

Henry Jenkins

CONVERGENCE CULTURE
Where Old and New Media Collide

文化和传播译丛

周宪 许钧 主编

融合文化

新媒体和旧媒体的冲突地带

[美] 亨利·詹金斯 著

杜永明 译

商務印書館 The Commercial Press
创于1897

文化和传播译丛

融合文化

新媒体和旧媒体的冲突地带

〔美〕亨利·詹金斯 著

杜永明 译

商務印書館 The Commercial Press
创于1897
2012年·北京

Henry Jenkins
CONVERGENCE CULTURE
Where Old and New Media Collide
© 2006 New York University Press
根据纽约大学出版社 2006 年版译出

图书在版编目(CIP)数据

融合文化:新媒体和旧媒体的冲突地带/(美)詹金斯著;杜永明译.—北京:商务印书馆,2012
(文化和传播译丛)
ISBN 978-7-100-08313-3

Ⅰ.①融… Ⅱ.①詹…②杜… Ⅲ.①传播媒介—案例—研究 Ⅳ.①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 069207 号

所有权利保留。
未经许可,不得以任何方式使用。

文化和传播译丛
融 合 文 化
新媒体和旧媒体的冲突地带
〔美〕亨利·詹金斯 著
杜永明 译

商 务 印 书 馆 出 版
(北京王府井大街 36 号 邮政编码 100710)
商 务 印 书 馆 发 行
印刷厂印刷
ISBN 978-7-100-08313-3

20 年 月第 版 开本 × 1/
20 年 月北京第 次印刷 印张

定价: 元

文化和传播译丛

总　　序

人类学的研究表明，人与动物的根本差异，就在于人的未特定化，因而人有超越自然的文化。哲学家深信，人不但生活在物理的世界中，同时也生活在符号的世界中。所以，亚里士多德“人是逻各斯的动物”这一经典定义，可作如下新解：人是符号和文化的动物。

人创造文化，又被文化所创造。于是，人是文化主体，同时又是文化的对象。人生存于世界上，也就意味着人在文化中。这种复杂的依赖关系，或许可以通过稍稍修改一下康德的著名公式来表述：“我在文化中，文化在我心中。”

文化总是体现为各种各样的符号，举凡人类的器具用品、行为方式，甚至思想观念，皆为文化之符号或文本。文化的创造在某种程度上说就是符号的创造。从符号的角度看，它的基本功能在于表征(representation)。符号之所以被创造出来，就是为了向人们传达某种意义。因此，从根本上说，表征一方面涉及到符号自身与意图和被表征物之间的复杂关系，另一方面又和特定语境中的交流、传播、理解和解释密切相关。这么来看，所谓文化，究其本质乃是借助符号来传达意义的人类行为。所以一些文化学家坚持文化的核心就是意义的创造、交往、理解和解释。

无论从什么意义上看，文化总是和传播密不可分，是一枚硬币的两面。

文化史家把文化传播的漫长历史做了精致的分期。大约可以分为三个不同阶段：口传文化阶段、印刷文化阶段和电子文化阶段。在口传文化阶段，面对面的在场交流形式与语境，既使得交流是双向互动的，又使得传统的权威得以维持；印刷文化阶段，信息不再依赖于在场，它贮存在可移动的媒介（印刷物）中，使得不在场的交流成为可能。印刷文化出现，在跨越时空限制的同时，也动摇了传统的权威。由于读者和作者不在同一时空里，阅读活动较之于面对面交流，更加带有批判、怀疑和“改写”原本的倾向。20 世纪电子媒介的出现，是人类文化传播历史上的一次空前的革命，它极大地改变了文化传播的方式，遂改变了文化自身的形态，甚至改变了生存于其中的人类生活。毫无疑问，古往今来，没有一种传播媒介像电子媒介这样深刻地影响到整个社会。

电子媒介导致了一系列新的现象。首先，它加速了全球化和本土化的进程。通过时—空分离或时—空凝缩，“地球村”应运而生。一方面是本地生活越来越受到远处事件的“远距作用”；另一方面本土化和民族化的意识异常凸显。我们—他者、本土—异邦、民族性—世界性等范畴，不再是抽象的范畴，而是渗透在我们的日常生活中。其次，电子媒介在促进文化的集中化的同时，又造成了不可避免的零散化和碎片化。再次，电子媒介一边在扩大公共领域的疆界和范围，将越来越多的人卷入其中，但同时它又以单向传播、信息源的垄断以及程序化等形式，在暗中萎缩和削弱潜在的批判空间。复次，电子媒介以其强有

力的“符号暴力”摧毁了一切传统的边界，文化趋向于同质化和类型化，但它又为各种异质因素的成长提供了某种可能。最后，电子媒介与市场的结合，必然形成消费主义意识形态以及被动的文化行为，这似乎都和口传文化和印刷文化判然有别。

晚近一些有影响的研究，主张把媒介与文化这两个关键词连用，或曰“媒介文化”，或曰“媒介化的文化”。这是一种全新的文化，它构造了我们的日常生活和意识形态，塑造了我们关于自己和他者的观念；它制约着我们的价值观、情感和对世界的理解；它不断地利用高新技术，诉求于市场原则和普遍的非个人化的受众……。总而言之，媒介文化把传播和文化凝聚成一个动力学过程，将每一个人裹挟其中。于是，媒介文化变成我们当代日常生活的仪式和景观。这就是我们所面临的现实的文化情境，显然，我们对它知之甚少。

有鉴于此，本丛书着力于译介晚近西方传播和文化领域中的代表性论著，旨在拓宽视野，深化理解，进而推进本土化的研究。

周 宪 许 钧

1999 年 9 月序于古城南京

目　　录

亨利·詹金斯访谈录

（代中文版序言）…… 1

致谢 …… 17

导言：“融合膜拜”

理解媒介变化的一种新范式 …… 28

第一章　拆穿《幸存者》

知识社区剖析 …… 59

第二章　把品牌产品植入《美国偶像》

真人秀电视节目如何宣传推广产品 …… 107

第三章　寻找独角兽折纸

黑客帝国与跨媒介叙事 …… 153

第四章　昆廷·特拉蒂诺的《星球大战》？

草根创造性与媒体业的碰撞 …… 206

第五章　希瑟为什么能够写作

媒介素养与《哈利·波特》之争 …… 256

第六章　演变中的民主图景

政治与通俗文化之间的新型关系 …… 305

结语

使电视民主化？参与的政治学 …… 349

注释 …… 375
词汇表 …… 405
索引 …… 425
关于作者 …… 445

亨利·詹金斯访谈录

（代中文版序言）

《融合文化》中文版付梓之际，为让中国读者更加深入地理解该书的写作背景、作者的最新研究动态，中译者与作者进行沟通，就读者可能关心的方面以应答的方式进行了介绍。

中译者：请先向中国读者作一个自我介绍好吗？

作者：我现在是美国南加州大学传播学、新闻学和电影艺术学的学术主管教授。大家从这些头衔也能看出我在已有学术领域的中间交汇地带展开研究工作的一些思路。媒体融合贯通了各媒体平台，它呼唤媒体业的新型合作关系，把原先彼此间很少交流互动的各种不同受众汇聚到一起，使媒体跨越国家边界进行传播，与此同时，它也迫使我们培养起新型的、横跨各传统研究领域的学术专长。这些工作头衔反映出我所感兴趣的领域：文化和政治，我们怎样传递信息，我们如何讲述故事以及创造娱乐。直到前不久，我还作为美国麻省理工学院比较传媒研究项目的创建者和负责人在那里工作，目前我已经到了美国南加州大学并担任两个学院的教职，南加州大学以积极参与公共事务和与媒体业的互动而闻名。各位读者还应该了解的是：我认为自己是一名“学者粉丝”（aca-Fan）。也就是说，作为一名通俗文化粉

丝所获得的知识和体验对我的影响，不亚于作为一名通俗文化学者研究所得对我的影响。我在写作中非常重视普通消费者和粉丝的体验，他们在影响数字时代文化生产和传播方面日益成为积极的参与者。我认为，粉丝拥有独特的文化实践以及了解世界的方式，这让他们能够实现更多的公众参与，而且在未来几年会创造出新型的艺术表现形式。我至今尚对中国粉丝文化了解甚少，但是我所了解的情况表明：中国青年正在利用机会创造和再造媒体以及参与到社会网络中，他们正在形成自己的表达模式，同时也在借鉴世界其他国家消费者生产的媒体。与在世界其他国家一样，这一进程将极大地改变中国的传播运行方式。

中译者：有人称您为21世纪的麦克卢汉，您对麦克卢汉的评价是怎样的？《融合文化》这本书会对媒体业及人们的生活产生什么影响？

作者：可以从两方面来看待麦克卢汉——作为媒体理论家和作为公共知识分子（public intellectual）。乍一看，我的理论与麦克卢汉的理论在研究方向上有很大不同。麦克卢汉是媒体研究领域的开拓者，他教给我们不只是简单地审视媒体内容，而且要审视研究媒体系统自身具备的逻辑方法，这种逻辑影响着媒体如何被利用以及它们如何影响社会。到目前为止，一切尚可。但是麦克卢汉通常把大部分权力都归结到作为技术的媒体上，认为消费者的权力几近于无，然而恰恰是这些消费者在他们的日常生活中把各种媒体整合到一起。由于早期师承于约翰·费斯克（John Fiske），我的研究重点总是集中在社会和文化方面，特别是集中在消费者和公民借以改变其媒体环境的力量方面。

眼下我们所观察到的一些变化部分源自于新技术的引入，同时它们在很大程度上也反映出公民接纳和扩张这些技术在参与和社会网络化方面所蕴涵能量的方式。数字革命既是一种社会和文化变迁，也是一种技术变迁。麦克卢汉和我都力图了解在特定文化环境里多种媒体的相互作用，从这一点来看，我们有很多共同点。由于麦克卢汉的关注点在技术方面，而我的关注点在社会/文化方面，因而我们的研究肯定存在很大差异。我从麦克卢汉身上获益最大的是他展现给我们的知识分子的角色模式：在所处文化环境中追求更为广泛的对话交流。麦克卢汉利用一切可能的媒体平台把他的思想传播到世界各地；他向业界及政府部门讨教；把自己的作品引入全球讨论中；尝试去影响教育；与媒体对话等。麦克卢汉生活的这些方面影响了我从事研究工作的方法，而正是在这一层面上把我与他相提并论才显得合适。

中译者：《融合文化》一书在世界各地被翻译出版，你对此有何感想？

作者：得益于被翻译成多种语言出版，《融合文化》这本书传播到了世界各地，对此我受宠若惊。我的著作翻译成外文出版尚属首次。到目前为止，我撰写的书籍被认为过于“关注美国”，因而难以引发国际兴趣。但这本书似乎捕捉到了发生在全球范围的一些变迁，比如人们作为网络化社会一员如何消费媒体，媒体产业、教育界、政府乃至于宗教方面对于越来越多的公众想要在新的媒体天地里展开有意义的参与活动是如何响应的。早知如此，我应该在书中描写更多属于全球视野范围的内容。在我刚开始研究粉丝文化时，美国粉丝和世界其他国家的粉丝几乎没有联系。现在，他们已经成为全球粉丝网络的组成部分，这一网

络在全球那些分享共同激情和兴趣的人们中间建立了牢固的社会联系。在有关《哈利·波特》的那一章里，希瑟·劳弗尔告诉我们，当华纳兄弟公司试图关闭粉丝网站时，美国粉丝立即获得了这一消息，因为他们已经是同一社会网络的成员，所以由这一事件引发的响应是全球性的而不是局限于某一国家。还有其他这方面的例子，世界范围的粉丝团结在一起支持那些面临被取消危险的节目，因为他们都对其中的人物或故事有共同的兴趣。到目前为止，大部分粉丝基础是围绕由美国生产、在世界范围被消费的节目产品或者是围绕那些在某一地区受到热烈追捧的节目产品建立起来，但是目前这种内容流向正日益多样化，西方粉丝所消费的亚洲内容日益增多。

中译者：在中国，你期望哪些人成为《融合文化》的读者？哪些人能从中受益？他们能从这本书中学到什么？

作者：我希望《融合文化》这本书的交流对象是那些处于媒体变迁最前沿的人，即那些有兴趣进一步了解由于文化生产和传播手段大众化而导致的文化和社会变迁的人。我希望它的交流对象是那些关心通俗文化未来发展方向的粉丝，由于本书所描述的文化生产和消费实践方面的变迁，他们获得了更为强烈的所有权和赋权体验。我希望本书的交流对象是那些推动传统的“单纯消费”型娱乐向新的参与文化转变的业内人士，他们在这一过程中能够从已经完成相似转变的美国公司所犯错误中吸取教训。我希望本书的交流对象是那些想要睁大眼睛面对子女文化体验的家长，他们想理解子女加入到网络化传播中以参与周围世界的方式。我还希望这本书有助于激励中国学者著述研究这类趋势和实践各自发生发展的模式，推动他们参与到作为影

响我们周围世界的一种强大力量的通俗文化之中。最理想的是，与读者的这些交流沟通不只是彼此隔绝、单独发生，而是读者利用博客以及其他 Web 2.0 工具来拓展关于 21 世纪文化发展方向的公众讨论。《融合文化》所论述的是这些变迁如何影响我身处的美国，但是我希望它至少能提出一些当中国成为数字王国中的主导力量时值得认真讨论的问题。

中译者：读者应该如何利用这本书？你能否为他们提供一个阅读指南？

作者：这本书是集中围绕大众媒体的一系列案例分析组织起来的。而每个案例都蕴意深远，每个案例都揭示出现代传播实践方面的某种变迁，这些变迁共同改变了我们文化的运行方式。在最基本的层面上，我希望读者把这些章节当作引人入胜的故事来欣赏，去了解普通民众如何把媒体掌握在自己手中，而且他们在响应大众媒体生产营销的内容产品过程中变得更加积极、更加引人注目。在另一个层面上，我希望读者把本书当作是关于正在发生深刻变革的文化的一系列快照来阅读。我希望读者会参照中国以及整个亚洲所发生的情况来加以对比，这种比较可能是围绕同一系列产品，也可能是围绕本地生产的媒体内容。本书的目的就是帮助读者更深入地理解这些变迁，进而推动这种变迁。

中译者：为帮助读者理解书中提到的理论，如融合文化、参与文化以及集体智慧等，你能举出一些中国读者较为熟悉的例子吗？

作者：让我们先从最近的一个例子谈起，也就是詹姆斯·卡梅隆的《阿凡达》，据我了解，和在世界其他地方一样，该影片对中国也同样产生了巨大影响。当我们谈论融合文化时，我们是在描

述这样一种环境，在其中意义丰富的每一个故事、每一个声音、每一幅图像、每一种关系都将在最广泛的多种媒体平台上展现出来。因此，在进入影院欣赏电影《阿凡达》之前，你已经通过其他内容产品了解了这部影片的一些方面，因为它早已投射到了其他媒体，这其中有些内容是由卡梅隆和美国制作公司所制作，有些则是由当地媒体针对《阿凡达》现象而制作。和在银幕上一样，《阿凡达》也能在网络、游戏、印刷品以及玩具领域鲜活地存在。当电影上映后，粉丝和观众就会上网参与围绕电影内容的讨论。他们可以讨论影片中的政治，也可以讨论我们如何把影片作为现实世界社会问题的讽喻来解读。他们可以讨论电影中描绘的生态，尝试去理解它所描写的不同野生物种彼此互动的方式。他们可能会去解读纳威族（Na'Vi）文化、他们的神话、历史、政治以及他们与“生态”技术之间的关系。他们甚至会对影片中最“美国”的方面感到困惑，而尝试着把它放置于全球环境之下。任何一名粉丝个人都不会理解电影故事的所有这些方面，当然他们也不会对所有这些问题抱有同等的兴趣。而当他们在网上讨论时，他们会把所知道的信息汇集起来，将彼此手中的资料进行对比，从而使对电影的理解达到任何一个从影院走出的人所无法企及的深度。这正是我们所说的融合文化，即意义与知识的合作生产、问题解决的共享，而这些全都是当人们参与网络社区时围绕共同兴趣自然而然地发生的。有些粉丝可能会把这一过程再向前推进一步，他们不只是简单地回应卡梅隆的电影，而是制作他们自己的文化文本。他们可能会写作原创故事来重提《阿凡达》所描述的人物、世界以及情境。他们可能会利用 photoshop 软件自己来为这部影片创作海报，或者是利用它的模板来取笑其

他电影。他们可能会重新组合影片中的音乐和镜头片断，以创作出属于自己的视频供他们彼此分享。到这里，我们已经深入到了参与文化王国内部。我通常是把参与文化看作是民俗文化逻辑在大众文化内容领域的应用。这些粉丝的作品可以被看作是有关文化英雄的民歌和传说的对等物。粉丝是以贯穿人类历史中人们运用神话故事的方式来响应商业文化，即把它们转变为用以理解周围世界和彼此分享价值观念的资源。

中译者：和美国一样，中国也有许多与某些影片相关的戏仿作品。有些电影导演甚至威胁，如果戏仿者不道歉就要诉诸法律手段。除了有被侮辱的感觉外，围绕这些事件的另一个焦点是知识产权。您对此有何见解？

作者：我们目前关于知识产权的理解所形成的社会背景是，极少有人拥有除直接面对面以外进行传播沟通的能力。这种关于知识产权的理解其实就是旨在保护体制化的传媒制作人的一系列规则。而我在《融合文化》一书中所讨论的变迁已经从根本上改变了这种情况。这并不是说普通公民拥有和主流媒体制作人一样的影响力或可见度；在很大程度上大众媒体仍然在设置议程，因此草根制作人还需要把响应通俗文化内容作为他们自己创造性表达的起点。他们需要引用和参考那些内容，把它们当成制作自己内容产品的原始素材。他们在这么做的时候，既向着强化他们所喜爱的产品方面发展，又向着把这些内容当作批评基础方面发展——不管是针对媒体制作人或者是其他方面强大的机构。结果是，正如大家注意到的，在世界范围引起了有关知识产权的冲突，因为媒体制作人会试图利用已有的法律体系来保护他们对思想生产和传播的控制。如果法律领域不进行反思以

反映这种变化了的媒体环境，那么就会日益脱离普通人的生活实际。无论是在寻找他们无法正常获得的内容产品方面，还是在努力响应大众文化共享框架以期沟通传播他们自己的思想和感受方面，都有越来越多的人越过了法律界限。任何有关知识产权的改革在对保护公民回应周围世界能力的关注，应该不亚于对保护商业化媒体制作人经济利益的关注。

中译者：在《融合文化》一书中您提到了黑匣子谬论。您认为融合文化会把我们引向何方？

作者：我想利用这本书来挑战这样一种观点：融合可以主要或只能从技术方面来理解。通常情况是，关于融合的讨论往往局限于承载技术上，而不是去理解融合在如何从横跨各种媒体渠道的信息和娱乐内容的传播流动中浮现的。我使用黑匣子谬论这一术语来质疑融合会随某一个黑匣子（任何一种承载技术）而产生或消亡的思想。我仍然坚持这一论断。现在我们能看到一些分享媒体方面相当惊人的设备——特别是 iPhone 以及新近发布的 iPad，这两种设备都是在一部移动设备上把来源各异的多种不同媒体汇集到一起，我们培育功能强大的平台以方便所需内容产品的生产和传播。我们设计了良好的界面，以让即使是技术恐惧型（tech-phobic）用户可以轻松地在这些不同的媒体体系间穿行，并利用它们实现对他们来说有意义的功能。我们还会不断地看到这种发展过程。然而，我并不认为大多数人是从某种单一设备上获得所有媒体的。我们使用多种媒体工具，具体取决于环境以及使用目的。这就是说，正如本书所指出的，融合是一种过程，它不是一个终极目标。从技术层面上讲，媒体正不断地融合与分化。我们正生活在一个通过媒体平台日益整合