



高等学校新闻传播学应用型系列教材

媒介融合教程

姜平 主编

COURSEBOOK OF MEDIA CONVERGENCE



武汉大学出版社
WUHAN UNIVERSITY PRESS





高等学校新闻传播学应用型系列教材

本书为湖北品牌发展研究中心支持出版项目

COURSEBOOK OF MEDIA CONVERGENCE

媒介融合教程

学术顾问 申 凡
主 编 姜 平
副 主 编 杜俊伟 陈 奕
编 委 会 姜 平 杜俊伟 陈 奕
黄 龙 王丽明



武汉大学出版社
WUHAN UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

媒介融合教程/姜平主编. —武汉:武汉大学出版社,2015.4
高等学校新闻传播学应用型系列教材
ISBN 978-7-307-15360-8

I. 媒… II. 姜… III. 传播媒介—高等学校—教材 IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 039989 号



责任编辑:韩秋婷

责任校对:李孟潇

版式设计:马佳

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:cbs22@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:湖北省京山德兴印务有限公司

开本:787×1092 1/16 印张:18.5 字数:327千字 插页:1

版次:2015年4月第1版 2015年4月第1次印刷

ISBN 978-7-307-15360-8 定价:36.00元

目 录

第一章 媒介融合概述.....	1
第一节 什么是媒介融合.....	1
第二节 媒介融合的基本类型及特征.....	9
第三节 媒介融合理念对新闻传播模式的影响	24
第四节 媒介融合的实践价值	29
第五节 媒介融合对我国媒介产业的深层次影响	34
第二章 媒介融合发展简史	42
第一节 媒介融合的产生背景	42
第二节 媒介融合在欧美国家的发展	47
第三节 媒介融合在新加坡、日本、韩国的发展	56
第四节 媒介融合在我国的兴起与发展	61
第五节 媒介融合发展历程中的问题和教训	69
第三章 媒介融合的新闻生产流程再造	86
第一节 打通与共融是流程再造的关键	86
第二节 再造融媒体时代新闻生产流程指挥中心	95
第三节 全能记者的多媒体信息采集.....	106
第四节 多媒体编辑的信息分层处理.....	114
第五节 多信道的信息终端传播方式.....	124
第四章 媒介融合的技术支持.....	147
第一节 当前媒介融合环境下的技术问题.....	148
第二节 当前媒介融合环境下的技术对策.....	158
第三节 未来媒介融合技术发展前瞻.....	175

第五章 媒介融合的体制架构·····	193
第一节 媒介融合体制架构的现状·····	193
第二节 媒介融合前后体制架构的比较·····	205
第三节 绩效评定：媒介融合体制架构中的“金钥匙”·····	210
第四节 媒介融合体制架构的问题及解决对策·····	215
第六章 媒介融合的国内外实践·····	220
第一节 媒介融合在国外的实践·····	220
第二节 媒介融合在国内的实践·····	241
第七章 媒介融合的未来趋势·····	270
第一节 媒介融合的影响因素·····	270
第二节 媒介融合的潜在矛盾·····	275
第三节 媒介融合的发展前瞻·····	278
参考文献·····	285
后 记·····	287

第一章 媒介融合概述

人类的新闻传播实践，若从技术的角度来看，实则是一个媒介形态不断演化、升级的过程。媒介形态的每一次演进，无论是在时间上还是在空间上，都带来了新闻传播实践的深刻变革：从口语新闻时代到手抄新闻时代，从印刷新闻时代到电子新闻时代，乃至当代的网络新闻时代，新闻传播的时效性越来越强，新闻传播覆盖的空间越来越广，新闻传播本身的形式越来越丰富，新闻传播对社会发展的介入程度越来越深。因此，媒介形态的每一次演进，总会让我们不得不重新打量新闻传播这个“熟悉的陌生人”，对新闻传播的理论和实践作出新的审视，产生新的认识。

从口语新闻时代、手抄新闻时代、印刷新闻时代、电子新闻时代到网络新闻时代，媒介形态已然经历五次划时代的变革。我们可以清楚地看到，除了手抄新闻这一新闻传播形态之外，其他的四种形态依然并行于世，各有所长，相互补充。那么，有没有这样的一种可能——将前述种种新闻传播形式各自的优点结合起来，同时又能尽量避免它们在单独存在时所具有的弊端呢？答案是肯定的。

20 世纪末 21 世纪初，整合各种媒介的优点、以一种“全能型”媒介的形式来进行新闻生产的努力已现端倪，并正在越来越广泛、越来越深刻地影响着新闻实践。这种努力，及其代表的媒介发展方向，正是我们将要进行全方位认识的、一种崭新的新闻传播形态——媒介融合。

第一节 什么是媒介融合

当今，媒介融合已经成为新闻传媒业革命性的进化趋势，并在全世界的很多地区涌现。身为 21 世纪的新闻专业大学生，我们必须了解媒介融合、掌握媒介融合的相关知识和技能，因为它极有可能影响甚至左右我们的职业前景。

那么，到底什么是媒介融合呢？由于观察和思考的角度不同，关于媒介融合的定义也不尽相同。可以说，有多少人实践媒介融合、研究媒介融合，就有

多少种媒介融合的定义。其原因在于，“在不同的国家和地区，媒介融合的内涵随着国家的不同，文化的不同而发生变化，其他的影响因素还包括规范媒体所有权的法律和数字技术”^①。

一、国外对于媒介融合的相关诠释

（一）尼葛洛庞帝提出的“融合”之说

“媒介融合”是一个偏正词组，从字面上来看，意为“媒介的融合”。《现代汉语词典》将“融合”解释为：几种不同的事物合成一体^②。

追溯起来，用“融合”（Convergence）一词来描述媒介的发展状况，美国麻省理工学院（MIT）的媒体实验室创始人尼古拉斯·尼葛洛庞帝（Nicholas Negroponte）是第一人。他于1978年最早提出此概念，并认为“所有的传播技术正在遭受联合变形之苦，只有把它们作为单个事物对待时，它们才能得到适当的理解”^③。这个“联合变形”，即指传统媒介在各自的形态之间已出现彼此借鉴、相互渗透的情形。尼葛洛庞帝用三个圆圈来描述电脑业、印刷和出版业以及广播和动画业这三者之间的技术边界，认为三个圆圈的交叉处将会成为发展最快、创新最多的领域。如图1-1所示：

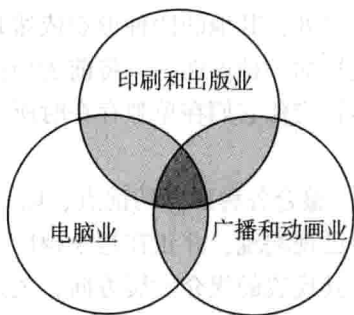


图 1-1 尼葛洛庞帝的“三圆交叠”^④

① [澳] Stephen Quinn、[美] Vincent F. Filak：《媒介融合——跨媒体的写作和制作》，任锦鸾，译，人民邮电出版社2009年版，第1页。

② 《现代汉语词典》（第6版），商务印书馆2012年版，第1101页。

③ Stewart Brand, *The Media Lab: Inventing the Future at MIT*. New York: Viking Penguin, 1987, p. 11.

④ 曹漪那、付玉杰：《从尼葛洛庞帝“三圆交叠”看媒介分化》，载《西南民族大学学报》（人文社会科学版）2009年第12期。

随着数字技术的发展,文字、照片、音乐、影像和对话都可以通过同一种终端机和网络传送来显现,而且不同形式的媒体彼此之间的互换性和互联性得到加强。在这种情形下,图 1-1 所示的“广播和动画业”、“电脑业”及“印刷和出版业”三个领域将逐渐趋于融合。

(二) 鲍德温等人提出的“大汇流”之说

此后,托马斯·鲍德温等三位美国学者在《大汇流——整合媒介信息与传播》一书里提出,以前电信、有线电视、广播和电脑业“各自为政”,现在汇流到了一起,产生了整合宽带系统(Broadband Communication Systems)^①。同时,美国联邦政府的政策,尤其是 1996 年的电信法(Telecommunications Act of 1996),给所有传播通信服务业的自由竞争松了绑,由此开创了一个数字化的时代,继而引发了大融合。

(三) 凯文·曼尼提出的“大媒体”之说

对于表现出融合趋势的媒介,美国学者凯文·曼尼则提出了“大媒体”(Mega-media)的概念。这一概念用来描述新闻业不分领域全面竞争的现象,而且传统大众传媒业、电信业、信息(网络)业都将统一整合到一种全新的产业之下——“大媒体”业。

(四) 普尔提出的“传播形态融合”之说

1983 年,美国学者伊契尔·索勒·普尔(Ithiel De Sola Pool)又在《自由的科技》一书中提出了“传播形态融合”(the Convergence of Modes)这一概念。他认为,数码电子科技的发展,致使历来泾渭分明的传播形态出现了聚合。尽管其本意是指各种媒介呈现出多功能一体化的趋势,但最初人们关于这种传播形态融合的印象,更多的是集中于将电视、报刊等传统媒介融合在一起。

(五) 戴默等提出的“融合连续统一体”之说

美国鲍尔州立大学的戴默(Lori Demo)等几位学者针对媒介形态和生产过程中相互融合的情形,提出了“融合连续统一体”的概念。在他们向美国新闻与大众传播学教育学会提交的论文《融合连续统一体:媒介新闻编辑部合作研究的一种模式》中,戴默等人用“融合连续统一体”这一概念描述了美国及其他国家的媒介在当时的实际情况,并对融合的不同模式进行了界定:交互推广、克隆、合竞、内容分享和融合。这五种模式都以媒介之间的合作方

^① [美] 托马斯·鲍德温,等:《大汇流——整合媒介信息与传播》,华夏出版社 2000 年版,第 2 页。

式为分类标准，五种模式的新闻融合程度依次由弱到强、由简单到复杂。由此可见，戴默认为“融合”的产生基于媒介间的合作与互动。

（六）“媒介融合”一语渐成通用概念

在“融合”、“汇流”、“大媒体”、“传播形态融合”以及“融合连续统一体”等词汇相继问世后，“媒介融合”（Media Convergence）这一用语在20世纪90年代中后期，逐渐成为描述上述媒介发展趋势的通用概念。

当时的背景是，互联网的兴盛引发了它对传统媒体的“取代论”和“共荣论”的争执。其中的“共荣论”，主张的就是网络媒体与传统媒体的和平共处、联合发展。同时，围绕着“媒介融合”这一概念，人们也从不同的角度给出了诸多不同的定义。

比如，美国新闻学会媒介研究中心主任安德鲁·纳奇逊（Andrew Nachison）将“融合媒介”定义为：

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、文化联盟。^①

在这一定义中，纳奇逊所强调的“媒介融合”更多的是指各个媒介之间的合作和联盟。又如，科隆曾指出，媒介融合的实际运作早已有之：早在20世纪50年代，一些报社就拥有自己的电视台，并且共享一些信息资源；不过，从那个时候开始，媒介融合的概念已经历半个世纪的演变，而坦帕模式所代表的现代媒介融合方式充分说明了其更丰富的内涵^②。

此外，道尔（Doyle）认为“媒介融合是指电子通信技术、计算机技术和媒体的融合”^③，詹金斯（Jenkins）则详细阐述了媒介融合的五种形式：“技术融合、经济融合、社会或组织融合、文化融合和全球融合。”^④

^① 转引自蔡雯：《新闻传播的变化融合了什么——从美国新闻传播的变化谈起》，载《新闻采编》2006年第2期。

^② Colon, A. The Multimedia Newsroom, *Columbia Journalism Review*, 2000 (39), pp. 24-27.

^③ Doyle, G. *Media Ownership: The Economics and Politics of Convergence and Concentration in the UK and European Media*. London: Sage Publications, 2002, p. 89.

^④ Rich Gordon, The Meanings and Implication of Convergence, in Kawamoto, K. (Ed), *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*. New York: ILowman & Litdefield, 2003, pp. 57-73.

当然,“融合媒介”是一个非常广阔的研究领域,西方学者在这一领域的研究也呈现出多样化的视角,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度。也正因为如此,所以才仁者见仁,智者见智,“融合媒介”这个概念至今也没有一个公认的准确定义。

总的来看,虽然西方学者对“媒介融合”(或是表现为新闻成品的“融合新闻”)作出的界定不同,但一般认为,比较有代表性的当为美国南加州大学安利伯格传播学院教授拉里·普莱尔所给出的定义:

媒介融合(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,通常是以一周七日、每日24小时的周期运行。^①

另外,西方新闻学界在“媒介融合”这个概念上,经常用“Journalism”代替“Media”,出现过“新闻业融合”(Journalism Convergence)这一说法。其实,两者的意思差别并不大,因为在西方,“Journalism”是指整个“新闻业”,因此“媒介融合”和“新闻业融合”是可以互换的两个概念。

二、国内对于媒介融合的相关阐释

在国内,近些年来,“媒介融合”、“媒体融合”、“融媒”、“通媒”以及“全媒体”等名词越来越多地出现在人们的视野之中。尽管名称不尽相同,但实质上,它们所指代的就是“Media Convergence”这一概念所对应的媒介形态和新闻生产的发展趋势。

(一)对“融合”的追根溯源

为了要理解“媒介融合”,界定它的指向范围,国内学者从“融合”入手,也就是探究“Convergence”的意思。如有人分别对“媒介融合”中的“融合”(Convergence)一词进行了追根溯源。根据《牛津高阶英汉双解词典》,它最早源于科学领域,如1713年英国科学家威廉·德汉(William Der-

^① 转引自蔡雯:《从“超级记者”到“超级团队”——西方媒体“融合新闻”的实践和理论》,载《中国记者》2007年第1期。

ham)谈到光线的汇聚或发散;随后,该词被逐渐运用于气象学、数学、进化生物学、政治学 and 经济学等学科^①。

从字面上看,Convergence有两层意思:第一,线条、运动物体汇于一点,向一点汇合、聚集;第二,两种事物相似或者相同(用于比喻义)。由此可见,“媒介融合”也应该具有两层意思,第一层意思是“汇聚”、“结合”,第二层意思才是融合,两层意思是有区别的。“汇聚”或“结合”虽然有一些“融合”的意思,却是低层次的“融合”,是物理意义上的,是在做“加法”,将同种的媒介或者不同种类的媒介结合为一个共同体,如中国很多的报业集团、广电集团等;而“融合”则是将不同的媒介功能和传播手段“融化”为一种。这种探讨虽然难免显得有点学究气,但是,在一个重要的现象和概念的描述、引入之初,正本清源,字斟句酌,对于我们形成正确的认识,也是有所裨益的。

在此基础上,也有人提出将“媒介融合”分成组织融合、资本融合、传播手段融合、媒介形态融合四个阶段,认为这四个阶段由浅到深、由简单到复杂、由低级到高级,是一个渐次发展的过程。^②

(二) 从对国外理论和实践的评介中认识媒介融合

由于媒介融合所包含的内涵和外延较广,同时这一过程也仍然处于发展变化之中,有研究者从国内外现有的、成型的融合实践出发,尝试给出客观的描述性定义,然后再对其进行深层次的剖析。比如,有研究者给出了如下定义:“媒介融合是在数字技术和网络技术的背景下,以信息消费终端的需求为指向,由内容融合、网络融合和终端融合所构成的媒介形态的演化过程。”^③

也有一些中国研究者,虽然没有对媒介融合的概念提出自己的明确定义,但他们却对国外的理论和实践进行了评介,结合“媒介融合”实践操作中的案例,以及对媒介融合未来前景的展望,从侧面对媒介融合进行了认识。

比如,有人认为,“融合发展是网络媒体与传统媒体进行优势互补、战略

^① 宋昭勋:《新闻传播学中 Convergence 一词溯源及内涵》,载《现代传播》2006年第1期。

^② 陈浩文:《再论媒介融合(Media Convergence)》,http://www.zijin.net/news/journalism1/2008-1-11/n08111430612H23IE6CDEG1.shtml,2008-1-11。

^③ 王菲:《媒介大融合:数字新媒体时代下的媒介融合论》,南方日报出版社2007年版,第21~22页。

重组，占据新世纪主导地位的现实需要。”^① 这一界定更多的是侧重于网络媒体与传统媒体应该在技术和内容上互通有无、相互学习、取长补短，因此，它其实强调的是技术与内容的联合发展，而非“印刷的、音频的、视频的、操作的、文化的联盟”^②。

还有人这样描述媒介融合的核心思想：“随着媒体技术的发展和一些藩篱的打破，电视、网络、移动技术的不断进步，各类新闻媒体将融合在一起。”^③ 由此可见，这种观点认为媒介融合这一概念并不仅仅指媒介产业内部不同形态的媒介之间的融合，它还包括媒介行业与其他行业之间的整合，比如新闻媒介与电信产业的融合、媒介与先进科学技术之间的融合等。

同时，有人认为，融合只是手段而不是目的，“合”是为了更好的“分”，即通过融合达到更高层次的多样化，这才是媒介融合的终极目标^④；对于媒介融合的方式，有人认为，真正意义上的媒介融合不止于内容的融合，更应是媒介形态、结构、技术、功能、流程乃至传播方式的融合^⑤；对于媒介融合的未来发展前景，有人认为数字技术将打破媒介的介质壁垒，使同一内容多介质的融合成为可能^⑥。另外，有很多人从具体微观的角度入手，分析了正在或者（已经完成的）媒介融合业界案例，并进行了一些应用性的思考。也有高校的新闻传播院系教师，对于如何培养具有媒体融合技能的新闻人才进行了探讨。

所有的这些探讨和认识，既可以看作国内学人对于媒介融合的吸收和引入，也可看作他们立足于国内实践而进行的本土化审视。

（三）狭义和广义的“媒介融合”

在前人的研究和业界实践中，我们可以看出，“媒介融合”的概念实际上有狭义和广义之分。其中，狭义的概念仅仅是指将不同的媒介形态“融合”在一起，由“量变”产生“质变”，形成一种新的媒介形态，如手机报纸、网络广播等。而广义的概念则涵盖广阔的范围和丰富的内涵，包括一切媒介及其

① 庞亮：《关于我国网络媒体与传统媒体融合发展的几点思考》，载《中国广播电视学刊》2002年第3期。

② 转引自蔡雯：《从“超级记者”到“超级团队”——西方媒体“融合新闻”的实践和理论》，载《中国记者》2007年第1期。

③ 陶喜红：《论媒介融合在中国的发展趋势》，载《中国广告》2007年第6期。

④ 彭兰：《媒介融合时代的合与分》，载《中国记者》2007年第2期。

⑤ 郑瑜：《新媒体时代真正意义上的媒介融合》，载《新闻窗》2007年第6期。

⑥ 王鸿涛：《媒介融合现状与前景》，载《中国记者》2007年第6期。

有关要素的汇聚与融合。

本书认为，我们应该从广义的范围来考察和学习媒介融合。在广义上，媒介融合的演进是递进式、立体式的：

“媒介融合”是指媒介产业在媒介形态、媒介功能、传播手段、资本所有权、组织结构等要素方面所进行的聚合和演进。它既指代这些要素相互融合的过程，也指代新闻生产过程的融合，同时也指代新闻产品以文本、声音、图像、视频、数字等形式呈现出来的信息服务方式的融合。

三、为什么要关注媒介融合的发展趋势

媒介融合的迅猛发展趋势，已经毋庸置疑地将新闻传播的业界和学界裹挟其中。无论人们对媒介融合这一实践持何种态度和看法，它对于人类新闻传播业的全方位冲击无法回避。在这种情况下，深入地认识媒介融合，回顾其发展历程，认识其类型和特征，剖析其操作流程，掌握融合时代的必要理论知识和实践技能，方能提升自身媒介素养，适应传媒业的巨大变革，挺立在时代发展的潮头。

媒介融合的应用，在当今中西方的传媒实践中已经相当普遍。美国密苏里新闻学院曾通过定性研究的方法，对15名亲历媒介融合的人进行深度访谈，研究证明了媒介融合与竞争优势之间的相关性。“媒介融合的多元化趋势对于媒介产业的发展意义重大。媒介之间的跨媒体、跨地区融合，以及媒介产业和其他产业的跨行业的多元化融合可以使媒介组织结构与工作流程发生巨大的变化，将会大大增强媒介影响力，使媒介经济得到有效增长，媒介集团实现规模经济和范围经济。”因此，“媒介融合能够带来利润、带来优质的新闻业务，并且能够降低成本，从而为实施融合的新闻机构带来竞争优势”^①。这些优势客观有力地促进了新闻传播业界对媒介融合的推进。

同时，这一实践对于包括中国在内的诸多国家已经产生巨大的示范效应。比如在我国，由于报纸受到电视、网络等媒体的影响，其市场不断被侵占，出现了发行量下降、广告收益滑坡的现象，在这种形势下，传统媒体为探索新的

^① 章于炎：《媒介融合：从优质新闻业务、规模经济到竞争优势的发展轨迹》，载《中国传媒报告》第19期。

经营模式，在充分利用自身资源优势的前提下，与新兴媒体进行多层次、多样化的合作与融合。从实践结果来看，“融合”帮助它们更好地开拓和占有媒介市场。《杭州日报》在1993年成为国内第一份拥有网络版的报纸；开办于2002年3月的北京“千龙网”，则首次以产业的形式实现了电视、报纸、广播和网络的融合；随后，上海九家单位联合成立的“东方网”，广东报业集团与广播电视、出版单位联合打造的“南方网”，都成功地实现了跨媒介的融合。尽管这些实践都还只是传统媒体自觉融合网络媒体的最早尝试，尽管这些尝试还只停留在媒介融合的浅层次上，但是，随着融合趋势的进一步发展，更多形态、更深层次的媒介融合实践也必将蓬勃兴起。

其次，媒介融合是新闻传播理论研究的新课题。“媒介融合”是当今新闻传播学界的一个前沿课题。如前所述，尽管对于究竟什么是“媒介融合”，至今未有定论，但是，媒介融合这一概念所包含的基本范畴已大致清晰，对于媒介融合历史、媒介融合的驱动因素和利益、媒介融合的类型和特征、媒介融合的工作流程、媒介融合的国内外实例、媒介融合中的问题与教训以及媒介融合的未来发展趋势等问题的探讨和研究，对于从理论和实践层面把握这一全新动向，达到理论指导实践的目标，是大有裨益的。

另外，媒介融合也为新闻传播教育开拓了新思路。“大学的新闻课程也开始走向融合，因为融合新闻技能培训已显得十分重要和必要，跨平台传播训练已经或即将纳入课程规划。以前，记者通常学习一种媒体的传播技能，然后便将自己所选定的这一领域作为终生职业场所。然而，21世纪的新闻工作者应该认清媒体融合的发展趋势，努力加强跨媒体传播技巧训练，成为具备以多种形式进行写作和传播能力的融合记者（Convergence Journalist）。”^①融合媒介的兴起，对于高等院校新闻传播院系的现有教育格局以及教学环节设置，也形成了强大的改革压力和动力。

第二节 媒介融合的基本类型及特征

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的“Covergence”一词所表达的含义归纳了美国当时存在的五种“媒介融

^① 宋昭勋：《新闻传播学中 Convergence 一词溯源及内涵》，载《现代传播》2006年第1期。

合”类型^①：

所有权融合（Ownership Convergence），这类融合指大型传媒集团拥有不同类型的媒介，以实现这些媒介之间的内容的相互推销和资源共享；

策略性融合（Tactical Convergence），这类融合指所有权不同的媒介之间在内容上共享；

结构性融合（Structural Convergence），这类融合与新闻采集与分配相关，如将报纸新闻加工、打包后出售给电视台等其他媒介机构；

信息采集融合（Information-gathering Convergence），这类融合指新闻报道层面上一部分新闻从业者需要以多媒体融合的新闻技能来完成新闻信息的采集；

新闻表达融合（Storytelling or Presentation Convergence），这类融合指记者和编辑需要综合运用多媒体的、与公众互动的工具与技能来完成对新闻事实的表达。

而提出了“融合连续统一体”概念的戴默也根据自己的观察和理解提出了另外五种模式^②：

交互推广（Cross-promotion），指作为合作伙伴的媒介相互利用对方推广自己的内容，如电视介绍报纸的内容；

克隆（Cloning），指作为合作伙伴的媒介不加改动地刊播对方的内容；

合竞（Competition），指作为合作伙伴的媒介之间既有合作也有竞争，如一家报社的记者编辑在某电视台的节目中对新闻进行解释和评论，某一媒介为自己的合作伙伴提供部分新闻内容等；

内容分享（Content Sharing），指作为合作伙伴的媒介定期相互交换线索和新闻信息，并在一些报道领域中进行合作，如选举报道、调查性报道等，彼此分享信息资源，甚至共同设计报道方案，但各媒介的新闻产品仍然由各自的采编人员独立制作；

融合（Convergence），指作为合作伙伴的媒介在新闻采集与新闻播发两个方面进行全方位的合作，它们的共同目标是利用不同媒介的优势最有效地报道

^① Rich Gordon, The Meaning and Implication of Convergence, in Kawamoto, K. (Ed), *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*. New York: ILowman & Litdefiled, 2003, pp. 57-73.

^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》，载《中国记者》2007年第1期。

新闻。多个媒介的记者编辑组成一个共同的报道小组，策划新闻报道并完成采编制作，并且决定哪一部分内容最适合在哪个媒介上播发。

综合来看，上面的两种分类实际上有所不同，但也有重叠之处。导致这种差异的原因，在于划分时所依据的角度有所不同：第一种划分更侧重于媒介融合所涉及的各种因素，第二种划分更侧重于媒介融合在新闻生产过程中的实际操作。为了便于我们整体地、全方位地认清媒介融合的类型，下文就对二者进行一定程度的综合和调整，并结合我国的实践，按“媒介技术融合”、“媒介所有权合并”、“媒体间战术性融合”、“媒介组织结构性融合”、“新闻报道融合”、“新闻从业者的技能融合”这六种类型来分别讨论媒介融合的具体类型。

一、媒介技术融合

数字电子技术的发展是导致历来泾渭分明的媒介形态发生聚合的根本原因之一。正是因为清醒地认识到这一点，中国政府在“十一五”规划中明确提出：“加强宽带通信网、数字电视网和下一代互联网等信息基础设施建设，推进‘三网融合’。”2010年7月1日，国务院也正式确立了北京、上海、深圳、武汉等12个第一批“三网融合”试点城市。而要实现这一目标，媒介技术融合显然是前提条件。

（一）媒介技术融合的内涵

媒介技术的融合，是指信息的采集、制作和发布过程以数字化处理为基础，在原先不同的媒介之间实现了互通和共用。

数字化传播、数字化管理和数字化保存等技术的创建和广泛使用，为多媒体之间的共享提供了技术保障，原来不能够实现的传播方式变得可能了。利用统一的IP核心网，电视将具备更多计算机的特点，直接从客户端就可以与网络相联，既可以接收、存储网络上的数字化内容，又能让观众与电视节目内容进行互动。

每一种传统媒体都有自己的核心技术，这些核心技术之间本来并没有什么必然的联系，但是，数字技术的出现，却将所有的传播技术迅速融合成一种普通的、计算机可读的数字形式。传统印刷媒体的编辑、排版和印刷技术基本上实现了计算机处理；电视媒体将制作好的视频放到互联网上进行再次传播；出版社将图书放到网上书店，使出版和流通领域得到了充分利用；数字电视把计算机处理器引入每个家庭，反过来，家用计算机也可以收看电视节目。总之，各种媒体都在数字技术的平台上，将其各自独立的技术融为一体。可以说，“数字时代的技术为媒体技术注入了催生剂，实现了媒体技术的融合，为其他

方式的媒介融合提供了可能”^①。

以美国在线与时代华纳公司（Time Warner）的合并为例，两者的合并就在很大程度上兼容并纳了不同的技术。以杂志起家的时代公司抓住新兴的摄影技术，在杂志上大量采用图片报道，成为图片新闻的先驱和出版业大亨。到20世纪70年代后期，时代集团已经拥有全美第二大有线电视系统，有线电视已经成为时代集团最大且发展最快的部门，其产业利润几乎占到总收益的一半。时代公司和华纳公司合并后，根据技术的发展，公司继续大力发展有线电视和卫星电视业务。在兼并了有线电视新闻网后，公司的卫星覆盖面积扩大到可以覆盖200多个国家的9000万用户。时代华纳总裁勒温（Levin）认为，未来有线电视和电话通信业务以及电脑技术的合并不可逆转。因此，时代华纳公司不单纯追求公司规模，而是将兼并的落脚点放在技术上，从而出现了2000年年初世界第一大传媒集团与全球最大的互联网接入服务商美国在线的合并案。两者合并后，时代华纳走在了影视技术和网络技术发展的前列，成为全球范围内真正的媒体“巨无霸”^②。

（二）媒介技术融合的条件和动力

在科技进步和市场利润驱动的双重激励下，媒体形态由单一型向基于融合信息网络、为受众提供前所未有的综合感官体验的媒体形态转变。促成和实现媒介技术融合的动力和条件有以下几个要素：

第一，信息通信技术的变革。

科技是第一生产力，科技的进步必定带动媒体向纵深发展。传统媒体所拥有的技术优势将被新技术融合，这种“融合”不是传统意义的替代，而是一种交融。以下几类科技发明可能会促使下一代媒体形态的演变速度加快：

（1）宽带无线传输技术。它使得任何人在任何时间、任何地点，用任何终端都能方便地接收信息，为下一代媒体科技融合提供技术保障。

（2）高性能芯片。强大的CPU计算能力保证了信息编解码处理的高效率。

（3）存储与搜索引擎技术。它可以支持海量信息的存储与检索。

（4）新能源、新材料开发。待机时间更长的电池、可折叠式触摸屏幕、精密传感器等，它们能大大改进媒体终端的服务质量。

^① 徐沁：《泛媒体时代的生存法则——论媒介融合》，浙江大学2008年博士学位论文，第25页。

^② 王宇：《从世界主要媒介集团的经营运作看媒介发展的规律》，载《声屏世界》2003年第8期。