168
四、美联社转型创新之三：推出互动新闻服务	170
五、结论：基于核心竞争力的价值创新是报业成功 转型的秘诀	175

第三部分 渠道变革

第十一章 美国报纸网络视频：融合新闻的实质一步	181
一、美国报纸对网络视频的利用	181
二、美国报纸利用网络视频的原因	183
三、美国报纸视频的特点、用途、来源和内容	187
四、报纸办视频的优势与挑战	189
五、结语	192
第十二章 渠道为王？ ——iPad、Apps 与美国报业	194
一、苹果应用软件商店	195
二、iPad 平台对美国报业的价值	195
三、美国对 iPad 的利用——报纸应用软件 (newspaper apps)	197
四、报业、苹果与谷歌之间的收费之争	202
五、结语	208
第十三章 速度与深度：Twitter 对美国报业内容生产 流程的重构	210

一、Twitter 能帮助新闻机构降低生产成本,提高报道质量	210
二、Twitter 应用于新闻传播的全流程:采集、制作和营销	213
三、Twitter 影响了新闻叙事和记者思维,并增加了出错风险	219
四、速度与深度:21 世纪的新闻生产模式	222
五、结语	223
第十四章 自媒体:“专业化分布式”新闻生产时代的到来?	224
一、自媒体:定义及简史	225
二、推动传统媒体记者编辑“自媒体”创业的三种力量	227
三、Web 2.0 与“专业化分布式新闻内容生产”的出现	229
四、美国“自媒体”面临的挑战	232
五、《福布斯》的“专业化分布式”内容生产模式	237
六、结语:谨慎与乐观地迎接变革	239

第四部分 移动互联网、虚拟现实与机器人新闻

第十五章 美国报纸移动网络的发展现状、问题和未来	243
一、“手机报”将成为美国网络新闻的下一波发展	243
二、美国报纸移动网络的发展现状	245
第十六章 筛选与呈现:信息疲劳背景下的移动内容传播	

新趋势	254
一、信息疲劳改变用户内容消费心理	254
二、移动信息新秩序：从聚合到筛选，从信息到知识	257
三、“Curation 新闻”案例 1：“雅虎新闻摘要”	262
四、“Curation 新闻”案例 2：NYT Now 与 NYT 新闻 客户端	265
五、结语：“筛选”与“呈现”将成为移动新闻的主流	271
第十七章 时空征服和感知重组：虚拟现实新闻的技术 源起与伦理风险	273
一、从岩洞壁画到网络空间：虚拟现实简史	275
二、“虚拟现实”新闻的源起和意义	278
三、“虚拟现实”新闻面临的技术挑战和伦理风险	282
四、结语：“技术服务于新闻，而不是新闻服务于技术”	289
第十八章 人机共生：机器人（算法）新闻的原理、风险和 影响	291
一、机器人（算法）记者“将在 5 年内”获得普利策 新闻奖	291
二、机器人（算法）新闻的原理和流程	293
三、机器人（算法）新闻生产面临的挑战	297
四、机器人（算法）给新闻业带来的影响	303
五、结语：新闻生产从数字泰勒主义到人机共生	308

第五部分 融合新闻教育

第十九章 管窥美国新闻传播院校媒体融合课程改革 中的经验与教训 ——以南加州大学新闻系的试错为例·····	313
一、方兴未艾：美国新闻传播院校媒体融合课程 开设的现状·····	313
二、美国新闻传播院系开设媒体融合课程的动因·····	315
三、选择南加州大学新闻系作为研究案例的原因·····	318
四、摸着石头过河——南加州大学新闻系媒体融合 课程改革的经验与教训·····	319
第二十章 传统与变革：数字时代老牌新闻学院的变与不变 ——以哥伦比亚大学新闻学院的课程改革为例 ·····	326
一、哥伦比亚大学新闻学院简史·····	326
二、为什么要变：21 世纪的哥伦比亚大学新闻学院 还有吸引力吗·····	328
三、如何变：数字化课程改革·····	331
四、哥伦比亚大学新闻学院的变与不变·····	338
结 语 传统媒体的出路：创造内容和技术相融合的“第三种 文化”·····	343