



# 技术创新视角下 “媒体融合”动因、内涵及趋向\*

文 吴文涛 张舒予

[摘要] 从技术创新理论分析可以发现,广义的技术创新应是媒体融合的肇始动因。媒体融合的内涵可构建成“四维一体”框架:工具维度的物质技术融合、知识维度的智力成果融合、过程维度的活动方式融合、意志维度的主体形态融合。未来,媒体融合应趋向人文化、生态化与民主化三个方向。

[关键词] 媒体融合 技术创新 四维一体 趋向

近年,“媒体融合”研究呈现出一派繁荣景象:从国家的强力推进到互联网新技术的盛行,现实层面中与学术研究上都得到了足够多的关注。事实上,从卡普的“器官投射说”到麦克卢汉的“媒介即信息”,从芒福德的“媒介容器论”到莱文森的“媒介进化论”,考察历史上的媒介理论,我们总能找到隐含的媒体融合思想。应当看到,这种思想并非当今时代的异军突起,而是一直在历史的理论中有所传承。新的社会景观固然会给它打上时代的烙印,但现象背后的本质应是始终不变的。鉴于此,笔者不揣浅陋,率尔操觚,拟从技术创新哲学理论中寻找些许启发,以期理性考察“媒体融合”的动因、内涵及趋向,从而为重新审思“媒体融合”提供一种参考。

## 一、技术创新:“媒体融合”的肇始动因

“传播学之父”威尔伯·施拉姆(Wilbur Schramm)认为媒介是扩大人类交流能力的存在。技术是一切人造物,是人的存在方式。理论上,看,

媒介似乎已经超出技术的范畴。然而,这里我们忽视了“人”这一核心主体。媒介作为扩大人类交流能力的事物,必然需要“人”参与其中,无论其本来形式如何,一旦进入“人”的传播活动中,“每一种工具里都嵌入了意识形态偏向,也就是它用一种方式而不是用另一种方式构建世界的倾向,或者说它给一种事物赋予更高价值的倾向”。即便是空气这种自然物,当它成为人类传播媒介后,也被赋予了人的更高价值倾向,这也是一种所谓的“人造化”。因此,从扩大人类交流能力的角度上看,媒介是可以视作一种技术的存在的。

媒介作为技术的存在,这点还可以从其他学者的观点中得到佐证。媒介学家保罗·莱文森(Paul Levinson)说“技术是中介”,在其著作《思想无羁》的通篇论述中都把技术与媒介看作是等同的。德国社会学家马克斯·韦伯(Max Weber)则说:“技术就是这样地被包含在每一项活动之中的,人们可以说祈祷的技术、禁欲的技术、思考与研究的技术、记忆的技术、教学法的技术、政治与神权统治的技术、战争的技术、音乐的技术、某位雕塑家或画家

\* 本文系2016年江苏省普通高校学术学位研究生创新计划项目“语义网环境下MOOC学习资源库的设计研究”(KYLX16\_0707)、2016年安徽省高校人文社会科学重点项目“基于学校的传统文化视觉表征及教学模式研究”(SK2016A0401)、江苏高校优势学科建设工程项目(苏财教[2011]8号)研究成果



的技术、诉讼的技术，等等”。这里所说的技术在人类传播活动中的存在可以理解是媒介。综上，在传播学领域中，媒介可视作一种技术的存在，这也是本文论述的前提。

有学者在分析媒体融合的源起时认为其“肇始于技术创新，加速于制度创新，深化于市场创新，最终表现为产品创新”。<sup>[1]</sup>在这段简洁的论断中，实际上是把媒体融合的动因理解为“技术创新”“制度创新”“市场创新”与“产品创新”的整合，如此解读有其客观合理之处，然若从技术创新理论层面分析，这种理解又有失偏颇。英国著名科学家、哲学家约翰·齐曼（John Ziman）就指出“技术创新包括可售人工制品、科学概念、研究实践和商业组织的协同进化”。我国技术哲学专家陈昌曙也认为：技术创新应该包括不可分割的三个方面的内容，即技术本身的过程创新、经济的过程创新、管理的过程创新，三个方面有机结合，后成了技术创新的全部内容。如此来看，无论是制度创新、市场创新、还是产品创新都应属于技术创新的范畴：制度创新，包括有些学者所说的组织创新，可以被归为技术创新中“管理的过程创新”，而市场创新则可以纳入“经济的过程创新”，产品创新则是“技术本身的过程创新”。显然，从逻辑上讲，将广义的技术创新视作媒体融合的主要动因更为合理。

从历史的角度反思和考察，技术创新作为媒体融合的动因亦能从媒介形态演变的历史进程中得到呈现。纵观每一次媒介形态的飞跃，在给人类传播活动带来突破性进展的同时，无不打上了深深的技术创新的烙印。人类长期对于保存信息的技术探索，使文字媒介不断走向成熟；德国人古登堡（Johann Gutenberg）通过技术创新把活字印刷术变为实用技术，使印刷媒介得到普及；无线电技术的革新，收音机、电视的发明，拉开了电子媒介时代的序幕。媒介的变革和发展就这样由各种各样的技术相互融合、不断创新而形成：文字媒介起源于符号技术与材料技术的探索；印刷媒介归功于材料技术与机器技术的革新；电子媒介产生于电磁波的发现与无线电技术的发展，数字媒介更是依赖计算机技术和通

信技术而存在。可以说，媒体融合与技术创新从来都是紧密相联的，传播媒介的演变史本身就是一部人类的技术创新史。

综上，从逻辑与历史两个层面上看，将技术创新视作媒体融合的肇始动因是合理的，以形而上层面的技术创新哲学作为理论基础解析媒体融合显然也是值得尝试的。

## 二、四维一体：“媒体融合”的内涵体系

如约翰·齐曼所言，“技术创新的综合模型必须涵盖文化变易的几乎所有方面”。对于“技术”的认识，技术创新理论更加赞成卡尔·米切姆（Carl Mitcham）提出的广义技术框架论，即：技术是物品，技术是知识，技术是活动，技术是意志。<sup>[2]</sup>以此反观作为技术存在的媒介，其每一种具体表现，如媒介组织、媒介产品、媒介产业等，都可以看作技术在传播领域的外在形式。依此思想，我们自然可以将“媒体融合”理解为物品融合、知识融合、活动融合、意志融合四个层面，由此可构建出以下的四维体系。

### 1. 工具维度：物质技术的融合

当人们一谈起“媒介”时，最容易想到的就是诸如书籍、电视、手机等物质性的产品。这也表明，

将“媒蹄類尸鮎 鱧虯 灑澀具汪外舡 芹到堆畚虯 賣嶼 高臆



