

景义新◎著



传统媒体与新媒体融合下的 人性化媒介研究

以移动互联网终端为例

中国社会科学出版社

景义新 著

传统媒体与新媒体融合下的 人性化媒介研究

以移动互联网终端Pad为例



中国社会科学出版社



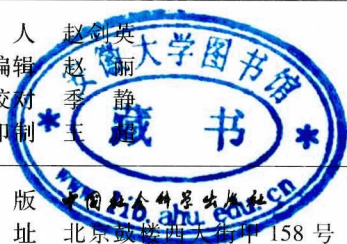
图书在版编目 (CIP) 数据

传统媒体与新媒体融合下的人性化媒介研究：以移动互联网终端 iPad 为例 / 景义新著. —北京：中国社会科学出版社，2015. 8
ISBN 978 - 7 - 5161 - 6408 - 2

I. ①传… II. ①景… III. ①传播媒介—发展—研究—中国
IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 147296 号

出版人 赵剑英
责任编辑 赵丽
责任校对 季静
责任印制 王



出版 中国社会科学出版社
社址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮编 100720
网址 <http://www.csspw.cn>
发行部 010 - 84083685
门市部 010 - 84029450
经销 新华书店及其他书店

印刷装订 三河市君旺印务有限公司
版次 2015 年 8 月第 1 版
印次 2015 年 8 月第 1 次印刷

开本 710 × 1000 1/16
印张 11.25
插页 2
字数 201 千字
定价 39.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书，如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话：010 - 84083683
版权所有 侵权必究

序 言

欣闻景义新将出版专著《传统媒体与新媒体融合下的人性化媒介研究——以移动互联网终端 iPad 为例》，并嘱我为此书作序。传统媒体与新媒体融合乃传媒业之大势所趋，同时亦上升为国家发展战略。党的十八届三中全会做出“推动媒体融合发展”的重大战略部署，中央全面深化改革领导小组第四次会议又审议通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，并指出“推动传统媒体和新兴媒体融合发展，要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，坚持先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合”。移动网络终端 iPad 正为此提供了良好的媒体融合平台。

在媒体融合的时代背景下，该书以移动互联网终端 iPad 为例，探讨传统媒体与新兴媒体融合的人性化媒介形态，既具学术研究的前瞻性，又深刻地反映了业界全媒体转型的现状，为我国媒体融合发展探索提供了新思维和经验鉴借。该书分别从人性化媒介属性、人性化诉求、人性化生产、人性化消费和人性化反思等方面对 iPad 展开研究，深入分析媒体融合的人性化媒介形态。

iPad 作为一种新兴媒介形态，介于电脑和手机之间，兼具移动网络终端和媒体融合平台之属性，集各种媒体优势于一身。根据美国学者保罗·莱文森的媒介进化理论，可以将 iPad 看作一种新型的“补救性媒介”和“人性化媒介”。

从媒介进化的“补救性媒介理论”来看，iPad 对传统印刷媒体和广电媒体移动性的不足进行了补救，同时也对电脑和手机等网络媒体终端的触屏效果不佳进行了补救。从媒介进化的“人性化趋势理论”来看，iPad 遵从媒介进化的人性化趋势，实现着超时空的无缝化媒介延伸，以“终

端统一”的新形态打开了媒介融合的崭新局面。从印刷媒体到广电媒体再到网络媒体，都在 iPad 上找到了新的起点。iPad 新媒体形态在内容构成和形式设计上与前媒体最大的不同在于，iPad 能运用全景式的媒介手段再现真实世界，不仅满足人的全面信息需求，而且充分体现了对人的主体价值之尊重。iPad 用户在媒体的使用和消费上采取不同以往的“应用”模式，充分尊重消费者主权，形成了一种独特的人性化消费模式。

该书在分析 iPad 作为人性化媒介的基础上进而提出：iPad 为传统媒体与新兴媒体融合搭建了一个人性化的媒介平台。在这个平台上，iPad 媒体有着独特的生产运营模式、注重应用开发创新、汇集筛选媒体信息、探索平台经营模式，这正充分体现了新兴媒体的发展规律。今后的媒体融合仍可沿着 iPad 的探索路径，坚持以先进技术为支撑、内容建设为根本，推动内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合。

该书特别注意到伴随新媒体出现的媒介异化问题。书中提出媒介技术文化变迁正迅速增进人们对媒介的依存性，使媒介成为左右人本身的异己力量，越是人性化的媒介就越容易导致人的异化。为消除媒体进程中的负面效应，该书进而尝试性地提出了消除 iPad 异化现象的若干策略，这对促进传统媒体与新兴媒体融合的良性发展，具有现实指导意义。

从理论贡献而言，该书运用媒介进化理论来研究 iPad，并综合运用传统媒体与新媒体融合的相关理论探讨 iPad 媒体，尤其是将媒介进化理论引入媒体融合发展领域，具有一定理论创新价值；同时，为媒体融合领域提供了一种新的研究视角，开阔了我们对新兴媒体的研究视野，有助于提升我国传统媒体与新媒体融合发展的认识。

就实践意义而言，该书聚焦 iPad 应用，深入分析媒体融合下的人性化媒介形态，不仅对传媒业界借助 iPad、智能手机等移动终端拓展媒体提供了经验，同时也对我国传统媒体与新媒体深度融合发展开启了新的渠道和平台。

当然，该书依然存在可供完善之处。比如：媒体融合理论与 iPad 个案分析的结合方面、关于人性化媒介的理论把握和论述方面、关于 iPad 调查数据的更新方面、关于 iPad 与最新媒体形态如微信的结合方面，等等。但总体而言，该书依然不失为一本可资传媒学界和业界借鉴的有益读本。

我的学生景义新自从跟随我攻读博士学位之后，学术研究进步很快，

在读期间发表多篇重要论文，其中有与我合作的，也有其独立完成的。博士生学业完成后，刚就职于河北经贸大学就申报获得了一项“国家社科基金青年项目”和一项“河北省高校人文社科优秀青年项目”，这表明其具有一定的理论基础和科研能力。从传统广播、电视研究到视听新媒体研究再到媒体融合的交叉研究，景义新的研究视野逐渐开阔，愿景义新在新闻传播教学与研究方面取得更多更好的成绩！

华中科技大学广播电视与新媒体研究院院长 石长顺 教授

2014 年 10 月

目 录

第一章 导论:传统媒体与新媒体融合下的 iPad 价值	(1)
第一节 iPad 的媒介影响与研究意义	(1)
第二节 iPad 与媒介进化及人性化的文献	(4)
第三节 iPad 研究的思路方法与创新点	(22)
第二章 人性化媒介:iPad 对旧媒体的补救	(25)
第一节 iPad 作为补救性媒介的理论基础	(25)
第二节 传统印刷媒体的不足与 iPad 补救	(28)
第三节 传统电子媒体的不足与 iPad 补救	(31)
第四节 网络媒体终端的不足与 iPad 补救	(34)
第三章 人性化诉求:iPad 的媒介化延伸	(40)
第一节 iPad 的媒介人性化	(40)
第二节 iPad 的再现自然化	(45)
第三节 iPad 的使用人本化	(49)
第四章 人性化生产:iPad 媒体的独特形态	(54)
第一节 iPad 的媒体化发展	(54)
第二节 iPad 媒体的人性化形态	(65)
第三节 iPad 媒体的生产运营	(92)
第五章 人性化消费:iPad 媒体的“应用”模式	(109)
第一节 消费者主权与 iPad“应用”消费	(109)
第二节 iPad 人性化的工具使用	(118)

第三节 iPad 人性化的媒体传播	(137)
第六章 人性化反思:iPad 与人的异化	(145)
第一节 媒介技术文化的变迁	(145)
第二节 媒介依存论与人的异化	(149)
第三节 iPad 依存与人的异化	(152)
第七章 结论:iPad 作为人性化媒介的新起点	(157)
第一节 iPad 热潮与平板媒介之进化	(157)
第二节 iPad 媒体运营实践之反思	(158)
第三节 iPad 媒体未来发展之判断	(159)
第四节 iPad 与媒体融合之未来	(160)
参考文献	(162)
后记	(169)

第一章

导论：传统媒体与新媒体 融合下的 iPad 价值

第一节 iPad 的媒介影响与研究意义

一 iPad 的媒介影响

随着传媒科技的飞速发展，各种新兴媒介层出不穷，媒体融合日趋发展，不断改变着人类的传播媒介格局，每一次媒介革新带来的改变都拓展了人类传播的时空，增进了人类传播的自由，整体性地促进了人类社会的进步。

iPad 作为传媒科技的最新结晶于 2010 年初诞生以来，已引起了世界范围的 iPad 热潮。美国网络发行商协会发布最新研究报告显示：2011 年苹果 iPad 在美国消费者中的渗透率为 72%。咨询研究公司 IHS iSuppli 公布最新数据显示，2011 年 iPad 占据 62% 的全球 iPad 市场。苹果现任首席执行官蒂姆·库克表示：截至 2012 年 10 月 24 日，iPad 的累计销售总量突破 1 亿台，这就意味着有如此之多的潜在受众消费群体。而随着 iPad 产品的不断推陈出新，从 iPad 1 到 iPad 2 再到 The new iPad，乃至最新上市的 iPad mini 和 iPad 4，使其在 iPad 市场中的竞争力日渐加强，这将进一步扩大 iPad 在受众消费群体中的影响力。

iPad 结合了手机和笔记本电脑的设计，更轻巧、更便捷，能提供浏览互联网、收发电子邮件、观看电子书、播放音频及视频等功能，因此，为报纸、电视等传统媒体利用 iPad 提供了新的融合平台。^①事实证明，iPad 对传统媒体有着极强的吸引力。在国外，诸多传统媒体纷纷介入

^① 石长顺、景义新：《中国报业的 iPad 生存》，《现代传播》（中国传媒大学学报）2012 年第 5 期。

iPad, 发布 iPad 媒体应用客户端, 尤其是默多克的新闻集团投资 3000 多万美元, 并抽调 100 多名报界精英全力打造专属 iPad 的报纸《日报》(The Daily)。在国内, 截至 2013 年 2 月 20 日, 三年多一点儿的时间里, 仅中国大陆就有 170 个报纸发布了 iPad 应用客户端, 杂志类应用数量更是庞大, 在苹果应用商店共可以检索到 1000 余个中文杂志类应用, 广播电视台也有北京广播电台、中国广播网、中国网络电视台、中央电视台、新华电视等数家登陆 iPad。传统媒体与 iPad 的融合为人们提供了更为人性化的信息获取方式与独特体验, 前所未有地改变着当下的媒介生态。

美国麻省理工学院媒体实验室的创始人尼葛洛庞帝将 iPad 等 iPad 视为“新的图书、新的报纸、新的杂志和新的电视屏幕”, 尤其对纸媒形态而言, 新闻集团总裁默多克认为将来可能越来越多地由传统纸媒向 iPad 等 iPad 过渡。^① 密苏里大学雷诺兹新闻研究所的调查显示: 在美国 iPad 用户中, 使用 iPad 阅读新闻的比例最高, 有 75% 的人每天花 30 分钟用 iPad 阅读新闻, 而周一至周五通过报纸阅读新闻的只有 21%, 用电视的为 53.8%, 用电脑的为 55.1%。^② 美国 Harris Interactive 公布的民意调查结果显示: 15% 的美国人使用 iPad 或 Kindle 电子阅读器来阅读报刊书籍。2010 年美国 Reynolds Journalism Institute (RJI) 调查显示: 与纸质媒体和智能手机比: 近四分之三的受访者 (73%) 认为, 在 iPad 上的阅读体验超过纸质报纸的阅读体验。2011 年 RJI 调查表明: 84% 的受访者认为最受欢迎的 iPad 用途是“追踪突发新闻和时事新闻”, 其次受欢迎的是“在闲暇时间阅读图书、报纸和杂志” (82%)。另据美国科技博客 Business insider 和调查公司 NPD 统计, 大约 75% 的 iPad 用户愿意用 iPad 代替纸质书阅读。不少美国上班族将 iPad 视为贴身电子工具, iPad 能在车站、机场、公园、广场、医院候诊室甚至长途列车上, 实现任何时候任何地点地满足阅读需求。对于拥有孩子的家庭而言, iPad 则一定意义上成为家庭保姆, 孩子们对通过 iPad 进行的阅读、图片欣赏、视频观看、游戏等非常感兴趣, 因此 iPad 可以为父母减轻照看孩子的繁重任务。美国 Forrester 的调查数据显示, 美国的 iPad 用户将 iPad 用于工作和生活的比例为 26%, 在家中最常使用 iPad, 客厅是使用最频繁的場所, 接着就

① 毛磊:《iPad 或令传统报业找到新机会》,《中国传媒科技》2011 年第 10 期。

② 王松苗、路倩雯:《iPad 冲击下的报业生存》,《新闻战线》2011 年第 8 期。

是卧室。^① 市场研究机构 Forrester 的分析师罗特曼表示,“人们用 iPad 阅读《华尔街邮报》或躺床上看电视,在部分场合,iPad 已取代了笔记本电脑、电视和纸质媒体”。与国外相比,国内专门针对 iPad 的使用调查还不多见,中国互联网消费调研中心的《2011 年中国苹果 iPad/iPad 2 用户调查研究报告》显示:51.1% 的用户认为,iPad 阅读体验好于纸质媒体,55.4% 的用户认为 iPad 阅读体验好于电子书,近八成用户认为 iPad 阅读体验优于智能手机,52.5% 的用户购买 iPad 的主要用途是“读电子书/报纸”。

此外,中国国务院新闻办公室于 2012 年 4 月 6 日正式亮相 iPad,推出“国新办”应用程序供 iPad 用户免费下载,主要内容包括“新闻发布会”、“政府白皮书”、“国家形象片”等,相关内容还在不断更新和丰富。“国新办”应用程序的主要目的是扩大国务院新闻办新闻发布会、政府白皮书的覆盖面和影响力,更好地向世界介绍中国,提升中国国际形象。

通过以上观察,本书认为 iPad 的影响力是不容忽视的。同时,通过文献检索,发现对 iPad 在媒体应用方面的研究很不充分,大多停留在现象描述层面,没有对其展开全面而系统的研究,尤其是理论性的学理研究极为匮乏。因此,本书将加强对 iPad 的理论和业务全方位、多层面的研究。

二 iPad 的研究意义

(一) 理论意义

本书运用媒介进化理论来研究 iPad,而 iPad 媒体传播将媒介进化理论引入新媒体发展领域,具有一定的理论价值。

第一,本书运用“补救性媒介”(remedial media)理论来分析 iPad 属性,让我们清晰地看到 iPad 作为一种最新的补救性媒介,既对传统媒体存在的缺陷和不足进行了补救,也对新媒体领域电脑和手机传播的缺陷和不足进行了补救,即 iPad 将电脑和手机二者的特性完美结合。在媒介演进历程中,只有不断出现新媒体对旧媒体缺陷和不足的补救,媒体才能不断进化,从而更好地满足人们的需求。

^① [美] 罗杰·菲德勒:《美四大机构五项调查:谁在使用 iPad》,《新闻实践》2011 年第 9 期。

第二,本书对 iPad 人性化展开了较为完整的理论研究。此前,大多数研究只是简单提及 iPad 是人性化的媒介,却基本上没有对 iPad 人性化进行论证,更没有对 iPad 人性化进行完整和系统的分析。本书从 iPad 的人性化诉求、人性化生产以及人性化消费等方面,详尽地分析了 iPad 人性化,从而完整地展现了人性化的 iPad 媒介形态。

第三,本书通过媒介进化理论分析 iPad,不仅能提高我们对 iPad 媒体传播的什么理论认识,同时还将媒介进化理论引介到新兴媒体研究领域,开阔了我们研究新兴媒体的理论视野,能够使我们更为清晰和理性地面对新兴媒体,将在一定程度上避免对新兴媒体的片面认识和描述层面的浅显研究。

(二) 实践意义

本书是对 iPad 展开的系统性研究,在实践层面有着重要意义,对业界的 iPad 媒体实践和受众的 iPad 理性使用均有启发意义。

第一,本书对 iPad 媒体的生产进行了详细解析,使我们更清楚地认识到目前 iPad 媒体实践中的经验和教训,尤其是本书对国外代表性的 iPad 媒体生产运营实践的引介和分析,使得国内业界可以从中学习国外先进的实践经验,有利于改进中国 iPad 媒体的业务水平。

第二,本书除解析目前国内外 iPad 媒体的业务实践外,还对 iPad 媒体的未来趋向做了前瞻性分析,这将有利于传媒业界针对 iPad 媒体未来发展趋势做出正确决策,启发业界遵从 iPad 媒体的发展规律,促进传统媒体更好地开发 iPad 媒体应用产品。

第三,本书可以增进受众对 iPad 的理性认识并更有效地使用 iPad 媒体。通过详细分析 iPad 的消费状况,使得 iPad 受众能够更理性地面对 iPad 消费,全景式地认识 iPad 媒体应用情况,促进受众更有效地选择和使 iPad 媒体,全方位地满足信息需求。

第二节 iPad 与媒介进化及人性化的文献

一 关于媒介进化论的研究文献

美国学者保罗·莱文森(Paul Levinson)的媒介进化理论奠定了他在媒介理论研究中的地位。媒介进化理论主要包括:媒介进化的“人性化趋势理论”、“补救性媒介理论”、“媒介演化的三阶段理论”等。

(一) 媒介进化的人性化趋势理论

保罗·莱文森在1979年的博士学位论文《人类历程回顾:媒介进化理论》中首次提出了媒介进化的人性化趋势理论,他在考察媒介进化历程的基础上借用自然进化论提出了这个创新性的观点,将人比作自然环境,人对媒介进行理性选择,只有适合人性的和满足人类需求的媒介才能够生存。

用达尔文主义的观点来看,媒介之间互相竞争,纷纷争夺人们的注意力,通过争夺我们的时间让我们去惠顾或购买它们的信息。我们决定是出去看电影还是待在家里看电视、是看书还是看录像、是打电话还是发电子邮件,每一次做出的决定,其实都是在为媒介的兴衰做出一点儿小小的贡献。我们人类可以说是媒介种群生存的环境。因此,媒介的进化并非自然选择,而是我们人类的选择——也可以说是人类的自然选择。^①在此,媒介也遵循了“适者生存”的规律,唯有适合人类需求的媒介,才能生存和发展。

在保罗·莱文森看来,人类选择媒介的标准是很高的,既要媒介延伸人类交流的范围和能力,又要不扰乱人类天然存在的内在生理特性。因而,媒介的走向是产生更加符合人性需求的形式,存活下来的媒介是能够适应人类某种内在生理特性需要的,这种走向就是媒介演化的“人性化趋势”。^②

保罗·莱文森认为“媒介演化有一个涵盖一切的模式或者规律,那就是媒介演化的方向和前技术时代的人类传播方式越来越协调一致,与此同时媒介还要维持着超越时空的延伸。人类通过明确地、有意识地运用理性,基本上掌握着这个媒介演化进程,媒介不会压倒我们人类选择的能力。也许媒介有时候会使我们麻木或者着迷,但是这种状态总是短暂的”。^③

保罗·莱文森在考察前技术时代的人类传播模式中,提出了媒介进化的“小生境”(ecological niche)原理,并将其视为媒介进化的普遍原理。该原理认为任何媒介的存活系数都与前技术时代传播环境的接近程度直接相关。媒介的进化趋势,其实是可以越来越好地复制真实世界,甚至一些媒介和传播环境达到了一定的和谐一致。和传播环境比较协调的媒介往往

^① [美] 保罗·莱文森:《手机:挡不住的呼唤》,何道宽译,中国人民大学出版社2004年版,第12页。

^② 同上书,第147页。

^③ [美] 保罗·莱文森:《数字麦克卢汉:信息化新纪元指南》,何道宽译,社会科学文献出版社2001年版,第262页。

就能够存活下来,而不必发生大的变化。相反,那些和传播环境不太协调的媒介,就不得不在进化过程中产生急剧变化。这非常类似于生物进化的规律:一些有机体比如海星,亿万年维持不变而存活下来,其他一些有机体要么已经灭绝,要么变得面目全非。存活下来的生物能够找到自己的小生境,而其他生物则要继续寻找自己的小生境。纵观媒介进化的历程,媒介回应的环境是一种前技术环境,在这个环境里形成的再现真实世界的方式是人们所喜欢或希望达成的。一般而言,当一种媒介对前技术环境做出了一定回应,或者与前技术世界某些基本元素接近时,这个媒介就是找到了它的小生境,只有这样,这个媒介才能继续存活下去。根据保罗·莱文森的分析,广播之所以没有被电视取代,是因为广播符合一种前技术世界“只听不看”的传播模式;电影默片被有声片取代,是因为“只看不听”在人类前技术传播情境中并不存在;黑白摄影被彩色摄影取代,是因为黑白颜色不符合前技术传播的真实特征;静态摄影能够在动态摄影的环境里存活下来,是因为静态符合前技术世界传播方式的某个特征,静态是一种普遍的感知,缺乏色彩却不是普遍现象。

所谓前技术,其构造成分里有几个可靠的“类别”: (1) 前技术的内容,比如颜色、第三维、声音和颜色等,它们是我们用摄影术再现的。(2) 前技术的程序,比如同步性、互动性、及时性,它们是我们用电子媒介再现的。(3) 最模糊的构造成分是想象力,它不是我们用技术进行文学再现或复制的源泉,而是给技术的延伸机制本身提供刺激。保罗·莱文森认为“前技术”传播必须满足两个条件: (1) 所考察的传播模式,能否独立于复制它的技术而存在,或者说是否可以在技术或缺的情况下存在。(2) 从历史观点来看问题,该传播模式是否在复制它的技术开发出来之前就已经存在。比如,人对颜色的感知能力被认为是前技术,这是因为人类能够在摄影术和电视出现之前就看到颜色,这是显而易见的。同理,在没有电话的情况下,我们也可以互动交流,我们在电话出现之前的互动交流能力也是不容否认的。这些事实强有力地证明了媒介的进化和有机体的进化一样,“如果一种媒介符合前技术传播的某一方面或某一个模式,那么这种媒介就一定会存活下来,无论接踵而至的媒介是什么”。^①

^① [美] 保罗·莱文森:《数字麦克卢汉:信息化新纪元指南》,何道宽译,社会科学文献出版社2001年版,第73页。

广播、静态摄影存活下来,变化不大,因为它们复制了前技术世界的一个相当狭窄的范围或因素。但与此同时,也有一部分媒介尝试复制前技术环境里比较宽广的范围,比如电影电视就协调了广阔的视像和声像,这样的媒介也维持下来了,但它们经过了显著的形态变化。于是我们看到,电视形象的尺寸增加了10多倍,动态摄影发展到全息术的第三维度。这说明,一种媒介尝试复制的真实世界范围越宽,它就越是不复制,以便存活下来而不至变化太大。用电视捕捉住运动、声音和近似性之后,人们的胃口被吊的越高,他们就越想要一种无所不包的媒介,一种涵盖前技术一切方面的媒介。如此激发的欲望给延续不断的电视革命提供了燃料。与此同时,虽然静照和广播在复制前技术世界时表现得无声无息,可是它们在媒介星空的杳杳里却能够找到安身立命之地。所以除了媒介存活的一般原理之外,我们还要加上一个重要的系数:“对媒介的生存而言,复制前技术环境的精确度比复制前技术环境的范围更为重要。”^①

保罗·莱文森还提出了媒介进化的“净利”原理。“20世纪50年代,三维电影诞生不久就夭折了。三维电影提供真实世界的第三维度,复制真实世界的程度很高,但是看三维电影时,观众不得不戴上特制的、外观丑陋的眼镜,而且观众的脑袋还必须相对固定不动,而真实世界里不需要这些条件,看二维的媒介也不需要这些条件。三维电影失败的案例表明,媒介能够存活下来,不仅要和前技术传播环境接近,而且得到相似性的同时也不能牺牲某些方面。在第三维的技术再现里,‘净利’原理和小生境的相关性说明,全息术和三维电影不同,它提供肉眼从各个方向上看到的第三维,可能比三维电影更富有活力。”^②

“媒介进化的人性化趋势,使得媒介再现真实世界的能力不断增强,同时也在维持或增加媒介的时空延伸。以前的旧媒介,尽管可能它们复制真实世界的水平比较差,但是只要它能提供新媒介丧失的时空延伸就可存活。它说明,进化的人性化趋势,不是回到前技术传播环境,而是实现技术世界的延伸,这种延伸完全超越了前技术传播的生物本能之局限。”^③

“多种媒介还可以通过协同合作达到传播的小生境,从而接近前技术

① [美] 保罗·莱文森:《莱文森精粹》,何道宽编译,中国人民大学出版社2007年版,第36页。

② 同上。

③ 同上书,第37页。

传播环境的某种要素。电话和广播的存活就是一个例证，两者各自单独作业时都不完美，但它们可以通过合作相互补足，广播弥补了电话发射范围的不足，电话弥补了广播互动上的不足。还有像电报和照片，则是在空间和时间上合作达到平衡，留声机和照片协同，实现耳朵和眼睛的平衡，电话和照片协同，构成空间和时间上的互补。此外，还有比较新的例子，如广播和唱片、录音带在时空上的互动、电视和录像机、录像带的互动。这些例子中相互协作的媒介与某种人类传播模式接近的程度超过了各自单独能够达到的程度。这些合成的媒介复制真实世界的能力日益增加，最后成为统一、多面的系统。”^① 比如电视就是电影内容和广播发送功能的完美集合。

“在媒介演进历程中，抽象机制经久不衰。言语虽然抽象，却被视为前技术的传播模式，首先被印刷技术的拼音文字延伸和扭曲，而后被先进的电话、广播等技术再现并进一步延伸。此外，把言语纳入前技术范畴既诉诸了人的常识，又能够解释它这种抽象的、非复制性的传播手段何以能够成功。在这个日益逼真地复制前技术环境的媒介占支配地位的世界，言语这种抽象的媒介依然活得很好。言语是人的产物，因而具有‘人性’，即非技术性，文字是工具生产的，一般是用手指操作工具写出的，因而是技术。”^②

保罗·莱文森认为，我们在人性化趋势理论的框架里解释抽象媒介存活下来的原因，有一个最大的教益：“迄今用来衡量媒介进化和存活的标准即前技术环境的标准，就像基因一样是标准的、难以变异的。于是我们看到了两个结果：百年之久的黑白照并没有改变前技术里的颜色标准；相反，具体的客观现实组成的前技术世界在过去的一万年里却由于抽象语言的作用而大大改变。我们观察到的第一点是我们拒绝接受媒介决定论的原因，第二点观察是这样的事实：在漫长的历史时期里，即使人性里最持久不变的因素也会随着环境变化的调子跳舞。”^③

（二）媒介进化的“补救性媒介”理论

根据保罗·莱文森对媒介进化的认识，人类发明媒介是为了拓展传播

① [美] 保罗·莱文森：《莱文森精粹》，何道宽编译，中国人民大学出版社2007年版，第38页。

② 同上书，第41页。

③ 同上书，第47页。

的时空,从而超越人类自身的生物局限,文字使得语词延伸了千万年,电报使得语词延伸了千万里;同时媒介的进化使得人类能够重新获得在初始延伸中失去的那部分自然,照片重新捕捉了文字中失去的“形象”,电话、唱机和收音机重新捕捉了文字中失去的“声音”。由此可见,媒介进化实际上就是新媒介对旧媒介的补救过程。而对于因特网而言,它是对报刊、图书、广播和电话等媒介的改进,可以说是“补救性媒介的补救性媒介”。“21世纪以来,诸多媒介集中起来或互相结合,以共同解决以往媒介面临的各种问题,这当然不是偶然的,数字媒介使传播速度加快而且更加省时省力,在这一点上,一切媒介都成为立竿见影的补偿媒介。”^①

保罗·莱文森认为,“媒介的历史尤其是‘补救性媒介’证明:人类是有控制能力的。发明窗户是对原来黑咕隆咚不透光的墙壁的一种改善。然而窗户又使窥视者能够看到室内情形,于是人类又发明了窗帘。以此类比,人类在发明了电脑的运行软件‘视窗’后,发现视窗存在问题,于是发明了和窗帘一样的东西。还有许多实例皆已说明,人类对媒介出现的问题作出回应并改进媒介是富有理性的。人们希望不在家里的时候也能接到电话,于是发明了补救这个缺憾的电话录音机。我们为了摆脱电视日程的牢牢支配,于是发明了录像机将我们从电视铁腕的统治下解放出来”。^②

保罗·莱文森强调了在媒介进化的方向上人类理性的控制力量,“正是由于媒介的进化有了人的理性指导,才摆脱了生物进化的那种盲目性,而变得有计划性和目的性,媒介越来越人性化、自然化”。^③

保罗·莱文森认为:“未来的媒介形态将能够折叠起来放进口袋,而打开之后却根本看不出曾经折叠的痕迹,并且处理速度会更快。这个补救将会继续下去,因为没有什么媒介是完美的,更重要的是,媒介使人类回归本性。媒介批判主义者认为媒介使人们的生活变得虚假,使人类迷失人性,人变成机器人。其实从媒介进化中,我们看到的是我们在支配媒介,而不是媒介在支配我们。”^④

人类的理性能够控制媒介的进化方向,媒介总是不断地得到完善以更

① [美] 保罗·莱文森:《数字麦克卢汉:信息化新纪元指南》,何道宽译,社会科学文献出版社2001年版,第254页。

② 同上。

③ 贡少辉:《进化认识论对保罗莱文森媒介理论的影响》,《东南传播》2010年第7期。

④ 付晓光、田维钢:《媒介融合的前世、今生和未来》,《现代视听》2011年第12期。