



新·闻·传·播·学·文·库

媒介化生存

沉浸传播的理论与实践

李沁 / 著

B

eing Media:

the Theory and
Practice of
Immersive
Communication

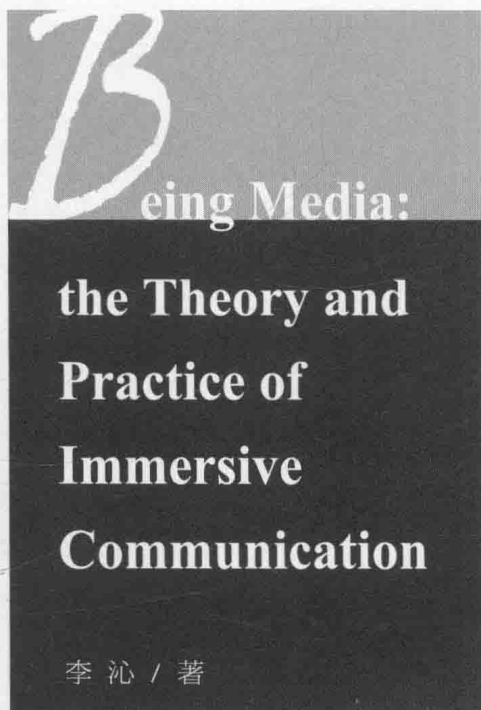


中国人民大学出版社

新·闻·传·播·学·文·库

媒介化生存

沉浸传播的理论与实践



中国人民大学出版社
·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介化生存：沉浸传播的理论与实践/李沁著. —北京：中国人民大学出版社，2019.3
(新闻传播学文库)
ISBN 978-7-300-26439-4

I. ①媒… II. ①李… III. ①传播媒介-研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 264770 号

新闻传播学文库

媒介化生存

沉浸传播的理论与实践

李 沁 著

Meijiehua Shengcun

出版发行 中国人民大学出版社
社 址 北京中关村大街 31 号
电 话 010-62511242 (总编室)
010-82501766 (邮购部)
010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>
<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店
印 刷 天津中印联印务有限公司
规 格 170 mm×240 mm 16 开本
印 张 19.25 插页 2
字 数 249 000

邮政编码 100080
010-62511770 (质管部)
010-62514148 (门市部)
010-62515275 (盗版举报)

版 次 2019 年 3 月第 1 版
印 次 2019 年 3 月第 1 次印刷
定 价 69.80 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

作者简介



李 沁 中国人民大学新闻学院副教授，中国人民大学国家传播战略研究中心主任，中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员。美国哥伦比亚大学新闻学硕士，清华大学传播学博士。旅居美国十余年，从事全球新闻传播的研究与实践，曾在纽约大学艺术学院讲学，曾任美国时代华纳有线栏目 *In the Spotlight with Qin* 总制片人兼主持人、美国华尔街股票屋传媒集团财经专栏评论员、《人民日报》记者和编辑，沁人心彩传媒创始人。美国国家电视最高奖“艾美奖”学院奖得主。

主要研究领域为沉浸传播的理论与实践，是全球范围内最早进行沉浸传播研究的学者之一，在所著《沉浸传播：第三媒介时代的传播范式》中提出“沉浸传播”“泛众传播”“第三媒介时代”“沉浸人”等核心概念及沉浸传播的理论观点，广为学术界关注和引用，其所建构的“沉浸传播”理论已被运用于传媒及其他社会实践，包括国家传播战略、公共外交、文化产业等。

本成果得到中国人民大学
“统筹推进世界一流大学和一流学科建设”
专项经费支持

总 序

自1997年国务院学位委员会将新闻传播学擢升为一级学科以来,中国的新闻传播学学科建设突飞猛进,这也对教学、科研以及学术著作出版提出了新的、更高的要求。

继1999年中国人民大学出版社推出“21世纪新闻传播学系列教材”之后,北京广播学院出版社、华夏出版社、南京大学出版社、中国社会科学出版社、新华出版社等十余家出版社纷纷推出具有不同特色的教材和国外新闻传播学大师经典名著汉译本。但标志本学科学术水平、体现国内最新科研成果的专著尚不多见。

同一时期,中国的新闻传播学教育有了长足进展。新闻传播学专业点从1994年的66个猛增到2001年的232个。据不完全统计,全国新闻传播学专业本科、专科在读人数已达5万名之多。新闻传播学学位教育也有新的增长。目前全国设有博士授予点8个,硕士授予点40个。中国人民大学新闻学院、复旦大学新闻学院等一批研究型院系正在崛起。北京大学和清华大学的新闻传播学教育以高起点、多专业为特色,揭开了这两所百年名校蓬勃发展的新一页。

中国传媒大学以令人刮目相看的新水平，跻身中国新闻传播教育名校之列。武汉大学新闻与传播学院等以新获得博士授予点为契机所展开的一系列办学、科研大手笔，正在展示其特有的风采与魅力。学界和社会都企盼这些中国新闻传播教育的“第一梯队”奉献推动学科建设的新著作和新成果。

进入新世纪以来，随着以互联网为突破口的传播新媒体的迅速普及，新媒体与传统媒体的联手共进，以及亿万国人参与大众传播能动性不断强化，中国的新闻传媒事业有了全方位的跳跃式的大发展。人民群众对大众传媒的使用，从来没有像今天这样广泛、及时、须臾不可或缺，人们难以逃脱无处不在、无时不有的大众传媒的深刻影响。以全体国民为对象的新闻传播学大众化社会教育，已经刻不容缓地提到全社会，尤其是新闻传播教育者面前。为民众提供高质量的新闻传播学著作，已经成为当前新闻传播学界的一项迫切任务。

这一切都表明，出版一套满足学科建设、新闻传播专业教育和社会教育需求的高水平新闻传播学学术著作，是当前一项既有学术价值又有现实意义的重要工作。“新闻传播学文库”的问世，便是学者们朝着这个方向共同努力的成果之一。

“新闻传播学文库”希望对于新闻传播学学科建设有一些新的突破：探讨学科新体系，论证学术新观点，寻找研究新方法，使用论述新话语，摸索论文新写法。一句话，同原有的新闻学或传播学成果相比，应该有一点创新，说一些新话，文库的作品应该焕发出一点创新意识。

创新首先体现在对旧体系、旧观念和旧事物的扬弃。这种扬弃之所以必要，人文社会科学工作者之所以拥有理论创新的权利，就在于与时俱进是马克思主义的理论品质，弃旧扬新是学科发展的必由之路。恩格斯曾经指出，我们的理论是发展的理论，而不是必须背得烂熟并机械地加以重复的教条。一位俄国作家回忆他同恩格斯的一次谈话时说，恩格斯希望俄国人——不仅仅是俄国人——不要去生搬硬套马克思和他的话，而要根据自

己的情况，像马克思那样去思考问题，只有在这个意义上，“马克思主义者”这个词才有存在的理由。中国与外国不同，旧中国与新中国不同，新中国前30年与后20年不同，在现在的历史条件下研究当前中国的新闻传播学，自然应该有不同于外国、不同于旧中国、不同于前30年的方法与结论。因此，“新闻传播学文库”对作者及其作品的要求是：把握时代特征，适应时代要求，紧跟时代步伐，站在时代前列，以马克思主义的理论勇气和理论魄力，深入计划经济到市场经济的社会转型期中去，深入党、政府、传媒与阅听人的复杂的传受关系中去，研究新问题，寻找新方法，获取新知识，发现新观点，论证新结论。这是本文库的宗旨，也是对作者的企盼。我们期待文库的每一部作品，每一位作者，都能有助于把读者引领到新闻传播学学术殿堂，向读者展开一片新的学术天地。

创新必然会有风险。创新意识与风险意识是共生一处的。创新就是做前人未做之事，说前人未说之语，或者是推翻前人已做之事，改正前人已说之语。这种对旧事物旧体系旧观念的否定，对传统习惯势力和陈腐学说的挑战，对曾经被多少人诵读过多少年的旧观点旧话语的批驳，必然会招致旧事物和旧势力的压制和打击。因此，执着于理论创新的学人们，又必须时时唤醒自己的风险意识。再说，当今的社会进步这么迅猛，新闻传媒事业发展这么飞速，新闻传播学学科建设显得相对迟缓和相对落后。这种情况下，“新闻传播学文库”作者和作品的一些新观点新见解的正确性和科学性有时难以得到鉴证，即便一些正确的新观点新见解要成为社会和学人的共识，也有待实践和时间。因此，张扬创新意识的同时，作者必须具备同样强烈的风险意识。我们呼吁社会与学人对文库作者及其作品给予最多的宽容与厚爱。这里并不排斥而是真诚欢迎对作品的批评，因为严厉而负责的批评，正是对作者及其作品的厚爱。

当然，“新闻传播学文库”有责任要求作者提供自己潜心钻研、深入探讨、精心撰写、有一定真知灼见的学术成果。这些作品或者是对新闻传播

学学术新领域的拓展,或者是对某些旧体系旧观念的廓清,或者是向新闻传媒主管机构建言的论证,或者是作者运用中国语言和中国传统文化对海外新闻传播学著作的新的解读。总之,文库向人们提供的应该是而且必须是新闻传播学学术研究中的精品。这套文库的编辑出版贯彻少而精的原则,每年从中国人民大学校内外众多学者的研究成果中精选三至五种,三至四年之后,也可洋洋大观,可以昂然耸立于新闻传播学乃至人文社会科学学术研究成果之林。

新世纪刚刚翻去第一页,中国人民大学出版社经过精心策划和周全组织,推出这套文库。对于出版社的这种战略眼光和作者们齐心协力的精神,我表示敬佩和感谢。我期望同大家一起努力,把这套文库的工作做得越来越好。

以上絮言,是为序。

童兵

序

李沁博士毕业后的第二部学术著作《媒介化生存：沉浸传播的理论与实践》要出版了。这些年，她的学术进步是明显的、实实在在的：2013年第一部学术专著《沉浸传播：第三媒介时代的传播范式》出版，2014年被评为中国人民大学新闻学院副教授，2015年发表了论文《泛在时代的“传播的偏向”及其文明特征》，2016年该文获中国新闻史学会优秀论文奖，2017年担任了中国人民大学国家传播战略研究中心主任，《沉浸传播》入选国家社科基金中华学术外译项目，2018年获首届中国新闻传播学国际发表优秀论文奖。作为她的博士导师，我为她感到由衷高兴。

《媒介化生存》一书主要从沉浸传播的理论视角，重新思考这样一些问题：媒介究竟是什么？人工智能会带来什么？未来人与媒介的关系走向如何？这些题目都是现实的、巨大的、根本性的。李沁直面社会现实，重新思考传播学的基本问题，努力找出自己的答案。这种带有独立思考和
创新愿望的学术精神值得赞扬。

《媒介化生存》是作者在第一部著作建构的沉浸传播理论基础上的新成果。本书进一步探索了沉浸传播理论与实践的结合形态——媒介化生存。随着虚拟与现实的边界的不断淡化，人工智能和基因技术的突破性发展，媒介、社会与人的相互关系出现了新的变化，人类的生存状态面临新的挑战 and 可能。在本书中她用自己构建并被学界认可的沉浸传播理论来解释媒介化生存中出现的新现象与新问题，如边界消逝带来虚拟与现实的融合、人与媒介关系的重构，从而进一步探索人类的生存环境和生存状态。

李沁的想法是大胆的和超前的。她论述了无处不在的“沉浸媒介”如何重新定义媒介；提出了全新的“沉浸新闻模式”和“沉浸广告模式”，颠覆了传统新闻与广告的逻辑；指出沉浸传播推动着一种新的泛在文明形态的形成。人类的生存领域、游戏规则、价值观念和文化内核在跨越虚拟与现实中融合和重新整合；沉浸传播重新定义“人”与生存的概念，“沉浸人”代表着人与技术共同进化、人与人工智能彻底沉浸的生物智能的未来。

将沉浸传播、泛在文明与 VR 技术、人工智能、基因编辑结合思考是本书的创造。2018 年 10 月，首届世界 VR 产业大会在江西召开，我在大会发言中，以基于大数据（现实）、云计算（远程）、融媒体（多维）、移动终端（可穿戴）和地理信息系统（遥在）的虚拟现实技术为视角，分析了从虚拟物品、虚拟环境到虚拟人生的发展过程，提出需要关注新技术从产业链到生态圈的发展。技术是为人服务的，要区别作为手段的技术与作为目的的人的根本差异。数字化生存和人性化生存的矛盾统一体中，人始终占主导地位。

人工智能给人类社会带来的变化要远远大于 VR 技术，是否最终会出现一种全新的独立的生命形式确实无法预料。我们只能从身边的、正在发生的实践去探索现象后面的逻辑，去建构经过提炼和抽象的理论框架。我们

希望通过对已知事物的分析推导出发展趋势，从可以验证的实线画出虚拟的延长线。我想这就是李沁在书中以沉浸传播理论解释当下媒介传播实践中出现的新问题、新现象，分析沉浸传播改变认知及创造方式，提出媒介化生存的意义之所在。

是为序。

熊澄宇

2018年11月18日

2018年，当业界提出“沉浸传播”的概念并试图对当下经济结构时，沉浸传播还主要是一种理论上的构造。然而，由于2018年的沉浸传播，第一媒介时代的传播方式——沉浸式传播，对于很多人来说，已经不再陌生。因为沉浸传播，有些在当时只是学术的想象，更对现在传播时代的发展。

然而，时间仅仅过去几年，随着技术水平的飞速发展，沉浸传播已经成为现实。特别是VR、AR、MR等技术进入实际应用，沉浸传播不仅走进了人们的生活，而且已经广泛应用于沉浸传播理论中提到的场景现在已经变成了现实。对沉浸传播人们可以亲身体验和轻易理解了。人们可以体验到穿戴式设备、VR游戏、AR技术等实际中亲身体验到沉浸传播，也就是“沉浸”，人们也常常在生活中接触到沉浸传播，也就是“沉浸”，也就是笔者所说的“沉浸人”。

在《沉浸传播：一本书》中，笔者提出了以“沉浸传播”为核心，“沉浸传播”“沉浸传播”“第三媒介时代”和“沉浸人”四位一体的概念。探讨了媒介及媒介理论的下一步发展路径。

前言

2012年，当笔者提出“沉浸传播”的概念并试图对其进行理论建构时，沉浸传播还主要是一种理论上的构想和预测。出版于2013年的《沉浸传播：第三媒介时代的传播范式》一书，对很多人来说，理解有难度，因为理论抽象，有些在当时还只是学术的想象，是对未来传播时代的预测。

然而，时间仅仅过去几年，随着信息技术的飞速发展，万物相连已经变为现实，特别是VR、AR、MR从概念进入实际应用，沉浸传播不仅开始进入大家的视野，而且很多原先笔者在沉浸传播理论中预测的场景现在已经变成了现实，对于沉浸传播人们可以亲眼看到和轻易理解了。人们从VR眼镜、穿戴式设备、VR游戏、AR旅游购物中亲身体验到了什么是“沉浸”；人们也开始在生活中接触到沉浸传播，用上了“浸媒体”，变成笔者所说的“沉浸人”。

在《沉浸传播》一书中，笔者提出了以“沉浸传播”为核心，“沉浸传播”“泛众传播”“第三媒介时代”和“沉浸人”四位一体的概念，探究了媒介及媒介理论的下一步发展问题。

笔者尝试提出了下面两个发展序列。

(1) 从传播技术/传播特征的角度:

原始传播——单向传播——互动传播——沉浸传播

(2) 从传播对象的角度:

人际传播——大众传播——分众传播——泛众传播

当建构这两个序列时,笔者强烈感受到技术所汇集成的传播之力,因而写道:“科技的力量、创新的力量和想象的力量汇集成传播的力量。而传播的力量只有通过产业化的途径才能真正全面造福于人类。”如今,笔者很欣喜地看到沉浸传播产业化的步伐越来越快。

《沉浸传播》出版五年多来,上述两个序列所导向的“沉浸传播”模式和“泛众传播”模式已经成为产业化的生产序列,已经成为人类生存越来越真实的陪伴。

这几年,笔者一直在探索沉浸传播从理论进入现实的路径,同时再反过来,从现实反观理论。无纸化办公、无现金购物、无边界沟通……我们生活的世界在发生着巨变,沉浸传播与VR+、AR+的发展表明沉浸传播现象无处不在,不断地验证着沉浸传播理论。笔者非常高兴地看到沉浸传播理论可以在实际应用中发挥作用,用来解释发生的现象,并解决面临的一些问题。沉浸传播理论,在现实实践的观照中,正变得更为丰满充实。当然,沉浸传播在带来巨大的市场前景、推动产业发展的同时,还会不断出现无数新现象和新问题。

和笔者一样,越来越多的人开始思考:媒介究竟是什么?人工智能会带来什么?人类未来的生存是什么样的?传统的媒介本体论、媒介价值观、媒介时空观的回答已似乎不能尽然解释当前这些问题。我们都已是“沉浸人”,我们需要为这些新的现象寻找解答。我们都在媒介化生存,不管是现在意义上的“人”,还是虚拟世界里的“人”,抑或虚拟成像的“人”。

科技变成一种服务,无人车已经上路。在当下,媒介的全球化与政治

的去全球化倾向交织，而虚拟与现实的边界却在不断消亡，随着人工智能和基因技术的突破性发展，人类生存面临全新挑战和全新可能。2017年3月12日，万维网创立28周年，创始人蒂姆·伯纳斯·李爵士（Tim Berners Lee）在 Web Foundation 网站上提出网络发展的三大问题——个人数据、谣言传播和政治网络广告，并且呼吁建立一个平等公开的网络环境（Lee, 2017）。各种令人不安的消息传来，苹果、安卓手机和电视等都被 CIA（美国中央情报局）攻击和监视，京东 50 亿条公民个人信息被泄露，美国 2016 年大选期间 Facebook 上每天打出 5 万多种政治广告，全球都有政治广告被用作不道德目的。

理论要解释生活现象、解决实际问题，而不是一种限制人的“系统”。理论是一种有用的工具，但不会自动应用于任何情况。正如米歇尔·福柯（Michel Foucault）所认为的，“要建构的理论不是一个系统，而是一个工具，是具体的权力关系及围绕它们的斗争的逻辑。调查研究只能在对已有情况反思的基础上一步步进行”（Foucault, 1980: 145）。理论应该被当作一种工具，理论会为问题提供新的视角，让人解决研究和实践中遇到的关键性具体问题。

且夫天地为炉兮，造化为工；阴阳为炭兮，万物为铜。秉持做生活的学问的理念，本书试图对这些生活新现象做进一步探究与回答，以沉浸传播理论来解释这些现象，这也是沉浸传播模式面临的一次现实检验，并在此基础上进一步发展和深化沉浸传播理论。

汪洋巨浸，端在汇聚。沉浸，是一种汇聚。解决沉浸传播带来的机遇和挑战，也需要人类智慧的汇聚。沉浸传播，在不断拓展媒介本身的外延和内涵的同时，更在拓展我们媒介化生存的内涵和外延。在沉浸传播这片新领域，新现象、新问题、新机遇还会不断出现，直接关乎人类未来的生存与发展，希望能有更多学者和实践者与笔者一起，产学研相结合，倾注心力，共同探索。

目 录

第一章 重新认识媒介和世界	1
第一节 虚拟与现实全面融合的逻辑颠覆	1
第二节 新传播技术让世界沉浸	6
第三节 沉浸传播形塑及解释的世界	13
第二章 “无”是最高境界，也是完全沉浸的起点	33
第一节 “无”是进入完全沉浸的阈值	33
第二节 失去的是边界，得到的是全世界	45
第三章 沉浸媒介：重新定义媒介概念的内涵和外延	55
第一节 沉浸技术催生的全新形态	55
第二节 媒介概念的演变及多元定义模式	57
第三节 沉浸媒介作为新类别产生的原因及分类依据	63
第四节 沉浸媒介对媒介概念的再定义	67
第五节 新概念的验证：沉浸媒介的主要代表及特征	73

第六节 媒介时代、媒介与相应媒体对照表	91
第四章 整体性：沉浸传播是个开放的自足系统	93
第一节 沉浸时代的中枢神经：沉浸社会是媒介的主动延伸	94
第二节 沉浸传播的消融聚合力：社会的整合	104
第五章 沉浸的泛众传播：传播是共同创造	114
第一节 泛众是“我”，也是“我们”	115
第二节 处处是中心，无处是边缘	122
第三节 想象的共同体：共享共创的“无国界”媒介权力	126
第六章 沉浸新闻模式：无界时空的全民狂欢	142
第一节 新闻即体验，所见即所发生： 沉浸新闻的总体特征	143
第二节 自媒体人、打赏者与吃瓜群众的泛众生产与泛众传播： 沉浸新闻主体的特征	151
第三节 机器人为你特供，大数据支撑专属定位： 沉浸新闻的内容及形态模式	155
第七章 虚拟时间：媒介对历史和未来的时空再造	162
第一节 AR 建构的沉浸时空	163
第二节 虚拟时间：时间以人为中心的回归	168
第三节 媒介赋权：重新认知媒介时空	179
第四节 虚拟时间从本质上改变了媒介本体及媒介功能	187
第八章 沉浸广告模式：大数据时代的逻辑颠覆与概念重构	191
第一节 沉浸广告产生的技术及社会基础	192
第二节 无时不在、无处不在、无所不能的沉浸广告： 重新定义广告	197