

西部和边疆地区规划基金项目10XJAZH003

数字化

媒介语境下的传媒审美文化

Media Aesthetic Culture in Digital Media Context

著◎李 益等



北京联合出版公司

教育部人文社会科学研究

西部和边疆地区规划基金项目10XJAZH003

数字化媒介语境下的传媒审美文化

Media Aesthetic Culture in Digital Media Context

李 益 唐雪莲 王 睿 王昌文 著

北京联合出版公司

北 京

内容简介

本书是教育部人文社会科学研究西部和边疆地区规划基金项目“数字化媒介语境下的传媒审美文化研究”的主要研究成果。

全书共9章,全面系统地阐述了数字化媒介语境下的传媒审美文化的新形态及其新特征,引导受众在媒介革命中实现审美实践的能动适应。主要内容包括:数字媒介特征与变革趋势,媒介变革与审美文化发展的关系,媒介数字化对受众审美心理的影响,数字化媒介语境下的传媒审美形态,拟仿世界的审美特性,数字影像与网络艺术审美的虚拟特性,数字媒介审美的时空集聚和延展效应,便携化、泛化与浅表化特性,交互与互动特性,以及数字化媒介审美的深度融合与裂变特性。

图书在版编目(CIP)数据

数字化媒介语境下的传媒审美文化 / 李益等著. —北京:北京联合出版公司, 2014. 7

ISBN 978-7-5502-3007-1

I. ①数… II. ①李… III. ①传播媒介—审美文化—研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 093026 号

书 名:	数字化媒介语境下的传媒审美文化	发 行 部:	(010) 82665118 转 8006、8007
著 者:	李 益等		(010) 82665789 (传真)
责任编辑:	李 婷 徐秀琴	印 刷:	北京佳信达欣艺术印刷有限公司
编 辑:	黄梅琪 李梦娇	版 次:	2014 年 7 月北京第 1 版
出 版:	北京联合出版公司	印 次:	2014 年 7 月北京第 1 次印刷
发 行:	北京创意智慧教育科技有限公司	开 本:	880mm×1230mm 1/32
发行地址:	北京市海淀区知春路 111 号	印 张:	6
	理想大厦 909	字 数:	200 千字
经 销:	全国新华书店	印 数:	1~3000 册
编 辑 部:	(010) 82665118 转 8011、8002	定 价:	30.00 元

本书如有印、装质量问题可与 010-82665789 发行部调换。

目录

第一章 数字媒介特征与变革趋势	1
第一节 媒介与媒介变革	1
一、媒介的含义与构成	1
二、媒介变革、新媒介与数字媒介	3
三、媒介变革与审美	5
第二节 媒介变革的诱因与动力	6
一、媒介变革的元初诱因：人类交流与传播的需要	7
二、媒介变革的驱动力：现代科技的迅猛发展	9
第三节 数字媒介的主要特征	10
一、数字媒介的核心形态：智能化	10
二、数字媒介的延伸形态：网络化	11
三、数字媒介的表征形态：多媒体化	12
第四节 当代媒介变革的发展趋势	13
一、媒介在未来发展中必将进一步数字化	13
二、媒介会在未来发展中加速竞争与融合	14
三、媒介会在发展中不断地裂变与派生	16
第二章 媒介变革与审美文化发展的关系	18
第一节 媒介变革影响审美文化的发展和创新	18
一、审美文本改变——多媒体化	18
二、审美过程的变化——交互性审美与互动性审美	20
三、审美语境的变化——泛化景观与虚拟世界的精彩呈现	21
第二节 媒介变革影响审美文化发展的原因	25
一、生活审美化与审美生活化	25
二、媒介向生活与审美渗透	28
第三节 审美文化主动适应媒介变革而不断创新发展	30
一、追求融合与多元审美	30

二、让媒介技术服务于人的需要·····	32
三、在视觉转向中坚守理性·····	34
第三章 媒介数字化对受众审美心理的影响·····	36
第一节 数字化媒介语境下的受众审美方式·····	36
一、数字媒介时代的边缘性审美·····	36
二、数字媒介时代的双向性审美·····	40
三、数字媒介时代的个性化审美·····	42
四、数字媒介审美的人性化·····	43
第二节 数字化媒介语境下的受众审美心理特征·····	44
一、泛表达与狂欢·····	44
二、审美功利化·····	46
三、泛娱乐化·····	47
四、泛时空感受·····	49
第三节 数字化媒介语境下的受众审美趣味·····	50
一、视觉化体验·····	50
二、追求微、快、奇·····	52
三、自我标签化·····	53
四、超真性体验·····	55
第四章 数字化媒介语境下的传媒审美形态·····	58
第一节 数字化图文传媒审美形态·····	58
一、传统图文向数字化图文的转变·····	58
二、数字化环境下图文传媒的审美形态·····	60
第二节 数字化影像传媒审美形态·····	65
一、技术带来的影像变化·····	65
二、数字化环境下影像传媒的审美形态·····	68
第三节 网络文化审美形态·····	71
一、网络的发展促使网络文化的形成·····	72
二、数字化环境下网络文化的审美形态·····	73

第四节 数字化移动传媒审美形态·····	76
一、数字化移动媒体的发展变化·····	76
二、数字化环境下移动传媒的审美形态·····	79
第五节 各种数字化传媒审美形态的融合与互渗·····	82
第五章 虚实共生：拟仿与虚拟特性 ·····	85
第一节 拟仿世界的审美·····	85
一、拟仿的发展·····	85
二、拟仿审美的虚拟特性·····	86
三、拟仿审美的悖论·····	88
第二节 数字影像审美的虚拟特性·····	89
一、数字影像的发展·····	89
二、数字影像的应用·····	90
三、数字影像成为创作表现手段·····	93
第三节 网络艺术审美的虚拟特性·····	93
一、网络审美虚拟化中的融合与泛化·····	94
二、网络艺术审美虚拟化中的形式创新·····	97
三、网络艺术审美的风格延展趋势·····	100
第六章 时空变幻：集聚与延展特性 ·····	103
第一节 媒介审美的新形式——跨越时空界域·····	103
一、跨越时空界域的实质·····	103
二、跨越时间界域·····	104
三、跨越空间界域·····	105
第二节 对虚拟空间的认知与利用·····	107
一、图像空间·····	107
二、影视空间·····	110
三、网络空间·····	111
第三节 向“内空间”延展·····	111

一、“看”世界的独特方式	111
二、探秘内空间	113
第四节 逆向时空研究和多向时空研究	115
一、对逆向时空的探究	115
二、探秘多向时空	116
二、探秘多向时空	117
第七章 应人之需：便携化、泛化与浅表化特性	119
第一节 数字化媒介语境下传媒审美的便携化特性	119
一、便携化特性是由其智能化决定和引起的	119
二、从计算机应用看其便携化特性	120
三、数字媒介便携化的发展	121
第二节 数字化媒介语境下传媒审美的泛化特性	124
一、传媒审美泛化的一般表现	124
二、从网络看传媒审美的泛化特性	125
三、从摄影看传媒审美的泛化特性	126
第三节 数字化媒介语境下传媒审美的浅表化特性	129
一、读图时代与感知浅表化	129
二、读图感知浅表化及其意义	131
第八章 过程精彩：交互与互动特性	134
第一节 科技的发展与媒介的智能交互趋势	134
一、科技发展催生了媒介艺术审美的交互特性	134
二、录像艺术和人机界面装置艺术中的交互性	135
三、数字化媒介下虚拟现实技术提供的交互性变革	140
四、艺术交互的审美体验	143
第二节 高度融合与广延的互动审美模式	145
一、互动交流与传播——媒介审美新趋势	145
二、高度融合的互动审美模式特点	146

三、高度融合与广延的互动审美模式表现形式	147
第九章 发展寻径：融合与裂变特性	154
第一节 数字化媒介审美的深度融合	154
一、媒介在深度融合中发展	154
二、数字化媒介审美融合新形式	162
第二节 数字化媒介语境下传媒审美的裂变特性	167
一、数字化媒介审美裂变特性探源	167
二、数字化媒介审美裂变形式	168
参考文献	171
一、专 著	171
二、学术论文	176
三、网络文献	180
后 记	181

第一章 数字媒介特征与变革趋势

媒介变革使数字媒介脱颖而出，成为当代最具影响力的媒介形态。加拿大传播学家罗伯特·洛根在他的新作《理解新媒介——延伸麦克卢汉》中，大量的表述都将新媒介与数字媒介当做同一个概念使用，他在书中说道：“今天的‘新媒介’新在哪里？它们是数字媒介，纵横相联，它们介入的信息很容易处理、储存、检索、超级链接，最鲜明的特征是容易搜索与获取。这就是为什么我相信，麦克卢汉的研究成果值得更新、需要更新”。^①数字媒介从技术和工具层面不断衍生其自身含义，逐渐形成了独特的社会文化和审美范式。研究数字媒介的成因、特点和变革趋势，具有十分重要的探索价值和现实意义。

第一节 媒介与媒介变革

一、媒介的含义与构成

“媒”字在先秦是指男女婚配的介绍人即媒人，后引申为让事物发生的诱因，“介”是指介质。“媒介”一词，在我国最早见于《旧唐书·张行成传》的“观古今用人，必因媒介”，指使双方发生关系的人或事物；在《辞海》中，媒介亦被定义为“使双方发生关系的人或事物”。这是一个十分宽泛的理解。在物理学上的“媒介”是指“介质”，如水是导电的媒介；生物学意义上的“媒介”意为“载体”，如

①[加拿大]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，2012：6.

空气是传播疾病的媒介；在文化层面，“媒介”体现出一种无形的纽带关系，如丝绸、瓷器是将中华文明传播到西方的媒介；在信息传播领域，“媒介”是指用媒质存储和传播信息的物理工具和设备，比如说电子光盘、书刊、唱片、录影带等等。媒介在没有特别说明时既可指语言、文字、声音、图画、影像等内容信息，也可指承载这些信息的技术和物质。

在当代，提到媒介，更多的是指传播媒介，即介于传播者与受传者之间的用以负载、传递、延伸特定符号和信息的物质实体，包括书籍、报纸、杂志、广播、电视、电影、网络等及其生产、传播机构。“它们都是向大众传播信息或影响大众意见的大众传播工具，都是传播信息的媒介。”^①

媒介是由“信息”、“符号”和“物质实体”等部分所构成的。如果说信息是交流与传播的思想内容，符号是表达信息的外显形式，那么物质实体就是符号的依附平台。

物质实体是传播媒介得以存在的首要因素。物质是第一性的，精神是第二性的。没有具体而实在的物质实体，无论多么精美的精神内容也无所依附、无法传播。当面交谈，讯息出口如风，过耳不留，不便保存，难以证信。于是，便于贮存、作为证信的媒介应运而生。《易经》中说：“上古结绳而治，后世圣人易之以书契。”在两根等长的绳子上打相同的结，或在两块合拢的木片上刻画特定记号，而后“各执以相考，亦足以相治也”。文字发明以后，书写媒介先后有泥土、石头、树皮、树叶、龟甲、骨头、羊皮、木竹、布帛、青铜器、纸张等。没有这些媒介，符号无处承载，信息也就不能永久存储和广泛传播。所以，墨子认为，符号和媒介的产生，是“恐后世子孙不能知也，故书之竹帛，传遗后世子孙；咸恐其腐蠹绝灭，后世子孙不得而记，故琢之盘盂，镂之金石，以重之。”因此，物质实体是构成传播媒介的前提条件。

符号是构成传播媒介的第二要素。一般的物质实体上若没有刻画、负载上特定的文字、图像、声音等人类能够识别、译读的符号，那它可能就是普通的随处可见的石头、木板、金属、砖块、骨头……而不是传

^①王一川. 新编美学教程[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2007: 52.

播媒介。只有在绳子上打上表示特定事件的“结”，在木板上刻上表示特殊含义的“契”，在树皮或羊皮等东西上面写上传递一定讯息的文字，这些绳子、木板、树皮和羊皮等才能够称之为传播媒介。施拉姆说：“关系的一个参加者发出符号，另一个参加者在某种程度上使用了这些符号。用最简单的话来说，这就是传播过程。”^①是否负载了符号，是传播媒介与其他普通的物质实体相区别的一个重要标志，也是构成传播媒介的重要因素。

信息也是构成传播媒介的重要因素。首先，传播信息是传播媒介的基本功能和唯一使命；其次，任何有序的完整的符号都蕴含着特定的信息；再次，信息也是传播者与受传者发生关系、形成互动的理由和前提。

总之，**物体、符号、信息三者是构成传播媒介的核心要素**，它们相辅相成，缺一不可。当然，将符号转移、负载、录制到物质实体上的技术（印刷技术、录音和摄像技术等），将信息载体加工、转变为便于使用和接收的技术（如装帧技术、接收技术）等，也是构成传播媒介尤其是现代传播媒介的基本形式。

二、媒介变革、新媒介与数字媒介

媒介是不断发展和变化的，媒介变革是时代发展的产物。媒介变革了，媒介与社会、个人之间的相互关系和相互作用也将发生变化。媒介变革的本质是几种强大的信息技术正在把各种媒介推向融合，又因为这种融合而裂变出很多新媒介。美国马萨诸塞州理工大学教授I·浦尔（I. Pool）认为“**媒介融合**”（convergence of media）就是各种媒介呈现出一体化多功能的发展趋势，从根本上讲，融合是不同技术的结合，即两种或更多种技术融合后形成的某种新传播技术，由融合产生的新传播技术和新媒介的功能大于原先各部分的总和。

在现实生活中，媒介往往表现为“传统媒介”和“新媒介”两部分。传统媒介是指曾在人类历史上流行的、在较长历史时期通用的媒介形态。新媒介是当前时代萌生并逐渐发展起来的新兴媒介形态。当一种

① [美]威尔伯·施拉姆. 传播学概论[M]. 陈亮等译. 北京：新华出版社，1984：54.

新出现的信息载体,其受众达到一定数量时,这种信息载体就可以称为“新媒介”。例如,在信息时代,网络、移动通讯等就是新媒介,新媒介是传统媒介在信息网络时代的延续和发展。一种媒介要轻易完全取代另一种媒介是不可能的。新媒介将与旧媒介一起构成一种复合的媒介环境。媒介环境变得多样化、多媒介化、多频道化。

我国学者吴信训指出:“新媒介不是要淘汰以往的媒介,而是要开拓新的需要。如果说,需求个别化、多样化是现代化社会的特征之一的話,那么,新媒介正是为了能更加细分化地适应社会的多样化需求而大大丰富人们的选择余地。”^①

在现代社会,信息技术已成为一种无所不在、最富活力的变革因素,它催生了新媒介,改造着旧媒介,改变了媒介的结构形式和表现形态。被誉为“第四媒介”的互联网捷足先登,新闻网站像雨后春笋般涌现;移动通信紧随其后,不甘落伍。“新媒介”作为传播领域的新成员,是与报纸、广播、电视等传统媒介相对而言的。新媒介所表现的传媒领域的新成果和新变化将人类的信息传播手段和传播能力推向新的高度。

新媒介涵盖了包括从书籍、报刊杂志、广告、招贴、广播电视、通信、计算机、网络等一切可视、可听的载体,从平面到立体,从静态到动态,构成了一个视听兼容、平立同构、动静结合的完整的媒介体系。

当前,新媒介是以数字媒介为代表的媒介形态。数字媒介是以数字化的形式存在的存储、处理和传播信息的媒介。数字媒介传播方式主导多人互动沟通的模式,传播者和接收者之间的信息传递是双向、互动的、非线性的、多元化的、多途径的过程。在当今时代,数字媒介就是新媒介,新媒介也主要指的是数字媒介。正如罗伯特·洛根所说,“我们所谓的‘新媒介’是这样的一些数字媒介:它们是互动媒介,含双向传播,涉及计算”。^②随着时代的发展和科技的进步,随着媒介进一步变革发展,媒介的竞争与融合、裂变与派生不断加剧,会有更新的媒介形态出现,到那时,新媒介就不一定是指数字媒介了。

①吴信训.世界大众传播新潮[M].成都:四川人民出版社,1994:20.

②[加拿大]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,2012:4.

三、媒介变革与审美

媒介数字化是信息时代极具变革意义的媒介革命,在这场革命中应运而生的数字媒介引领着时代潮流,已经或正在改变着人们的生活、工作状况和心理面貌。一把最平常不过的扇子,原本就是简单的送凉的工具,算不上媒介。但是当在这把扇子上加上广告的内容,将相关信息载于其中并交流、传播开去,它就成为“媒介”了。如图1-1所示的扇子造型,图文并茂,色彩鲜明而协调,耐看、受看且易于接受,能激发人们了解的欲望,给人以和谐感、优美感、信任感和亲近感,这样,它就不仅具有了媒介特性,而且具有了审美特性。



图1-1 具有媒介特性和审美特性的扇子

媒介变革与审美具有十分显著的相容性。现代传播通过大众媒介将相关信息加以有效地宣传、传达、告知、展示、交流等,信息传播通过媒介实现其目的,就必然要追求传播效果的最大化,追求通过媒介表现出来的易接受性和艺术性。媒介及其传播的美是媒介及现代传播形态及其表现形式的美,它主要通过信息传播的视听效果形象地呈现给受众,以唤起受众的审美体验。

媒介及传播的美首先是传播活动的美,现代传播的目的就在于更好地宣传、传达、展示、交流,媒介审美渗透在传播媒介载体的方方面面,也融合在传播活动的整个过程中,是在信息传播过程中表现出来的美。

媒介及传播的美又体现在传播表现的创意性方面。优秀的传播表现源于独特的创意灵感,而具有创意性的传媒设计能够唤起受众的关注兴趣、新奇感和情感共鸣,使其产生强烈的艺术感染力和心理震撼力,从而更好地实现其社会的交流传播价值和审美价值。

媒介及传播的美还具有表现的情趣性。媒介及传播的美以传播的视听效果形象地感染受众,就必然依赖于富有情趣的表现手法和表现风

格。为了提高表现的情趣性，应当致力于将善解人意的人文关怀、独到新鲜的审美语境、和谐清新的形式创造、诙谐生动的表意智慧融于一炉，形成独特的媒介传播审美风格。

随着媒介变革和新媒介的发展，媒介、审美与人类日常生活不断地交融互渗，催生了全新的审美方式。“从审美和艺术的新现实、新实践来看，审美—艺术的新媒介是与审美—艺术的新现象、新形式密切联系着的”。^①人类在媒介变革中不断地接触、认识、感受媒介的新形态和新文化，也不断地接触、认识、感受新媒介审美的新特性。“媒介不但是信息，媒介还是文化，媒介也是生活”。^②人们在运用以数字媒介为典型代表的新媒介进行交流与传播的同时，不断地追求效果的最大化和艺术化，力求富有感官效果地、保持心情愉悦地交流与传播，从而产生独特意义和风格的审美文化（图1—2所示）。

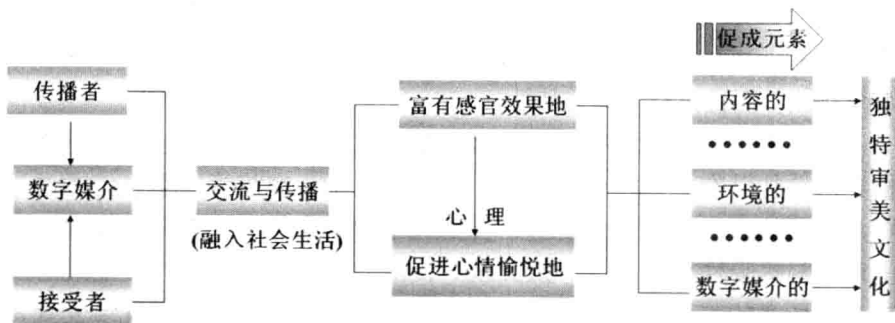


图1-2 媒介变革与审美文化的关系

第二节 媒介变革的诱因与动力

媒介变革与任何一种社会变革一样，绝不是凭空显现的，而是社会发展的必然结果，具有自身发展的诱因、缘由与动力。

①杜书瀛. 媒介对于审美—艺术的意义[J]. 文艺理论研究, 2007, (2): 104.

②张君昌. 超媒体时代: 新世纪电子传媒经营与创新[M]. 北京: 新华出版社, 2003: 6.

一、媒介变革的元初诱因：人类交流与传播的需要

媒介的每一次伟大变革，都反映了人类社会政治、经济及文化生活的客观需要，极大地推动了人类自身的进步。人类文明史既是由必然王国走向自由王国的历史，又是不断发明、完善、利用传播媒介的历史。

“任何媒体和传播技术的发明、发展都是社会发展的需要，而任何社会关系的变动归根结底都是人类需求的变化。社会关系的变革和创新是媒介发展的根本动力。社会关系对媒介发展的促进作用是人类的根本需求对生产力发展的推动，也是生产关系对生产力的推动。每一种新媒体的诞生，都是因为现有的媒体不能满足人的某种传播需求而产生的。”^①

现代传播媒介的飞速发展，突破了人类有史以来信息交流和传播中的时空障碍，极大地缩短了人们之间的空间距离，同时也拉近了心理距离，使人们的交往、交流变得异常容易和便捷，极大地满足了人类交流和传播的需要。

人类交流和传送信息的历史大发展案例不用追溯到遥远的古代，在20世纪90年代的中国城乡，固定电话尚没有进入寻常百姓家，那个时候家里有电话就被看作是很殷实的家庭了。但是人们交流信息的需要强烈地刺激着科技的发展，电话在短短的几年时间里便迅速普及，同时，人们对于移动式、便携化通信的需要，促成了手机的大发展。手机发展初期是模拟手机，它属于第一代移动通信技术。凡号码以“9”字开头的手机都属模拟网。模拟蜂窝移动电话通过电波所传输的信号模拟人讲话声音的高低起伏，因此这种通信方式被称为“模拟方式”。模拟移动电话系统主要采用模拟和频分多址（FDMA）技术，属于第一代移动通信技术。模拟移动通信与数字移动通信相比保密性较差，极易被并机盗打；只能实现话音业务，无法提供丰富多彩的增值业务；网络覆盖范围小且漫游功能差；模拟手机体积大、重量沉、样式陈旧。中国移动通信集团公司于2001年12月31日后关闭模拟移动电话网，停止经营模拟移动电话业务。现在在我国广泛使用的GSM技术采用窄带的时分多址（TDMA）。

①孟盈：论媒介与社会关系在发展中的交互促进[J]，复旦学报（社会科学版），2010，（4）：138。

GSM手机是数字手机，GSM数字手机网具有较强的保密性和抗干扰性，音质清晰，通话稳定，并具备容量大、频率资源利用率高、接口开放、功能强大等优点。手机发展到3G时代，已经成为了集语音通信和多媒体通信相结合，并且包括图像、音乐、网页浏览、电话会议以及其他一些信息服务等增值服务的新一代移动通信系统。当宽带和技术具备时，这个集成许多功能的终端使我们不仅可以随时随地通信，更可以双向下载传递资料、图画、影像，当然更可以和从未谋面的陌生人网上连线对打游戏。3G手机除了能高质量地完成目前手机所做的语音通信外，还能进行多媒体通信。用户可以在3G手机的触摸显示屏上直接写字、绘图，并将其传送给另一台手机。不少型号的3G手机都自带摄像头，这将使用户可以利用手机进行电脑会议，甚至使数字相机成为一种“多余”。手机发展到一定阶段也许可能就不再是手机了，可以预期不久的将来，眼镜、手表、化妆盒、旅游鞋，任何一件人们能看到的物品都有可能成为3G终端。

人类交流信息的需要促进手机发展还体现在手机的软件领域。人们通过数据线、红外适配器或蓝牙适配器等通信装置，在电脑上轻松管理手机短信、名片(电话本、联系人)、图片、铃声、文件；与手机同步名片等资料。采用基于插件的软件架构，将手机之间的差异屏蔽在插件内部，可以用一套软件提供对各种厂商、各种型号、各种制式(GSM/CDMA等)手机的支持。用户可以通过电脑快速输入名片；可以将存储在Outlook的名片拷贝到手机；利用MobTime软件支持众多手机的特点，甚至可以在不同的手机间复制名片。可以将名片备份到电脑，可以与Outlook同步名片，保持数据一致。

“以人为中心的、体现人的生活、世界的主体性特征和人性化特征的媒介，才是人所真正需要的媒介。”^①马歇尔·麦克卢汉认为：“任何媒介（亦即人的任何延伸）对个人和社会产生的影响，都是由新的尺度引起的；我们的任何一种延伸（或曰一种新的技术），都要在我们的事务中引进一种新的尺度”。^②

①唐圣平．媒介与人：数字化时代我们需要什么样的媒介？[J]．自然辩证法通讯，2001，（3）：54．

②[加拿大]马歇尔·麦克卢汉．理解媒介：论人的延伸[M]．何道宽译．北京：商务印书馆，2000：74．

二、媒介变革的驱动力量：现代科技的迅猛发展

在社会的发展进程中，媒介形态总是随着社会、经济及科技的发展进步而不断地发展、融合和变革。“媒介变革的历史表明，技术创新是媒介变革的根本动力……媒介变革不是凭空发生的，技术创新既是媒介变革的推动力，也是媒介变革的重要标志。”^①媒介的每一次革命性的变革，无不打上科技发展进步的烙印。“21世纪上半叶将兴起一场以高性能计算和仿真、网络科学、智能科学、计算思维为特征的信息科学革命，信息科学的突破可能引发21世纪下半叶一场新的信息技术革命。”^②现代信息科学革命必将推动媒介变革及其发展。

“科学技术的发展为媒介融合奠定了坚实基础。现代传播媒介的诞生、发展与科技革命有着天然的联系，科技发展的每一次革命，都带来传媒的大变革，都催生新的媒介形态的产生。当前，数字技术的发展日趋成熟，不仅广播、电视、互联网、数据库、短信等电子媒体发展都建立在数字技术基础上，而且报刊等平面媒体在出版过程中，也将信息处理成数字形态。可以说新技术、新产品的不断推出，在客观上为媒介融合提供了可能。各种新技术和高端产品的问世，对传统媒体起到了正向引导作用，新旧媒体的融合不断得到强化。”^③

罗杰·菲德勒指出：“电应用于传播和数字语言的普及，远远不只是提供了这一危机的解决办法。在不到两个世纪里，它们对人类传播系统令人眼花缭乱的高速转型和扩张所作的贡献，在人类历史上是史无前例的。在这个极为短暂的时间里，以这些技术更新作为强大催化剂的第三次媒介形态变化，已经给几乎每个人、社会和文化带来了深刻影响。”^④

纵观媒介发展的历史，从印刷媒介到电子媒介，从电子媒介到数字媒介，媒介的每一次发展进步，都离不开科学技术的推动，都无一例外地成为了科技发展进步驱动的结果。在短短的几十年里，以广播、电

①崔保国. 技术创新与媒介变革[J]. 当代传播, 1999, (6): 23.

②中国科学院信息领域战略研究组. 中国至2005年信息科技发展路线图[M]. 北京: 科学出版社, 2009: 10.

③王漱蔚. 媒介融合: 传媒业发展的必然趋势[J]. 当代传播, 2009, (2): 55.

④[美]罗杰·菲德勒. 媒介形态变化: 认识新媒介[M]. 明安香译. 华夏出版社, 2000: 88.