

郭媛媛 著

融合·颠覆·重置

——媒介产业动态及个案研究

媒介

媒体社会

社会信息

媒介

符号系统

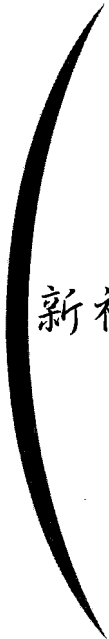
新视界

中国文联出版社

郭媛媛 著

融合·颠覆·重置

——媒介产业动态及个案研究



新视界

中国文联出版社

图书在版编目(CIP)数据

融合·颠覆·重置：媒介产业动态与个案研究/郭媛媛
著. —北京：中国戏剧出版社，2008.12
（新视界）
ISBN 978-7-104-02836-9

I. 融… II. 郭… III. 传播媒介—产业经济学 IV.
G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字（2008）第196674号

新视界

融合·颠覆·重置

——媒介产业动态及个案研究

策 划：戈 人

责任编辑：李鸣春

美术编辑：戈 人

责任出版：冯志强

出版发行：中国戏剧出版社

社 址：北京市海淀区紫竹院路116号嘉豪国际中心A座10层

邮政编码：100097

电 话：010-58930221 58930237 58930238
58930239 58930240 58930241(发行部)

传 真：010-58930242

经 销：全国新华书店

印 刷：北京未来科学技术研究有限责任公司印刷厂

开 本：880mm X 1230mm 1/32

印 张：120

字 数：1800千

版 次：2009年1月 北京第1版第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-104-02836-9

定 价：280.00元

版权所有 违者必究

前言	3
总论篇	7
一、媒介与人	9
1、顺应需要而生	10
2、满足需要而在	12
3、体现自由而行	14
二、媒介与技术	19
1、技术决定变迁	21
2、技术决定形态	26
3、技术决定融合	31
三、媒介与产业	34
1、在依存中共构	36
2、以内容为核心	39
3、在挑战中面对	46
分论篇（动态与个案评析）	50
一、传统戏曲：小众站位、大众推广	52
二、话剧产业：三重互动中的多层次共在	71
三、杂志产业：定位于时尚生活	89

四、娱乐产业：偶像在人性化中生产	103
五、电视产业：基于家居生活的媒介定位	120
六、活动、网游中植入式广告：在真实和虚拟中重置	134
七、电影衍生品：媒介再造真实生活	165
八、搜索引擎与威客：网络时代的精英作为	173
九、手机：消弭“走路与说话”的距离	198
十、二维码：将世界符号化	213
结论篇	225
一、媒介走向：信息构建的声像化	227
1、回归自然真实	228
2、走向虚拟真实	230
3、表现生活真实	232
二、传播走向：互动性传受	237
1、延展与找回	238
2、模真和营造	240
3、自足及在场	243
三、媒介风景：虚拟中的现实再造	245
1、真实社会的映现	247
2、想象世界的像现	251
3、虚拟社会的拟现	255
主要参考书目	261
后记	263

前 言

自从在这个由自己命名为“地球”的蓝色星球上存在，逐渐确立了霸主地位和认识了自我存在主体地位的人类，一边随走随行地用占据时间和空间的霸气，画出、连出并结构出一种叫做“文化”的东西：类似张艺谋在 2008 年北京奥运会开幕式让演员在每一动作中，都在硕大的特制宣纸上随影附形出的墨色，留下的有形的画是记录，现场的光影和音乐是记录，演员的动作亦是记录。文化，是人在此地的表示，也是由人这个地球上的高智慧生物，在线的历史、面的地球范围内，无意或有意刻下的印记。因为充塞了地球时空，甚至是呼吸间的人为印记太过泛滥、无羁，以至于到了 21 世纪的时候，人类悲哀地发现了自己的“功绩”已然引发了全球范围内的能源危机、生态危机。虽然一边是以人类经济行为更广范围中的一体化表现为表现的人文的进步，但人类的生存空间、机会、面貌已经有了太多的改变。但无论如何，文化作为

人类定义、创建、形构、丰富的一个名词，仍然据实地在着，也不断地增长、生长着，还愈益地层次丰厚、蕴籍深沉着。

其中，我们不能不看到，有一种叫媒介的东西，是将人类散沙似的个体，通过表达与交流的行为，凝集为庞大、坚固的群体性生存的重要工具。而这种人类用以维系彼此联系和交往的重要“物件”，亦在人类的发展中，越来越壮大。终于有一天，媒介除了在真实社会中构筑自己独到的风景外，它还延伸向人类那看不到、摸不到的原本用想象完成的精神世界：一个虚拟的世界，通过媒介的承担，实现在人类的日常空间。

现存的人类已经无法脱离媒介而活了。借助由于人类无止境的欲望而得到不断推动的技术长进，媒介在人类的文化中，成就起一种令自己都有些手足无措的存在。它把人类的世界，扩张、幻化到某种极致。人类的文化由此而出现很多基因突变。在媒介文化这一块，新变基因的不断降生，人类第一次少了些自信。面对一直由自己创造和把控的文化，当前所实现的很多文化过渡，已经无法做到水到渠成和自然而然了。

毋庸置疑，这是人类的新纪元，未及梳理甚至无从把控的现象与事态，在不断突兀地显现。新发、新变，成为了当下人类媒介文化变迁的一种常态。网络媒介完成了对众多前媒介功能的组合、整合，新的媒介则基于网络再延伸出来。

人得面对现实。既来之，就必须以接受的态度适应，然后再仔细端详自己可选择的方向。现在文化发展的状况是不再让我们从容适应诸多张皇失措后逐步安之若素。太多的不了解、不把握和随之而来的不安全感的增多，使我们必须做到：当媒介文化不能以我之逻辑、规律而顺我而变的时候，主动探索、接近，才是应对的良方。

始终要自信，无论媒介如何快速精进，地球文化创之于人的基本永远无法更变。因此，回到本原，回到文化的创造从来都基于人的需要和为人的需要的基本点，就是我们理解、把握媒介发展及进步的出发点。而媒介既然在人类生活中出现并日益重要，就将与人类的社会文化互动，直至影响到人类心性的变动。西方媒介环境学关注和研究的中心，也正在媒介与社会、人类心理的相互构造上。媒介文化中体现着人类社会的现在，而且在当今有些理论家阐述的“技术垄断文化阶段”，它还显现出某些让我们为之打怵的迹象。梳理它、揭示它，是从事媒介文化研究的学人的责任。

回到本原，看媒介与人、媒介与技术、媒介与产业经济的发展；看到当下，现象中的变动与更迭、毁灭与创新；透视将来，窥测媒介渐进对人类心性及其社会组成结构产生的影响等，描绘即将的可能和即将的到来。这就是本书的结构和组成。媒介既是文化的部分，也是社会的部分。尤其媒介产业成为当今人类社会中重要的经济发生，不是“所有的历史都是当代史”，而是“现在的媒介都是过去时”的时候，我们的用力就是一种积极、一种努力。

总论篇

当我们回溯人类发展的历史，基于人类进化史的描摹，基于对人类作为群居性动物事实的了解，我们理所当然地可以推断，其实远在人类刀耕火种的多少万年前，即使处于远古时期向人类进化的古人猿阶段，人类尚不智能的祖先在面对险恶的生存环境，为了与其他强悍的动物种群争抢食物、获取生存，也已结成数目不定的群体，游弋在不同阶段、不同地域的地球上。这种群体性的生物生存状态，导致了个体表达与交流的必然产生。仅从群体内部来说，因为与他人共在于一个环境，并时常要为共同或不同的利益做事、行为，沟通成为必然的需要。个体在生理、心理层面要表明自己的需要；因为独立个体的各自表明，又使得相互之间必然产生交流，沟通，也即“表达与交流，是人类社会化生存与发展的前提”^①。所谓人际传播的概念，其实就是人类群体

^① 贾秀清：《纪录与诠释：电视艺术美学本质》，北京广播学院出版社2004年，第6页。

性存在时，将个体联系为群体时的必要状态和条件。没有最初人类的人际传播，人类由层次、大小不同的群体结构成的社会，就不可能生成。而在顺应自然，并逐渐能改造自然、征服自然的行进中，人类表达与交流的深度、广度也一直在演进，并发生着面貌与情形的改变。如果从人类于表达和交流基础上建立的人类发展史事实去剖析，我们一定程度上可以看到，人类的历史，其实还可以从人类所借助的传播工具的进化去描摹和考察。从传播学的角度看，媒介，作为联系传播主体与接受主体的中介、联结物，“是对讯息进行储存和传输性的工具性的载体和通道”^①。尤其在信息社会来临的时候，我们面临到的一个事实是：媒介在不断突破更多的时空限制的过程中，早已扩展了其功用和使用范围，使人类的表达和交流形成新的形式和状况。尤其当网络社会显现出巨大的容涵能力，兼容了前媒介的诸多功能、特点，成为人类媒介发展史一个重要里程碑的时候——前媒介在网络媒介中融合，后媒介在网络媒介上生成，人类表达与交流在经历口头传播时代、印刷传播时代以后，于电子化时代有了更大的作用，以至于更新了人类的生存面貌以及社会的结构形态。我们无法回避，人类从所未有地运用着媒介，同时也被媒介所左右。基于人类社会化生存所必须的表达和交流的行为的存在，在媒介功用及影响范围、程度的变迁面前，一个用传播学解释的世界，成为当下人类社会的重要环境及基础。这是20世纪中期以后传播学开始成为显学的原因。在此同时，媒介变迁史对人类社会影响越发加大、加强的事实，亦成为西方以麦克卢汉为代表的媒介环境学发生、形成的社会、学科基础。

^① 张宇丹、孙信茹：《应用电视学理论与技能》，云南大学出版社2003年版，第4页。

所谓媒介环境学,在学派重要的代表人物美国学者尼尔·波斯曼那里,被阐述为:“媒介环境学研究人的交往、人交往的讯息及讯息系统。具体地说,媒介环境学研究传播媒介如何影响人的感知、认识和价值,研究我们和媒介的互动如何促进或阻碍我们生存的机会。其中包含的‘环境’一词指的是环境研究——研究环境的结构、内容以及环境对人的影响。”而之所以将环境置放在影响人类社会及心性的高度的原因在于:“环境是一个复杂的讯息系统,环境调节我们的感觉和行为。环境给我们耳闻目睹的东西提供结构,所以环境就构成了我们耳闻目睹的事物的结构。”^①从这样的阐述中,我们了解了媒介环境学的理论基点与研究范围、研究取向。我们能够认识到,从媒介作为当今人类重要的环境部分出发,去探讨人的生存景况、人类社会的发展,媒介环境学的认识角度与理论立足点是有其合理性的。如同人类长期的进化,是在不断面对自然与社会两重环境影响一样,当媒介已然结构为人类无法忽视的社会环境中比重愈益加大的因素与部分,它必然作用于人类及其社会。由于媒介环境对于当下人类社会重要的影响力,我们考察在表达和交流中建立的人类传播行为的时候,置身于当代媒介技术的飞速发展,电子媒介的不断新生及功用变化的情境,我们再一次回到人类生命存在的本原,对有些概念或维度进行廓清与思考,将能帮助人们更好地理解当下媒介、人类传播及媒介产业发展的诸多现象,并回答由此产生的相关问题。

一、媒介与人

如上所述,由于人类社会化生存的本质需要,人类的传播行为得以发生、存在。随着在自然、社会双重环境中作用、作为

^① 参见[美]尼尔·波斯曼著,何道宽译:《技术垄断:文化向技术投降》,北京大学出版社2007年版,第2页。

的范围与程度的扩大、加深，人类又必须借助一定的工具，才能实现传播的广度和深度的无限加强。而一牟媒介出现、运用，甚至到现在的依赖——比如习惯使用手机媒体的现在的我们，当手机不在身边时，会不再习惯那样，这些，其实都是人在与媒介长期共在的过程中，产生的现象。如果从人学的角度对媒介进行深入的学理探究，我们会发现有这样几个层次值得注意。

1. 顺应需要而生

无论在现实层面上出现了什么样的人对媒介的依赖现象，我们不能忽视媒介出现、存在的基本出发点是：因为人类需要，才有对媒介的需要和媒介的存在位置。没有人类，我们不会谈到所谓的媒介，没有人类的表述，也不会有媒介的定义和探究的必要。媒介既是属人的名词，对媒介的理解就一定是从人的认识角度产生，而根底上，媒介也是应人的一定需要而出现、发展。

在中外诸多伟大哲学家的论著中，对人类发展史中人的形成、人的特征、人的本质等，有过极深刻的阐述。人从起初的顺应自然，再到征服自然、改造自然，到如今已然出现再造自然的现象——现如今城市的人文景观结构了新的人类环境，包括我们所要重点论述的媒介结构为当今人类生存的又一风景等，这些都是人在形成社会、形成人类文明的进程中，在地球这个自然星球上，以人类作为这个星球唯一的高等智性动物的主动作为，所逐渐完成并行之作为固态显现的实在。人类在面对并置身自然环境的长期历史中，于人性化自然的同时，还越来越人化了自己：在自然中无时无地地烙下自己的印记，并将为人的要求等人类所谓文明、进化的印记，在发展的状态下，一一刻在其个体成员的生物体征，尤其是心理体征上。

人化了的自然与人化了的的人，进一步的，还有人化了的的人的

创造物等，是人类的作为既在，反过身来，它们又结构成为人类生存的多重、多元、多层次的背景与环境。人类的存在和与之相关的一切，被描述，亦被固化，体现、表达在一个叫做文化的定义中。所谓文化，这个不断被提及，也不断被丰富、拓展的名词，即使理论家们基于各自的学科背景、认识角度和思考目的等的不同，做出过各式各样的解释，但它始终是人类对人化自然、人化人、人化人的创造物等的统称。而媒介就在其中，它只是文化中的一种，是一种人化了的人的创造物，在人们的需要中产生、发展和变迁。就在媒介出现的同时，自然而然地也连带着媒介文化的诞生，并逐渐形成自己自足的领域和存在，在人类社会中不断扩展其影响的疆域。

正因为文化是人化自然、人化人类、人化人的创造物的产物，于是它的出现既是一种客观现实存在，还是人类满足自身需要的综合体现：文化中的一切存在，都在一定的层面和意义上，满足着人类的某种需要。媒介应人类社会化生存的需要，从无到有，而逐渐走入并融入人类文化现实的天宇。

根据我们所熟知的社会学家马斯洛的动机理论，人的需要被划分成为从低到高，层次不同的生理需要、安全需要、社会需要、尊重需要和自我实现需要。媒介是人社会化存在的工具并进而得到更新与创造的。它的出现与延续，是因为人类生存的需要。在其与人类社会文明进步伴生的过程中，媒介在人类事务中的作用越来越加强，其满足人类需要的层次走向，也不断向更高层次的人类需要去攀升。与此同时，媒介文化在人类社会生活中所扮演的角色也越来越丰富，并正在显示其出对人、人类、社会、文化越来越重要的影响。而从其完成的社会功用上看，媒介是应满足人类表达与交流的需要而出现，它在除生理需要以外的其他各个层面的人类需要上，

都有着自己重要的担当,并趋向于担当比重加大的方向。

2、满足需要而在

既是满足人类社会性的沟通需要而出现,媒介的出现并发挥其作用,也是有着渐进的过程与阶段的。它随着人类生存疆域的拓展与扩大,从开始时基于生存的需要,人类个体进行小群落生活,到人类在地球生物界占据统领地位,人类要在所走过、所经历过的一切事物上打下自己的印记。当人类突破了最初基于群落生存或生产需要,进行特定范围、特定时间、特定人数的人际表达与交流,人类的沟通行为也在时间与空间两个维度上,伴随人类活动疆域的无限扩展,不断地得以延伸、实现和加强。这时,基于人类社会及其关系建立考虑表达与交流为基础建构的关于“讯息”和“传播”的概念,得到确立并越来越获得重视。

我们知道,人类表达和交流行为中的意义主体是信息。所谓信息,在信息论创始人香农那里,即“凡是在一种情况下能减少不确定性的任何事物都叫做信息。”^①在人类的表达和交流需要不断得到强化中,为了不断突破特定范围与程度的限制,在与人类文明发展史伴生的过程中,媒介新生着、更迭着、推进着。这时,承担人类表达和交流行为中的意义主体的,更多的是“信息符号化的”、“可以把握的”讯息。在媒介层面完成表达与交流的“讯息”,“具有记事、表情、达意的功用”^②。

那么,什么是传播呢?美国社会学家库利认为:“传播指的是人与人关系赖以成立和发展的机制——包括一切精神象征及其在

^①参见张宇丹、孙信茹:《应用电视学理论与技能》,云南大学出版社2003年版,第3页。

^②张宇丹、孙信茹:《应用电视学理论与技能》,云南大学出版社2003年版,第4页。

空间中得到传递、在时间上得到保存的手段。它包括表情、态度和动作、声调、语言、文章、印刷品、铁路、电报、电话以及人类征服空间和时间的其他任何最新成果。”^①为什么将“铁路”的概念引入到人类传播概念的定义之中？我们可以试着借助保罗·莱文森在其《真实空间：飞天梦解析》中的相关论述，予以一定角度的把握。他说：交流中有一种是靠跨越空间的距离——运输，通过身体在真实空间中的接触完成的，而“运输和交流——走路与说话——并肩前进”^②。这为我们理解库利将“铁路”一词引入人类传播概念中，提供了思路。在莱文森指出“走路和说话”“并肩前进”同时，他还注意到人类借助可以脱离具体事物的符号在“说话”方面的交流走得更远、更快。仅以人类传播行为中所运用的一个符号——语言来说，“人类语言的进化使我们能够在物体、事件和经验缺席的情况下交流信息——实际上，我们可以就观念交换信息，甚至围绕观念的观念交换信息，虽然观念是没有物质存在的东西”^③，传播理论家们不约而同地注意到，事实上围绕着跨时间——以“讯息”保存为体现，跨空间——以传播“速度”为追求，人类的信息传播活动持续进行并推进着。^④媒介作为传播行为必备的中介物，其实也是人类突破时空限制进行讯息传播的一个产物与体现。麦克卢汉著名的所谓“媒介即讯息”的论断，其实是基于

^① 参见郭庆光：《传播学教程》，中国人民大学出版社1999年版，第2页。

^② [美] 保罗·莱文森著，何道宽译：《真实空间：飞天梦解析》，中国人民大学出版社2006年版，第17页。

^③ [美] 保罗·莱文森著，何道宽译：《真实空间：飞天梦解析》，中国人民大学出版社2006年版，第16页。

^④ [美] 保罗·莱文森著，何道宽译：《真实空间：飞天梦解析》，中国人民大学出版社2006年版，第32-34页。

这样的认识：媒介作为一种物化的实体，其实传达出人类社会的进步与发展水平，并从而一定程度地规约了一个时代的文化表达、文化实现。从媒介文化层面上把握，我们一定程度上可以说：没有人类基本的社会需要，没有人们对于传播——表达与交流——的需要，媒介将无从产生；而没有媒介，人类完成传播行为的进步则也无以表征。其中，伴随媒介更新、进步进程的，是其对人类跨越时空表达与交流需要的极致满足。

从人类传播的发展史上看，媒介的进步、更迭确实是这样体现的。首先，在空间维度上，人类借助媒介完成的表达与交流，始终努力在克服地理距离的限制，让同时代处于不同地域的人们，能够获得讯息的顺畅传递、互换；在时间维度上，人类中那些有意义的讯息的传递、交流，通过相应媒介的有效纪录、承载，获得了不同时代中的人们的共享。而当原初人类于小范围、直接、面对面的表达、交流，再也不能满足人类社会的需要，像人类文明初始阶段借助烽火传递战争信息那样，在日益发展、前行的社会文明进程中，人类致力于在更大的范围和更长的时间内，跨越时空进行媒介表达和交流，即讯息传播。媒介传播于是更渐进性地发展成为在不同范围、层次的人类间，获得更多、更广、更完备的实施与实现。在人与人之间、人与群体之间、群体与群体之间，以至于在机构对大众之间等，各个层次、不同模式的传播活动，人际传播、组织传播、大众传播出现，并逐步并在地发生着、开展着和完善着。

3、体现自由而行

对于媒介这种以担当人类表达和交流为使命的工具及体现来说，透过其在渐进的发展中所形成和扩张着的文化，人类不断突