

新媒体：融合驱动与公共愿景

——以“媒介融合和参与文化”为核心的研究概述与讨论

郜书锴 赵宇超

摘要：融合驱动引发了社会的剧烈变迁，新媒体从技术形态、产业演进到社会影响、治理制度等方面面对传统的社会结构产生了巨大影响，而“媒介融合”和“参与文化”直击新媒体诞生和蓬勃发展的核心，并对公共政治生活和传统传播结构产生了深远的、不可逆转的影响。文章从“媒介融合和参与文化”两个角度归纳和分析近年来的新媒体研究成果，试图通过对这两个维度的纵深剖析，对处于复杂的社会环境和异彩纷呈的探索中的新媒体研究打开一扇新的窗口，以此为起点探讨媒介学的学科空间具有重要的理论价值。

关键词：新媒体；媒介融合；参与文化；公共生活；媒介学

作者简介：郜书锴，男，教授，博士。（河南理工大学 建筑与艺术设计学院/传媒与社会发展研究中心，河南 焦作，454000）

赵宇超，女，博士生。（香港中文大学 新闻与传播学院 中国 香港，999077）

中图分类号：G206.2 **文献标志码：**A **文章编号：**1008-6552 (2015) 06-0057-08

在技术、内容、市场和竞争等媒介融合的核心驱动力之下，传统互联网与移动互联网的快速发展把人类带入互联网+时代，伴随着与其密切关联的智能化新技术和新应用的迅猛发展，依托网络存在的各类新媒体，如电脑、手机、移动端和可穿戴设备等，逐渐渗入人类生活的方方面面并对其产生了革命性的影响。而正是因为新媒体带来了巨大的文化、经济和社会变革，对新媒体的系统研究才愈发紧迫和有意义。

然而，一方面研究新媒体的视角多种多样，例如，韦路和丁方舟从传播学角度入手，探讨和总结了社会科学研究范式、批判研究范式和诠释研究范式的新媒体研究；^①而吴鼎铭则着眼于新媒体和公民运动之间的深层互动关系。^②另一方面，新媒体的新形态也层出不穷，潘祥辉总结了从最初的博客和论坛到如今的微博，再到微信和社交网站等新媒介和新新媒介形态。^③新媒体研究者除了关注和应对各类新兴事物，也应停下脚步，认真回顾、梳理和思考新媒体研究多年来的成果，跳出繁杂的理论争执，找到彼此研究的共通之处。与此同时，中国的新媒体在互联网蓬勃发展的大背景下迅猛普及，网民规模迅速扩张为全球第一，2014年6月我国手机网民规模首次超过PC用户。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第35次《中国互联网发展状况统计报告》显示，2014年12月31日，我国网民规模达6.49亿，其中，手机网民规模达5.57亿，网民中使用手机上网的网民比例为85.8%，手机端即时

① 新媒体研究涉及多个学科，不同学者采用的研究路径与方法也不同，探索传播研究转型与新媒体的关系是媒介融合研究的一个重要的视角。参阅韦路，丁方舟：《论新媒体时代的传播研究转型》，《浙江大学学报（人文社会科学版）》，2013（4），94。

② 新媒体被认为是自我赋权的工具，公民由此积极参与社会运动，二者之间的互动关系是一个重要研究领域。参阅吴鼎铭：《西方新闻传播学关于新媒体与社会运动的研究现状》，《福建师范大学学报（哲学社会科学版）》，2013（4），165-171。

③ 新媒体技术进步，形态繁多，其属性则是一个传统新闻学的话题。参见潘祥辉：《新媒体的商业属性及其政治效应》，《文化纵横》，2014（3），100-106。

通讯使用率为91.2%。由此可见,中国受众大规模向移动互联网平台迁移,移动终端成为人们接触媒体的主要渠道之一。此外,自2013年以来的中国新媒体还经历了嘈杂、剧烈的震荡。从众多网络大V被抓捕(如薛蛮子嫖娼事件),到许多微信公众号被查封,再到小米盒子之类的电视盒子及人人影视等翻译字幕组遭封杀和关闭等等,新媒体在中国展现了其无与伦比的中国特色。

因而,本文在此大背景下,不是简单地将以往的新媒体研究理论进行罗列,而是选取现下媒体变革中最具代表性的特质——“媒介融合和参与文化”作为切入点,使人们更有效而深刻地体会新媒体的内涵。在此基础上,笔者将分析新媒体与政治生活和与传统媒体的关联,由此帮助我们辨认出新媒体的哪些主要属性在塑造我们所身处的大环境。

一、概念争论与辨析

在进入新媒体的特质讨论之前,有必要厘清新媒体的概念并进行界定。上世纪70年代末,学者Lievrouw认为,新媒体用于指代研究社会学、心理学、经济学、政治学和文化学的信息传播工具,即那些与传统大众媒介不同的载体。^[1]但是伴随着互联网和电子技术在90年代日新月异的发展,新媒体的含义也随之发生了巨大变化。一方面,许多学者从历史的角度指出,新媒体的新,不言而喻,是相对于传统媒体——印刷、广播、电影和电视等的旧而言。因此,新媒体的概念是相对的和发展的。毕晓梅认为,只有在与历史中出现过的媒体的比较中,新媒体才能获得其稳定的内涵和延伸。^[2]另一方面,尽管由于新媒体依托数字化技术和互联网而涵盖了极广的领域,且其本身也还没有建立如传统媒体一般的完整的产业体系,反而是无时无刻不在运动变化着,因而定义新媒体非常困难;但是新媒体又是一个时间的概念,在一定的时间阶段中,仍需一个相对稳定的含义。^①由此,新媒体在此指所有源自于或依赖于互联网技术、数字技术及移动通信技术生存与发展的媒体形式、软硬件或信息服务方式。据此可知,电视显然不是现今所认为的新媒体,但是电视与电脑相结合而组成的数字录像机,如硬盘数字录像机系统则可被认为是新媒体。^②

尽管对于新媒体的定义众说纷纭,新媒体研究的学者们对于其独有的特点的认知倒是相对一致。根据Martin Lister等人在*New Media: A Critical Introduction*一书中的总结,新媒体大致有以下六个特征。^[3]首先,它以数字化技术为依托;其次,它强调互动性,信息的受众也能随意地添加、更改或合成所接收到的内容;再次,新媒体具有超文本性,它允许将文字、图像、图形、声音、动画或影视片段等多种媒体结合,一起来表示信息,而这些媒体之间也是用错综复杂的超级链接组织的;第四,新媒体高度网络化,万维网、社交网站或者在线论坛等各类新媒体,都深深地依赖巨大的、密集的和全球化的互联网来建立连接;第五,新媒体具有虚拟性,新媒体的许多应用都给用户带来虚拟的世界、虚拟的空间、虚拟的身份以及虚拟的话语等等虚拟的体验。最后,与虚拟性密切相连的,是新媒体的模拟性,尽管模拟性经常被提及,但它缺乏有效的定义,新媒体的模拟性不是简单地对真实的虚假复制,而是一个真实的过程,此过程是人工的和虚构的,并会产生真实的新物体。

二、媒介融合与新文化

通过对新媒体内涵和特征的剖析,不难看到,新媒体的丰富性令人惊叹。的确,近些年,新媒体研

① 因为内涵复杂,新媒体的定义很难界定,但对于理论研究而言,仍需一个相对稳定的含义,学者们给出了一些建议。具体参见熊澄宇等:《中国新媒体与传媒改革:1978—2008》,《清华大学学报(哲学社会科学版)》,2010(1),127—132。毕晓梅:《国外新媒体研究溯源》,《国外社会科学》,2011(3),114—118。

② 国内外学者对此都有论述,具体内容参见宫承波:《新媒体概论》,中国广播电视出版社,2011年版。毕晓梅:《国外新媒体研究溯源》,《国外社会科学》,2011(3),114—118。Logan, R. K. . *Understanding new media: extending Marshall McLuhan*. Peter Lang. 2010.

究伴随着新媒体的成长也展现了百花齐放的态势。其中，无论是融媒时代的到来还是公民大量、活跃的媒体参与，无疑都极为引人注目。

早在上世纪50年代，Colon就指出，美国的一些报社就曾尝试过媒介融合的操作，具体做法是将电视台纳入自己名下，与报社分享一些信息资源。^[4]而进入80年代，美国马萨诸塞州理工大学的Itiel De Sola Pool教授在其《自由的科技》一书中首度提出媒介融合的概念，各种媒介呈现出多功能一体化的趋势。而在新媒体日益壮大的今天，媒介融合的概念相对应地演绎出了更丰富的内涵。进入新世纪，媒介融合继续深入发展，Henry Jenkins认为，当人们在谈论媒介融合时，至少触及到五方面的内容：技术融合、经济融合、社会或组织融合、文化融合及全球融合。^[5]根据其观点，第一，技术融合是如Nicholas Negroponte所描述的“从原子到比特”的转变，是将所有的文字、图像和声音数字化，它们之间从而可以互相关联并在不同平台上自由流动。第二，经济融合是指娱乐业的横向合并。Jenkins在其另一篇文章中提到了好莱坞的大型娱乐公司，如时代华纳，对电影、有线电视、网络电视、广播、报纸、杂志、书籍发行和电子媒体都一致地保持兴趣和控制权。^[6]第三，社会或组织融合是指消费者用来应对新信息环境的一种多任务策略。该融合保证用户，如一名高中生，可以一边在大屏幕电视上观看棒球比赛，一边听立体音乐，一边写作论文，一边与好友进行邮件通信。第四，文化融合是指在各类媒体技术、媒体行业和消费者的交集部分，充分挖掘可创新之处。媒体融合促进新的文化参与，精明的公司由此培养消费者的忠诚度并且生成低成本的内容，这种融合也鼓励跨媒介的讲述方式和多渠道媒体内容的发展。第五，全球融合被视为媒体内容在全球化的流动中带来的文化杂交现象。在娱乐界，比如说，亚洲电影文化的全球传播对好莱坞娱乐业产生了深刻的影响。Jenkins还认为那种认为融合仅仅是所有的媒体技术聚集到一起，组成一个黑箱子的观点越来越受到挑战，因为媒介的新装备和新平台在不断地繁殖、扩大，^[7]而融合在当今更多的是内容的合并。除此之外，Martin Lister等人对Jenkins的观点极为赞同，并认为除了内容的融合之外，媒体企业的合并以及受众在分散的媒介间所做的融合行动共同组成了当下融合的真正含义。^[8]

与此同时，与媒介融合息息相关的，正是参与文化的兴起和蓬勃发展。正如Jenkins所言，媒介融合的概念不应简单地理解为一个技术过程，而是代表了一种文化的转变——因为消费者被鼓励去寻找新信息并在分散的媒体内容间建立联系，一句话，媒介融合极大地依赖于消费者的积极参与。^[9]参与文化迥然于旧观念中认为的媒体受众是被动的接受者，而是强调在新媒体环境下，它们与媒体生产者都作为媒体参与者，在互相影响、互相作用，绝非以往二者扮演着分离的角色。得益于新媒介的出现，从录像机到数字相机到手机等便携式电子装备，到电脑和视频游戏等软件技术，Jenkins向我们展示了在技术的革新中诞生的新媒体，不仅仅改变了媒体被生产和消费的方式，更重要的是，它们消解了进入和参与媒体领域的巨大障碍。^[10]由此，Terry Flew认为，参与文化的出现彻底颠覆了以往一对多（one-to-many）的大众传播模式，而转向新媒体支持下的横向（horizontal）和多对多（many-to-many）的传播模式。^[11]而另一些欧美学者从深入研究具体的单个新媒体出发，描绘其带来的参与文化的浪潮多么巨大。比如说，Clement Chau更是在其专论YouTube as a Participatory Culture中，详细描述了以YouTube为代表的新媒体为参与文化提供了多么广阔的平台，并由此总结了参与文化的五大特征，包括为艺术创作和公民参与提供了相对低的参与门槛，对内容创作和分享的强有力支持，非正式的导师制，拥有贡献很重要的信念，以及深深的社会联系感。^[12]

综上所述，在新媒体迅猛发展的支持下，参与文化开启了一个更加崭新的时代——技术的、商业的、文化的和社会的变革都仰仗于谁掌握了说话的权利和说了什么。而媒介融合和参与文化则共同对传统媒体的生存和发展提出了更为苛刻的要求。

三、公共生活与民主愿景

在“融合和参与”为内外驱动力的新媒体环境下,个人参政议事的渠道被大大扩展,每个人都被赋予了说话的权利,人人都有麦克风,人人都有自媒体,这从很大程度上改变了政治生活的蓝图。在西方学界,很多乐观者从公共舆论的角度出发,探讨融媒和媒体参与在多大程度上促进了民主参与程度的加深。比如说, Jean Burgess 等人利用人们日常的创造性行为,如相片共享和媒体内容创作,来展示人们是怎样建立、参与和维护其共建的文化空间以及人们在此公共空间中商讨对他们而言都非常重要的话题。^[13]再比如,美国传播学者泰拉尼安认为,新媒体的参与文化突破了旧式单向、无反馈的传播模式,而代之以横向的和自愿结合的传播方式,有利于建立更加民主的社会制度。他用社群(community)来解释以互联网为核心的新媒体是如何培养、建立起来了许许多多不同爱好的群体,新媒体用户在此间就自己感兴趣与关心的话题发表看法,交流观点。如此一来,“传统的统一传播模式被传播工具的非群体化所破坏,社会公众细分为更多的小群体。这些比较小的、分散的集团,彼此互相接受并发出大量他们自己的形象信息,用他们的交流行为变革了促进民主政治的方式。”^[14]

而 Michael Gurevitch 等人则立足于政治传播学,提出了新媒体的参与对公民的政治生活参与并不完全是积极的影响。^[15]他们认为,尽管新媒体提供了更多的内容创作的机会、获取信息的渠道以及参与政治评论的平台,但是有深度、有思想和以事实调查为基础的政治资讯几乎奄奄一息;此外,新媒体的参与文化造成了群体极化现象,即参与者只与与己有相同观点的知音和支持者相联系,而隔绝了公共空间得以形成的重要条件——遇到与自己立场、观点和价值观等不一样的受众的可能性。这样,不同意见群体间的鸿沟会加深,彼此找到共识点的可能性也大大下降。

而反观中国,新媒体的使用与政治生活的联系似乎更加普遍。根据 William H. Dutton 关于全球互联网价值观的比较研究,中国的互联网用户的内容生产数量(发帖数)大大超过美国等西方国家,而其中每周发表的具有政治观点的帖数是美国人的两倍以上。^[16]诚然,新媒体在中国的出现和兴盛,尤其以微博、微信为代表,掀起了前所未有的公共议题传播的实践。从传播学和政治经济学的角度来看,新媒体的参与文化改变了信息生产和传播的同时也改变了公众、政府、社会精英和传统媒体等等之间的权力对比,一句话,新媒体对底层民众“传播赋权”(communication empowerment)。^①近年来的网络舆情事件、网络问政、人肉搜索、公共启蒙等等借助新媒体的东风成为中国人生活的常态,很好地表明了上述观点。复旦大学的李良荣教授在2011年中国传播学论坛会议上根据其对几件典型的网络群体性事件的分析得出结论:“网络群体性事件有着鲜明的指向性,有着集中的诉求,传播符号呈现娱乐化倾向。大众政治影响着中国的民主政治进程、政治走向,并重构着中国的政治结构”^[17]。而张春贵则从网络问政着手,指出以互联网为主构建的新媒体,其承担的舆论监督职能的广度和深度远超纸媒、广播和电视其他三种媒介。^[18]而新媒体之所以能发挥如此强大的威力,很重要的一个原因正是它满足了民众活跃的政治参与。除了纯粹的新媒体与政治生活的研究,也有一些国内学者从其他角度切入,探讨新媒体的参与文化如何会引起政治生活的波澜。比如说,潘祥辉从新媒体的商业属性入手,提出新媒体在中国的发展和产生的社会影响是一个充满意外后果的过程:“商业模式不经意间培育了政治公众……互联网的商业革命不小心引爆了政治喧哗。”^[16]而他所谓的商业模式就是指新媒体鼓励用户参与带来的网络效应,这种效应就是一种巨大的商业资源,大众参与理念被激发和培养起来后,很容易也

① “传播赋权”是一个新概念,本质指涉互联网的自然属性,也是相对于传播精英特权而言。具体参见韦路,丁方舟:《论新媒体时代的传播研究转型》,《浙江大学学报(人文社会科学版)》,2013(4),94。邱林川,陈韬文:《前言:迈向新媒体事件研究》,见邱林川、陈韬文主编:《新媒体事件研究》,中国人民大学出版社,2011年版。

很自然地迁移到了政治和社会领域。

而新媒体的巨大威力也引起了国家的高度关注。新媒体被认为重塑了中国的政治生活，“扩展了个人参政议政的渠道，也成了各种利益集团影响政治的工具。”^①与此同时，官方采取的一系列行动，如微博实名制，以及习近平总书记在讲话中明确提出要“使网络空间清朗起来”，随后对新媒体的监管加大了力度，使得新媒体在中国带来的参与热情骤降。即便如此，新媒体的参与文化带来的中国公共生活的改变依然是有目共睹的。许多学者^②都一致认为，新媒体在促进公众参与到公共政治生活的同时，即使得民主决策、民主管理、民主监督都得到了极大的改善。从孙志刚事件到三聚氰胺事件再到各类微博反腐、微博打假事件，无一不展示着新媒体的参与文化促进了公民参与公共生活的热情，也提供了如同西方学者所言的可以进行观点表达与沟通的公共空间，同时也进一步启发了民众的思想与参与意识。

四、传统媒体与新时代

正如新媒体的定义所折射的，受新媒体的发展和进步影响最大的，毋庸置疑的应该是传统媒体。而上文在谈到新媒体的参与文化和公共生活的关系时，其实也或明或暗地触及到了传统媒体受到的冲击。在媒体融合和参与文化的大时代背景下，西方学者关于传统媒体和新媒体关系的研究为我们提供了有益的参考。Bowman and Willis 在其著作 *We media: How audiences are shaping the future of news and information* 中引入了“自媒体”的概念，也被称为“参与式新闻”或“公民新闻”，是指一个公民或一群公民的行为在收集、报道、分析以及传播新闻和信息的过程中发挥了积极的作用。^[19]而公民的这种参与是为了提供民主所需要的独立、可信、准确、范围广的和相关的信息。在此背景下，专业的新闻记者和他们的受众间的界限变得模糊，传统时代的受众变成了新媒体时代的传播者甚至公民记者。专业的新闻记者的“把关人”角色以及“议程设置”的角色都受到了来自新媒体用户或公民新闻记者的挑战，其传统的社会职能——决定什么信息应被社会公众知晓、什么时间和以何种方式让公众知晓，在逐渐被以往他们的“受众”所消解和取代。许多西方学者据此都试图研究出，现今的受众参与在多大程度上重新定义了新闻文化、新闻价值和新闻实践。David Domingo 等人通过对 8 个欧洲国家和美国的总共 16 家网络报纸调查得出结论，核心的新闻文化并未有大的变化，因为大量的新闻专业人士依然承担着“守门人”的角色；新闻业在通过新的可行途径来给予公民参与的权力并使公民参与到新闻传播中来，采用受众创作的内容发布到他们的网络报纸中就是例证，UGC（User Generated Content）已经成为新媒体时代的重要生产方式。^[20]

反观中国，融媒时代和参与文化也在中国的媒体行业引起了大地震。Stephen D. Reese 等人就认为，中国的公民新闻批评传统新闻业，从而引导出在不同层次间的言论表达和更高的言论透明度。^[21]而在 2011 年中国传播学论坛上，复旦大学的童兵教授则认为，“在新媒体迅猛的发展势头下，传统新闻传播业的解构势在必然，中国新闻传播业的重构是不可避免的。”^[17]与此观点相类似的，可见中国社科院 2010 年的新媒体研究报告——《2009，传统报业与新兴媒体的融合》研究认为，随着信息传播技术的快速发展，以互联网为代表的新兴媒体的广泛应用，正深刻改变着我国传媒业既有的传统格局以及媒

① 媒体与政治的关系是社会结构的一部分，网络媒体主动或被动参与政治，甚至依靠政治力量推行网络霸权。内容可参见林子恒：《西方媒体对华强推“网络自由”》，原文见《中国新媒体发展报告》蓝皮书，2011 年版。

② 新媒体有效促进公众参与到公共政治生活。具体内容参见魏然：《新媒体推动中国社会转型》，http://www.21ccom.net/articles/zgyj/ggzhc/article_2010080815195.html。冯昌亮：《新媒体时代扩大政治民主的途径》，http://www.21ccom.net/articles/dlpl/szpl/2012/0621/article_62324.html。陈玉霞：《新媒体与中国政治民主》，《新闻研究导刊》2012，（2），56-59。张春贵：《新媒体能否促成中国的“进步运动”》，《中共天津市委党校学报》，2013（4），82-87。

体内部的运行结构,而金融危机又大大催化了传媒业调整 and 改革的步伐,传统报业与新兴媒体的融合已经成为一个加速度的现实呈现。而这也更符合国家战略层面的看法和要求,习近平总书记在中央全面深化改革领导小组第四次会议上谈到了旧媒体与新媒体融合时就强调: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,着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体,建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团,形成立体多样、融合发展的现代传播体系。要一手抓融合,一手抓管理,确保融合发展沿着正确方向推进。更有甚者,北京外国语大学国际新闻与传播学院的展江教授指出,媒体融合并不存在,而是理应新媒体取代旧媒体,旧媒体退出历史舞台。^①当然,不是所有学者都对新媒体抱着如此友好乐观的态度,也有很多国内学者担心新媒体的种种弊端。比如说,有学者从国内“网络水军”现象出发,提出和传统媒体相比,新媒体在创造和鼓励参与的同时,却因为缺乏种种制约,如社会普遍认可的价值观、法律要求等,不能对其言论负责,不能负责任地搞清事实,不能兼顾正反立场及考虑社会影响。但是总的来说,前进的脚步不可逆转,新媒体的弊端可以依靠国家建立良好的政策支撑和法律体系来解决,它带来的有益之处将会对公共生活和媒体业的发展产生向善的、正面的影响。

五、新媒体与媒介学

以上通过梳理和讨论媒介融合和参与文化下的新媒体研究,一方面展示了在媒介层面,新媒体时代是如何满足了以往单纯的技术和产业的融合向更高层次的文化融合的转变,即“从媒介生产到消费者、用户的自由转移等方面的会合与交融”。^[22]另一方面,在社会和技术层面,新媒体技术毫无疑问成为了参与文化勃兴的助推器,这也完全符合麦克卢汉“媒介是传播技术的产物”的断言;同时,新媒体时代下的参与文化也深受文化和社会的影响,比如人人拥有的自媒体的出现。而无论是对公共生活,还是对传统媒体业,新媒体都展现了势不可挡的威力,这可以看作是新媒体在实践层面对社会进行的塑造。

应当强调的是,新媒体的影响范围远不止公共生活和媒介结构,而是几乎涵盖了当今社会从微观到宏观的方方面面,因而从此出发的多维度研究是非常有益的。蔡骥等就曾从新媒体的参与文化与公民的媒介素养之间的联系做过深入的探讨,^[23]尤其是其认为那些视新媒体为洪水猛兽或精神鸦片的家长和老师要充分认识到利用新媒体是现代人生存和发展的必由之路,这样的论述非常有时代感和实践意义。岳改玲则在其博士论文中对参与文化进行了更为系统和详尽的阐述与议论,其中,她谈到了技术、国家、商业和精英的力量都在新媒体环境下的参与文化中交织和博弈。她关于精英力量的论述极为有益,即“属于个人层面的,体现为参与者之间以及参与者和非参与者之间的参与鸿沟”^[24]。而更应当正视的是,新媒体的发展和变化极为剧烈和迅猛,对新媒体持续的研究是非常必要的。而陈昌凤等则深入研究了媒介融合的本质,他们认为媒介融合首先是政策的融合,然后才带来了生产与消费的融合。^[22]陈浩文则更为详细地总结了媒介融合的含义,并指出“将不同的媒介功能和传播手段‘融

① 媒介融合争论的根本分歧是,到底是新媒体取代传统媒体,还是新旧媒体协同共进,展江教授的看法很独特,具体参见《中国媒体的困境和出路》。<http://www.21ccom.net/articles/zxf/2014/1017/114842.html>.

化’为一种，才是媒介融合的核心部分和发展趋势”^①。

未来的研究空间还可以继续延伸，比如更加具体地探讨在新媒体参与的不同阶段，那些阻碍或引导更好、更开放、更深入的公共生活参与的方式，比如受众生产什么样的内容才能更好地建构参与文化等，以及商业策略如何应对媒介融合和满足公民参与等，都将成为新媒体研究需要关注的热点和突破性议题。然而，这些基于实践或应用层面的研究如何纳入到学科发展的视野，这是未来很长时期另一个更为重要的研究目标。

就学科发展而论，目前在国内出版的新闻学教材和传播学教材中，即使在最新的修订版本中，也只是把新媒体研究的理论插入原有的章节一笔带过，没有一本教材单列章节讲授新媒体理论。其中，新闻学教材往往把新媒体理论插入“新闻事业”一章，常常与网络媒体放在一起简要论述，而传播教材往往插入“传播”一章，常常与技术革命混在一起略略带过。因此，新闻学与传播学对新媒体理论的忽略，恰恰导致了媒介学的生长空间。与此同时，在中国知网期刊网以“篇名”搜索“新媒体”（截止时间为2014年）的结果表明，论文总数13621篇，而涉及新闻学研究的只有17篇，媒介学研究的只有10篇，传播学研究的48篇，涉及学科研究的总数也只有0.55%。

因此，目前的新媒体研究多在实践或应用层面展开，而理论研究远远落后，新闻传播学科的发展显得滞后而失去张力。于是，媒介学研究逐步兴起并进入学科视野，对新闻传播学的地位产生撼动与消解。可以预期，未来一段时期的媒介学研究将呈现繁荣景象，新媒体研究将为学科发展注入强劲的动力。

参考文献：

- [1] Lievrouw L A, Livingstone S. Handbook of new media: Social shaping and consequences of ICTs [M]. Sage, 2002.
- [2] 毕晓梅. 国外新媒体研究溯源 [J]. 国外社会科学, 2011 (3): 114-118.
- [3] Lister M, Dovey J, Giddings S, et al. *New media: A critical introduction* [M]. Routledge, 2009.
- [4] Colon A. The multimedia newsroom [J]. *Columbia Journalism Review*, 2009, 39: 24-27.
- [5] Jenkins, H. (2001). Convergence? I diverge [J]. *Technology review*, 2000, 104 (5): 93.
- [6] Jenkins H. Quentin Tarantino's Star Wars? Digital cinema, media convergence, and participatory culture [A]. In David Thorburn and Henry Jenkins (eds.), *Rethinking media change: The aesthetics of transition*, Cambridge: MIT Press, 2003: 552.
- [7] Jenkins H. *Convergence culture: Where old and new media collide* [M]. NYU press, 2006: 15.
- [8] Lister M, Dovey J, Giddings S, et al. *New media: A critical introduction* [M]. Routledge, 2009: 219.
- [9] Jenkins, H. Quentin Tarantino's Star Wars? Digital cinema, media convergence, and participatory culture [A]. In David Thorburn and Henry Jenkins (eds.), *Rethinking media change: The aesthetics of transition*, Cambridge: MIT Press, 2003: 554.
- [10] Jenkins H. Quentin Tarantino's Star Wars? Digital cinema, media convergence, and participatory culture [A]. In David Thorburn and Henry Jenkins (eds.), *Rethinking media change: The aesthetics of transition*, Cambridge: MIT Press, 2003: 555.
- [11] Flew T. (2009). Democracy, participation and convergent media: Case studies in contemporary [EB/OL]. Journalism in Australia.
- [12] Chau C. YouTube as a participatory culture. New directions for youth development [A]. *New Media and Technology: Youth as Content Creators*, Issue, 2010, 128: 67-72.
- [13] Burgess J E, Foth M, Klaebe H G. Everyday creativity as civic engagement: A cultural citizenship view of new media [R]. In *Proceedings Communication Policy & Research Forum*, Sydney, 2006.
- [14] 陈玉霞. 新媒体与中国政治民主 [J]. 新闻研究导刊, 2012 (2): 56-59.
- [15] Gurevitch M, Coleman S, Blumler J G. Political communication—Old and new media relationships [J]. *The ANNALS of the American A-*

① 从不同层面分析媒介融合，得出的结论也会存在差异，至少，技术融合、经济融合、社会或组织融合、文化融合及全球融合等都是基于不同的思考角度。陈浩文的《再论媒介融合》认为将不同的媒介功能和传播手段“融化”为一种，才是媒介融合的核心部分和发展趋势，具体见紫金学术网。

cademy of Political and Social Science, 2009, 625 (1): 164-181.

- [16] 潘祥辉. 新媒体的商业属性及其政治效应 [J]. 文化纵横, 2014 (3): 100-106.
- [17] 孙健. 新媒体影响当代中国社会发展——2011 年中国传播学论坛会议综述 [J]. 新闻记者, 2012 (3): 84-88.
- [18] 张春贵. 新媒体能否促成中国的“进步运动” [J]. 中共天津市委党校学报, 2013 (4): 82-87.
- [19] Bowman S, Willis C. (2003). We media. How audiences are shaping the future of news and information [EB/OL]. in PDF and HTML: www.hypergene.net/wemedia/.
- [20] Domingo D, Quandt T, Heinonen A, Paulussen S, Singer J B, Vujnovic, M. Participatory journalism practices in the media and beyond: An international comparative study of initiatives in online newspapers [J]. *Journalism practice*, 2008, 2 (3): 339-340.
- [21] Reese S D, Dai J. *Citizen journalism in the global news arena: China's new media critics*. *Citizen Journalism: Global Perspectives* [C]. edited by Stuart Allan and Einar Thorsen. New York: Peter Lang, 2009: 225.
- [22] 陈昌凤, 李宏刚. 媒介融合: 从政策到生产与消费的关系转型 [J]. 新闻爱好者, 2014 (10).
- [23] 蔡骐, 黄瑶琰. 新媒体传播与受众参与式文化的发展 [J]. 新闻记者, 2011 (8): 28-33.
- [24] 岳改玲. 新媒体时代的参与式文化研究 (Doctoral dissertation) [D]. 武汉: 武汉大学, 2010.

(上接第 33 页)

- [13] 佚名. 买片商争定小霸王 [N]. 申报, 1928-07-05.
- [14] 笑记者. 电影界近闻 [N]. 笑报, 1926-10-26.
- [15] 李元龙. 十六年中国电影界的回溯 [N]. 时事新报, 1928-01-07.
- [16] 止渴. 国产电影之贩片问题 [N]. 福报, 1929-10-01.
- [17] 佚名. 天一青年五组进行之新片行将告竣 [N]. 申报, 1927-10-18.
- [18] 陆弘石, 舒晓鸣. 中国电影史 [M]. 北京: 文化艺术出版社, 1998: 31.
- [19] 锦毛鼠. 邵醉翁计售王汉伦 [N]. 罗宾汉, 1927-03-11.
- [20] 铁手. 失败归来之王汉伦 [N]. 罗宾汉, 1927-06-03.
- [21] 王汉伦. 我的从影经过 [M]. 北京: 中国电影出版社, 1962: 56.
- [22] 周南焱. 国产片难出国门, 专家: 中国电影欠缺世界眼光 [N]. 北京日报, 2013-09-05.
- [23] 陈一鸣, 温宪. 华语电影闯北美: 是一路通坦, 还是“赔本赚吆喝”? [N]. 人民日报, 2011-05-23.