

论媒介化社会的层级构建

洪长晖

**摘要：**媒介化社会已然是我们不得不面对的现实，然而如何去理解及把握、该遵循怎样的路径，则是一个尚未引起足够关注的话题。文章认为，理解媒介化社会，既要抓住传媒的动力维度，更要从个体、社区和国家的不同层级上加以把握，以此达致完整地理解媒介化社会的特征和逻辑。

**关键词：**媒介化社会；层级构建；个体；社区；国家

**作者简介：**洪长晖，男，讲师，传播学博士，浙江大学博士后。（浙江传媒学院 文化创意学院广告系，浙江 杭州，310018）

**中图分类号：**G206.2      **文献标志码：**A      **文章编号：**1008-6552（2014）05-0021-05

媒介化社会，已然是当下中国的现实图景，不少论者也试图探寻可能的发展机制。在探讨“媒介化社会”这一概念时，使用者更多的是将其作为一个描述性概念，以此涵括大众传媒时代与自媒体时代混同共存的社会现实。相较而言，学界尚缺少从规范性角度及内在逻辑的层次上真正地去理解和把握媒介化社会，尤其没有很好地审视传媒在不同问题域内的角色和动力机制。事实上，英国传播学者约翰·汤普森在《传媒与现代性》（Media and Modernity）一书中就隆重地将传媒作为社会现代性的制度维度之一。香港学者马杰伟则更进一步，不仅提出“媒体现代”（mediated modernity）的概念，而且将传播维度置于首要地位。如下图所示：<sup>[1]</sup>

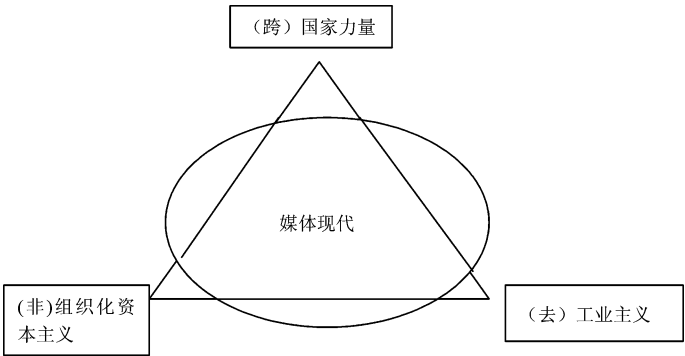


图 1

马杰伟的论述中，已经明确认识到我们当下所处的社会已然是一个媒介化社会，不过他似乎也犯了诸多传播研究者容易犯的错误，那就是颇为理想化地将传播的力量予以放大，使其居于中心位置。而事实上，传播（媒介）无疑具有非常重要的作用，但是在一个深具复杂性的社会现实中，其在不同阶段、不同区域内所扮演的角色显然是不一样的，因此就需要进一步考察。这种视角的一个可切入点就在于媒介化社会的构成上。

一、媒介化社会的形成逻辑

媒介化，已经是当代中国社会发展的重要推动力。童兵等人认为，媒介化社会的形成有三重逻辑：以媒介融合为特征和趋势的媒介技术演化的结果提供了媒介化社会的技术推动力，为社会的不断媒介化提供

了可能性；受众对于信息永无止境的需求甚至依赖构成了媒介化社会形成的主体牵引力，是媒介化社会的必要性前提；而现代社会信息环境的不断“环境化”，恰恰展示了媒体的巨大影响力和建构性，是社会媒介化的必然后果，是媒介化社会的外部表征。<sup>[2]</sup>

媒介融合、信息依赖和环境建构这三重逻辑交织在一起，构成了媒介化社会的建设性力量。媒介发展的历史表明，媒介化作为一个过程，几乎是和人类社会一起开始的，但是正是有了这些力量的推动，我们才能够说今天是一个媒介化社会。其间所经历的变化就体现在媒介角色、传播效果及受众地位的演变上，无论是哪一点，都已经远不是此前的任何一个社会形态可以比拟的。传播变革自进入大众传播时代，媒介逻辑就占据了整个传播活动的核心，使之具有了存在论的意义。

不过，拉什（Scott Lash）和卢瑞（Celia Lury）又将媒介化社会的分析更推进了一步。他们认为，霍克海默和阿多诺当初对文化工业的批评固然发人深省，但是文化工业本身到了全球化时代又有了新的变化。在早期经典文化工业理论中，文化是以商品或同一性产品的形式流通；在全球文化工业兴起的时代，“一度作为表征的文化开始统治经济和日常生活，文化被‘物化’（thingified）。在经典文化工业中，媒介化主要发生在表征的层面，而在全球文化工业中（就反抗和统治而言）则是通过‘物的媒介化’实现的”。正是由于物的媒介化，电影就变成了电脑游戏（或者相反），卡通人物就变成了玩具收藏品或服装，音乐变成了商场里播放的背景音乐或手机铃声。总之，“当媒介变成物的时候，我们就进入了一个只有操作、没有解释的工具性的世界。我们更多地‘做’它们，或是用它们来做事，而不是‘读’它们。”<sup>[3]（11）</sup>

由此，随着全球化时代的到来，媒介化社会中“物的媒介化”导致了其对象也发生了变化。在传统的大众传播时代，作为媒介产品消费者的受众被诸多理论家赋予了积极意义。最著名的当然是英国文化研究学派的主将之一斯图亚特·霍尔（Stuart Hall）所提出的三种解读方式（主导式解读、协商式解读和对抗式解读），其中的“协商式”和“对抗式”就突出了受众的主动“阐释能力”。但是，在媒介化社会中，意义就已经不再是阐释性的，而是行为性的。这种行为性在很多时候就表现为对对象的消费，我们在看电视的时候，不得不忍受不断被割断的剧情连续性；我们在浏览网页的时候，同样无法回避间或弹出的对话框。所以，德赛图（Michel de Certeau）一针见血地指出，消费与生产的合二为一是当代社会的主导性景观，“一个理性化的、扩张主义的、中心化的、奇观式的以及声势浩大的生产，正遭遇着一种判然有别的生产，它的名字叫‘消费’。其特征是：诡计、分裂（这是环境使然）、偷袭、私密性、不知疲倦却静悄悄地行为。”<sup>[4]</sup>

在媒介化社会里，在整个世界范围内发生的种种时代变化都与媒介的参与息息相关。媒介逻辑不仅是引发和推动这些变化的原因，而且更是为进一步的发展演变提供架构支持。一言以蔽之，媒介逻辑是媒介化社会的形成逻辑。

## 二、媒介化社会的层级构建

“现代化仅仅是一个社区的进程？某些民族国家的进程？还是一个全球性的进程？”这是现代化研究者提出的问题。而事实上，这问题的答案现在来看，已经非常明朗，现代化当然不仅仅停留在某一个层面，而是涵盖了上述的各个层级。同时，民族国家作为一个主体，其推动的现代化应当涵盖社会生活的一切基本方面，即通常意义上所说的政治现代化、经济现代化、文化现代化和社会现代化。

从马杰伟所提出的“媒体现代”分析框架中可以看到，他也看到并着重强调了政治（国家力量）、经济（组织化资本主义）、文化和科技（工业主义）等方面与媒介之间的互动关系。不过，正如发展传播学的奠基人丹尼尔·勒纳（Daniel Lerner）在其开创性研究中就已经指出的，除了“没有发达的大众传播体系，现代社会就不能有效地发挥功能”之外，还需要特别关注大众传播对人的现代化的重要作用。<sup>[5]</sup> 在勒纳看来，现代社会显然要以具有现代个性的人为基础，每一位社会成员都要具备现代化的人格和价值观。

在这一点上，前述的那些现代性理论家大多给予了足够的重视，像吉登斯（Anthony Giddens）和贝克（Ulrich Beck）就分别将“自我认同”、“个体化”与现代性联系在一起，作为考察现代性的重要指标。

在社会学研究中，社会变迁一直是最为引人注目的领域之一。概括而言，引起社会变迁的因素主要有物质环境、人口、技术、非物质文化、文化进程、经济发展和促进变迁的努力等。而在这七个最主要的因素中，每一个都与人的活动联系在一起（即便物质环境因素有很多属于自然环境部分，但在人类社会普遍发展的今天，应该很少有纯粹而不含人类印记的自然环境），这种联系既可能是个体的人自主自觉的活动，也可能是彼此之间形成特定的纽带，在互动过程中发展成一定规模的群体。——后者就是人类学领域社区研究的主要对象。

社区研究很早就与人类学结合在一起。1922年英国人类学家马林诺夫斯基（B. Malinowski）发表了《西太平洋上的航海者》，其对原始岛屿居民的研究称得上是社区研究的开山之作。此后，1929年林顿（Lindon）夫妇合作出版《中镇》，该书充满了日常生活的丰富细节：不同阶级的人早晨几点钟起床，哪种阶级的太太烤面包，哪种买面包，谁拥有汽车，如何使用，多少人去电影院，等等，几乎是事无巨细地做了详尽描绘。类似的这些研究都沿着马林诺夫斯基奠定的功能主义传统，以致常常被人们称作“功能主义社区研究。”<sup>[6]</sup> 在中国，社区研究的开展是和费孝通、林耀华、杨懋春等人的名字连在一起的。费孝通在1939年出版的《江村经济》（在英国出版时名为《中国农民的生活》）在人类学界引起巨大反响，以致出现了被马林诺夫斯基称作“社会学中国学派”。

费孝通先生在晚年回顾早期研究时表示，社区研究可以很好地达到分析“全盘社会结构的格式”的目的：

以全盘社会结构的格式作为研究对象，这对象并不能是概然性的，必须是具体的社区，因为联系着各个社会制度的是人们的生活，人们的生活有时空的坐落，这就是社区。每一个社区有它一套社会结构，各制度配合的方式。因之，现代社会学的一个趋势就是社区研究，也称作社区分析。<sup>[7]</sup>

费孝通的这番话几乎已经很好地概括了社区研究的必要性和操作途径。对于社区研究如何操作，他也曾指出：

社区分析的初步工作是在一定的时空坐落中去描画一地方人民所赖以生活的社会结构。……社区分析的第二步是比较研究，比较不同社区的社会结构时，常发现了每个社会结构有它配合的原则，原则不同，表现出来结构的形式也不一样。<sup>[7](94)</sup>

可见，社区研究特别注重处于一定时空环境中的群体生活的“描画”。而毫无疑问的是，这种生活在特定时空环境中的群体之间必然会各自追求自身的目标，在这个谋求发展的过程中，肯定会有冲突和妥协、竞争与合作，更重要的是，会有对各种其可获得的资源（物质的、信息的）的收集与调用。在媒介化社会里，由于整个社会的运行逻辑都因着媒介逻辑而展开，那么可供调用的资源中有很大一部分必然来自于媒介，随着互联网、移动终端等新媒体的普及，由于这些新媒体所具有的所谓“草根性”，媒介资源占据的份额只会越来越大。

或许正因为如此，传播学研究中也越来越重视社区研究。早期社会学芝加哥学派的罗伯特·帕克（Robert Park）就曾经对芝加哥的移民社区进行研究，出版了《移民报刊及其控制》一书。正是在这项研究中，帕克发现报刊对移民的文化遗产和社会融入具有重要的引导性作用。“作为社会或社会组织的成员，人们以传播传递社会的遗产”，“习俗、膳宿、情感、态度及理想的特别部分通过传播和教育流传构成社会的传统”。<sup>①</sup> 帕克对生活于芝加哥移民社区的这些“边际人”的关注，一方面显示了研究者的底层意识和

① 转引自吴飞：《如何理解“生活在别处”的“边际人”？——帕克的社会学思想漫谈》，该文为作者为罗伯特·帕克《移民报刊及其控制》中文版所写的译序。《移民报刊及其控制》（陈静静、展江译），中国人民大学出版社，2011年版。

人文关怀,一方面则被视作传播学领域社区研究的典范。

国内传播学者吴飞在其对少数民族社区(独龙江独龙族)所做的探索性研究中,就特别强调一种内在于社区并对该社区的社会文化变迁产生深远影响的社会传播网络。从而探讨:第一,社会中的个人是如何建构其传播网络的?第二,不同基质的传播网络对于个人的影响有哪些?第三,传播网络是否会是一种社会权力的象征?第四,一个社区的发展,可否以传播网络的复杂程度为依据?<sup>[8]</sup>略一剖解吴飞所提出的这几个问题,就可以发现在其所做的社区研究中前面三个问题涉及的既有个体自身的追求(构建传播网络),又有在同一个场域内个体之间的相互协作、竞争(传播网络影响个体、演化成社会权力象征)。更值得特别指出的是,探讨传播网络复杂程度与社区发展之间的关系,又在和发展传播学曾经着力考察的传播媒介与社会变迁之间关系的主导范式(现代性)遥为呼应。也就表明在今天这样“纵是深山更深处,也应无计避征徭”(且把这征徭看作“信息的覆盖”)的时代,社区作为媒介化社会的一个层级构建,理当成为传播研究者的关注对象。

正如阿里夫·德里克(Alif Dirlik)所言,当今的现代性已经进入全球化阶段,即全球现代性。而围绕着这一趋势,一直以来存在一个几乎是针锋相对的争论:全球化对民族国家的渗透,是否造成了其消解,乃至未来世界民族国家将不再是全球活动的主体。毫无疑问,全球化过程的日益凸显,必然对民族国家的权力行使样态造成巨大的冲击。这也正如我们所看到的,当今世界的政治、经济、文化活动中,在民族国家之外,有各种各样的利益集团对世界政治格局产生冲击、形形色色的跨国企业在全世界经济贸易往来中扮演至关重要的角色、林林总总的文化团体或机构在日益频繁的洲际文化交流中左右逢源。或许正因如此,G. H. 冯·赖特(Gerog Henrik von Wright)才这么说“民族国家似乎正在渐渐被侵蚀,或者也许在‘消失’。那侵蚀力是跨越国界的。”<sup>[9]</sup>如果确如此言,那么就很好理解随之而来的“新的世界无序”的担忧,鲍曼就认为,全球无序这一图景折射了人们对以前似乎受到严格控制或至少“名义上可控制”的事物基本性和偶然性有了新的认识。<sup>[9](55)</sup>政治学者迈克尔·哈特(Michael Hardt)和安东尼奥·奈格里(Antonio Negri)更是预测,全球化使得民族国家的主权不可逆转地衰落了,形成了一种新的全球规则和全球结构——“帝国”,所以他们合作的著作名称就直截了当地宣明了他们的观点:《帝国——全球化的政治秩序》。

但是需要注意的是,无论是赖特、鲍曼(Zygmunt Bauman),还是哈特和奈格里,他们对全球化后果的认知都建基于全球化已经统摄了当今世界各个层面的活动或趋势这样一个前提上。但是事实上,我们可以看到全球化既非是一劳永逸的排他性过程,也非一套唯我独尊的同一性话语,相反,与全球化如影随形的还有本土化、地方化的趋势。用乌尔里希·贝克的话来说就是,在全球化进程中,同样有着权力与反权力。整个全球化进程,就是两种力量竞合的过程。而非常值得强调的是,这种过程也同样反映在媒介格局演变中。

从全球范围内的传播来看,一方面是类似于时代华纳这样的巨无霸公司把自己描绘成一种“垂直整合的全球性实体”,即它们在世界信息传播流动中扮演了最主要的角色,跨越了原有的民族国家边界,另一方面则是还有大量的诸如索尼公司这样的媒体企业,在全球扩张的同时,积极地宣称要秉持“全球性的思考,地方性的行动”,也就是说它们依然看重当地的资源和力量,换言之,本土化和地方化依然是媒介化社会中一种不容回避的趋势。

除了媒介公司的这种混合发展状态之外,传播信息的流动和媒介事件的见证也越发显示出混合现代性的特征。仅以广受关注的体育运动(如足球世界杯、奥运会)为例,从物理空间的角度我们知道,由于受场地限制,一场比赛能到场观看的人数最多也仅以10万计(这已然是一个规模庞大的球场了),换言之,其影响范围是相当有限的。而仅1947年9月底到10月初举办的世界职业棒球大赛首次通过电视播出,其收看人数至少达到380万,在有了电视之后的历次奥运会,观看人次更是以数十亿计。如果说体育运动还



是事先可预测，因而会吸引较多人的观看，那么2001年发生的“9·11”事件则显然不具备事先预测规划，可是恐怖分子劫持的飞机的第二次撞击也至少被700万人在电视机前“目击”。更重要的是，正如梅罗维茨（Joshua Meyrowitz）所言，“过去，从场景到场景以及从社会地位到社会地位的移动涉及到从地点到地点的移动。一个地点确定一个独立的场景”，但是随着电子媒介的介入，场景和行为的界定不再取决于物质位置，电子媒介通过改变地点的信息特征，重塑了社会场景和社会身份。<sup>[10]</sup> 所以，媒介技术的发展一方面扩展了信息传播服务的对象，使之从时空的阈限中解放出来，向全球扩展，使全球人民都从理论上成为“受众”；另一方面，由于媒体的中介化使得“时空分延”（time-space），电视机前的观众容易自我相信看到的场景与在现场看到的场景是“重叠一致”的，从而将“感受时空”与现实时空混为一谈。

这种所谓的全球本土化（glocalization）动向也提醒我们，在分析媒介化社会的全球层面时，民族国家依然是一个重要的层级构建。

要而言之，我们当下所处的媒介化社会，其奉行的是媒介逻辑。在这一逻辑的动力驱使下，围绕着个体、社区与国家，传媒以不同的面目出现，成为不同层级上的动力源泉或规范目标，从而使得整个媒介化社会呈现出复杂多元、混同一体的立体格局。这，正是我们最大的现实。

#### 参考文献：

- [1] 马杰伟，张潇潇. 媒体现代：传播学与社会学的对话 [M]. 上海：复旦大学出版社，2011：268.
- [2] 童兵. 科学发展观与媒介化社会构建 [M]. 上海：复旦大学出版社，2010：9.
- [3] 斯科特·拉什，西莉亚·卢瑞. 全球文化工业：物的媒介化 [M]. 要新乐译. 北京：社会科学文献出版社，2010：7.
- [4] 约翰·菲斯克. 理解大众文化 [M]. 宋伟杰译. 北京：中央编译出版社，2001：43.
- [5] Daniel Lerner, *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*, Free Press, 1958：124.
- [6] 卢晖临. 社区研究：源起、问题与新生 [J]. 开放时代，2005（4）.
- [7] 费孝通. 社会调查自白 [M]. 上海：知识出版社，1985：84.
- [8] 吴飞. 火塘·教堂·电视——一个少数民族社区的社会传播网络研究 [M]. 北京：光明日报出版社，2008：57.
- [9] 齐格蒙特·鲍曼. 全球化：人类的后果 [M]. 郭国良，徐建华译. 北京：商务印书馆，2002：54.
- [10] 约书亚·梅罗维茨. 消失的地域：电子媒介对社会行为的影响 [M]. 肖志军译. 北京：清华大学出版社，2002：101.