

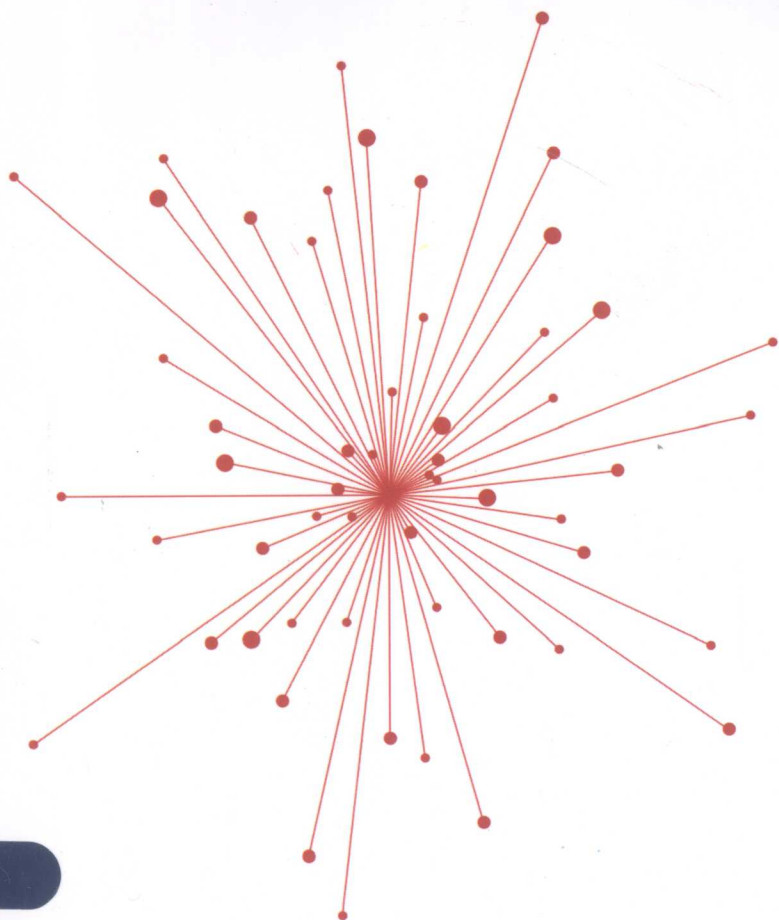
第三媒介时代的传播范式

沉浸传播

李沁 著

IMMERSIVE COMMUNICATION

THE COMMUNICATION PARADIGM OF THE THIRD MEDIA AGE



新媒体
新势力

清华大学出版社

新媒体
新势力

013169271

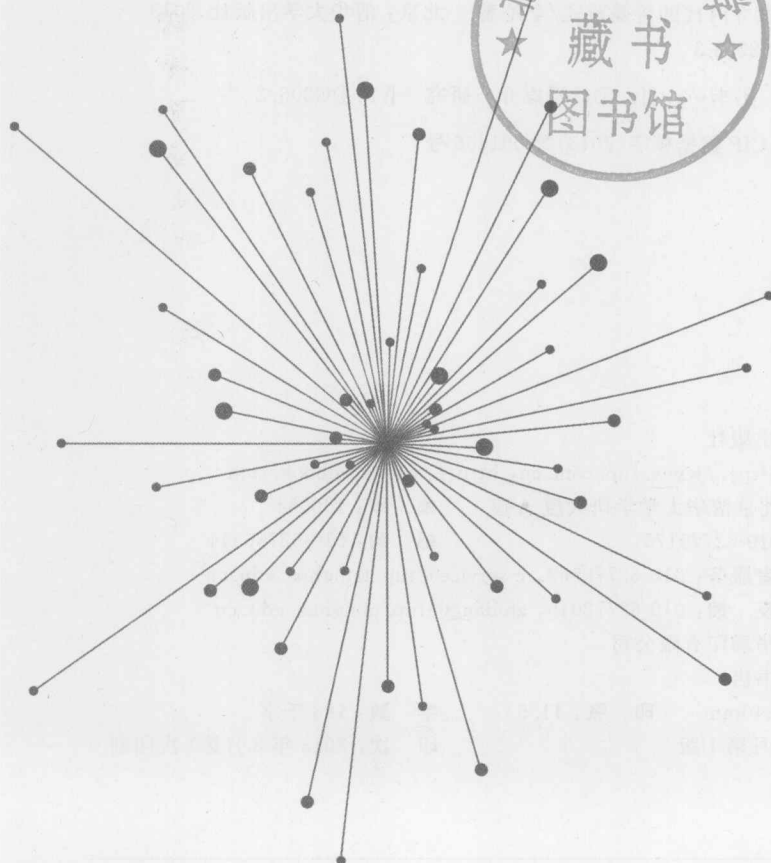
G206.2
270

时代的传播范式

沉浸传播

李沁 著

THE COMMUNICATION PARADIGM OF THE THIRD MEDIA AGE



G206.2
270



北航

C1677564

清华大学出版社
北京

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

沉浸传播:第三媒介时代的传播范式/李沁著.--北京:清华大学出版社,2013
ISBN 978-7-302-32273-3

I. ①沉… 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(2013)第 091836 号

责任编辑:纪海虹
封面设计:甘 玮
责任校对:王荣静
责任印制:王静怡

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京鑫丰华彩印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:165mm×240mm 印 张:11.5

字 数:188 千字

版 次:2013 年 8 月第 1 版

印 次:2013 年 8 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:36.00 元

产品编号:051236-01

序 一

沉浸传播——新媒体时代的新概念

赵启正 中国人民大学新闻学院院长,中国国务院新闻办公室前主任

媒介传播研究,不仅要找到人与世界交流的最好方式,还要回答传播对于人类未来将意味着什么?这对于预知人类文明进程的重要意义不言而喻。尤其在当下经济全球化、价值多极化的世界,随着科技的极速发展,人与社会的依存越来越依赖于信息的传播,信息成为人们现代生活不可或缺的重要元素。美国有一个新词 infosphere,由 information 和 atmosphere 组成,可以译成“信息空气”,说的就是这个现象:即人离了信息空气,将不能活。

当学术界还在将新媒体和互动传播作为新研究领域,试图解释当下社会出现的新传播现象和问题却感觉困惑不前时,李沁博士在本书中开创性地提出了“沉浸传播”这个全新概念,分析和诠释的正是象空气一样在周围存在、在任何时间与任何人进行交流的最新传播现象。李沁所定义的“沉浸传播”指以人为中心、以连接了所有媒介形态的人类大环境为媒介而实现的无时不在、无处不在、无所不能的传播,是一种全新的信息传播方式和传播现象。

这个全新现象的出现,对人类现有关于传播的理论提出全面挑战。上述“空气”的比喻,强调人与媒介的依存度在增加,媒介与环境的依存度也在增加。环境不是总与荒野有关,在“沉浸传播”中,人类生存的大环境成为媒介本身,建立在智慧星球之上的媒介传播包容一切,它可以是现代城市与生活于其中的人的对话,可以是国际舞台上公共外交的一种形式,也可以是人与人自己内心的对话。

在这本极富学术胆略和学术想象的研究专著中,作者还试图回答现代传播技术对人类生产生活方式提出的全新问题,并进而解答传播演进与人类文

明进程的关系。作为一个具有国际视野的年轻学者,李沁关注人类未来的命运,关注人类社会的未来走向,并大胆地提出了“第三媒介时代”的全新概念,这个新时代完全不同于第二媒介时代双向互动的本质特征,由此宣告了马克·波斯特在其“第二媒介时代”所描述的社会已发生革命性变化。李沁所提出“第三媒介时代”,指建构在以大数据和云计算为基础的沉浸的泛众传播之上的全新社会形态,这个全新概念也不同于“云时代”的概念,“第三媒介时代”强调沉浸传播使人在虚拟世界与现实世界共生共存,人类活在一个没有边界的无时不在、无处不在、无所不能的信息传播世界。

最初认识作者时,我正好在上海负责浦东开发,她刚从大学毕业进入人民日报做记者,一个有抱负有作为的年轻人。从她对浦东、对上海以及对全国的报道,看出她很有全局观和宏观驾驭,思维开阔大气,文笔有气势、有创新。后来她出国求学,去了美国最著名的新闻学院——哥伦比亚大学新闻学院研究媒介传播,并在美国主流媒体界进行了多年历练。学成回来的她已成长为一个真正的学者,不仅增添了国际化的视野,而且拥有更敏锐的观察力和判断力,特别是她杰出的理论抽象思维能力。更难能可贵的是,这么多年在理论上的大胆探索,使她形成了有自己独特建树的全新理论体系。

中国走向世界,需要这样有前瞻性的研究专著,需要有李沁这样走在国际前沿的传播学者,中西方的文化价值在她身上融合共处,这在本书的行文论述及结构体系中也有所体现,所以可以说,本书也是李沁在世界游学后才形成的重要学术成果。国际人才及文化交流往往需要跨越四方面的障碍:语言的障碍、生活方式的障碍、宗教信仰的障碍和意识形态的障碍。文化的多样性仍旧是当今世界的基本特征,并且继续会是人类存在和发展的一种方式。良好的交流需要跨越文化障碍,正确对待文化差异,相互尊重彼此文化并实现互补,从而来丰富及发展本民族的文化。

我们正站在一个历史的新起点上,中国在世界一些主要舞台已显露大国风范,而尽快占据世界学术探索舞台的领先地位,则是当下中国所最需要加强的。李沁所研究的沉浸传播,是个在全球都属于建构初期的学术前沿,是个全新领域,需要丰富的学术想象力和宏观驾驶能力。而沉浸传播所赖以发生的环境,正是一个充分连接的全球化的世界。中国的发展离不开国际合作,国际合作的基础正是人与人之间的有效交流。

学术理论上的开拓极其重要,而能让理论指导实践则更有意义。沉浸传

播的产业化,将是作者在实践上找到新思维和新出路又一个挑战。相信沉浸传播产业化的突破,特别是在提升中国国家形象和国家品牌方面的应用,将具有极其重要的理论意义和实践效果。我也期待作者能将沉浸传播用于对公共外交的传播效果研究,以及在中国城市发展和国际商业交流中的品牌传播应用,相信对于提升品牌的国际声誉会有突破性贡献。

本书是个理论专著,对于从事传播研究、新媒体研究、物联网和移动互联网研究及应用的学者和研究人员将能提供有益参考和启发。本书实际上写的是一个与人人生活相关的话题,其讨论的传播模式会直接关系到每个人在未来的生活形态,因此希望作者在此基础上写个更通俗的读本,以利于传播,也可以帮助所有“沉浸人”提前做好面对必将到来的新生活的心理准备。

2013年5月16日

序 二

沉浸于沉浸理论

熊澄宇

得知李沁的博士研究成果即将出版,这是一件好事,值得祝贺。随着科学技术的发展和社会需求的增加,不断涌现的新媒体形态在推动着传播学理论的拓展和创新。沉浸传播就是近年来人们新发现的传播现象和探讨的理论前沿。

从人际传播到大众传播,这是人类社会传播方式的第一个进步。因为这种进步把个人融入集体,把集体融入国家。随着时间的变化,我们认识到人是有差异的,不同的兴趣点、不同的社会人群有不同的社会关注。从大众传播到分众传播,这是人类社会在传播方面的第二个进步。这种进步体现了承认差异、尊重个性的精神。

随着数字媒体的出现,在分众传播的基础上又出现了交互传播的方式。这种传播方式不是单向的,而是双向的,是可以互相转化的。网民作为内容的接收方,同时又创造内容,这就是交互传播。对沉浸传播我没有作过多的解读,只是把用户在类似“第二人生”游戏软件中的遥在方式作为沉浸传播的实例。

李沁的博士论文在我对传播方式思考的基础上作了积极创新。她将传统的第一媒介时代定义为单向的大众传播时代,第二媒介时代定义为互动的分众传播时代,创造性地提出第三媒介时代的概念,并将其定义为沉浸的泛众传播时代。

李沁解读沉浸传播为一种全新的信息传播方式。它是以人为中心,以连接了所有媒介形态的人类大环境为媒介而实现的无时不在、无处不在、无所

不能的传播。沉浸传播对人类接受信息的方式、生产和生活方式带来突破性的质变。

她从构建初期的沉浸传播理论出发,将“沉浸”从“遥在”发展到“泛在”,并且将沉浸概念从原先着眼于虚拟网络,拓展为整个人类环境,建构了沉浸传播的功能模式图、过程模式图、关系模式图和功能模式表格。

李沁的创新是明显的。这是一个结合理论与实践发展的热点选题,具有相当大的研究难度。研究专著通过思考提炼出的沉浸传播模式及其特点,既是她三年博士学习的理论总结,又是她十几年中外媒体实践的提炼,体现出她一贯的学术敏感和创新勇气。

从2009年入学到2012年底毕业,李沁从我读博士只有三年多的时间;但我认识她却已有十三年之久。1998年我在清华创建传播系,2000年赴美国哥伦比亚大学新闻学院作访问学者,以进一步了解国际新闻传播学科的发展趋势。李沁那时刚从哥伦比亚大学新闻学院毕业。我动员她回国到清华工作。可她想获取更多美国媒体的实务经验,留在华尔街作了财经记者。

2007年她受老院长范敬宜先生邀请,以海外华人的身份来清华作访问学者,我们又见面了。李沁出国前在人民日报工作了七年之久,一直是范院长手下得力的记者和编辑。她在中美媒体从业的十几年中,完成过不少有影响的作品,曾获得全国政协好新闻一等奖和美国电视艾美奖学院奖。在访问学者时段结束后,李沁选择了留校从我攻读新媒体方向的博士生。

在清华读博期间,她一边读书,一边创办了以自己名字命名的“沁人心彩传媒科技(北京)有限公司”,继续从事她喜爱的中外传媒实践。通过三年的学习,她以优秀成绩完成了培养计划的课程要求;由于公司业绩突出,她同时入选为北京市千人计划海外高层次人才。

她做学问是精益求精的。我们曾就论文选题有过多次讨论,在我的建议下她选了这个题目。在论文写作期间,为了集中精力,排除干扰,她把公司的事情完全交给别人打理,在一个几乎与外界隔绝的空间里阅读、思考、写作。她会在深夜给我发邮件报告新的进展,也常在我出差往返机场的途中讨论修改思路。作为她的第一部学术专著,这部书稿或许还有可以深化的概念解析,可以通过量化研究来进一步验证的观点,但可以肯定全部文字都是她自己思考的结晶。

李沁是努力的,也是幸运的。作品获奖记录着她前进的步伐,论文出版呈现了她创新的努力。不管是作记者还是作学者,她都是全身心的投入,沉

浸于无处不在、无时不有的理论与实践的探索之中。我们期待着沿着这个方向进一步沉浸下去，继续努力，继续前进。路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。愿以屈原大夫这句话与李沁共勉。

是为序。

2013年5月29日

前言：智慧生存与沉浸传播

李 沁

我们生活在一个瞬息万变的时代。一个伟大的发明可以在一周之后灰头土脸地消失，一家辉煌的企业可以在一日之间软弱无能地死亡。在这个极速到近乎疯狂发展的世界中，却有一种力量越来越持续发力，越来越强烈地把控着我们的生活。它在这日息万变中带来的巨变，是如此颠覆一切，却又无影无息。

这种力量让人类在不知不觉中被一种全新的信息传播方式、人际交往方式、生产方式和生活方式所全面包围。它无时不在、无处不在、无所不能。它让你无处可逃！因为它携带着当下以至未来基于泛在网络连成一体的世界的本质特征：一种全新的信息渗透模式及其产生的无限能量。它正引领着一个挑战你的想象、超越已知任何时代的新时代的到来。这个力量，这个推动着世界巨变的核心力量，正是现代传播的力量。

传播是什么？有史以来它一直是人类社会前行的关键动力。传播的定义本身，也是一个不断被修正、持续拓展的过程，是人类对世界及自身认知发展的一个缩影。近十年来，随着现代 IT 技术的飞速发展，随着移动互联网、物联网、泛在网，甚至生物传播技术的发展，人类对智慧城市、智慧星球和智慧生存的构想，正一步步变为现实。与此同时，也给人类生活及传播领域带来各种各样前所未有的新现象、新问题、新挑战，强烈地冲击着我们对于生产、生活及自我的传统认知结构，逼迫着我们重新审视人类与环境、人类与媒介、人与人之间的关系。

你相信不相信，它就在你身边，或你身体里；你接受不接受，它的进入无须你的同意，除非回归野居，否则你无处可逃。不过我不知，哪里还有与世隔

绝的桃花源？

它是一个幽灵，现代传播的幽灵，在世界游荡。它让人激动，狂喜；它也让人担心，甚至恐惧。它，究竟是什么？这个传播的力量自身是如何建构的？有什么规律？对世界带来什么变化？未来趋势又将如何？

驱动我写作本书的原动力，正是这样一种强烈的渴望，极力想弄清它到底是什么样的新事物，弄清媒介演进规律与社会发展规律之间究竟有无关联，有无规律？若有规律，这规律会将人类社会引向何方？我们面对的这个全新的信息社会，它的传播模式究竟是什么？与以前有何本质不同？这个新模式又将如何影响人类社会的进程？

追寻这个信息渗透生活及改变世界的全新传播模式及趋向的过程，某种程度上，也像一个人追寻人生意义和生活方式的过程，充满了诱惑与挑战，兴奋与失望，痛苦与狂喜，担心与好奇，否定与确信……

这个过程也伴随着我对前人圣贤理论的梳理与总结，寻求传播理论的巨人肩膀。媒介演进规律的“共进共存”与“人性化”，引发我思索泛媒介化，让我与马歇尔·麦克卢汉和保罗·莱文森反复对话，进而趋动我思索：若将媒介理论与社会发展连接到一起又会怎样？这无疑需要突破传统传播学的限制，借用多学科视角。我从一些模糊的感知点出发，从“技术进步”到时尚变迁，从景观社会到影像时代，从媒介融合到社会多元，从信息社会到媒介时代，力图多路径探究社会发展规律。让·鲍德里亚等智者在这里给我展示了消费社会的框架，也提示我进一步思考：或许我们正在走进一个全新的社会和时代？那么它是新消费社会还是后信息时代？或是全新的有待我们来定义的传播模式及时代？……我觉得我有些太大胆了，但我已让这个幽灵缠住，无法停下脚步。下面就是我对这个探索过程及其成果所作的一个概要。

一、对传播与社会发展之间规律的探索

研究之初，我只是隐约感觉到一个新事物存在并强烈影响着我们，改变并决定着我们的生活、工作和娱乐的各个方面。随着研究的深入，这种感觉越来越强烈。然而，感觉终不是理论。这个新事物到底是什么？有没有可能抽象出一个独特模式？

这个新事物似乎像空气一样无处不在，虽然看不清，也摸不着，却让你强烈感觉到它的存在，以及它在传达一种共性。而将这种共性纳入传播学研究序列，可能在人类现有关于传播特征和传播对象的研究上，都会产生延展甚

至变革性突破。

本着这样的假设与推导，我将研究落到了以下两个问题上。

第一个问题：从传播特征看，人类社会经历了原始传播——单向传播——互动传播，那么下一个是什么传播？

第二个问题：从传播对象看，人类社会经历了人际传播——大众传播——分众传播，那么下一个又是什么传播？

再具体而言，就是互动传播后是什么传播？分众传播后是什么传播？要破这两个题，需要寻找历史前行的共振点，即找到传播方式对人类社会变迁的影响力量。这需要对现有传播理论进行延展与突破，然而这种预测性的前瞻研究，几乎无资料可寻，中外相关著述极少。

自己当初也无法看清研究会引向何方，只是心中有个信念，就是这个新事物或新规律确实存在，而且时时处处包围着我们。循着这个坚信的微光，努力向前走，同时跟美国及中国相关领域的教授及专家同仁们探讨请教，特别是在清华大学与我的博导熊澄宇教授，还有金兼斌教授的多次探讨让我获益匪浅，直到所有的追寻最终落到“沉浸”这两个字上。从落到“沉浸”这个词的一刻，前面的所有困惑也豁然开朗了，我确信已经找到了描述这些新问题的核心概念，我的研究终于有了聚焦点。下面要做的就是对这个概念所代表的新现象，给予全新界定与特性挖掘。

沉浸，在全球范围内至今都是个非常前沿的研究领域。国内外到现在为止对沉浸的研究，主要用于网络导航研究，且多数是针对网络和生态系统的现象研究，与媒介传播研究相关的仅找到寥寥数篇，而且基本都是对“遥在”状态下的诠释与现象研究。

我创造性地提出了“沉浸传播”这个概念，并且力图揭示沉浸传播——这个我相信已然存在并且深刻影响着我们生活的传播方式的本质特征和规律。而这个新传播模式出现的一个关键基础是泛在网络的出现并在全球范围内开始普及应用。因此，我试图拓展在全球都尚处于建构初期的沉浸传播理论，将“沉浸”从“遥在”发展到“泛在”，并且将“沉浸”概念从原先着眼于虚拟网络，拓展到整个人类环境。

在这几个突破的基础上，我开始试图对上述第一个问题给出答案：即从传播特征看，原始传播——单向传播——互动传播——“沉浸传播”。那么沉浸传播具体是什么？

我在自己重新定义的沉浸传播理论的框架下，开始研究“沉浸传播”在

“遥在”和“泛在”、虚拟与现实的融合下,人与媒介的关系,揭示沉浸传播的本质,对“沉浸传播”给出定义,探讨其传播特征、传播模式及发展趋势,建构了沉浸传播的功能模式图、过程模式图、关系模式图和功能模式表格。

二、本书的理论逻辑及架构

正是在上述研究的基础上,形成了本书的逻辑:探寻新的传播方式及其特征,挖掘传播与社会发展的规律,推导出沉浸传播是建立在泛在之上的全新传播方式,并引领着一个新的传播时代——“第三媒介时代”的到来。

简单而言,一条主线是:沉浸——沉浸传播——第三媒介时代。两个支撑体系是,从传播特征看:原始传播——单向传播——互动传播——沉浸传播。从传播对象看:自我传播——人际传播——大众传播——分众传播——泛众传播。

在研究中我创造性地提出了几个新概念,这里作一简要概述。

1. 沉浸传播。本研究将沉浸传播定义为一种全新的信息传播方式。“它是以人为中心、以连接了所有媒介形态的人类大环境为媒介而实现的无时不在、无处不在、无所不能的传播。沉浸传播对人类接收信息的方式、生产和生活方式带来突破性的质变。”

2. 泛众传播。本研究创造性提出“泛众”这个新概念,并进而提出“泛众传播”的概念,将其定义为“以泛在网络为基础的、面对所有人提供的个性化传播,是多对多和一对一同时发生的传播”。从“泛在”到“泛众”,其背景是人类从新千年之际的电子兴国 E 战略时代,发展到泛在特征的新信息化智慧发展 U 战略时代,人类生存及信息传播的大环境发生了重大变革。“泛在”(Ubiquitous)概念,由美国科学家马克·威瑟(Mark Weiser)博士 1991 年首先提出,借用拉丁文 Ubiquitous“神无所不在”,来比拟通信网络和传播需求的无所不在。

大众传播(Mass Communication)是一对多,一对所有人。分众传播(Focus Communication)是一对少数,一对部分人。泛众传播基于泛在网(Ubiquitous Network),所以“泛众传播”的英文可借译成“Ubiquitous Communication”,是多对多、一对一。既“有众”又“无众”,它是基于整体大众传播基础上的“无众”,是在“有众”大背景下实现的个性化信息服务。

3. 第三媒介时代。上述研究进一步确证了我的初始判断,并引我思索及对比马克·波斯特所提的“第二媒介时代”。“互动”和“双向性”被波斯特当

作第二媒介时代的主要特征,但这已远不足以描述及概括新传播的发展现状,以及新传播所依存的社会自身产生的巨大变革,我因而提出了“第三媒介时代”的概念。以人类信息传播的历史进程为背景和坐标,本书宣布“第三媒介时代”的到来,并预测了媒介发展的未来趋向。简言之,我将“第一媒介时代”定义为单向的大众传播时代,“第二媒介时代”定义为互动的分众传播时代,“第三媒介时代”定义为“沉浸”的“泛众”传播时代。

值得一提的还有两大关系。一是技术与传播的关系。技术进步是沉浸传播发展的重要推动力。IT 技术推动传播的速度,生物技术推动传播的深度,传播与社会发展之间呈现出千丝万缕的连接,全方位的互相渗透。

二是技术与人类生活的关系,这也是对未来人类生存状态做出预测的基础。本研究将虚拟与现实结合,来研究泛在传播环境中的沉浸传播。将“沉浸”由“遥在”发展到“泛在”,从原先着眼于虚拟网络拓展为整个人类环境,在此基础上描述了“沉浸人”的生产和生活特征。

三、现实生活的启示和预言

本书看似源于一学术想象或假设,但其根基却是实实在在的现实生活。可以说,本研究受现实的启示,得益于想象与思想的碰撞和激发,归于学术的调研和求证。

所以这虽然是本纯理论研究,却不是个纯书斋的作品。在欧美十多年的游学,在中外传播业界的工作,直至自己下海涉足产业界,都让我不断地打开思维,拓展想象的空间。其中比较闭关的集中学习与研究时间尤其珍贵,如在哥伦比亚大学新闻学院研究生阶段的学习,在纽约大学通过讲学跟学生建立的交流,在麻省理工媒体实验室的访问与拍摄节目,在清华大学的开课讲学以及从事研究。从最初因着迷电影投身影视并进而关注视觉呈现,到集中探究人类对生活美的追求及时尚传播并进而研究消费社会,再到被泛在网和智慧星球吸引……这些过程都在不断更新我的知识,激发我的创造力。一直吸引我的,是人类想象力的无限性,及其给生活带来的变化;一直让我着迷的,是传播对生活的影响力。

而在逐渐聚焦到“沉浸传播”并建构这个新传播模式的研究探索过程中,除了传统的资料收集分析、调查研究、访谈等研究方法外,实地研究也被证明是非常行之有效的方法,移动新媒介,如微博、微刊、微信等也正因此成为我观察、获取研究样本、发现模式、归纳及验证模式的新路径。我一方面在互联

网上创办发行微刊,与粉丝共享传播业界的最新资讯;一方面寻求这些讯息现象背后的规律与趋势。现代传播让人与人的交往有了全新的方式和平台,它的基础是一个不断整合新技术和想象空间的无时不在、无处不在的全新传播模式,即我所命名的“沉浸传播模式”。

沉浸传播改变了我们的社交方式,并通过社交方式的改变而进一步推动社会结构的变化,因为社交是一个社会建构的基础之一,正如乔·桑塔亚那所说:“人再深居简出也难免与人交往。社交犹如空气,人离不了它,但光靠它来维持生命也是不够的。”这个新的传播模式还在改变着我们的工作方式和娱乐方式,并且让我们的社交方式、工作方式和娱乐方式随时随地互相沁入,互为彼此。

所以沉浸传播及其所引领的第三媒介时代,对我而言,不只是个理论研究,更是关于现在生活的总结,以及对未来生活的预想。小时候爱看好莱坞幻想电影《未来世界》,后来迷上伍迪·艾伦的《傻瓜大闹科学城》(*Sleeper*),而事实上,电影中那些关于未来的想象,在近几年一一变为现实。梦幻失去了想象的迷衣,却让我们看到了人类智慧的力量。

过去的幻想通过什么植入了我们的生活现实?很多正是基于沉浸传播所描述的无处不在的连接和定位服务 LBS 所创造的神奇。来看看我们可以有的一个美丽早晨:

清晨醒来,你眨下眼睛,智能窗帘随之开启,暖暖阳光射进来;

空调自动启动并迅速达到你喜欢的白天室温;

起床去公园跑步,智能手表电子显示屏提醒你心跳已超过正常的 30%,私人医生给你发来了提醒短信;

满头大汗回来洗澡,适合鬓发用的洗发水已在浴室。你昨天烫发刷手机支付时,沙龙会员管理系统自动发送了洗发水的订购;

准备早饭,发现冰箱没牛奶了。按下冰箱外按钮,接通超市要一加仑全脂奶。接线员回答:“您最好试试我们的低脂或脱脂奶。医疗记录显示你胆固醇偏高。另外你母亲的车刚过海淀公园,全球定位系统显示她 20 分钟后可到家,她老人家血压高,建议也喝低脂奶。”

5 分钟后低脂奶被送到你家门外;

等母亲期间,你心中念及一人,放在桌上的手机自动拨通了对方的电话;

Good Morning! 爱人甜蜜的问候从空中传来,虚拟成像出现她的笑脸,视频旁的地图显示,她正在纽约长岛享受海边晚餐。她送了你一只新鲜大虾,

正从 3D 打印机里爬出来……

美好的一天就这样开始了！

这不是电影，也不是想象中的未来世界，这是在世界一些地方已经实现的生活现实。泛在连接的传感器，隐藏在生活的各个角落，像空气一样无处不在，却又静悄悄的。

这个以人为中心的、人与周围融为一体、真实世界与虚拟世界融为一体的世界已经到来，这也就是我所说的第三媒介时代。5 年前、10 年前的想象，如今一个接一个地化为我们眼前的现实。我们是这个新时代到来的见证人。

四、传播产业化带我们走向未来

沉浸传播所描述的现象，正在生活中迅速变为普遍的现实，而关于沉浸传播相关的产业化应用，我相信也正在加快步伐。

在沉浸传播主导的第三媒介时代，人、媒介、环境融为一体，人类的过去、现在、未来融为一体，虚拟世界与现实世界融为一体。约书亚·梅罗维茨 (Joshua Meyrowitz) 所谓的消失的地域，现在确实已然消失了。无须玩穿越，一切其实一直在你身边，从未远离，只是曾经泾渭分明的不同语境的媒介、不同类型的受众群、私人空间与公共空间之间因技术及认知局限形成的界限，如今在电子媒介及沉浸传播中被抹平了，如同隔离视线的迷雾散尽，原野中花儿的美艳尽览无余。

这个界限的消失，让很多曾经的不可能化为可能，冲破了界限的无限创造力在推动各种新技术、新产品、新产业和新生活方式的出现。技术应用及产业融合的快节奏，正推动着移动互联网、物联网、泛在网在网络、终端、业务、产业等多层面上的快速融合。从智慧城市到智慧星球，从数字娱乐到智能旅游，从商场导购到远程医疗等都是最新融合的产物。U 战略正在全球蔓延，美国在推行“智慧星球”战略，新加坡在建“智能岛”，韩国在建设“无所不在的梦想会馆”，欧洲在打造无所不在的欧洲信息社会……中国有“感知中国”的 MUSE 计划和大步迈进的“宽带中国”战略，在泛在时代，中国已具有一定的领先优势。

沉浸传播是支撑 U 战略的传播技术融合形成的最新传播模式及其产物，在这里，一切皆为媒介，人类的整个生存环境都是媒介。而这个生存环境到 2017 年全球将有 7 万亿无线设备被泛在网连接，为 70 亿人口服务，也就是说成千上万的无线设备嵌在我们周遭的环境空间中，使各种智能信息设备发挥

神奇功能。在本书历经三年写作即将交付印刷时,微信在中国忽如一股强大风潮卷进人们的生活,相关数据说其问世两年内就抓住了三亿用户的心;Google 推出主人去世后仍可继续写日记的程序设置;3D 打印机已经投入使用,美国有民间团体通过 3D 打印机打印出零件组装的枪发射出了子弹……这些似乎正好为我所创建的沉浸传播理论做了一个又一个注解。

特别是与传播相关的技术打造出的可穿戴设备,正将我们人类从头到脚武装起来:Google 眼镜能记录下你眼睛看到的一切,“百度眼睛”(Baidu Eye)能听你的话随时发送照片;脚上的运动鞋,有能唱歌的“苹果+耐克”,有会说话的“谷歌+阿迪达斯”;手上有智能腕表和能支付的手机;身上呢,更是层出不穷,智能控温衣,还有女性专属产品,像印度 3 名女学生发明的超级“防狼内衣”,配备了全球定位系统和移动通信系统,能够在女性遭受性侵害时向歹徒发射高达 3800 千伏的高压电流,并立即报警和通知受害者家人。

人类无限的想象及对生存发展的需求推动着传播新科技的快速产业化,新科技创造的这些新产品也在经受市场的检验。当新科技的功耗和价格越来越便宜时,新科技带来的新传播手段和方式也越来越普及,沉浸传播的市场化步伐就越来越快。如今低功耗的芯片、蓝牙、WiFi、LBS、大数据服务等,让拥有私人云和智能信息平台越来越容易,也让沉浸传播随着产业化而越来越沁透进我们的日常生活。我们的工作空间、我们的私密空间,都越来越快地转化成现代全景社会的一部分。Fitbit 不仅记下你每天的步数,而且监测你的睡眠安稳度;社交网管理你的人脉关系;电商了解你的购物习惯;印度的女性新防身用具“防狼内衣”在获得了“甘地青年科技奖”的同时,也吸引了商家的强烈兴趣,不久或将列入女性日常必需品的购物清单……

这时,新的担忧出现了。当美国参议员对 3D 打印枪支的合法性提出质疑时,人们也开始担心层出不穷的类似新鲜发明及其背后的新传播技术是否正在将潘多拉魔盒打开;还有更多人担心无时不在、无处不在的全媒介环境所建构的现代“全景监狱”,是否会让人们的生活逻辑和伦理全然发生变化。那么,“沉浸人”还有没有属于自己的私密生活?信息透明与沉浸传播环境中,人的作用与命运将如何相互影响?社会文明进步与技术应用间的关联究竟是什么?

现实给出的答案是:新技术和新创意的建设性与破坏性常常相互依存,人类社会最终不会因为新技术带来的新传播力量,以及此力量对现存制度和规则的冲击就因噎废食。新传播理念及技术带来的新商机,会推动相关产业