

## 兩岸四地媒介融合論述及發展趨勢研究

### Study on Media Convergence and Development Trend in the Greater China Region

#### 摘要

本文以傳媒業界的報導及學術文獻中對媒介融合現狀和趨勢探討為主線，縱向對比分析兩岸四地的媒體對媒介融合的關注焦點，以期呈現傳媒業界和學術界在探討和論述媒介融合的現狀和趨勢。本研究利用大數據技術輔助在線內容分析法，結合網絡挖掘和機器學習技術，收集為期六年（2013年1月1日-2018年12月31日）兩岸四地的相關新聞報道，共計44,936篇；來自中國知網核心期刊，且篇名中含有“媒介融合”的相關文獻共計752篇。針對媒介融合形式、涉及的媒體類型、媒介融合的概念闡述以及融合趨勢進行深入分析，從理論及實踐操作層面挖掘媒介融合涉及的不同面向，進而為媒介融合未來的發展趨勢提供參考依據。研究發現，媒介融合的應用——以服務思維進行內容生產；技術發展——以多元技術發展支持媒介融合實踐；媒介形式融合——以「兩微一端」為主要融合趨勢。

**關鍵詞：** 媒介融合、大數據技術輔助在線內容分析、網絡挖掘

#### Abstract

This study focused on the current situation and trend of media convergence from media reports and academic literature. Comparing and analyzing the focuses and differences on media convergence in the Greater China Region, we try to present the status quo and trends of media convergence. In this study, big data technology-assisted online content analysis, combined with web mining and machine learning technology, was utilized to collect 44,936 relevant news reports from Chinese mainland, Hong Kong, Macau and Taiwan over a period of six years (January 1, 2013-December 31, 2018). A total of 752 relevant literatures from the core journals of CNKI (China National Knowledge Infrastructure) were included. This paper made a deep analysis of the forms, types, concepts and trends of media convergence, and

explored the different aspects involved in media convergence from the theoretical and practical levels, so as to provide a reference for the future development trend of media convergence. The research found that the discussion of media convergence focuses on industrial and technological perspectives of media convergence. There are three main trends in the development of media convergence: 1) content production based on service; 2) media convergence practice with multi-technology development; 3) WeChat, Weibo and APP will be the main media type in the future.

**Keywords:** Media Convergence , Big Data Technology-assisted Online Content Analysis, Web Mining

## 前言

媒介融合(Media Convergence)較早出現《自由的科技》一書中，於1983年由美國麻塞諸塞州理工大學的普爾(Ithiel DeSola Pool)教授提出「傳播形態聚合」的觀點，指各種媒介呈現出多功能一體化的趨勢。2004年，中國人民大學蔡雯教授將「媒介融合」一詞引入到國內學術界。隨著互聯網、移動終端、智能化技術等出現，媒介融合逐漸向更為廣泛的領域發展，涉及新聞媒體、內容生產、產業及社會生活中的各個方面。本文對比分析傳媒業界的報導及學術文獻中對媒介融合的現狀和趨勢探討，呈現四地(內地、香港、澳門、台灣)業界媒介融合現狀和趨勢的整體概況，並針對其中涉及的概念、融合形式、融合趨勢等面向進行深入分析，從理論及實踐操作層面挖掘媒介融合涉及的不同面向，進而為媒介融合未來的發展趨勢提供參考依據。基於此，本文共有三個研究問題：

研究問題一：傳媒業界和學術界對媒介融合議題的關注焦點有何異同？

研究問題二：兩岸四地新聞媒體對該議題的關注焦點有何異同？

研究問題三：未來媒介融合發展趨勢為何？

## 文獻綜述

媒介融合是「印刷的、音訊的、視頻的、互動性數位媒體組織之間的戰略的、操作的、文化的聯盟」(Nachison, 2001)。「一切媒介及其有關要素的結合、彙聚甚至融合」都可稱之為「媒介融合」(汪曙華, & 曾絢琦, 2014)，其涉及的範圍已經非常廣闊。在數位技術和網絡技術的背景下，媒介融合以信息消費終端的需求為指向，由內容融合、網絡融合和終端融合所構成的媒介形態的演變過程，帶來了傳統媒體和新媒體、傳統傳媒產業和其他產業之間的交融(錢廣貴, & 呂鎧, 2015)。有學者將當前媒介融合定位於「『傳統』趨向『新興』的單向融合」，認為「已成為國家重大意志行為的媒介融合」。但傳統媒體與新興媒體市場之間在身份、制度方面的差異和阻隔為融合增加了難度(朱鴻軍, 2019)。因而不同媒體類型的特征、規制制度是媒介融合過程中需要考量的重要因素。

在媒介使用的差異方面，媒介分為「作為技術形式和基礎設置的媒介、作為信息的媒介、作為信息在載體上呈現的特殊形式的媒介和作為組織和產業的媒介」(劉海龍, 2008)。因而媒介融合包括傳播介質和符號的融合、傳播媒體形態的融

合、傳播組織和傳媒產業融合等。本研究從新聞業角度、技術角度、產業角度及社會性融合角度界定媒介融合的概念，從媒介形式融合、內容生產方式融合、產業融合形式、社會性融合形式界定媒介融合的形式，並從技術發展趨勢、內容生產發展趨勢、媒介融合的應用趨勢、產業格局融合發展趨勢和政策法規完善趨勢研究未來媒介融合發展趨勢。

#### 新聞業角度

媒介融合在新聞傳播領域較多被涉及，包括生產的整合、多平台傳播、多媒體專業技能，以及滿足受眾互動參與需求等新聞融合的四個維度(Domingo, 2007)。除常見的媒體類型，如廣播、電視、報刊雜誌等傳統媒體，網站、論壇、社交媒體等新媒體類型，新聞業融合貫穿在了新聞內容生產相關的整個過程，指新聞業務及其操作層面，涉及到的新聞組織的架構、新聞議題的整合、新聞生產過程資源的調配、新聞產品的發佈，乃至從業者的素質和技能、新聞教育等方面(黃旦, 2016)。從新聞業角度看，媒介融合主要偏重於媒體融合，圍繞媒體的應用展開的融合。

#### 技術角度

美國新媒體研究專家約翰·帕夫利克(John V. Pavlik) (2005)在《新媒體技術》中指出技術將是媒介融合的主要趨勢，並為多媒體發展鋪就道路，指出「融合是指所有的媒介都向電子化和數位化這一種形式靠攏，這個趨勢是由電腦技術驅動的，並在網絡技術的推動下變得可能」。他們強調了技術融合是整個媒介系統融合的基礎，「以信息技術為中介，以衛星、電纜、電腦技術等為傳輸手段，數位技術改變了獲得數據、現象和語言三種基本信息的時間、空間及成本，各種信息在同一個平台上得到了整合，不同形式的媒介彼此之間的互換性與互聯性得到了加強，媒介一體化的趨勢日趨明顯」(喻國明, 2009)。在《媒體實驗室：在麻省理工學院創造未來》一書中，尼葛洛龐蒂(Nicholas Negroponte)從技術角度將媒介融合定義為在計算機技術和網絡技術二者融合的基礎上，用一種終端和網絡來傳輸數位形態的信息，由此帶來不同媒體之間的互換與互聯(楊溟, 2016)。強調電腦和網絡技術在媒介融合中的作用和角色，例如通過對人工智能等新的技術手段的應用，通過參與和體驗共同完成媒介內容的生產、消費和流通(亨利·詹金斯，

2012)。也就是說，技術是實現媒介融合的推動基礎設置力量。

有學者從技術的角度強調媒介融合是指電子通訊技術、電腦技術和媒體的融合(蔡雯 & 王學文, 2009)，主要指作為技術形式和基礎設置的媒介以及媒介融合過程中涉及到的技術，如手機、電腦、iPad等智能設備，以及社交媒體、論壇、微博、客戶端和數位化、人工智能、大數據、雲技術、虛擬現實等。

#### 產業角度

隨著互聯網和數位技術及信息化技術的發展，媒介融合逐漸擴大至不同產業之間的融合，有學者也曾提出不同產業之間的技術基礎融合而產生的產業融合(于刃剛, 2006)。從產業角度定義，媒介融合指媒介作為一個產業與其他產業之間的跨媒介、跨產業融合(趙平喜, & 李均德, 2014)，包括一種媒介機構的聯合和重組，或者是跨越傳統媒介技術界限的媒體機構重組(文瑋瑋, 2014)。基於產業維度，媒介本身將突破新聞媒體這一範圍，延伸到不同產業之間的綜合性融合。

#### 社會性融合角度

有學者指出「媒介融合導致原來互相分割的社會交往語境和形態(如私人與公共)模糊乃至坍塌，社會融合悄然崛起」(Boyd, 2008)。這裡的社會性融合強調媒介融合帶來的社會層面的變化，如受眾角色逐漸轉化成使用者，信息生產者和消費者邊界模糊，使所有參與者同時成為信息內容的主動生產者，即「生產使用者(producer)」(Bruns, 2008)。這種融合由具體的媒介形式延伸並貫穿至社會生活和生產的方方面面，具體的形式涉及經濟、文化和生活方式的融合。

#### 基於用戶的媒介融合

基於用戶的媒介融合實踐，涉及內容和服務方面，如媒介融合在消費平台和服務平台方面的應用。消費平台的應用指，內容與電商或其他消費平台的融合，實現用戶線上與線下的消費需求。具體形式包括內容生產平台化、定制化內容生產和互動化生產。內容生產方式的融合，即內容生產以平台化的模式進行，「指面對報紙、電視、手機、網絡等不同形態的媒體，對其傳播的內容進行一體化的生產，不再將各媒體視為獨立的形態，從而最大限度地利用資源，減少內容生產

的製作成本，獲取內容生產最大限度的收益」(徐軻，2011)。定制化內容生產指內容本身的內容要素以使用者偏好和需求為導向。互動化內容生產指提升使用者的參與和體驗。未來，媒介融合將打破媒介形態的邊界，「消費者可以用無所不能的終端通過無處不在的網絡，獲取個性化的服務」(孔令順，2014)。

#### 規制制定

進行融合性規制對於推動媒介深度融合具有不可忽視的作用，包括建立獨立的融合規制部門和政策規制的制定。建立獨立的融合規制部門以消除規制衝突與盲點以及行業壁壘，減少不同規制機構的協商成本。例如中國國家新聞出版廣電總局的設立為兩大產業業務上的交叉、融合，為產權上的兼併重組創造條件，為全媒體集團的運營和構建提供便捷(吳鋒 & 屠忠俊，2013)，對於搭建媒介融合的平台，更好地服務使用者等方面具有重要的決策作用。關於政策規制的制定內容主要用於媒介融合過程中涉及的業務、組織架構與資本結構，對此需做出調整或重新制定的相關管理制度、政策和法律等(李丹林，2014)。因而，規制制定是維持並確保媒介融合有序、合理進行的指引。

#### 媒介融合的相關研究

關於媒介融合的研究大多運用案例分析的方法，針對個別案例探討媒介融合實踐，較多涉及報業轉型及數位化媒介融合，例如以《衛報》和《紐約時報》為例，研究新聞報導形式的創新、使用者參與、社交媒體等，研究傳統報業數位化轉型實踐(張小強 & 周曉淇，2015)。另有一些研究集中傳統媒體與互聯網技術的融合實踐，例如針對傳統電視節目通過與互聯網融合，探究電視節目電商化的實踐(何芳，2015)，及以服務為導向的融合模式(劉彬彬 & 高璐，2015)。本研究採用大數據技術輔助在線內容分析法，針對海量的非結構化文本數據進行分析，以系統的、客觀的和定量的方式針對媒介融合中涉及到的相關面向進行編碼統計，將非結構化的文本內容轉化成結構化的數據並進行統計分析，綜合過往研究，從傳媒業界和學術界兩個維度進行對比分析，並對比分析兩岸四地傳媒業界對媒介融合關注焦點的異同，以期呈現媒介融合的基本概況，為兩岸四地媒介融合發展趨勢提供參考。

## 研究方法

### 研究樣本

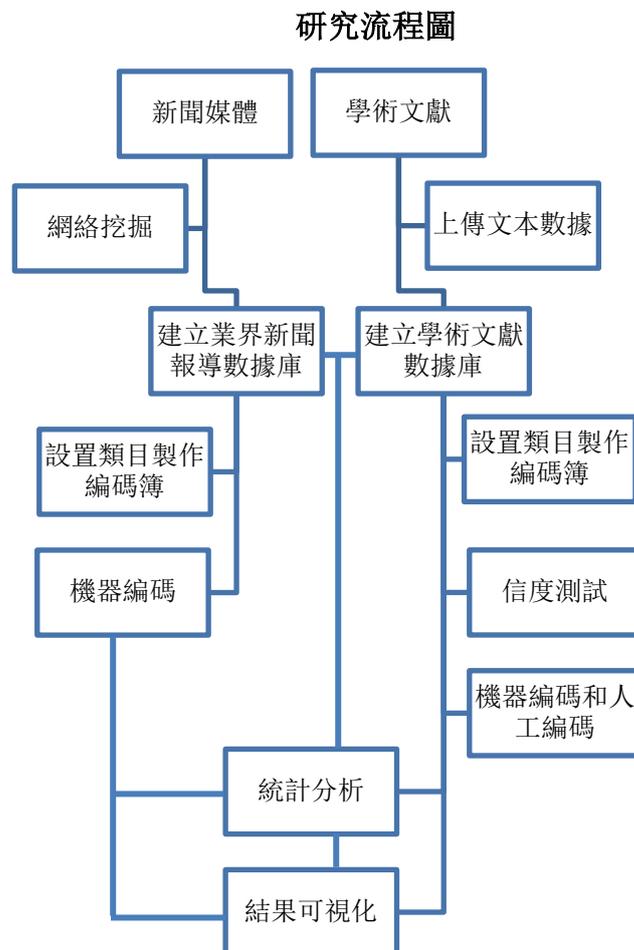
本研究收集過去六年兩岸四地新聞媒體及學術論文對媒介融合議題的論述及研究，試圖分析兩岸四地傳媒業界及學術界對此議題所論述的焦點及異同之處，並探討未來媒介融合的發展趨勢。本文選取 2013 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日期間，近六年來自內地、香港、澳門、台灣四地媒體中關於媒介融合的新聞報導，共計 44,895 篇，作為傳媒業界對於媒介融合關注與討論的總體樣本。學術界關於該議題的樣本來自於中國知網中國期刊全文數據庫的核心期刊，搜索篇名中含有關鍵字「媒介融合」的學術文獻，2013 年至 2018 年期間相關樣本共計 752 篇。本研究的分析單位為關於媒介融合的每一篇新聞報導和每一篇學術文獻。

### 大數據技術輔助在線內容分析法

內容分析法是一種在系統的、客觀的和定量的方式中，為了測量變量，研究和分析傳播內容的方法(Kerlinger, 1973)。以量化角度來闡述，它是「對傳播符號的系統性且可重複(replicable)的考察，即根據有效的測量規則對其賦值，並對那些數值涉及的關係運用統計方法進行分析，以便對傳播作出描述，對它的意義進行推論」(Riffe & Fico, 2005)。內容分析法作為一種非反應性或非介入性的研究方法，避免了觀察者對研究物件的影響，盡可能的確保研究過程和研究結果的客觀性。內容分析法因其具明確性的程式和統一的操作性，則可以處理大批量的文本。傳統內容分析的技術已經不適用於這些數據，需要我們通過更高級的演算法和統計方法進行深入的處理。不論是數據的獲取、管理還是分析維度，都需要重新審視傳統內容分析，並著手研究大數據背景下計算內容分析的理論框架及實現路徑(Lewis, Zamith & Hermida, 2013)。結合計算機技術的分析一般是「基於電腦分析文本語義的方法，其作用在於自動或半自動地處理大規模的文本並使之結構化」(Wiedemann, 2013)。因而，本研究採用大數據技術輔助在線內容分析法，結合網絡挖掘技術，運用 DiVoMiner<sup>®</sup>文本大數據挖掘及分析平台，進行總

體數據庫建立、設置類目製作編碼簿、編碼員內在信度測試、正式編碼、質量監控、統計分析和結果可視化操作。當中，為保證數據分析結果的質量，通過傳統方法不能實現的即時在線質量監控、在線信度測試等多重管理機制，在操作流程上以減少由於操作或是研究人員帶來的誤差。

具體研究流程圖如下：



### 類目設置

類目(categories)建構過程是確定研究問題中的相關變量並對其進行歸類的過程，是在將非結構化文本轉化成結構化文本的過程中，概念化編碼設計的過程。基於研究問題，綜合過往研究文獻，從媒介融合概念、融合形式、涉及的領域、傳統媒體及新媒體類型等媒介融合現狀，及媒介融合的發展趨勢，包括技術、內容、應用、產業格局及政策法規方面，具體類目主要分為以下八個類別（詳見附

錄一):

1. 媒介融合概念
2. 融合形式
3. 提及傳統媒體類型
4. 提及新媒體類型
5. 融合趨勢
  - 5.1 技術發展趨勢
  - 5.2 內容生產發展趨勢
  - 5.3 媒介融合的應用趨勢
  - 5.4 產業格局融合
  - 5.5 政策法規完善趨勢
6. 學術界研究的學科類別
7. 媒體來源地區
8. 媒介融合涉及的新聞報道主題

編碼員間的信度及機器編碼信度

信度是指在研究過程中，測量數據所獨立於測量工具的程度，即不同的研究者對同一現象進行重複測試後，所產生結果的一致程度(艾爾·巴比，2005)。也就是說，如果測量過程要進行多次，所得出的結論應該是類似的，這確保了內容分析的有效性或可靠性。編碼員間信度(inter-coder reliability)，是指「獨立的編碼者評估一則信息或人工製品的特徵並達到相同結論的程度」(Lombard, Snyder-Duch, & Bracken, 2004)，是最常見的內容分析信度檢驗指標。

本研究結合了人工編碼和機器編碼分別對學術文獻和新聞報道進行了編碼操作。因而信度測試分為兩個部分，人工編碼的信度通過編碼員間的信度計算復合信度結果，機器編碼的信度則通過對比以電腦自動對文本的編碼與人工編碼的結果，計算復合信度結果。具體的操作如下：

#### 編碼員及機器編碼信度測試流程



首先是在 DiVoMiner<sup>®</sup>上選取部分樣本構建在線信度測試庫，每位編碼員進行獨立編碼，綜合三位編碼員的編碼結果，依據當前最流行的霍爾斯蒂係數(Holsti, 1969)作為信度計算指標，進行兩兩配對，經過多次矯正，綜合每個變量的信度指數，計算出三位編碼員之間的複合信度為 0.93。對比機器編碼結果和人工編碼結果，計算出機器編碼與編碼員之間的複合信度為 0.85，顯示信度已達到可信水準(Kassarjian, 1997)。

## 研究發現

該部分從媒介融合概念、形式、涉及的傳統媒體和新媒體類型及融合趨勢幾個方面呈現媒介融合之基本概況，分別從傳媒業界和學術界的對比和內地、香港、澳門、台灣四地的對比，呈現業界與學術界關於媒介融合之關注焦點的異同，兩岸四地新聞媒體對該議題關注焦點的異同，以及分析媒介融合未來的發展趨勢。

### 總體概況

#### I. 總體信息量趨勢

觀察傳媒業界中新聞媒體的報導和學術界中學術論文的研究，關於媒介融合

的信息量統計結果顯示如圖，傳媒業界中的相關新聞報導呈現逐漸增多的趨勢，到 2017 年報導數量已經超過一萬篇，達 11,630 篇，2018 年數量有所下降。學術界中核心期刊的相關學術論文數量從 2013 年至 2015 年呈現逐年增多的趨勢，到 2015 年達到高峰值 172 篇，之後一直保持在一百篇以上的數量。可見，在傳媒業界和學術界中，對於媒介融合相關的信息量均保持上升趨勢，業界的關注度呈明顯的逐年上升趨勢，學術界的關注程度從 2013 至 2015 年程逐年上升趨勢，之後略有波動，但均保持在一百篇以上的平穩狀態。

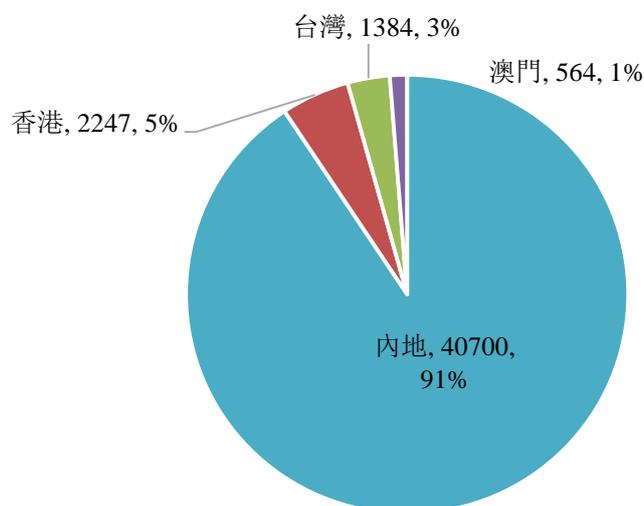
「媒介融合」媒體導報及學術研究趨勢



## II. 業界兩岸四地報導情況

新聞報導在內地、香港、澳門和台灣的報導量分佈如圖所示，相關報導最多的來源於內地，報導量明顯高於另外三地，佔比達 91%，總數達 40,700 篇。依次為香港(5.0%，2,247 篇)，台灣(3.0%，1,384 篇)，澳門的報導數量最少，僅佔比 1.0%，數量僅有 564 篇。可見，兩岸四地中，內地對於媒介融合的關注最多，澳門地區最少。

兩岸四地媒體報道分佈



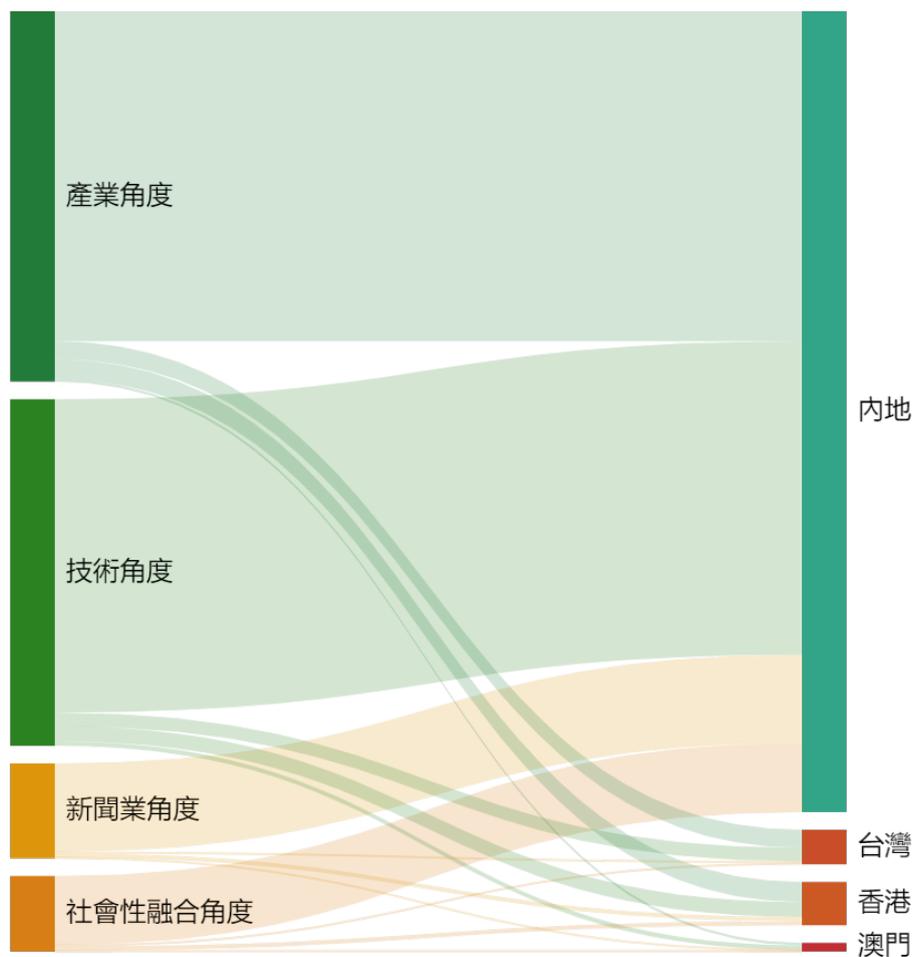
### III. 業界和學術界焦點熱詞

觀察各地媒體新聞報導正文，根據報導正文中的詞頻統計結果如圖所示，在傳媒業界的報導中，提及較多的詞彙分別為「媒體」、「發展」、「新聞」、「傳播」、「記者」、「中國」、「創新」等，可見傳媒業界中對於媒介融合的報導較為關注的仍為新聞傳播相關的，對於內容和服務也有所關注。

詞雲圖【傳媒業界】







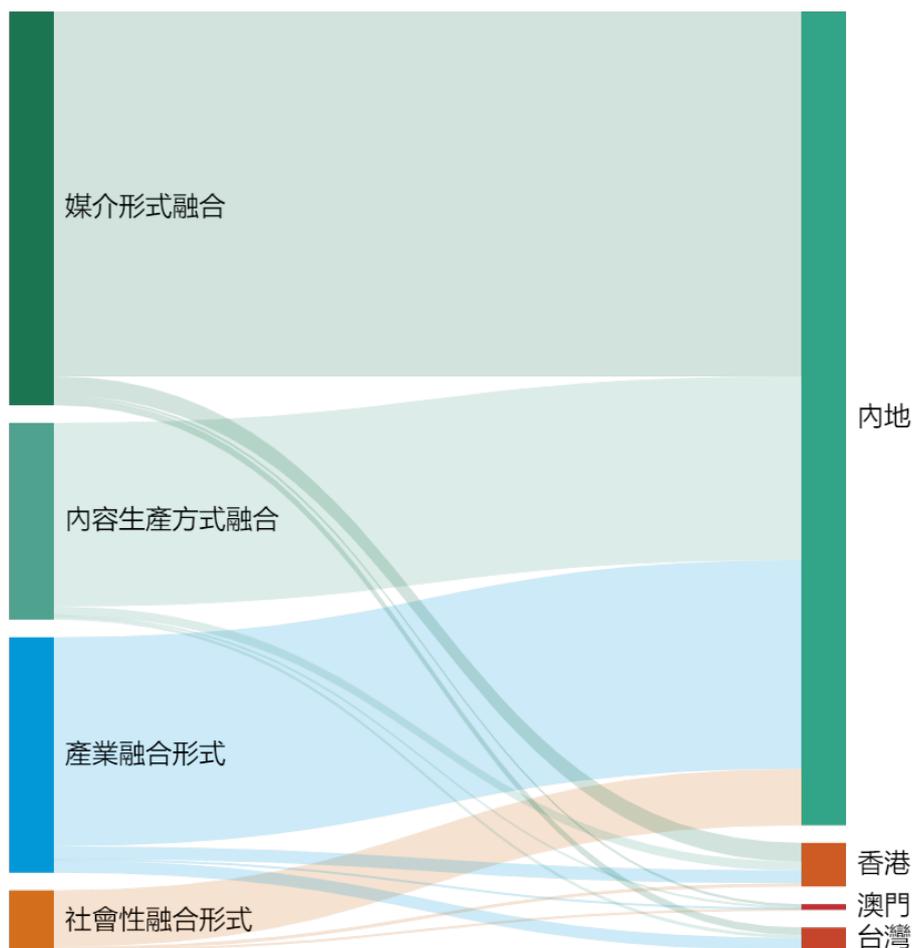
注：結果顯示兩岸四地傳媒業界關注的媒介融合概念差異具有統計顯著水準， $\chi^2(9)=166.004$ ， $p<.0001$

## II. 兩岸四地媒體中提及的媒介融合形式

兩岸四地媒體中對於媒介融合形式的提及分佈，由多至少排列依次是媒介形式融合、產業融合形式、內容生產方式融合及社會性融合形式。四地關於媒介融合形式的報導提及量中，內地媒體的報導最多，其次是香港和台灣地區，澳門地區最少。

內地和港澳地區主要集中在媒介形式的融合，例如新媒體與傳統媒體的融合。而台灣地區則主要關注產業融合形式，如影視、廣告與傳媒產業之間的融合。

### 兩岸四地媒介融合形式分佈

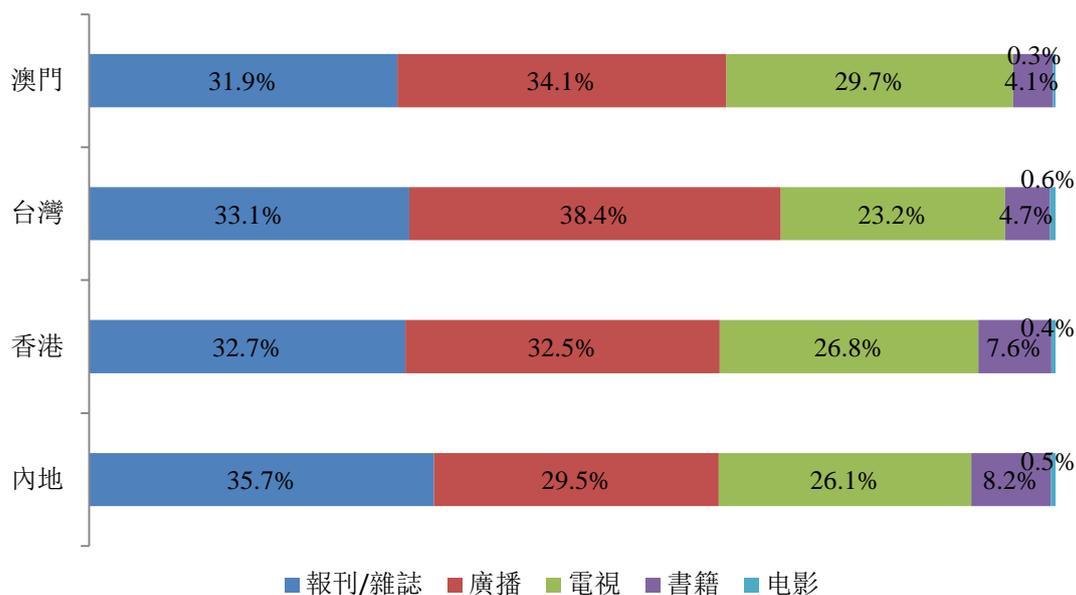


注：結果顯示傳媒業界不同領域關注的媒介融合形式差異具有統計顯著水準， $\chi^2(9)=436.835$ ， $p<.0001$

### III. 兩岸四地提及的傳統媒體類型和新媒體類型

兩岸四地提及的傳統媒體主要集中在廣播、電視和報刊雜誌這三種類型。澳門和台灣對於廣播方面的融合提及最多。香港和內地對報刊雜誌方面的融合提及最多。

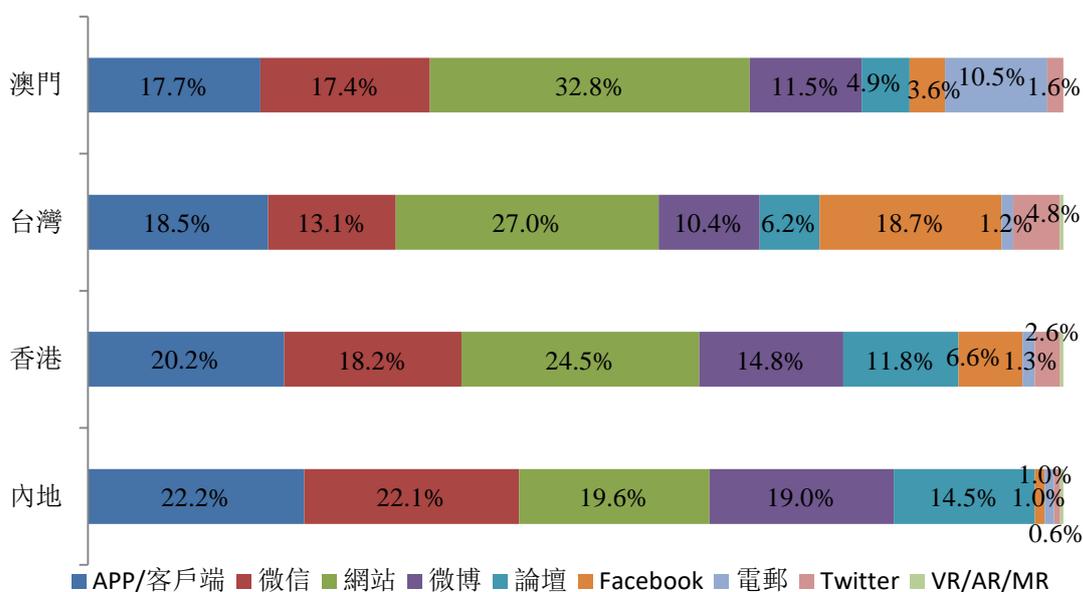
### 兩岸四地關注的傳統媒體類型



注：結果顯示兩岸四地關注的傳統媒體類型差異具有統計顯著水準， $\chi^2(81)=113.543$ ， $p<.0001$

兩岸四地在新媒體類型的涉及中，港澳和台灣地區主要以網站為主，台灣地區也有大部分關注 Facebook 的應用。港澳地區其次關注網站和 APP 客戶端。而內地則主要集中在 APP 客戶端和微信方面的應用。

### 兩岸四地關注的新媒體類型

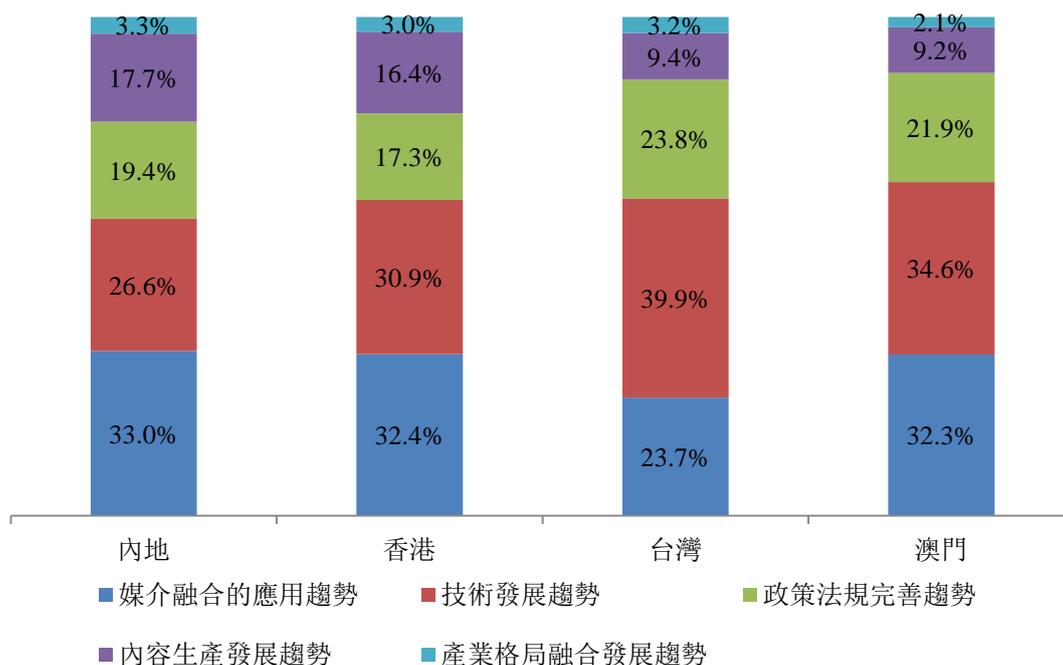


注：結果顯示兩岸四地關注的新媒體類型差異具有統計顯著水準， $\chi^2(24)=3376.957$ ， $p<.0001$

#### IV. 兩岸四地媒體中提及的媒介融合發展趨勢

四地媒體關注的媒介融合趨分佈如圖所示，內地和港澳地區對媒介融合的應用更為感興趣，佔比均超過三成。其次為技術發展。而台灣地區更關注技術發展趨勢，佔比約為四成。

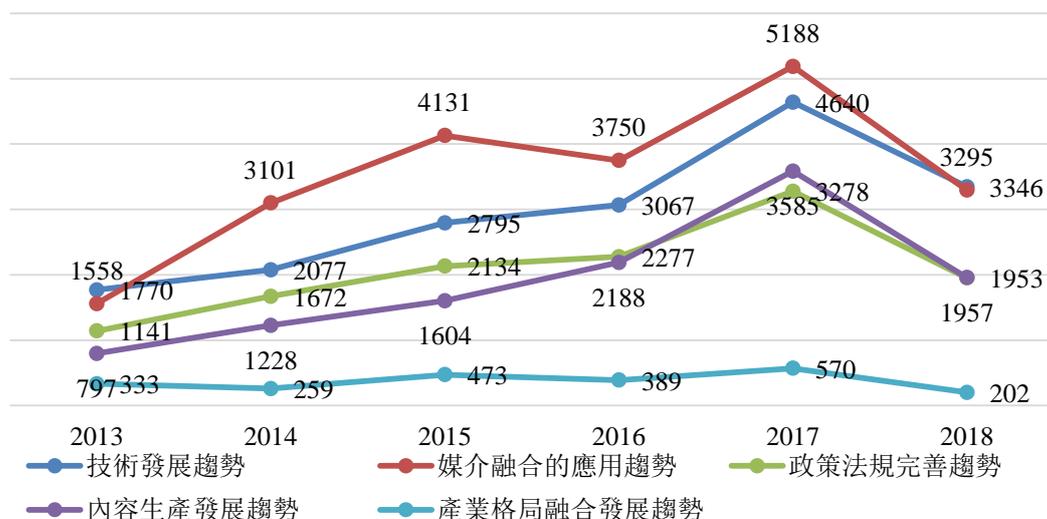
兩岸四地關注的媒介融合趨勢分佈



注：結果顯示兩岸四地媒體關注的媒介融合趨勢具有統計顯著水準， $\chi^2(12)=290.928$ ， $p < .0001$

2013年至2017年期間，技術發展、政策法規完善和內容生產發展趨勢方面的討論逐漸增多，到2017年，關於應用趨勢方面的討論增加到5,188篇，技術發展方面的討論增加至4,640篇。雖然2018年在各發展趨勢方面都有下降，但是媒介融合應用和技術發展仍然是主要的融合趨勢。

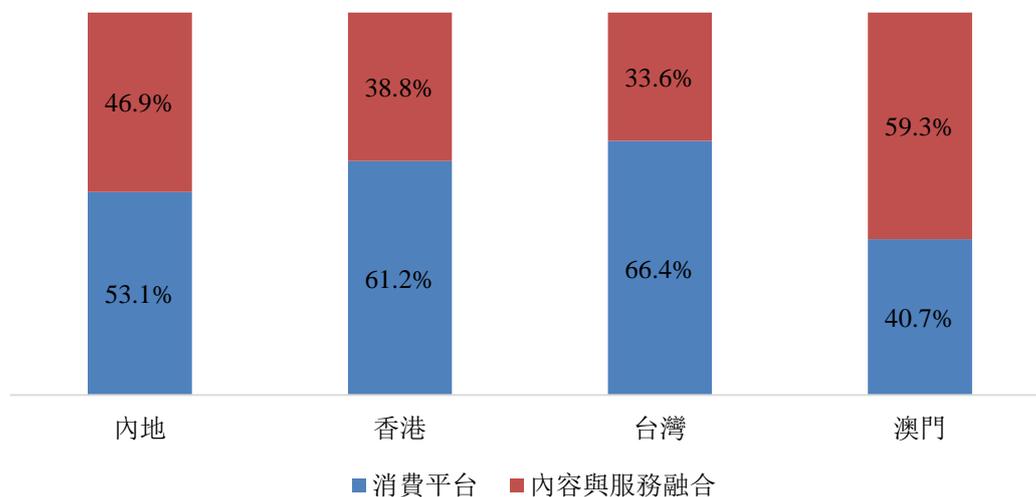
### 媒介融合發展趨勢



注：結果顯示兩岸四地媒體關注的媒介融合趨勢具有統計顯著水準， $\chi^2(20)=816.376, p < .0001$

兩岸四地媒介融合的應用中，關於消費平台方面，在內地、台灣和香港地區的提及量佔比較高，均超過五成，而澳門地區討論較多的是內容與服務融合方面，佔比為 59.3%。

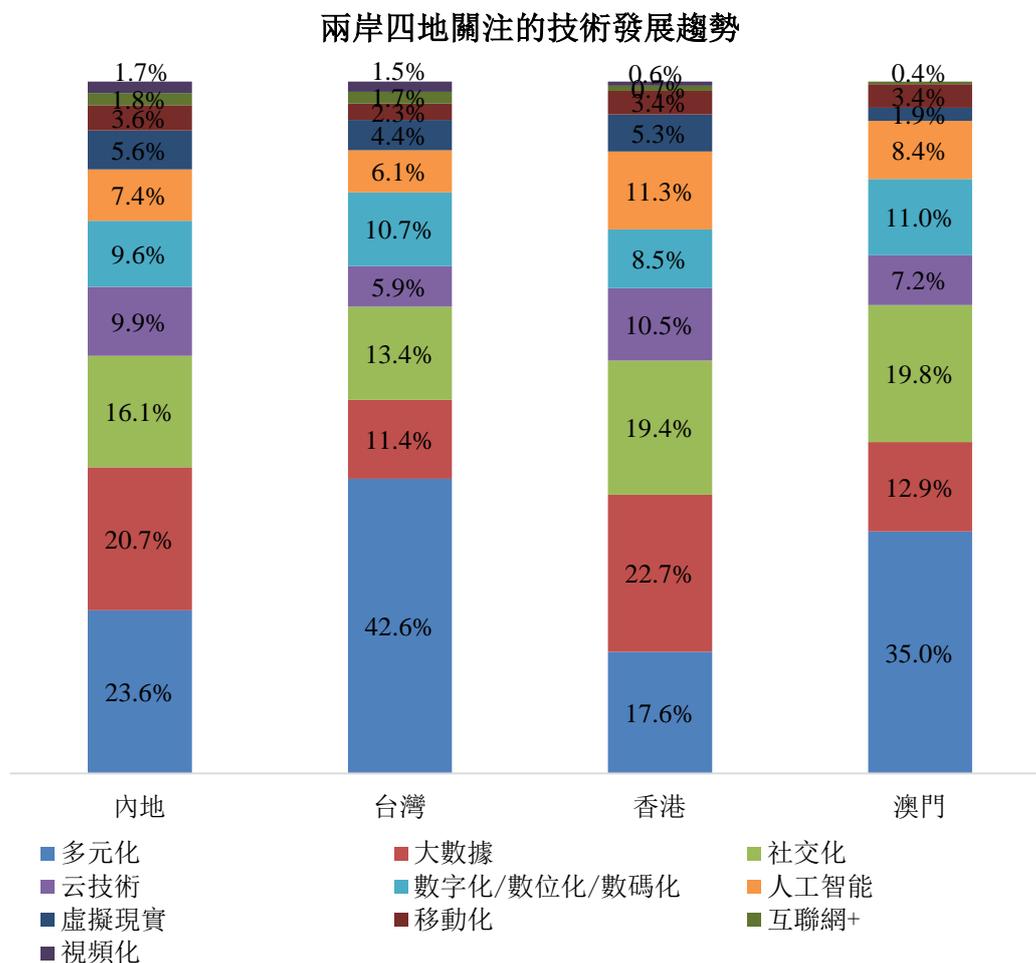
### 兩岸四地關注的媒介融合融合應用分佈



注：結果顯示兩岸四地媒體關注的媒介融合應用具有統計顯著水準， $\chi^2(12)=290.928, p < .0001$

兩岸四地媒體報導中的技術發展分佈如下，內地較為關注多元化、大數據和社交化，另外對於雲技術和數位化也有所關注。台灣和澳門地區最為關注技術發展多元化趨勢，其次是社交化。香港地區最為關注大數據方面，其次為社交化。

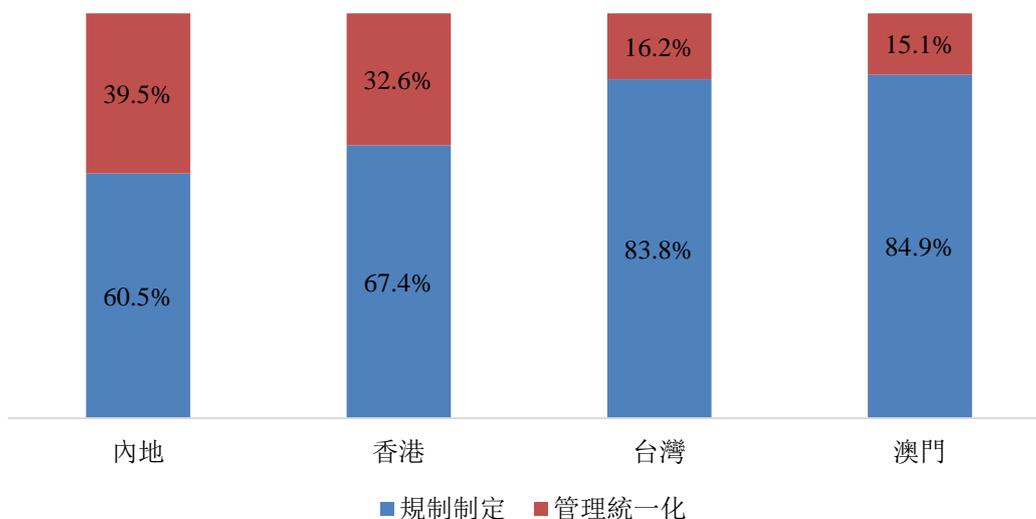
可見四地對技術發展多元化的趨勢最為關注，此外，內地和香港地區對大數據方面的技術討論也較多。而澳門和台灣地區則多關注技術發展中的社交化。



注：結果顯示兩岸四地媒體關注的技術發展趨勢具有統計顯著水準， $\chi^2(27) = 347.289$ ,  $p < .0001$

兩岸四地均重視對規制制定本身的討論，均超過六成，其中澳門和台灣地區對規制制定的提及超過八成。

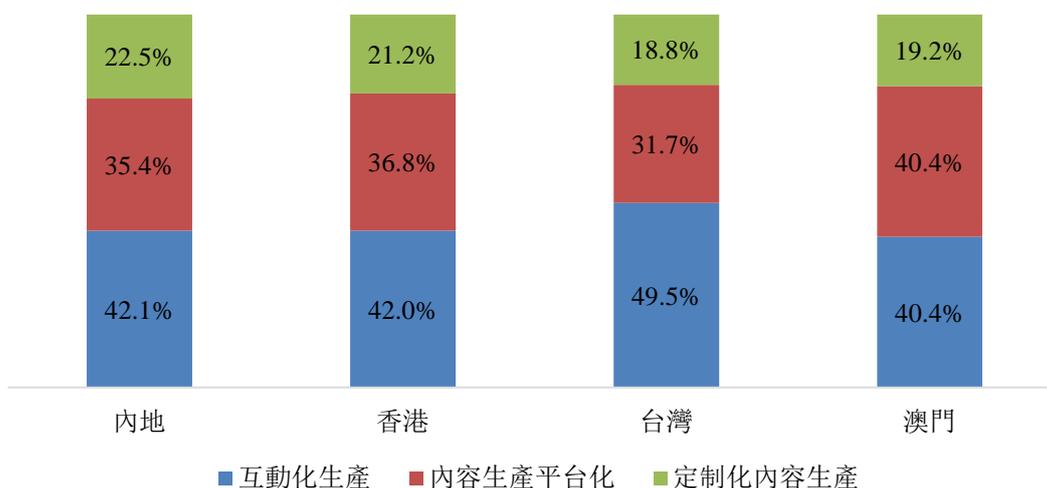
兩岸四地關注的政策法規完善分佈



注：結果顯示兩岸四地媒體關注的政策法規完善趨勢具有統計顯著水準， $\chi^2(3)=123.521$ ， $p<.0001$

兩岸四地內容生產中，媒體新聞報導中均較多提及互動化生產方面的內容，其中台灣地區媒體的佔比約五成，其次為內容生產平台化。澳門地區媒體對於互動化生產和內容生產平台化的提及率相同(均為 40.4%)。

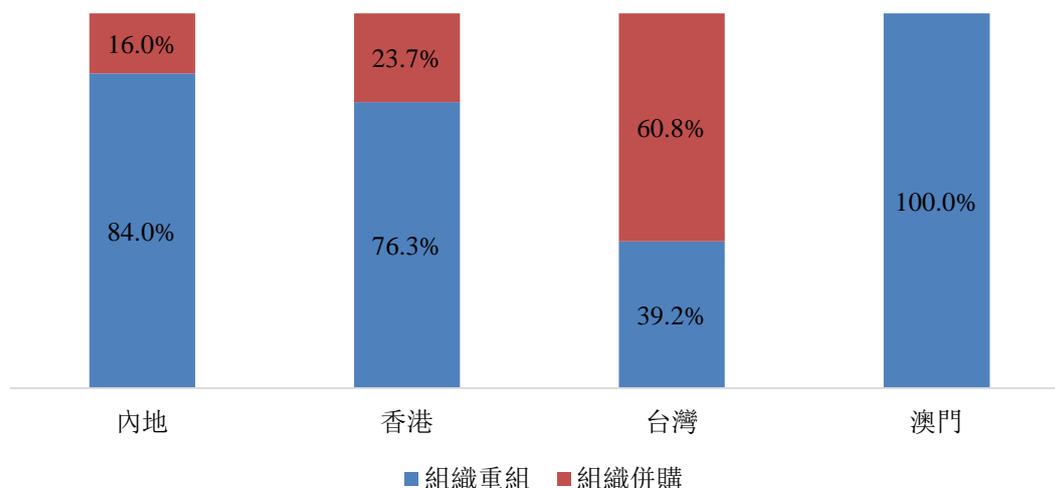
兩岸四地關注的內容生產發展面向



注：結果顯示兩岸四地媒體關注的媒內容生產發展不具有統計顯著水準， $\chi^2(6)=5.578$ ， $p>.0001$

兩岸四地產業格局發展中內地和港澳地區主要側重於組織重組，台灣地區主要側重於組織並購(60.8%)，主要關注因組織並購產生的壟斷問題相關的「媒體壟斷仿製與多元維護法草案」。

兩岸四地關注的產業格局分佈



注：結果顯示兩岸四地媒體關注的產業格局具有統計顯著水準， $\chi^2(3)=72.073$ ， $p<.0001$

### 業界和學術界對媒介融合議題的關注焦點

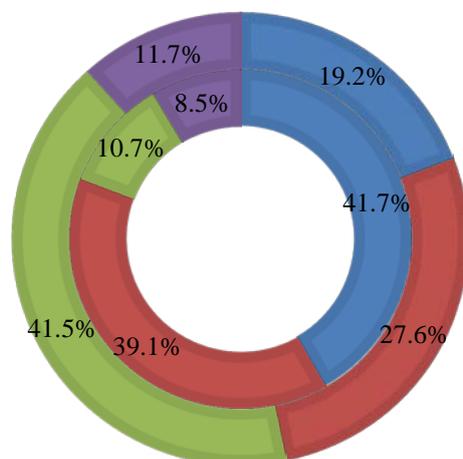
該部分從媒介融合概念、融合方式、涉及的傳統媒體和新媒體類型及融合趨勢幾個面向對比傳媒業界和學術界對該議題的關注焦點和異同。

#### I. 業界與學術界提及的媒介融合概念

業界和學術界對媒介融合的概念的關注存在明顯差異。學術界多數從新聞業角度定義，基於媒體和傳播方面研究媒介融合。而傳媒業界則多從產業角度討論媒介融合。

### 媒介融合概念【傳媒業界VS學術界】

■ 產業角度 ■ 技術角度 ■ 新聞業角度 ■ 社會性融合角度

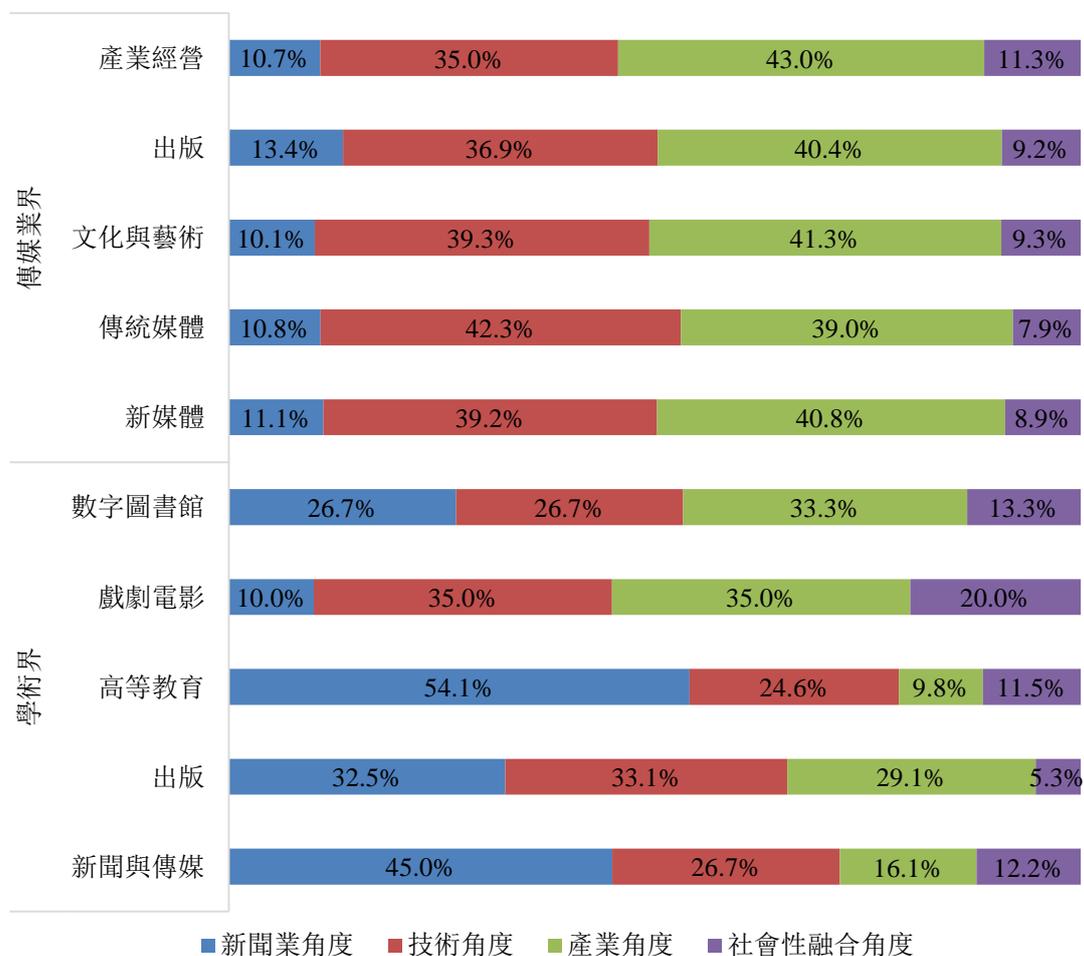


注：內環為傳媒業界，外環為學術界。結果顯示傳媒業界與學術界對與媒介融合概念的關注具有統計顯著水準， $\chi^2(3)=900.572$ ， $p<.0001$

在傳媒業界，主要從產業和技術的角度來討論媒介融合的概念。這些領域主要集中在產業經營、出版、文化與藝術、傳統媒體及新媒體。在傳統媒體領域，主要聚焦在技術角度，討論如何通過技術實現傳統媒體的轉型及融合。

在學術界，對於媒介融合概念的研究就比較多元化，主要研究的學科領域是數字圖書館、戲劇電影、高等教育、出版、新聞與傳媒。在高等教育領域、新聞與傳媒領域中主要還是從新聞業角度來定義媒介融合。其他領域多從技術和產業角度來定義。

不同領域提及的媒介融合概念【傳媒業界VS學術界】



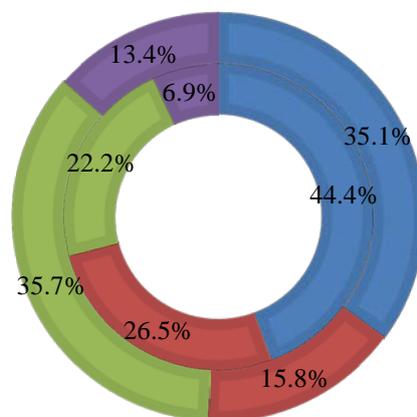
注：結果顯示傳媒業界不同領域對媒介融合關注差異具有統計顯著水準， $\chi^2(581)=113.543$ ,  $p<.001$

## II. 業界與學術界提及的媒介融合形式

學術界多關注內容生產方式和媒介形式融合方面。主要是針對媒體內容多渠道多來源的內容生產方式的融合，傳媒業界則主要關注媒介形式的融合。例如「中央廚房」的多種媒體形式融合成一個多功能一體化的融合。

### 媒介融合形式【傳媒業界VS學術界】

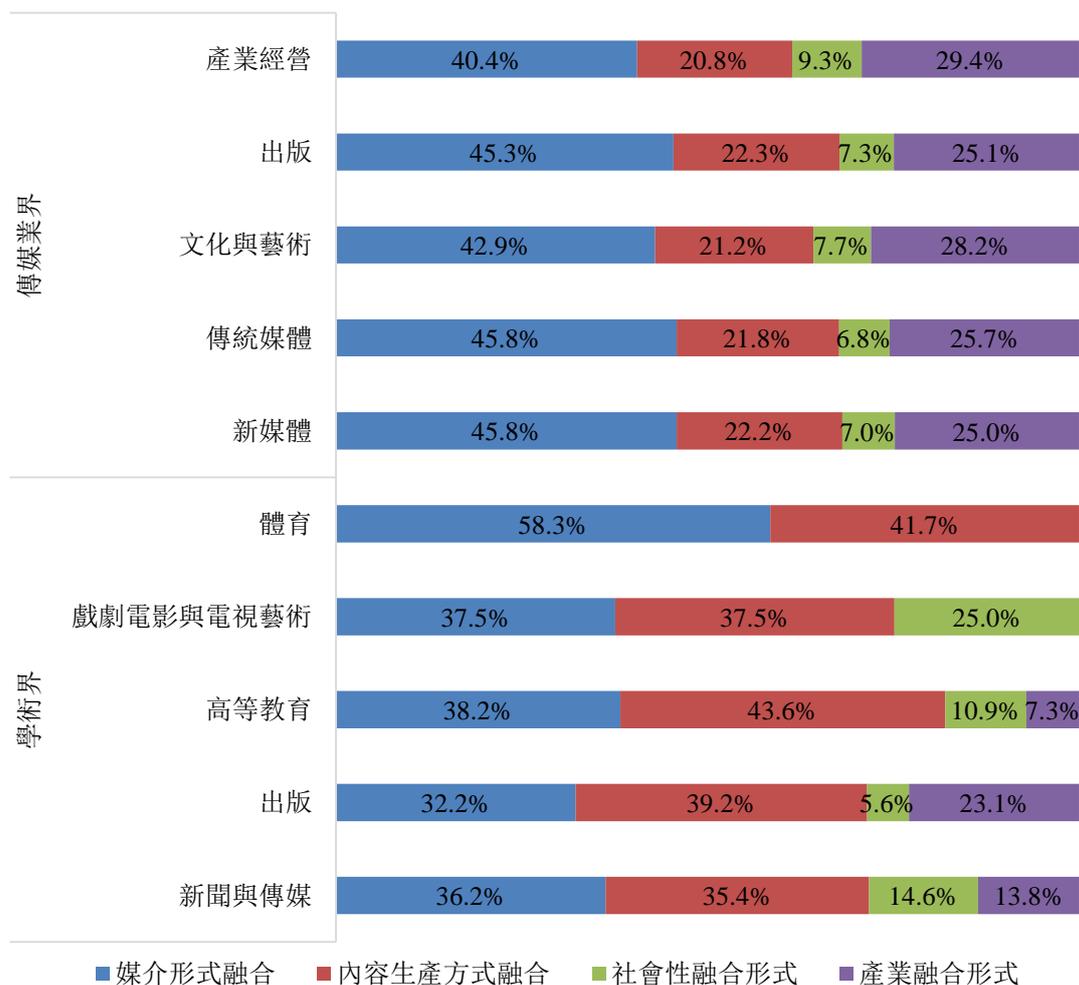
■ 媒介形式融合 ■ 產業融合形式 ■ 內容生產方式融合 ■ 社會性融合形式



注：內環為傳媒業界，外環為學術界。結果顯示傳媒業界與學術界對與媒介融合形式的關注具有統計顯著水準， $\chi^2(3)=189.744$ ， $p<.0001$

在傳媒業界，關注媒介融合形式最多的前五個領域是產業經營、出版、文化與藝術、傳統媒體和新媒體，該些領域主要談及的都是媒介形式本身的融合。其次是產業融合形式。在學術界，研究媒介融合形式最多的前五個領域為體育、喜劇電影與電視藝術、高等教育、出版、新聞與傳媒。該些領域除了對媒介形式本身的融合的研究外，學者們更多研究內容生產方式的融合。

不同領域提及的媒介融合形式【傳媒業界VS學術界】

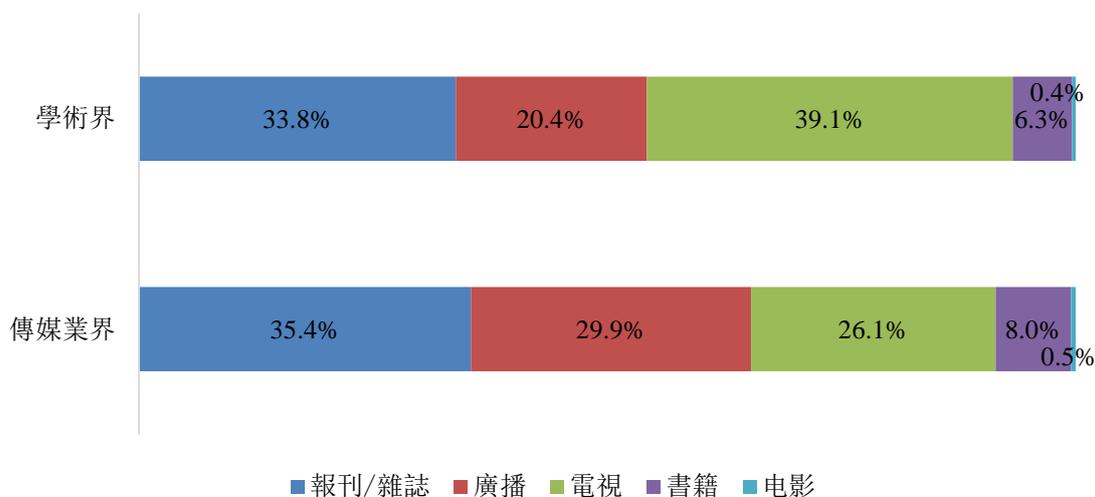


注：結果顯示傳媒業界與學術界領域中的媒介融合形式具有統計顯著水準， $\chi^2(81)=113.543$ ， $p<.001$

### III. 業界與學術界提及的傳統媒體類型和新媒體類型

傳媒業界對報刊雜誌等紙質媒體的關注程度最高，佔比約為四成（39.1%）。而學術界側重於電視媒體，尤其是電視節目中的媒介融合實踐方面，所佔比例為35.4%。

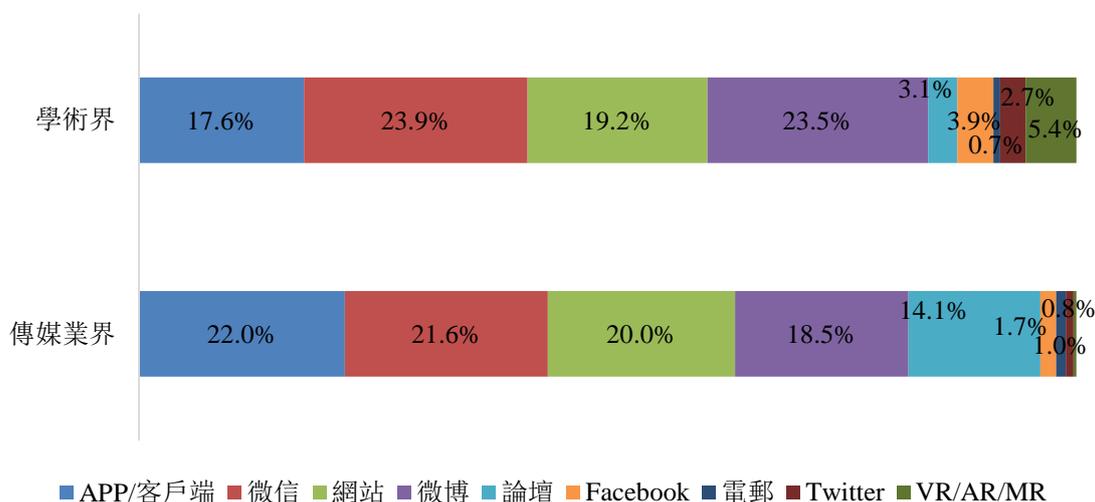
### 傳統媒體類型【傳媒業界VS學術界】



注：結果顯示傳媒業界與學術界對傳統媒體類型的關注具有統計顯著水準， $\chi^2(4)=77.712$ ， $p<.0001$

傳媒業界中提及的新媒體類型中，提及最多的是 APP/用戶端(22.0%)和微信(21.6%)。學術界中對於新媒體類型提及最多的為微信(23.9%)和微博(23.5%)。業界和學術界中 Facebook、論壇和電郵均佔比較少。

### 新媒體類型【傳媒業界VS學術界】



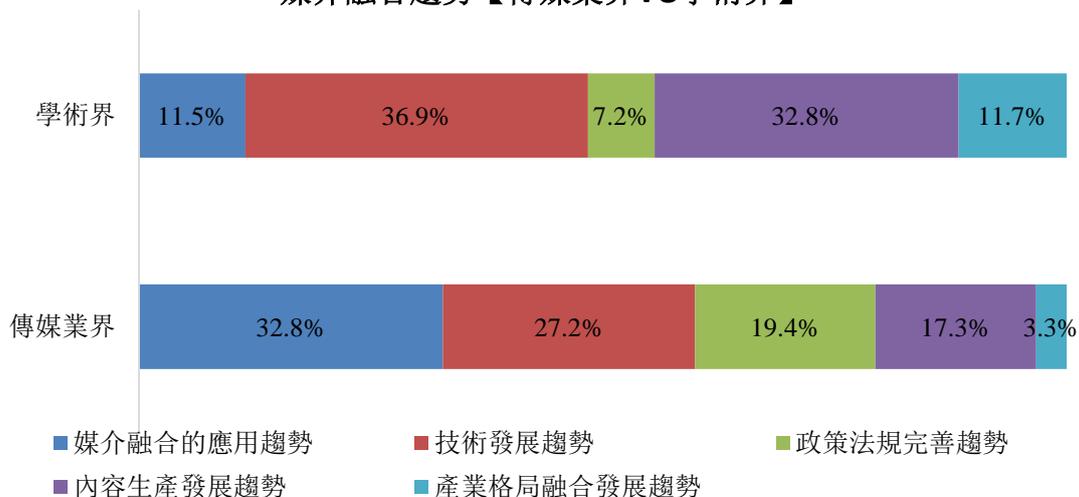
注：結果顯示傳媒業界與學術界對新媒體類型的關注具有統計顯著水準， $\chi^2(8)=784.783$ ， $p<.0001$

## IV. 業界與學術界提及的融合趨勢

傳媒業界較多關注媒介融合的應用趨勢，超過三成（32.8%），其次為技術發展趨勢。學術界主要集中在技術發展趨勢方面，佔比 36.9%，其次為內容生產發

展趨勢，佔比 32.8%。政策法規完善趨勢方面的研究佔比最少。

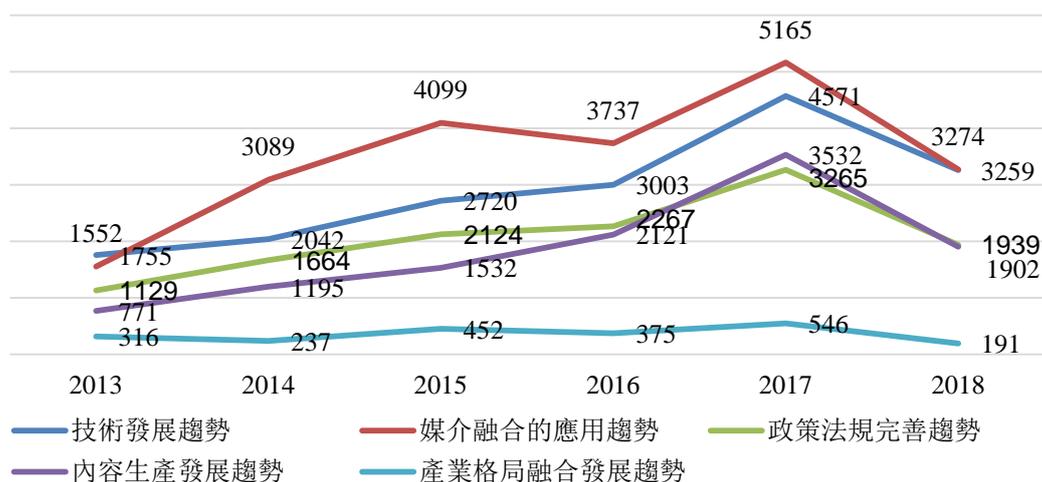
媒介融合趨勢【傳媒業界VS學術界】



注：結果顯示傳媒業界與學術界對媒介融合趨勢的關注具有統計顯著水準， $\chi^2(4)=544.582$ ， $p<.0001$

到 2017 年，在傳媒業界，媒介融合趨向於應用、技術發展、政策法規完善和內容生產方面的趨勢發。2018 年，相關的討論數量明顯減少了。但仍然集中在媒介融合的應用和技術發展趨勢方面。

媒介融合發展趨勢【傳媒業界】

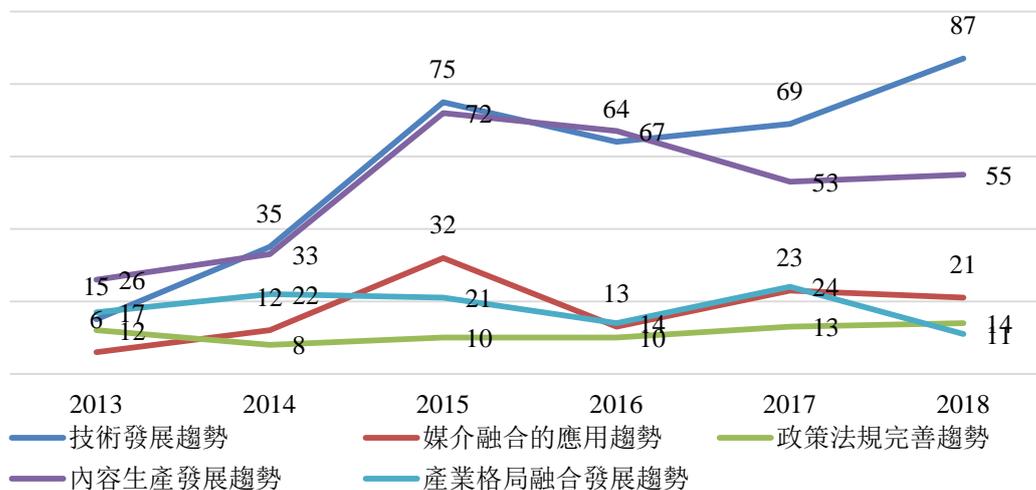


注：結果顯示傳媒業界在過往六年期間關注的媒介融合趨勢具有統計顯著水準， $\chi^2(20)= 825.940$ ， $p<.0001$

學術界則不同，到 2018 年，對於技術發展方面的研究最多，其次是內容生產發展方面。在 2015 年期間，對於這兩方面的研究達到最高，然後開始有波動

和下降趨勢。但是對於技術發展方面的研究呈現越來越多的趨勢。

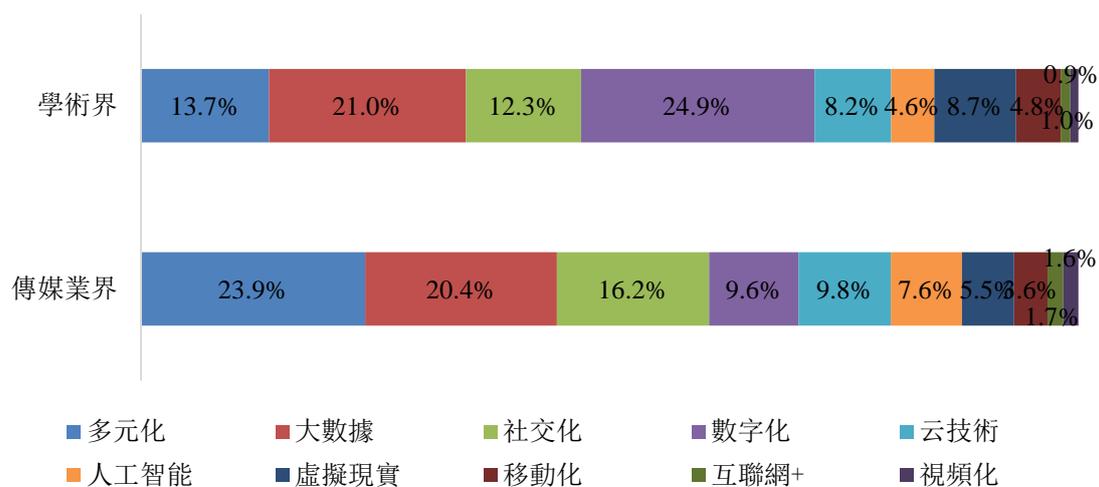
媒介融合發展趨勢【學術界】



注：結果顯示學術界在過往六年期間關注的媒介融合趨勢具有統計顯著水準， $\chi^2(20)=53.599$ ， $p<.0001$

技術發展趨勢中，學術界中主要關注數字化，佔比 24.9%，尤其是傳統媒體的數字化轉型。其次是大數據技術，佔比 21.0%。傳媒業界提及最多的是多元化，倡導多元化技術發展，為媒介融合提供更多可能性的技術支持，佔比 23.9%，其次為大數據，佔 20.4%。

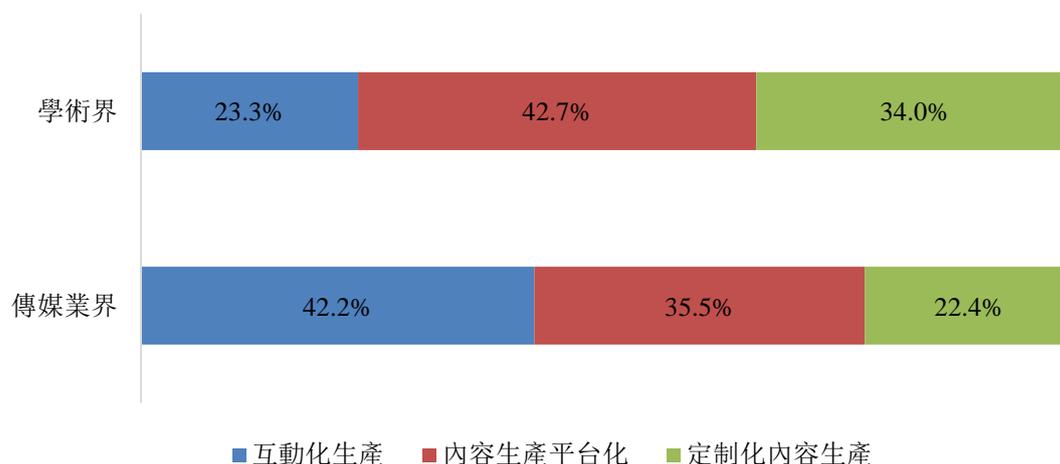
技術融合趨勢【傳媒業界VS學術界】



注：結果顯示傳媒業界與學術界關注的技術融合趨勢具有統計顯著水準， $\chi^2(9)=193.510$ ， $p<.0001$

內容生產發展趨勢中，學術界集中於多媒體內容平台化生產，平台化發佈的研究，佔比 42.7%。其次為定制化內容生產，互動化生產佔比較少。而傳媒業界中佔比最多的是互動化生產，佔比 42.2%，強調用戶對於內容生產方面的作用。其次為內容生產平台化，定制化內容生產佔比較少。

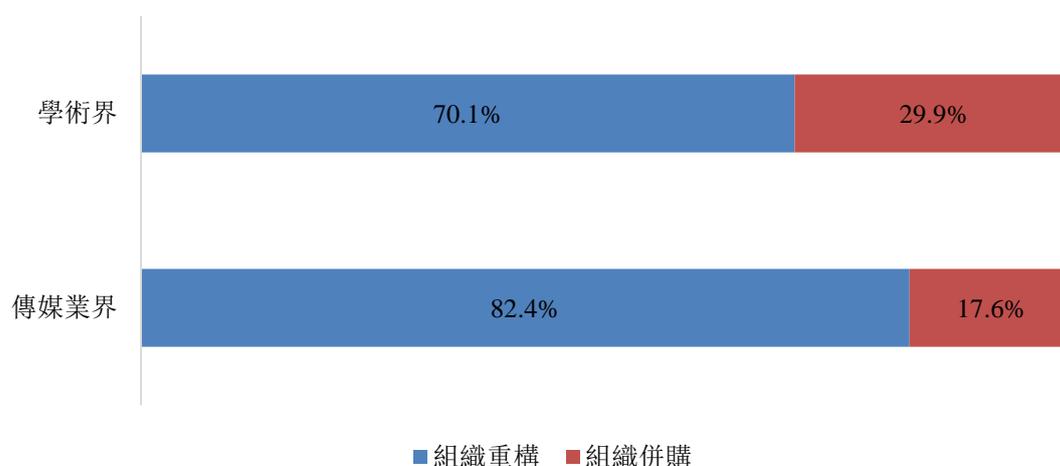
### 內容生產趨勢【傳媒業界VS學術界】



注：結果顯示傳媒業界與學術界關注的內容生產融合趨勢具有統計顯著水準， $\chi^2(2)=52.351$ ， $p<.0001$

產業格局融合趨勢中，傳媒業界和學術界均較為關注組織重組，均超過七成，即通過媒介組織內部結構的重新組合實踐產業格局的融合發展，傳媒業界對於組織重組方面的提及佔比高於學術界。

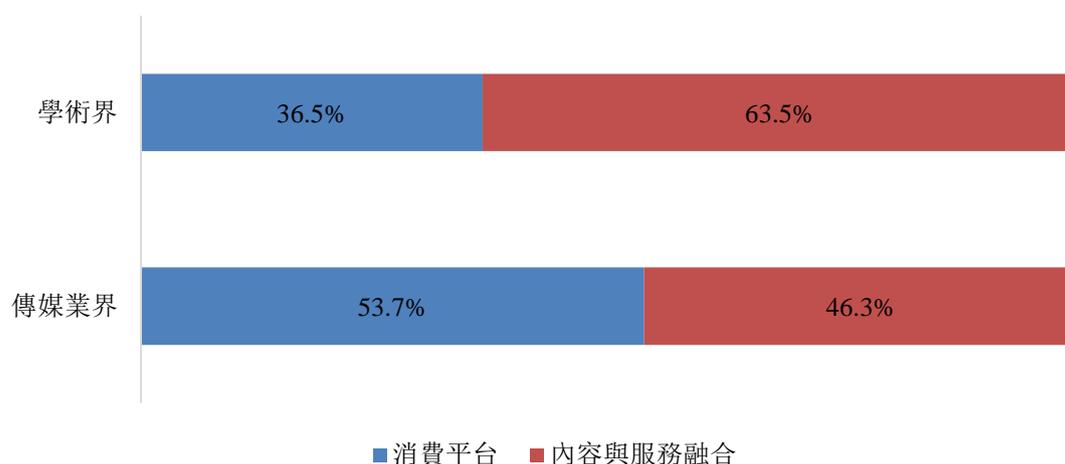
### 產業格局融合趨勢【傳媒業界VS學術界】



注：結果顯示傳媒業界與學術界關注的產業格局融合趨勢具有統計顯著水準， $\chi^2(1)=10.278$ ， $p<.0001$

對於媒介融合發展趨勢，學術界較為關注內容與服務融合方面的研究，超過六成。而傳媒業界則較為關注消費平台方面的應用，如社交電商、互聯網知識付費等，超過五成。

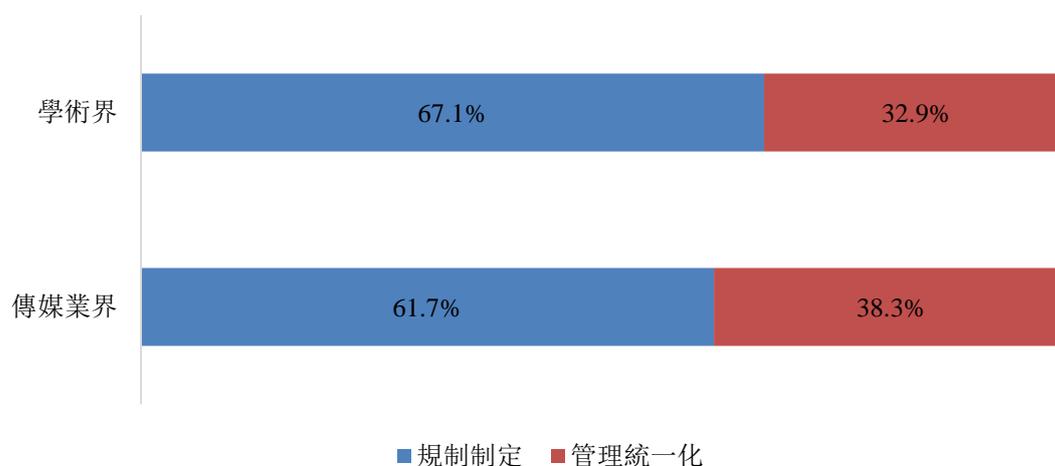
### 應用趨勢【傳媒業界VS學術界】



注：結果顯示傳媒業界與學術界關注的融合應用趨勢具有統計顯著水準， $\chi^2(1)=10.586$ ,  $p<.001$

政策法規完善趨勢中，傳媒業界和學術界均較為關注規制制定本身方面，即未來為適應媒介融合發展的相關政策法規條款內容的設立，均超過六成，學術界中對於規制規定方面的研究佔比相對傳媒業界稍多一些。

### 政策法規趨勢【傳媒業界VS學術界】



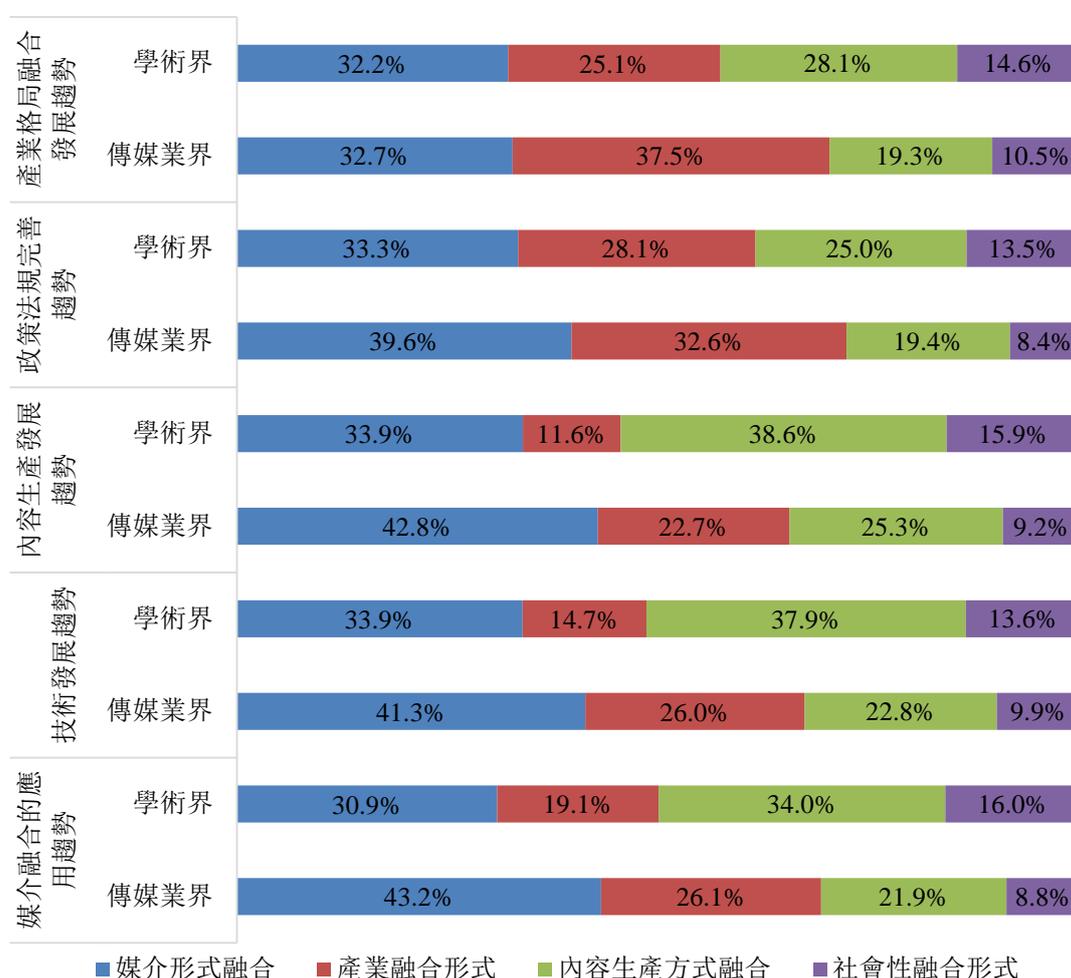
注：結果顯示傳媒業界與學術界關注的政策法規趨勢不具有統計顯著水準， $\chi^2(1)=0.649$ ,  $p>.0001$

## VI. 業界與學術界媒介融合形式與發展趨勢

傳媒業界中，除產業格局融合發展趨勢中以產業融合形式佔比最高外，在各融合趨勢中，媒介形式融合佔比均較高，均為四成左右。

學術界中的媒介融合形式與融合趨勢中，技術發展趨勢、內容生產趨勢和媒介融合的應用方面佔比較高的均為內容生產方式融合，其次為媒介形式融合，均超過三成。可見媒介融合趨勢主要的在融合形式方面主要集中在媒介本身的形式和內容生產兩個方面，這是學術研究和業界實踐過程中主要關注的問題。

媒介融合形式與趨勢的關係【傳媒業界VS學術界】



注：結果顯示明媒介融合形式和趨勢的差異具有統計顯著水準， $\chi^2(12)=846.304$ ， $p<.0001$

## 結論

媒介融合的議題漸顯現出其重要性。業界和學術界對於媒介融合在近年以來

的關注度在整體上呈現增大趨勢，尤其是傳媒業界在近年來的報導量呈現明顯增多的趨勢。無論是兩岸四地業界還是學術界，對媒介融合的主要關注焦點集中在技術發展、融合形式和融合的應用。

媒介融合的應用：以服務思維進行內容生產

學術界多基於媒體和傳播方面研究媒介融合，多關注內容生產方式中的互動化生產方面的內容和內容生產平台化。對於媒介融合發展趨勢，學術界較為關注媒介融合的應用中，內容與服務融合方面的研究。區別於學術界，業界中，內地、香港和台灣地區多從產業融合的角度來討論媒介融合，尤其台灣地區更為明顯，在媒介融合的應用方面，四地均較為關注，如消費平台以及澳門地區關注較多的內容和服務平台的應用。

媒介融合的應用主要由電子商務與社交媒介融合衍出來的社交電商、移動電商等，通過各種媒介形式、使用者通過自製內容及互動、關注和分享等實現交易購買，加速使用者或粉絲流量變現。例如電視綜藝節目《女神的新衣》融合了媒體與電子商務的應用實踐，將節目中的服裝上線到網店，採用即播即買的方式實現使用者變現。近兩年，內容付費和知識服務付費的融合應用逐漸發展起來，如在線教育、付費節目、付費問答等通過在線支付購買知識服務，融合了媒體、電商、教育、出版等多個產業領域。

因而，需以服務思維進行媒介融合的內容生產，尤其是內容生產過程的互動性，以此來吸收用戶或增加用戶黏性。兩岸四地的媒體新聞報導中均關注互動化生產方面的內容，尤其是台灣地區互動化內容生產方面的討論和關注最多。未來在媒介融合的應用中，對於構建消費平台模式方面，將以互動性內容為核心，聯通線上線下交易，實現用戶變現。

技術發展：以多元技術發展支持媒介融合實踐

除了媒介融合的應用外，技術發展在媒介融合中的重要角色也是學術界和業界較為關注的重點。學術界主要集中研究數字化、大數據技術在融合過程中，尤其是媒體轉型過程中發揮的重要作用。四地傳媒業界最關注的則是技術發展的多元化，為媒介融合提供更多可能性的技術支持。此外，內地和香港地區較多關注

大數據技術，而澳門和台灣地區則多關注社交化性質的技術發展。

技術發展滲透在媒介融合的形式、內容和產業等種種環節。用戶受內容消費升級的驅動，用戶需求逐漸的多元化、個性化。在媒介融合過程中，通過大數據、智能算法等技術進行內容信息的數據管理、用戶數據管理，依託用戶行為和偏好進行內容定制，提升信息傳播的效率的同時提升傳播精確度，為媒介融合實踐提供技術支援。

媒介形式融合：以「兩微一端」為主要融合趨勢

媒介本身的形式和內容生產方面的融合形式是學術界和業界都關注的主要問題。學術界對媒介形式融合中的媒體類型側重於電視、微信和微博，四地傳媒業界則側重於報刊雜誌等紙質媒體和 APP 客戶端及微信、微博、網站等。此外，港澳和台灣地區會關注一些廣播和網站和方面的融合，但隨著技術和人們生活習慣的轉變，以「兩微一端」（微博、微信、APP 客戶端）的融合趨勢將會越加明顯。

可見，除了傳統媒體類型報刊轉型、電視節目的融合實踐外，微信、微博和 APP 客戶端是新媒體類型中的主要關注焦點。尤其是報刊、電視媒體相繼開發小程序客戶端，實現與微傳播、移動化的新媒體融合。這也迎合了用戶對手機移動端的使用習慣。例如洛陽日報報業集團打造的移動新媒體平台——「掌上洛陽」手機用戶端，綜合新聞推送、電子報閱讀、網上問政、便民生活、O2O 電商服務等模組於一體，在中國報業第二屆融合創新大會舉行 2017—2018 年度中國報業深度融合發展系列獎項中榮「『2017—2018 年度』中國報業優秀創新性平台」稱號。未來在新媒體類型中「兩微一端」的融合仍然是適應當前移動互聯網時代的實踐發展趨勢。

## 未來研究

本研究選取了新聞報道和學術文獻作為分析樣本，試圖對比業界實踐和學術界對於理論研究之異同。同時，嘗試對比分析內地、香港、澳門、台灣四地的業

界對媒介融合的關注。未來可以從具體的實踐案例探究媒介融合過程中遇到的困境和未來的發展趨勢。同時，文本資料可以更多樣化，例如訪談資料、相關視頻資料都可以用來分析，尤其是新興的短視頻傳播，如抖音、快手、微視等等都可以作為媒介融合的研究對象。未來可以嘗試應用大數據技術輔助在線內容分析進行更多素材、更多面向的分析，為媒介融合發展提供更多的參考。

### 參考文獻

- 于刃剛（2006）。《產業融合論》。北京：人民出版社。
- 文瑋瑋（2014）。〈媒介融合與圖書的受眾階層回歸〉。《中國出版》，第6期，頁12-15。
- 孔令順（2014）。〈論媒介融合背景下的電視轉型〉。《中國電視》，第4期，頁73-77。
- 艾爾·巴比（2005）。《社會研究方法》（邱澤奇譯）。北京：華夏出版社。（原書 Babbie, A. [1998]. *the Practice of Social Research* [8<sup>th</sup> ed.]. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company）
- 約翰·帕夫利克（2005）。《新媒体技术——文化和商业前景》（周勇，张平锋等译）。北京：清华大学出版社。（原書 Pavlik, J. [1997]. *New Media Technology: cultural and Commercial Perspectives* [2<sup>nd</sup> ed.]. Boston: Allyn and Bacon）
- 朱鴻軍（2019）。〈走出結構性困境：媒介融合深層次路徑探尋的一種思路〉。《新聞記者》，第3期。
- 汪曙華，曾絢琦（2014）。〈媒介融合的產業趨勢與出版業的發展機遇〉。《現代出版》。第5期，頁15-17。
- 李丹林（2014）。〈媒介融合背景下我國傳媒政策與法律研究論綱〉。《南京社會科學》第2期，頁115-121。
- 吳鋒，屠忠俊（2013）。〈我國新聞出版與廣電業行政管理體制改革的回顧與前瞻——2013年“署局合併”之透視〉。《現代傳播（中國傳媒大學學報）》，第5期，頁1-6。
- 亨利·詹金斯（2012）。《融合文化：新媒體和舊媒體的衝突地帶》（杜永明譯）。北京：商務印書館。（原書 Jenkins, H. [2006]. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* [1<sup>st</sup> ed.]. New York: New York University Press.）

- 何芳 (2015)。〈媒介融合背景下廣播電視節目的創新方式——以《女神的新衣》為例〉。《新聞愛好者》，第 6 期，頁 82-85。
- 徐軻 (2011)。《媒介融合現象解析》。廣西師範學院博士論文。
- 張小強, 周曉淇 (2015)。〈國外報業數位化先驅媒介融合的進展與挑戰——以《紐約時報》和《衛報》為例〉。《科技與出版》，第 8 期，頁 109-115。
- 楊溟 (2013)。《媒介融合導論》。北京：北京大學出版社。
- 喻國明 (2009)。《傳媒經濟學教程》。北京：中國人民大學出版社。
- 黃旦, 李暄 (2016)。〈從業態轉向社會形態:媒介融合再理解〉。《現代傳播 (中國傳媒大學學報)》，第 1 期，頁 13-20。
- 蔡雯, 王學文 (2009)。〈角度 · 視野 · 軌跡——試析有關「媒介融合」的研究〉。《國際新聞界》。第 11 期，頁 87-91。
- 趙平喜, 李均德 (2014)。〈基於媒介融合背景下的新聞生產形態初探〉。《出版廣角》。第 2 期，頁 96-98。
- 劉彬彬, 高璐 (2015)。〈媒介融合下電視服務節目發展的新思路〉。《當代電視》。第 2 期，頁 86-88。
- 劉海龍 (2008)。《大眾傳播理論:範式與流派》。北京：中國人民大學出版社。
- 邁克爾·辛格爾特裡 (2000)。《大眾傳播研究: 現代方法與應用》(劉燕南等譯)。北京：華夏出版社。(原書 Singletary, M. W. [1994]. *Mass Communication Research: Contemporary Methods and Applications* [1<sup>st</sup> ed.]. Boston: Allyn and Bacon)
- 錢廣貴, 呂鎧 (2015)。〈媒介融合的多元解讀、經濟本質與研究範式偏差〉。《當代傳播》。第 6 期，頁 57-59。
- Boyd, D. (2008). Facebook's Privacy Trainwreck: Exposure, Invasion, and Social Convergence. *Convergence*, 14(1), 13–20.
- David K. (2008). Blogs, wikipedia, second life, and beyond: from production to produsage, by axel bruns. *British Journal of Educational Technology*, 39(6), 1132–1133.
- Carminers, E. G., & Zeller, R. A. (1979). *Reliability and Validity Assessment*. Beverly Hills, CA:Sage. 12.
- Domingo, D., et al. (2007, March). *Four Dimensions of Journalistic Convergence: A Preliminary Approach to Current Media Trends at Spain*. Paper presented at the

- 8th International Symposium on Online Journalism, Austin, Texas.
- Holsti, O.R. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company.
- Kassarjian. (1977). Content Analysis in Customer Research, *Journal of Consumer Research*, 4(6), 8-18.
- Kerlinger, F. N. (1973). *Foundations of behavioral research* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Lewis, S. C., Zamith, R., & Hermida, A. (2013). Content analysis in an era of big data: a hybrid approach to computational and manual methods. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(1), 34-52
- Lombard, M., Snyder-Duch, J., & Bracken, C. C. (2004). A call for standardization in content analysis reliability. *Human Communication Research*, 30(3), 434-437.
- Nachison, A. (2001, June). *Good business or good journalism? Lessons from the bleeding edge*. Paper presented at the World Editors' Froun, Hong Kong.
- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. G. (2005). *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research* (2nd ed.). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Wiedemann, G. (2013). Opening up to big data: Computer-assisted analysis of textual data in social sciences. *Historical Social Research*, 38(4), 348.

附錄一：類目信息表

題目	選項
1.媒介融合概念(多選)	新聞業角度，技術角度，產業角度，社會性融合角度
2.融合形式(多選)	媒介形式融合，內容生產方式融合，產業融合形式，社會性融合形式
3.提及傳統媒體類型(多選)	電視，廣播，報刊雜誌，書籍，電影，其他*
4.提及新媒體類型(多選)	Facebook, Twitter, 微信, 微博, 網站, 論壇, APP/客戶端, 電郵, VR/AR/MR, 其他*
5.融合趨勢(多選)	技術發展趨勢，內容生產發展趨勢，媒介融合的應用趨勢，產業格局融合發展趨勢，政策法規完善趨勢
5.1 技術發展趨勢(多選)	數位化，人工智能，多元化，大數據，社交化，雲技術，移動化，虛擬現實，互聯網+，視頻化
5.2 內容生產發展趨勢(多選)	內容生產平台化，定制化內容生產，互動化生產
5.3 媒介融合的應用趨勢(多選)	消費平台，內容與服務融合
5.4 產業格局融合(多選)	組織重組，組織並購
5.5 政策法規完善趨勢(多選)	規制制定，管理統一化
6.學術界研究的學科類別(多選)	新聞與傳媒，出版，高等教育，戲劇電影與電視藝術，文化，文化經濟，體育，教育理論與教學管理，中國文學，圖書情報與數位圖書館，音樂舞蹈，文藝理論，貿易經濟，美術書法雕塑與攝影，行政學及國家行政管理，思想政治教育，民商法，市場研究與信息，企業經濟，外國語言文字，計算機軟件及計算機應用，建築科學與工程，馬克思主義，民族學，成人教育與特殊教育，社會學及統計學，職業教育，中等教育，檔案及博物館，信息經濟與郵政經濟
7.媒體來源地區(單選)	內地，香港，澳門，台灣
8.媒介融合涉及的新聞報道主題(多選)	傳統媒體，新媒體，影視，人才教育，出版，思想政治，產業經營，教育理論，公關與行政學，廣告，民商法，圖書情報，文化與藝術，文學