

第 1 章 跨媒介创意设计概述

人类社会的发展史也是人类传播活动的发展史，从历史的角度来看，人类传播活动经历了口语传播、文字传播、印刷传播、电子传播四个阶段。如果按照社会关系来划分类别，那么人类传播活动可分为人内传播、人际传播、群体传播、组织传播和大众传播等传播类型。以不同视角观察人类传播活动的发展史，我们可以看到：在人类物质生产生活需求基础上，技术更新推动媒介技术发展。Web 2.0 时代，网络传播出现并发展成为应用最广泛的传播类型，它既满足自然人在社会网络中的信息获取需求、人际交往需求，也为大众传播拓展更广域的信息传播空间。

美国学者罗杰·菲德勒（Roger Fidler）认为，媒介形态的变化（mediamorphosis），即人类传播方式的转变，通常是由社会的需要、竞争和政治压力，以及社会技术革新间复杂的相互作用促成的。罗杰·菲德勒提出，媒介形态的变化遵循六个原则：第一，共同演化与共同生存原则，即新媒介的产生并不一定意味着旧媒介的消失。第二，形态变化原则，指新媒介总是从旧媒介的形态变化中逐渐产生，新的技术必须要连接过去。第三，增殖原则，指新媒介会在原有媒介特点的基础上有所改进。第四，生存法则。新媒介要么适应与进化，要么死亡。第五，机遇和需要法则。社会、政治、经济因素（有时会对媒介形态）产生决定性的影响。第六，延时使用。一项技术的产生到最后普及一般会有 30 年的间隔。

在数字互联网技术发展的 21 世纪，移动化、普世化以及无所不在的媒介不断涌入，使广播、电视等掌握大多数媒介资源的传统大众传播主体主动寻求媒体联动，从“媒介融合”开始，逐渐涌现出“全媒体”“跨媒介传播”等业界新概念。

英国传播学者丹尼斯·麦奎尔(Denis McQuail)对大众媒介发展的关键原因做过系统性分析。首先是技术。任何媒介形态变化的前提条件是技术的进步，每一次传播技术的革新都会带来传播媒介的巨大发展。其次是社会的政治、经济和文化情况。新技术的广泛应用常常与社会政治相关联，是政治力量与国家机器推动的结果，从报纸、宣传单到广播、电台，从第一次世界大战报纸宣传、街头演说到第二次世界大战广播机构、电影纪录片参与其中，第二次世界大战前期的科技跃进使第二次世界大战时期的信息战、舆论战受到前所未有的瞩目，舆论场上的意识形态战争成为实战军备力量较量之外的新型战场。同时，技术普及推动着媒介技术的发展，带动着传统大众传媒机构的更新与重组，大众传媒作用于社会的同时，社会经济、政治、文化因素也反作用于其中，技术更新使得媒介机构内部与外部社会形成内外循环模式。再次是人类的某种活动、功能或需要。比如，部落时代的人类为满足沟通需要，出现口语传播模式，为满足保存信息、跨地传播的需要，相继出现文字传播与印刷传播，使得《格萨尔》《江格尔》《玛纳斯》等中国少数民族英雄史诗书面留存、广泛传唱，至今活态传承。最后是人，尤其是形成集团、阶级或势力的人。一些重大技术进步会因为某些天才的发明者而少走弯路；掌握了某些重要资源的人群会出于自身

利益考虑,对某种媒体的扩散起到推动或阻碍的作用。20世纪20年代,研究出无线电技术的业余爱好者把这种技术在未被政治控制的广大范围内进行传播,使信息在肉眼不可分辨的信号中自由传递;而政府在意识到新技术的新力量后,或选择对其完全控制,或选择与商业部门分享这些技术,而留给业余爱好者以及其他倡导者的部分所剩无几。21世纪,手机、计算机等新技术产品普及,人类在数字互联网技术的带领下出现新的虚拟社区意识,社会场景的重新细分在移动互联时代有了更大的发展空间,虽然可接触的赛博空间边界广泛扩张,但这种集团化、阶级式的权力斗争依然存在,政治斗争、商业斗争仍然渗透在赛博空间与虚拟社区之中。

直到2003年,“跨媒介叙事”(transmedia storytelling)的概念才被正式提出,亨利·詹金斯(Henry Jenkins)在《融合文化:新媒体和旧媒体的冲突地带》中将“跨媒介叙事”定义为:“一个跨媒体故事横跨多种媒体平台展现出来,其中每一个新文本都对整个故事做出了独特而有价值的贡献。其理想形式是每一种媒体出色地各司其职,各尽其责。”也就是说,“跨媒介叙事”研究的是一个故事文本在多种媒介的参与下,扩张、建构故事世界的过程。在这个世界中,故事不是单一地来自某一位创作者,也并不完全依靠某种单一媒介进行讲述,跨媒介叙事强调的是各个媒介平台可以生产具备独立价值且彼此勾连的故事文本,并且这些连续性的故事文本对于宏观故事世界有着举足轻重的作用。在故事的体验过程中,各媒介元素组合呈现,可以丰富感官体验,并在人类与媒介元素的互动中不断反馈,生成新的呈现形式。因此,跨媒介叙事实践为文化传播拓展出更大的空间,研究跨媒介叙事的实践者也需要抛弃将同一故事搬运至不同平台呈现的简单线性思维,建立多种媒介互通叙事的认知基础,以协同思维进行跨媒介创意设计与传播。

那么,应该如何理解跨媒介创意设计与跨媒介创意传播呢?我们可以从跨媒介创意设计的兴起、特点与跨媒介创意传播应用这三个方面,开启对跨媒介创意设计与跨媒介创意传播的思考。

1.1 跨媒介创意设计的兴起

1.1.1 媒介技术关键性变革(技术层面)

1. 语言媒介:最早的媒介形式

语言作为人类最初表达意愿的媒介形式之一,流传至今。口语传播以人们的语言交流为载体,早期社会,人们掌握语言后,在协同劳作时还创作出段落较短的民歌。语言是一种在有限范围内传播的口语媒介,它传播速度快、效率高,但基于人的头脑记忆有信息模糊的可能,早期社会媒介使用场景多是面对面的传播,不具备远距离的跨地性。口语传播的特征是非文字、符号性的,通常发生在生活情景中,因此,信息接收者对信息源以及信息本身的警戒性比较低。以语言为中介,向接收者呈现社会现象和传达文化意义一直占据着媒介研究的重要位置。语言需要通过口耳相传,导致其受时间和空间的限制,无法保存

且在距离远的情况下极难到达，因此亟须新的信息传播媒介。

2. 文字媒介：呈现语言的重要辅助工具

文字传播是人类传播活动的第二个阶段，文字使得信息的传播突破了时空的限制，使信息能够长期保留并精准传递，并且可以异地传播，如图 1-1 所示。文字的出现标志着人类文明达到了一个新的高度，当人们对自己文化的认识与理解不断加深时，社会自然进步。文字不仅辅助同时代人类用文字交流的语言表达，还起到保存语言、保护语言的作用，这是后人进行语言研究、语义研究、文本研究的重要前提。在小农经济发达的农耕文明社会中，文字也是一种权力象征，是国家统治正当性的见证，是统治者保护其利益的工具。早期文字仅属贵族阶层、僧侣等少数享有特权的群体，他们控制了文字的“话语权”，垄断了文字传递信息内容。在罗马帝国时期，文职阶层拥有对写作技术的使用权，促使基督教教义在当时广泛传播，呈现出当时掌权者的意识形态与宗教信仰倾向，这一局面直到印刷术的出现才迎来转折。



图 1-1 不同文字对“耶稣”的书写表达^①

3. 印刷媒介：将文字复印到纸张上

印刷术分为活字印刷术和机械印刷术两种，活字印刷术起源于中国的北宋时期，机械印刷术则源自 15 世纪中叶的德国，它是一种利用机器来完成各种信息记录工作的技术。印刷具有速度快、效率高的特点。印刷术的诞生在一定程度上打破了文字被贵族阶级、僧侣和其他少数人掌控的局面，大量个体化的文献出版物与小说文学生产发行，大量独立的民营出版企业创办并形成出版行业，社会上开始出现文学市场，而印刷产品具有传播范围广、时效性长的特点，从而使信息的获取更准确，读者可以重复阅读。但在最初缺少国家干预的自由媒介市场竞争环境中，也逐渐形成新的出版行业权威，宗教信仰等意识形态介入文学作品后导致出现了宗教文学市场。即便如此，从技术发展角度依然需要肯定印刷媒介对推动人类社会发展进程具有决定性的影响，它引导并教化着人的思维模式，在潜移默化中，

^① 图片来源：<https://www.hippopx.com/zh/name-s-languages-jesus-greek-aramaic-hebrew-english-160237>，2023 年 10 月 9 日访问。

世界格局也发生着细微的变化。印刷媒介的出现使人类文化得以传承。在一些方面，印刷媒介向人类展示了真正的科技，并且将一直持续下去。

4. 电子媒介：为人类的信息传播带来巨大变革

经过语言媒介、文字媒介到印刷媒介的演变，随着信息技术和通信技术的飞速发展，计算机、手机和其他电子产品应运而生。这些电子产品为我们提供了丰富多样的信息来源和便捷高效的交流方式，推动社会经济发展，极大地方便了大众，提高了生活质量。电子媒介的诞生给人类世界带来了巨大改变，人类的信息传播无论从速度还是广度上都实现了突破，使得全球各个区域之间的关系更加密切。在技术层面，电子媒介在媒介技术中具有关键性的意义，电子设备应运而生，互联网接踵而至，互联网能够使持有电子设备的受众在网络空间无拘无束地进行交互，网内用户不断增加，最后形成庞大的信息库，人们渐渐沉迷于这种电子媒介，获取无穷知识，尽享娱乐，并且对媒介的依赖性越来越强，如图 1-2 所示。在文化层面，随着电子媒介的普及，各种网络文化如雨后春笋般涌现，对传统文化造成冲击。电子媒介已经从技术层面显示出它的威力，但同时也给人们带来许多困扰和麻烦，如何善用电子媒介这把双刃剑，需要我们不断地思考。



图 1-2 电子媒介^①

5. 数字互联网技术：连接、即时体验与活动

50 多年前，互联网的雏形 ARPANET（阿帕网）诞生。1994 年，我国开始建设中国公用计算机互联网（ChinaNET）、中国教育和科研计算机网（CERNET）、中国科技网（CSTNET）和中国金桥信息网（ChinaGBN），这标志着中国全面进入互联网时代。网络的发展，使人类进入了媒介化社会阶段。

（1）前 Web 时代：“终端网络”的连接。

在万维网被提出之前，计算机界为解决各计算机主体的终端连接问题，建立了阿帕网。

^① 图片来源：<https://www.hippopx.com/zh/tv-android-tv-network-android-technology-computer-internet-150913>，2023 年 10 月 9 日访问。

阿帕网隶属于美国国防部，其产生的环境背景是冷战时期美国与苏联争夺世界霸权，信息技术和军事领域的研究在战争需求下齐头并进。20 世纪 50—60 年代，美国军事智囊团兰德公司提出了“建立分布式冗余的计算机网络，使所有的消息拆分为一个个分组并可以通过协议发送”的构想，这也是阿帕网的雏形。于是，为避免通信系统在核战争中遭受毁灭性打击，阿帕网的建网工作采用了“分布式”的结构（见图 1-3），在这个模式里，信息传播在节点中流动进行。“无中心”的建造特点保护着整个阿帕网，即使某一节点面临外力冲击或被摧毁，也能保证其他节点的连接运行，从而保证网络的安全运行，维持信息的正常流动。

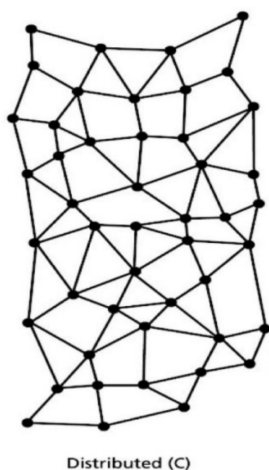


图 1-3 阿帕网的“分布式”结构^①

从阿帕网到因特网的过渡发生在 20 世纪 80 年代。伴随学校、集团等民用交互通信主体的大量加入，为解决用户大量增加可能影响军方网络通信、不同计算机软件难以互联等问题，阿帕网做出了技术转型，传输控制协议（TCP/IP）出现。传输控制协议也使计算机终端网络从本地网扩展到广域网的目标成为现实。80 年代中期，阿帕网接连扩展出“军网”“科研教育网”“美国国家科学基金网”。随着传输控制协议成为全球互联网标准协议，世界范围内各种软硬件不同、型号不同的计算机终端终于大规模连接起来，形成全球性终端互联网络。从阿帕网的发展来看，大量高等学校的介入对阿帕网从军用转向民用的大众化、平民化过程有着不可忽视的重要影响，一方面，高等学校为民众提供接触计算机网络的空间，使相当一部分知识水平高、社交广、能接触到新技术资源的民众提前与新技术接触、磨合；另一方面，这些拥有高等教育水平的民众也能在使用或学术研究中推动研制、改进终端互联网络。20 世纪 90 年代，蒂姆·伯纳斯-李提出了万维网（WWW），阿帕网正式被万维网取代。

（2）Web 1.0 时代：“内容网络”的连接。

1993—2003 年的 Web 1.0 时代是人与内容超链接的时代，“超链接”（hyperlink）是

^① 图片来源：<https://sghexport.shobservers.com/html/baijiahao/2023/05/09/1023401.html>，2023 年 10 月 9 日访问。

网络信息传播中的一个特殊手段,指在一个计算机文档的特定区域能引入其他文档或程序。超链接技术的产生使人们使用互联网的方式和网络信息连通有了进一步更新。以一个网页为主要内容单元进行研究,网页中的信息内容主要由程序员进行建立与连接,人们使用互联网浏览器工具进行浏览,以阅读为主要的行为模式,这虽然看起来有别于传统媒体时代人们是被动接收或线性接收信息的信息消费者,用户可以根据自身喜好对信息内容进行选择浏览,但这种选择权仍是十分有限的,因为网页内容建立者仍对信息的展示和呈现拥有主导权,用户与信息之间仍是静态关系,本质上网站及其背后的机构对信息呈现有着相当强的把关权力。Web 1.0 时代,在商业资本力量的鼓动下,网络将未曾出现在新媒介上的知识、信息呈现出来,使信息间形成关联,链接与链接进行交互,供不同地域、不同局域网、不同浏览器、不同门户网站的使用者进行自由搜索和开放阅读。但这种互联状态也并不是完全平等的,掌握优质信息资源与知识资源的网站往往被大量掌握少数优质资源的网站所链接,在“内容网络”内部形成放射性的关联结构,本质上这也是一种信息中心化的过程,掌握优质信息的网站会拥有越来越高的话语权。

(3) Web 2.0 时代:“关系网络”的连接。

2003 年后的 Web 2.0 时代是以用户为核心的互联网时代。相较于上一个时代,它强调了几个变化。

第一,Web 2.0 是以人为中心的时代。首先,信息内容建立者不再拘束于有编辑权限的网站机构程序员,Web 2.0 向用户发放内容生产权力,人与内容间的关系动态化,鼓励用户进行信息生产,主张用户在互联网上进行分享与贡献,产生更多新内容供下一批用户进行浏览与做出新一轮贡献;其次,Web 2.0 不再只是人与内容连接的时代,新时代每个人都成为一个关键节点,作为个体单元的“人”与“人”在网络社会中进行社交联结,在互动中形成新的社会关系,结成以个人为中心的社交网络和包括所有用户在内的庞大“关系网络”。

第二,Web 2.0 是 Web Services 的时代。Web Services 是使用开放协议进行通信的应用程序软件,它既是独立的(self-contained),也可进行自我描述,通常使用 UDDI(统一描述、发现和集成)来发现,也可被其他应用程序使用。基于 XML 和 HTTP 的 Web Services 是松散耦合的处理模式,它以最常用的互联网协议 HTTP 传输 XML(一种可用于不同平台和编程之间进行编解码的语言)的模式来解决不同应用开发语言、程序平台的信息互通。在 Web Services 的服务沟通下,计算机和互联网的使用者可以自由开展协同工作,并且工作效率越来越高。

第三,Web 2.0 是去中心化的时代。这或许要不可避免地谈及 20 年来各社交媒体平台的出现与发展。2000 年,博客进入中国,直到 2005 年,新浪、搜狐等新闻门户网站才逐渐开发博客业务,博客包含帖子和日记两种基本呈现形式。用户在这一阶段生产的内容相对分散,呈现出去中心化的基本特点。2009 年,新浪微博在中国互联网出现,它迅速打通了 PC 端、手机移动终端的接入方式,实现信息的即时分享、传播与实时刷新。随着社交平台使用体验的不断优化,用户对社交媒体的依赖逐步提升,逐渐形成主动生产内容的新习惯,因此,最初的 Web 2.0 是一个去中心化的时代。

第四, Web 2.0 是去中心化又再中心化的时代。Web 2.0 时代接连出现了播客、图文、短视频等垂类社交媒体平台,以小宇宙、小红书、抖音、快手等为代表。用户不仅在这些平台上进行内容生产,还逐渐演化出平台内分享、跨平台分享的动作,用户主动靠拢认同的信息或寻找群体归属感,信息内容再次成为社交媒介,方便用户在网络社会中缔结、延伸社会关系网络。在这种操作行为下,人作为个体单元的关键节点再次聚合,他们在贴近话语权力较高、观点新奇的个体用户的同时,也向外放射出自己的传播力与影响力,因此在特定圈层或专业领域内形成新的话语权力中心。曾经的意见领袖,如今甚至演化出了新的自由职业、机构与新兴行业,比如拥有大量粉丝与较高完播率、细分至各个垂类的短视频博主,他们以优质内容获得用户青睐与平台流量扶持,逐渐形成头部、腰部、尾部之分。从这个角度来看,Web 2.0 也是虚拟网络社会与现实社会界限逐渐模糊,“关系网络”渗入现实生活的新时代。

(4) 数字互联时代:“交互网络”的连接。

在谈论数字技术发展对日常生活世界的影响时,我们发现,随着算法的精进,技术正在逐渐渗透我们生活的客体世界,人与人、人与算法、算法与机器、机器与机器之间形成了“虚拟空间”和空间中遍布错落的“交互网络”,这种连接具有突出的易接入性、互动性、沉浸性和个性化。人们在这个时代会更加关注跨媒介设计的使用价值。

事实上,对“数字化生存”有着强烈乐观愿景的尼葛洛庞蒂早在 1992 年就注意到“多媒体”的概念,那时的“多媒体”就携带着“媒介融合”的色彩,他说:“人们用‘多媒体’来形容互不相干的传统的印刷品、唱片、电影的大杂烩……我几乎每天都在《华尔街日报》上看到这个词,通常都用作形容词,意思囊括了‘互动的’、‘数字的’和‘宽带的’等所有东西。”这个时期的多媒体本质上虽也带有互动的意识,但受计算机技术的影响,在传播实践中往往呈现为纸媒、广播、电视等平台渠道间的传播合作,追求宣传的最大价值。数字互联技术下“交互网络”的诞生为跨媒介的设计与传播提供了更大的操作空间,媒介资源在物联网、云计算的分配下不断进行资源重置,综合其他各种因素,最后以新兴形态呈现在人们面前。

杰米·萨斯坎德(Jamie Susskind)在《算法的力量》中分析数字技术的发展有五种潜在趋势:第一是算力更加无处不在。有学者预判“世界上 99% 的物体最终将被连接到网络上”。比如智能家居普遍出现,“智能城市”将大量成长,与我们生活相关联的任何物体都能为人类提供个性化的反馈。第二是连接性更强。数字技术提高了人与机器、机器与机器之间的信息交换速率,最关键的变革节点是区块链技术的出现,区块链不断收集、处理、分发公开信息,以只能上传存储不能修改的机制调动全球计算机搭建庞大的交互信息网络。随着数字货币、区块链医疗电子档案数字化的应用,这一新兴数字技术使“连接”的发展有了新的可能。第三是更加敏感。这与传感器技术密切相连,除了常见的手机触屏、人脸识别、VR(虚拟现实)游戏,还出现了情感计算等新模式,比如国内前沿艺术家费俊所创作的《情绪几何》系列作品,如图 1-4 所示,就是以传感器技术阅读、分析人类情绪数据,以人工智能操控的电子机械臂进行人工智能几何绘画,在这个维度上,情绪数据可被人可视阅读。第四是更具构成性。这种构成性技术主要指的是实体化的机器人技术和 3D 打印

技术。第五是更具沉浸性。通过声音、图形在更近的距离、更私密的视听空间中拉近人们对物质世界的感官体验,增强现实(AR)技术的出现使数字影像与现实环境出现在同一个世界里,身处其中能感受到幻象与物质正在试图融为一体;虚拟现实(VR)技术的出现让体验设计成为热门概念,戴上VR眼镜,使用者面对的是一个生动真实但没有具身的人存在的三维立体空间,这种技术在游戏、电影等视听与服务体验行业有着较高的开发水平,以恐惧性、近身性、刺激感与使用者的感官系统形成通感,传导到心理层面形成完整使用感受。

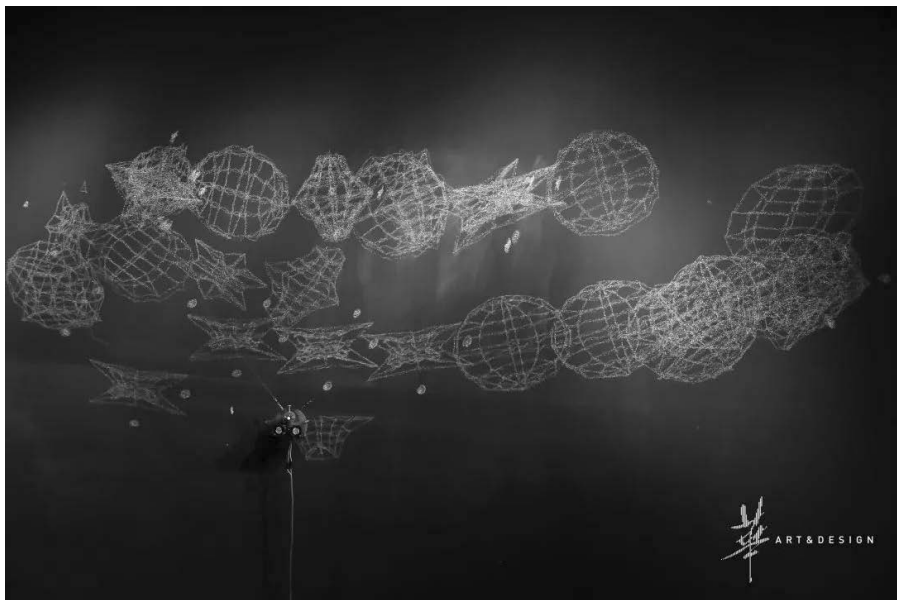


图 1-4 《情绪几何 2.0》^①

2021 年,脸书创始人马克·艾略特·扎克伯格(Mark Elliot Zuckerberg)加速了全球性“元宇宙”(Metaverse)狂热,元宇宙代表 Web 3.0 的全部功能,用户能够不受硬件的限制,在虚拟世界间无缝跳转,并且可以通过现实与虚拟之间的接入点和真实世界交互,完成世界的桥接。这一部分的跨媒介创意设计研究将在后面的章节做详细阐释。

1.1.2 媒介融合的传播特性(传播载体)

“媒介融合”(media convergence)这一概念是在 20 世纪 80 年代于美国提出的,指各种媒体形式相互融合,由新闻媒体、广播电视、社交媒体和网络媒体组成。这一小节主要针对媒介的融合属性进行探讨,从媒介融合的界定、发展历史、发展趋势、影响因素等方面深入讨论,并以实际案例辅助理解,剖析媒介融合所具备的特点。

媒介融合属于新媒体现象,网络媒体与其他各种媒体形态相互交融,已经成为 21 世纪媒介发展的潮流。在媒介技术不断发展的今天,媒介融合已经成为传媒业发展的重要特点。

^① 图片来源: <https://mp.weixin.qq.com/s/SCKDjBEk9-cVcOnN2AC87w>, 2023 年 10 月 9 日访问。

它最浅显的界定,就是把原来分属的各种媒介组合起来。美国麻省理工学院媒体实验室教授浦尔认为,媒介融合是指多种媒介呈多功能一体化趋势。美国新闻学会媒介研究中心主任安德鲁·纳奇森将“媒介融合”定义为“印刷的、音频的、视频的、互动性数字媒体组织之间的战略的、操作的、文化的联盟”,他所强调的“媒介融合”,更多的是指各媒介间的协作与联盟。在此过程中,传统纸媒和新兴媒介融合,形成新的传播模式,即媒介融合。以当代通信技术为动力,以数字网络传输技术为支撑,使得这一演化过程大大加快,传统媒体与新媒体的融合发展开始相互作用,报纸与网络的结合、广播电视与网络的融合、电信与网络的融合、广播电视与电信的结合等在世界发达国家进入实施阶段,媒介融合的时代就此来临。

媒体融合有其独有的发展历史。通过各种媒介之间的合作来促进信息传播,过程包括内容生产和传播方式等方面。互联网发展初期,媒体融合多用于形容两种或两种以上不同形式的媒体通过一定方式进行的集成与创新,从而使其具有新功能、新形态或扩展传播效果。在互联网蓬勃发展的今天,媒体融合日益盛行。随着媒体技术的进步,媒体融合、融合媒体逐渐变成一种媒介必将经历的发展趋势。

现如今媒介融合呈现出多媒体融合趋势。目前,媒介融合已经形成了以内容为中心、以用户为核心、以渠道为依托的特点,并取得了一定成效。在媒介技术不断发展的今天,媒介融合已经成为传媒业发展中的重要成果。技术变革是实现媒介融合的基础和条件,未来媒介融合中技术的重要性会越来越突出。技术的快速发展不仅推动了传媒行业的变革,也为媒介融合带来了更多的可能性。比如在人工智能技术的推动下,虚拟现实技术蓬勃发展,媒介融合将迈向高度数字化发展。

媒介融合给传播环境带来了冲击。在这个背景下,新闻传播领域也发生着深刻变化。媒介融合深刻地影响传播的环境,通过多种渠道和手段获取信息并整合为统一整体是现代传媒发展的趋势。一是媒介融合促进传播效率的提升。在新技术的支撑下,传统媒体和新兴媒体之间实现了优势互补,从而大大提高了信息传播速度,扩大了信息传播范围。在各种媒体形式相互交融的今天,传播能够更加迅速、更加高效。二是媒介融合让传播更积极。由于多种媒介形态并存,在新的环境中,受众能够及时获取信息和服务,从而产生更大的参与热情。新的传播方式和技术为受众带来了全新的体验,传播可通过互动性更强的途径来实现。由于技术发展和受众需求的变化,传播不再拘泥于传统“传者—受者”的模式,而是更多地考虑如何满足受众的心理需求和精神诉求。三是媒介融合让传播更具有个性化。通过对不同媒体形式进行整合,传播可按人之所需量身定制。四是媒介融合使信息呈现碎片化和多样化。随着网络技术的发展,媒介之间的界限越来越模糊,出现了“泛在化”的趋势。总之,媒介融合属于新型媒体现象,旨在将各种媒体形式整合到一起。它具备的传播特性有如下几点。

(1) 多元性:媒介融合传播是以多种媒介形式相互融合,形成一种新的传播形式,具有多元性的特点。

(2) 互动性:媒介融合传播可以实现双向互动,受众可以参与到传播过程中,可以及时反馈信息,从而更好地发挥其作用。

(3) 灵活性: 媒介融合传播可以根据不同的受众需求, 灵活地进行调整, 以满足受众的需求。

(4) 跨界性: 媒介融合可将多种媒介形式融合到一个平台, 这种跨界合作的方式能够让使用不同媒介却有关联的受众的期望值达到一个新高度。

跨媒介设计中的媒介融合目前主要侧重于以下几个切入点。

(1) 虚拟现实技术。虚拟现实技术可以将虚拟世界和现实世界融合在一起, 让用户体验到虚拟现实的真实感。任天堂开发的一款名为《宝可梦 GO》(*Pokémon GO*) 的手游, 基于手机 GPS, 结合 Google 地图和导航生成虚拟的游戏地图, 地图上的街道、路线和地点都是真实的, 玩家们分成蓝军和绿军两派, 根据真实的地点去做任务、对抗, 用精灵球捕捉新的小精灵, 如图 1-5 所示。



图 1-5 《宝可梦 GO》(*Pokémon GO*) 真实游戏画面^①

(2) 社交媒体。社交媒体可以将线上和线下的世界融合在一起, 让用户可以在社交媒体上分享自己的经历, 也可以在线下实际体验。

(3) 智能家居。智能家居可以将智能技术和家庭生活融合在一起, 让用户可以通过智能设备实现家庭自动化, 提高家庭生活质量。

(4) 智能手机。智能手机可以将移动互联网和传统的手机功能融合在一起, 让用户可以通过智能手机实现多种功能, 比如社交、视频、游戏等。

1.2 跨媒介创意设计的特点

1.2.1 单一媒介与跨媒介

在研究跨媒介创意设计的特点前, 我们先对单一媒介与跨媒介进行区分。我们将这里所指的“媒介”局限于“信息传播的载体”, 可以是语言、文字、图像、视频、音频、材料等。在社会机构的传播活动中, 它们所使用的不同媒介能提供给受众的内容也有所不同。

^① 图片来源: <https://www.ifanr.com/641009>, 2023 年 10 月 9 日访问。