从集权到分权：媒介转型研究回顾与评述^{*}

郜书锴

摘要：在社会转型过程之中，媒介转型在同步进行，并以数字化为演进的总趋势。媒介数字化转型意味着对原有媒介权力结构的调整，以及对数字化生存方式的一种积极回应。论文首先从经典文献的梳理入手，再围绕权力结构这一核心进行阐释，最后分析了有待探索研究的新领域。论文主要包括四个部分的内容：一是媒介转型的背景与路径，二是媒介数字化的价值与趋势，三是媒介使用与数字权力意志，四是亟待深入探索的新领域。论文试图阐述的理论重点，一是以信息自由增强大众政治参与意识，二是以壮大经济实力保障媒介的民主价值，三是以发挥文化的传承功能优化权力结构，四是以媒介融合为契机重构文化权力。论文在最后部分分析了需要深入探索的新领域，一是界面传播与数字权力，二是全媒体与数字权力。

关键词：社会转型；媒介形态；媒介转型；媒介权力；数字权力；界面传播

作者简介：郜书锴，男，副教授，博士生。（浙江大学 传播研究所，浙江 杭州，310028）

中图分类号：G206.2 **文献标识码：**A **文章编码：**1008-6552(2010)04-0021-09

媒介形态的变化是媒介转型的物质基础和逻辑起点。同任何事物的变化一样，媒介的形态也一直处于变化之中。西方传媒预言家罗杰·菲德勒（Roger Fidler）认为，人类正处在历史上最伟大的一场革命之中，这是一场全球规模的革命，而且它正在以史无前例的速度扩展。这场革命早在工业时代开始时的200多年以前就被播撒上了。但是，直到20世纪的最后20年，它们才开始生根并且扩散到全世界，这就是媒介形态的数字式革命。数字式语言（即计算机的数字语言）是这场革命的中坚力量和变革的主要催化剂，正是它们带来了人类传播史上的第三次媒介形态大变化。它超过了人类的一切语言，它有力量变革现存一切形式的传播媒介，并且创造出崭新的形式。^[1]目前，从互联网的迅速普及到层出不穷的新媒体，已经打破了传统媒体垄断的权力格局，新的媒体形态已经走入主流媒体阵营，数字权力意志正渗入精英政治话语的核心领域。

按照费德勒的研究结论，全球数字化革命是从20世纪80年代开始的，这股浪潮促使媒介形态发生颠覆性转型，即传统媒体向数字化媒体的转型。那么，经过30年的转型或者说是变革，数字媒介的发展状况和使用情况怎样呢？其背后又有什么样的因素在起着作用呢？费德勒同时认为，媒介形态变化遵循着一些基本基本原则，其中有“机遇和需要”和“延时采用”原则。“机遇和需要”原则认为新媒介并不是仅仅因为技术上的优势而被广泛采用的。开发新媒介技术，总是需要有机会，还要有刺激社会的、政治的和/或经济上的理由。“延时采用”原则认为新媒介技术要想变成商业成功，总是要花比预期更长的时间。从概念的证明发展到普遍采用往往至少需要一代人（20—30年）的时间⁰，即30年法则。^{[1](19-25)}事实已经表明，媒介形态变化进程始终在沿着这一基本路径不断演进。未来的信息传播将彻底突破现在的媒介形态，媒介产业的边界也将被彻底打破，传统的报业、电视业、广播业将不再

^{*} 基金项目：本文受教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目资助，课题名称：“国际传播的理论、现状和发展趋势研究”，课题批准号：09ZJD0010。

区分,取而代之的将是一个共同的名字——数字产业。

一、媒介转型的背景与路径

媒介转型的基本条件是社会的剧烈变动,或者说是“社会转型”必然的产物。社会转型的概念最初由西方学术界提出,这与菲德勒提出的数字化革命在时间上是一致的,即我国实施改革开放的上世纪80年代。因此,社会转型与数字化转型几乎是同时发生的。社会转型理论的提出,是用以解释上世纪80年代苏联、东欧和中国社会发生的巨大变化,这一理论与之前的另外两个理论形成三足鼎立的理论格局——主要面对近代以来西方发达国家现代化过程的现代化理论和主要面对20世纪60年代以来发展中国家社会发展的理论。当这两种理论在解释20世纪末的苏联、东欧以及中国的发展时遇到了相当的困境,于是社会转型理论开始兴起。在目前的社会背景下,发展社会学一方面应当面对社会转型的现实进展,另一方面又要面对社会转型的历史考察。关注现实问题往往会投射到对历史问题的关注,用以描述历史上许多重大的历史变动、制度或社会结构的变迁。

首先,从社会转型到媒介转型。社会转型是指社会发展过程中发生的一种整体的、全面的结构过度状态,是社会形态演进的一种特殊形式,是以社会的结构变迁为主要内容、涉及社会各个领域的全面变革。社会在转型,处于转型期的新闻媒介也经历着转型。媒介作为社会总系统的信息采集、处理和传播系统,总要受制于它赖以生存的社会环境;社会环境不仅决定媒介制度、媒介发展水平,甚至决定媒介的行业规范、职业理念和运作方式。媒介转型是对社会转型的一种适应,是对媒介环境生态的适应。但不仅仅是适应,同时发生的还有媒介自身“自组织”因子的生成和对社会环境的作用。在中国社会结构的调整、社会阶层的分化、社会整体的转型过程中,媒介权力、媒介能量的释放,又加剧了社会转型,成为社会结构调整、社会阶层分化的放大器和加速器。因此,在媒介的现代化、民主化、市场化、全球化大背景之下,媒介的转型整体上推进中国社会从媒介资源稀缺的状态迅速进入媒介化社会。……尤其是与媒介转型同步发生的媒介融合,使今天的媒介已经成为超结构——新技术并没有代替旧技术,而是把它嵌入到自身系统中(旧系统在新系统中变成一种要素)。^{[2](2-3)}

用专著形式探讨社会转型时期媒介转型的理论成果,国内首推学者吕尚彬教授的《中国大陆报纸转型》:发展社会学的核心概念是“社会转型”,作为社会实践状态的转型过程一般来说,包括四个环节,即过程、逻辑、机制和技术。社会转型的过程是说社会转型是一个动态连续的过程,正是在这个过程之中,社会阶层重组、社会利益力量分化或者整合,社会结构得到调整;社会转型的逻辑是说在整个社会转型的过程之中,过程一旦开始就会形成支配这个过程持续进行的力量,即在实践过程中塑造了进一步推进整个过程的逻辑;社会转型的机制是指社会转型的逻辑发生作用的方式,这一方式涉及从制度、结构到行为及文化的各个方面,社会社会力量的组合及其变动;社会转型的技术是指社会转型实践状态中那些社会行动者在行动中所使用的技术与策略。正因为社会转型具有自己独特的过程、逻辑、机制和技术,所以与一般意义上的发展显然不同。进而言之,社会转型不仅包括经济的发展,甚至包括社会物质文明、精神文明、政治文明等方面的整体进步和转化。^{[2](7-8)}

其次,从媒介转型到数字化演进。加拿大传播学家麦克卢汉提出“媒介即人的延伸”,媒介化社会的到来则把“社会人”转变成“媒介人”,传播与社会的互动已经渗透到人们的日常生活。学者孙立平教授指出:“自20世纪90年代以来,在建立自由的市场经济的经济社会体制与实现社会公平的基本原则的过程中,中国社会已经发生了一些非常重要的、根本性的变化,中国正在进入一个社会转型的新阶段。”^[3]从1992年开始,随着社会主义市场经济体制的建立,新闻体制改革进一步深入,我国新闻事业得到空前发展。这一关键时期恰恰是我国传媒业转型的关键时期,因为我国和我国的传媒从1994年迈入互联网世界的大门。1995年《中国贸易报》成为我国报业第一家上网的报纸。1995年底,《中国日报》网站开通,我国的报业转型和媒介数字化生存进入新的历史性时期。数字化时代加剧了社会分层引起的社会结构的变化。数字化不仅对人类社会生活起到巨大的解构作用,还严重冲击到社会的主流

文化价值观。麦克卢汉指出：“任何媒介（即人的任何延伸）对个人和社会的任何影响，都是由于新的尺度产生的；我们的任何一种延伸（或曰任何一种新的技术），都要在我们的事务中引进一种新的尺度。”^[4]

西方著名社会学家哈贝马斯（Jurgen Habermas）对于公共领域的关注，也是立足于对当时资本主义社会经历转型的现实和历史考察的结果。哈贝马斯基于自由主义模式的资产阶级公共领域的结构和功能，即以历史形态为主要特征的资产阶级公共领域的发生与发展，提出了资产阶级公共领域中的自由主义因素及其在社会福利国家层面上的转型，即丧失了权力的公共领域的基本结构发生了变化。哈贝马斯所讨论的公共领域的结构转型，主要从社会福利国家的转型和大众传媒对交往结构的改变两个角度展开的。他自己在序言中指出的两个要点值得注意：一是公共领域的结构转型与国家和经济的转变是同时进行的，二是大众传媒影响了公共领域的结构，同时又统领了公共领域。^[5]这两个要点对我们讨论媒介数字化或结构转型具有启发意义。也就是说，讨论媒介转型首先必须以社会转型为背景，把媒介置于大众传媒在信息社会系统中的功能的框架之内进行考察，揭示这一现象发生的社会机制和传播机制，并探讨未来媒介的基本走向和权力结构重塑。

最后，从数字媒介到全媒体传播。全媒体化是媒介融合的必然结果，是传统媒介向数字媒介转型的基本路径。全媒体化的过程就是通过流程再造以促进媒体融合的，是为传统媒体未来发展而进行的战略转型。传统媒介的全媒体化几乎同时在电视业、广播业和报业风起云涌，我国依托国家级电视台开通国家网络电视台、新华视频专线和新华手机电视台，多家报业或传媒集团开始运行网上电台、电视台，全媒体传播已经在我国和全球传媒领域全面推进。学者田勇指出：“全媒体运营，有着深刻的历史背景。在网络信息传播应用技术与移动信息传播、多媒体信息传播融合交汇的大趋势下，新闻传播正在或将出现重大的变革。……通过流程再造以促进媒体融合的全媒体实践，是不少传统媒体是为了适应变化而推出的重要应对举措，也是一场与新媒体争夺‘蛋糕’的比赛。在不久的将来，全媒体内容生产和运营或将成为数字化时代的重要选择。”^[6]就我国目前报业的实践情况来看，数字报业的发展开始改变以报纸为中心的生产方式，从报纸产业向内容产业转变，由报纸生产商向内容提供商转型。正如有学者指出的那样：“传统报业逐步改变以纸媒为中心的布局，借助新技术、新介质、新渠道，从传统报业独立作战向全媒体整合运营转变。”^[7]

与任何一种媒介的转型一样，媒介数字化转型升级意味着打破旧结构的平衡，重新建立新的平衡性结构，这固然是一种美好的期待，但其风险也应当引起重视。学者宋建武教授认为，尽管传媒业已经有转型的预期了，但是我们仍然要看到进行媒体实验的巨大风险。因此，要以构建平台为先，这个数字化平台应该是兼容各种信息格式的。在构建这个新平台的过程中，媒体在实验方面要慎重，在这方面要尊重社会上通行的终端霸主的地位。我个人建议，目前一个很重要的问题就是要适时考虑运营平台的转变。传统的运营平台是围绕着报纸生产进行的，是以最后把报纸送到印刷机上去作为整个流程的重心的。今后报业还能不能这样？我觉得报业将来的流程安排是要围绕着怎么能够把信息最后送到手机上去来进行。^[8]

二、媒介数字化的价值与趋势

媒介形态的演进或数字化趋势始于上世纪80年代，但其实质性变化的浪潮出现在互联网崛起以后，这与“30年法则”在时间上是一致的，其广泛普及却是在新世纪的最初10年时间里。全球传媒的变革趋势表明，数字化是媒介形态演进的根本方向。关于数字化的标志性著作，是著名未来学家尼古拉·尼葛洛庞帝（Nicholas Negroponte）推出的《数字化生存》，贯穿其始终的核心思想是——比特，作为“信息的DNA”，正迅速取代原子而成为人类社会的基本要素。比特与原子遵循着完全不同的法则。比

特没有重量，易于复制，可以以极快的速度传播。在它传播时，时空障碍完全消失。原子只能由有限的人使用，使用的人越多，其价值就越低；比特可以由无限的人使用，使用的人越多，其价值就越高。^[9]

其一，传播模式的新变化。数字时代传播方式的改变，不但使媒介形态的演化呈加速趋势，而且表现出媒介融合的显著特征。在这一过程中，不断涌现的媒介形态，不仅影响到人们对媒介的认识，也影响甚至改变了人们的生活。西方传播政治经济学家文森特·莫斯科（Vincent Mosco）认为，数字化是一场巨大的革命，也许是一场里氏 10.5 级大地震那样社会规模的变迁。随着电脑运用在生活中的日益普及，它自然演变为共享生活的一种环境，并可能通过电脑传播的信息引导现实生活中的人际传播行为。在这种背景下，电脑传播是在真实生活中活动并有可能开辟人类主体的活动领域。正是在这种意义上，数字传播把社会生活和社会历史以“自然化”的过程蕴藏着社会创新发展的机遇与可能。^{[10](17)}莫斯科为我们描绘的理想是：平等地生存是数字化世界的主要成就之一。人们摆脱了地理的局限，地理上的接近性不再成为友谊、合作、玩乐和邻里关系的唯一基础，数字化技术成为推动人类进入更伟大世界和谐的一股自然力量。没有什么社会的或自然的行动能够阻止这一点。^{[10](75)}

尼葛洛庞帝认为，当所有的媒体都数字化以后，我们会观察到两个基本的然而却是立即可见的结果。其一，比特会毫不费力地相互混合，可以同时或分别地被重复使用。声音、图像和数据的混合被称作“多媒体”（multi-media），这个名词听起来很复杂，但实际上，不过是指混合的比特（commingled bits）罢了。其二，一种新形态的比特诞生了——这种比特会告诉你关于其他比特的事情。它通常是一种“信息标题”（header）能说明后面的信息的内容和特征。^{[9](28-29)}上述两个现象，混合的比特和关于比特的比特（bits-about-bits），使媒体世界完全改观。数字化媒介能够使受众接收端任意选择节目的形式—无论是声音、影像还是文字。正是因为比特或数字化的特性，不同规模的媒介组织都可能获得同样的发展空间。换句话说就是，数字化可能使不同的媒介都有同样的权力。^{[9](28-31)}

其二，媒介融合的新路径。数字化使各种电子媒介使用同一种语言，其直接后果是各种媒介实现融合，进而创造出新的融合媒介。信息传播渠道的融合与分化，使信息形态的转化与传送更加迅速与便捷。当人们谈到“数字融合”（digital convergence）或比特放送时，正是指的信息通过哪一种媒介传输。在目前媒介形态还相对清晰的情况下，信息传输者会告诉接收者，我们传送的是电视比特、广播比特或现在传送的比特代表的是报纸的内容。在更遥远的将来，当比特离开传输端时，将不再局限于任何具体的媒介。数字技术的发展使多媒体实现随心所欲传播成为可能。多媒体一方面代表新的内容，一方面也代表用不同的方式来看旧内容。多媒体即是本质上互动的媒体，随着比特数字通用语的出现而产生。多媒体领域真正的前进方向，是随心所欲地从一种媒介转换到另一种媒介。在世界的数字世界里，媒介不再是讯息。它是讯息的化身。一条讯息可能有多个化身，从相同的数据中自然生成。多媒体必须能从一种媒介流动到另一种媒介；它必须能以不同的方式述说同一件事情，它必须能触动各种不同的人类感官经验。^{[9](71-73)}

媒介形态的变化引起传播模式的进步，由此为媒介市场化开辟新领域。基于此，文森特·莫斯科认为，与数字化同时发生的还有商品化的过程，也就是将使用价值转变为交换和市场价值。商品形式的扩张为数字化提供了物质载体。数字化过程是在强大的商业力量的背景下发生的，而且它也服务于推动商品化在全世界范围内的整体进程。换言之，商业力量之所以探索和拓展数字化的进程，原因正在于数字化能够是它们在传播领域扩张商品的形式。从文化或者迷思性的角度来看，赛博空间也许会被看作是历史、地理和政治的终结。但从政治经济学的角度看，赛博空间则是数字化和商品化相互构建的结果。数字化体统的循环本质扩展了整个传播过程的商品化，从而强化了这种力量。^{[10](146-147)}

其三，分权效应的新突破。传播权产生从集权到分权的转移效应，是数字化带来的一个直接结果。

许多人往往把未来的界面看成中央集权、无所不知的机器。其实，更可能出现的是许多电脑程序和个人化工具的组合，每一种工具都善于做某一类事情并善于与其他程序沟通。长时间以来，分权的观念备受称道，但是实际去做的时候，却寸步难行。互联网络提供了全球性的交流通道，可以不受任何新闻检查的钳制，因此特别盛行于像新加坡这种新闻自由很少、而网络却无所不在的地方。网络界面也会像信息和组织一样，逐步迈向分权式的结构。未来的模式和加进人性因素的界面设计截然不同。界面的外观和给人的感觉固然重要，但与智能相比就微不足道了。互联网的行为更像在直接操纵，而不是授权代理。我们的界面却将会出现形形色色的种类。由于大家各有不同的信息偏好、娱乐习惯和社会行为，你的界面会有别与我的界面。大家在巨大的数字生活调色板上，各取所需。^{[9](185-188)}

媒介将会创造出一种新的意识形式，这有利于促进世界的合一与人类向着新方向的进化。美国政治学家鲍比·施拉姆（Bob Shrum）研究指出，美国真正的数字化进程始于2004年总统大选，新媒介成为民众捐款和政治游说的工具，美国的民主政治也因数字化的到来而改变。2008年的总统大选中，奥巴马更广泛的、大规模地使用互联网募集捐款和说服选民，甚至所有的政府活动都开始在网上进行。毫不夸张地说，数字化媒体正在经历由传播工具向说服工具的转型。因此，新媒介的运用是政治民主化的产物。用施拉姆自己的话说：“在美国，数字革命是政治领域里最有趣的进步，换句话说，政治的需要才是美国数字化革命的直接动力。数字化的民主功能任何其他传播渠道所无法比拟的，因为它的自由赋予任何使用者更多的民主权利。”^[11]

以上不同层面的分析表明，媒介化时代数字化生存表现为分散权力、全球化、追求和谐和赋予权力等不同特质。尼葛洛庞帝指出，对数字化生存带来的分权效应，感受最深的莫过于商业及电脑业自身。同样的分权正逐渐弥漫于整个社会之中，年轻公民的影响是其中最为关键的因素。不同时空里的网民经由电脑网络相连时，民族国家的许多价值观将会改变，让位于大大小小的电子社区的价值观。传统的中央集权的生活观念将成为明日黄花。民族国家本身也将遭受巨大冲击，并迈向全球化。数字化生存的和谐效应已经历历在目，不同媒介之间的拼杀都开始以合作取代竞争，媒介的“蓝海战略”为大众的生活带来愉悦和安宁。尼葛洛庞帝认为，数字化生存所以能让我们的未来不同于现在，完全是因为它容易进入、具备流动性以及引发变迁的能力。数字化生存几乎具备了遗传性，人类的每一代都会比上一代更加数字化。在数字化的交往环境中，我们将拥有数字化的邻居，物理空间变得无关紧要，而时间所扮演的角色也会迥然不同。^{[9](269-272)}由此，从麦克卢汉设想的“地球村”到全球化，再到如今的“数字地球”，“海内存知己，天涯若比邻”的地球，已经成为人类共同生息的数字家园。

三、媒介使用与数字权力意志

媒介权力是权力机制的一部分，也是大众权力表达的重要渠道。数字化时代，这种权力不是由权力所赋予，而是由技术渠道和大众的自我赋权。美国政治学家鲍比·施拉姆（Bob Shrum）认为：“在美国，真正的数字化始于2004年的总统大选，新媒介成为民众捐款和政治游说的工具，美国的民主政治也因数字化的到来而改变。2008年的总统大选活动中，奥巴马更广泛的、大规模地使用互联网募集捐款和说服选民，甚至所有的政府活动都开始在网上进行。毫不夸张地说，数字化媒体正在经历由传播工具向说服工具的转型。”^[11]虽然，数字媒介为政治说服所用，但也一样为监督政治所用。施拉姆认为：“在美国，数字化革命是政治领域里最有趣的进步，换句话说，政治的需要才使美国数字化革命的直接动力。数字化的民主功能任何其他传播渠道所无法比拟的，因为它的自由赋予任何使用者更多的民主权利。”^[11]

首先，以信息自由增强大众政治参与意识。马特拉指出：民主社会理论认为，在民主社会主义国家，新闻媒介的宗旨是为公开发表意见提供渠道，推动民主管理持续发展所必需的政治性和社会性的

辩论。国家既保证公民有能力使用媒介，同时也保证和促进媒介的多元化。^[12]胡锦涛总书记在人民日报社视察工作时明确指出：“互联网已成为思想文化信息的集散地和社会舆论的放大器”，“通过互联网来了解民情、汇聚民智，也是一个重要的渠道。”《政府信息公开条例》使公众知情权、表达权、参与权和监督权得以真正落实，为政府决策更加民主、科学、透明奠定了基础，也为转型期我国民主政治建设的推进创造了一个新的契机。^[13]

其次，以壮大经济实力保障媒介的民主价值。菲德勒认为：由于新媒介不是在真空中发展的，这就必须理解经济现实。所有的媒介都脱胎于一个复杂的系统，如果它们希望生存下去并得到经济利益，它们就必须立即同现存的传播方式进行争夺时间、注意力和社会支持的竞争。^[14]传媒的独立与自由历来被认为是民主媒介体制的特征，但经济与广告的牵制始终是传媒的主要羁绊。虽然传统媒体部分地丧失了这一功能，但很多人对新闻业还是充满信心，他们认为互联网的崛起完全可以承担独立报道的使命。互联网不但可以拯救报业和电视业的危机，而且还催生了网络新闻业的繁荣，一批新的新闻传播终端、公益性报道组织、公共广播机构、社区型网站和个人博客网等新的传媒载体应运而生，它们不但为公民参与新闻提供了巨大空间，也为实现独立报道和完成公民报道提供的新的机遇。^[15]

再次，以发挥文化的传承功能优化权力结构。马特拉认为：媒介是信息的载体，也是文化的载体。媒介作为现代民主的一种新型工具，被功能主义社会学视为规范社会的决定性力量，因而功能主义社会学只支持一种理论，即媒介复制社会系统的主流价值观，换言之，就是对现状进行再生产。^[16]因此，媒介的积极作用在于维护和巩固主流价值观和精英文化。在传播的效果研究上，学者邵培仁提出：规范论的提出者梅尔文·德弗勒认为，大众传播媒介之所以能间接地影响人的行为，是因为它发出的信息能形成一种道德的文化的规范力量；人们不知不觉地依据媒介提供的“思考框架”来解释社会现实和事实，表明自己的观点和主张。^[17]麦克卢汉认为：数字化时代的到来，人类已从现实化生存走入数字化生存或虚拟化生存，加剧了社会分层引起的社会结构的变化。数字化不仅对人类社会生活起到巨大的解构作用，还严重冲击到社会的主流文化价值观。

最后，以媒介融合为契机重构文化权力。媒介融合不仅是一场技术的革新，也是一个文化不断发展的过程。媒介技术的融合打破了信息的传统消费方式，改变了信息传播的单向模式，使得信息传播权由媒介机构向受众转移。就目前来说，文化的变迁、法律的规制和经济的实力将最终决定媒介融合的变革方向，并将决定新的媒介时代文化与权力的分配。^[18]显然，媒介融合是传播权力框架的重新调整，因为其发展速度在区域上并不均衡，因此造成传播的机会上的不平等。媒介融合要实现为人类服务的目的，取决于媒介商业力量与公益力量的某种平衡性。媒介具有两种权力，一种来自于媒介集中（商业过程），任何经过传播的信息都被赋予了某种权力；另一种来自于公益力量（集体智慧），任何信息都有机会成为共享信息而拥有话语权。因此，传播将会改变民族心理认同和核心价值观念，公共媒介和个人媒介将成为这一过程的重要力量，公益价值的集体认同赋予自由媒介一种政治文化意义。当代的消费者可能不仅仅是因为生产意义获得权力，而是因为其自身的经济学意义而获得权力。^[19]

数字时代的新闻媒介提供了新的民主和监督渠道。正如美国学者约翰·V·帕夫利克（John V. Pavlik）所言：“新媒介为民主的落实提供了前提，因特网和万维网使得几乎所有人都可能拥有一个电子媒体。”^[20]⁽¹⁰²⁾他特别引用新闻哲学家A·J·利布林的话：“只有拥有媒介的人才会有言论自由。”^[21]虽然如此，但并不必然意味着社会的民主真正可以顺利实现。所以，独立的新闻业是可以满足公民的知情需要和构成代议制民主的基本条件，这也是独立新闻事业的核心价值。正是基于这样的价值导向，西方国家异常重视完善知情权和新闻自由的法制建设，以满足公民参与政治和传媒监督政府的权利。约翰·V·帕夫利克指出：“新媒介运用于新闻业不仅可以产生更好的，具有丰富背景的报道，而且还可以最终造就更知情的读者个公众。”^[20]⁽⁴³⁾媒介学者罗伯特·W·麦克切斯尼（Robert

W. McChesney) 所写到的那样：“民主要求有效的、构成广泛的政治沟通系统，能使公众知情，并参与到民主中，吸引人民有意的参与到政策之中。当社会变得更大、更复杂时，这一点就变得尤其重要。”^[22]

四、亟待深入探讨的新领域

互联网的出现不仅给受众提供了海量的信息供其自由选择，而且使受众可以通过搜索引擎检索新闻或者根据自己的兴趣爱好定制新闻等方式来满足个性化的需求。媒体被西方喻为民主的守护者，然而今天的大众却有不同的看法。美国有学者指出：“不少人认为报纸的消亡是很自然的事情，甚至是‘正常’的，引文这恰好说明它本身出了问题。无论生还是死，在市场经济条件下，政府不应当管制或干涉媒体自由，给新的传播方式以更自由的空间。一项最新调查显示，美国有43%的人认为没有报纸对他们的生活影响不大。”^[23]显然，对报纸的淡漠是因为互联网和数字新媒体的普及。因为，数字媒介为民众的权力意志表达提供了更自由的空间，界面传播和全媒体传播将为这一空间提供新的探索。

首先，界面传播与数字权力。数字互动媒介的出现和应用，界面传播成为新的传播形态。“界面”泛指一切物体与物体之间的接触面，信息科学领域的界面是指两种或多种信息源面对面的交汇处。学者张伯明认为：在包括媒介传播在内的信息传播领域，“界面”可以界定为：信息传播者和信息接受者之间关系赖以建立和维系的接触面，包括呈现信息的物质载体的硬件（硬界面）和支撑信息系统运行的软件（软界面）。^{[24] (27)}从这一定义可知，传统媒体作为界面的传播方式已经越来越不受欢迎，而以电脑、手机、户外屏等为载体的新的界面开始盛行，这些硬界面改变了信息传播的传受关系，也为媒介在影响力衰弱的情况下，为提升和扩张影响力提供了物质条件。同时，支撑这些硬界面的软件也不断被新媒介采用，全媒体报业所采用的数据资源库平台，为报业实现全媒体化提供了必要条件。此外，支撑移动传播的无线传播技术为电脑和手机等移动传播介质，既为信息生产者也为信息接受者提供可能。

界面传播理论是基于20世纪科技发展而出现的，尤其是计算机技术的兴起和发展使界面理论研究形成热点。正如学者所指出：“计算机技术中的界面，是指人机交互接触的面，还是限于物理学和技术的领域。但是，由交互而传播，由传播而进入传播学视界，这使我们得以在传播学意义的范畴里，运用界面来研究传播活动和规律。”^[25]另有学者认为：所谓界面传播，就是传播主体通过数字媒介提供的互动界面所实施的传播行为，是利用用户与数字媒介之间的互动机制引导用户深层了解传播者主动展示的信息的传播行为。界面所包含的不只是作为物质载体以呈现媒介内容的显示器（屏），还包括重新界定人与人、人与信息、人与媒介之间关系的软件，正是后者极大地拓展了信息传受的范围，开拓出更大的空间，将人类的传播行为引向更为深远的境界。^{[24] (28)}从研究者的结论可以看出，界面传播将为传媒产业的发展提供更大空间，但研究者显然只是注意到了作为传播者一方的媒介，忽视了作为互动另一方的信息接受者，他们的身份与传统媒介时代完全不同，因为他们不再是传统意义上的信息接受者或意义建构者，而是内容的生产者和传播者，即媒介受众与媒介一起分享传播的权力。另有学者认为：网络互联新媒体，以日益平等、自由的“点对点”的信息传播模式，直接对传统的“金字塔”式的媒介权力和社会结构提出挑战。它正在尝试构建“人人为我，我为人人”的“公共权力”话语。它不仅对众多不合理的“金字塔”社会结构进行解构，而且努力将之转化为更多元、多变、拥有更大民主空间的新型社会结构。^[26]

由此可知，传统媒介的主要传播方式“点对面”的传播，不具备新媒体所具有的互动效应，因此往往呈现出‘单向度’的传播，必然造成权力的媒介垄断或国家垄断。然而，新媒体的互动特性打破了这一权力垄断的媒介条件，以“点对点”的传播方式解构了原来的传播模式，受众的意见表达不再

受制于国家意志、媒介意志或资本意志的高度控制，媒介权力开始具备数字时代的公共属性，受众的传播解放意味着媒介权力的结构性变化得以发生，数字媒介把原本垄断性的“公共权力”部分转移到受众一方，而且也会在现有的基础上继续扩张。当然，所有权力的主体都由人类所享有。正如学者吴飞所指出：“我们最终想要追求的是在信息时代的一种全新的人权，这个人权可以赋予我们向公众表达的权力，以及一个进入媒体的进路。这种新的人权就是：传播权。”^[27]全媒体已经为实现这一理想打开了窗口，新鲜的气息正扑面而来。

其次，全媒体与数字权力。如前文已经指出，从集权到分权的转移，是数字化的一个直接结果。许多人往往把未来的界面看成中央集权、无所不知的机器。正如传媒大亨默多克前不久在一次演讲中说的那样：权力正在发生转移，从我们这些拥有和管理媒体的人转移到正在变得日益挑剔的读者和观众那里。^[28]一位美国批评家指出：“新的技术使传统新闻业日益衰落，由此而催生更多的民主化媒体。越来越多的新闻受众通过多样化的媒体参与民主，打破了媒介精英的民主话语霸权。”^[29]媒介权力的迁移正是基于数字化的新媒体所带来的直接后果，传播的全媒体化正是传统媒介权力向新媒体转移的渠道扩张的结果，这一扩张本身又加速了媒介权力的扩张。

新兴媒介或新兴传播渠道，颠覆了新闻业的权力结构，制作与发布新闻的权力特权被打破，一方面意味着社会整体“金字塔”结构的分化、瓦解，另一方面则意味着传播结构的多元化，在此基础上逐渐形成“多元混合”的新型社会结构。这一新型社会结构变化的基础，是新兴媒体所具有的赋权效应所决定的。新媒体技术条件下的信息传播，改变了传统信息传播权力的结构，原来意义上的受众同样参与信息的生产、制作与发布，全媒体语境下的传播终端迅速在普通人的日常生活中迅速普及，一个生成、联结、组合、创新新的社会结构的空间和实践活动已经展开。正如学者丁未所指出：新媒体的实践使弱势群体在话语、经济、文化、社会资本等领域有可能得到权力和能力的提升，换言之，传统赋权理论所关注的弱势群体各个层面（个体、群体）的赋权过程已经展开，并有可能在实现社会公正方面产生巨大潜力。^[30]全媒体时代的媒介结构转型，既受制于社会结构转型的压力，也受制于权力结构转型的压力。但并不说明媒介的结构转型完全在被动的状态下进行，媒介的结构转型也必然反作用于社会结构和权力结构，并在这一过程中不断扩张和强化自身的权力，并于社会的整体结构保持动态型平衡。在全媒体时代，新闻传播与言论空间不断拓展，媒介的垄断特权受到制约，媒介体制更加趋向民主化，一个高度参与的民主社会正在到来。

毫无疑问，媒介是民主社会公众信息的发布者，对媒体生产的研究已经揭示，大多数媒体组织是在众目睽睽的环境下运作的，因此需要应付来自社会、自身经济和经营上的支持者或合作者，以及自身受众的许多有时互相冲突的需求。……受众的影响力以及双方之间的权力的均势因地制宜，但是媒体组织普遍面临不断的潜在冲突和压力，这些压力通常又因其需要在紧迫而且无法躲避的截稿时间之前完成制作而进一步加剧。^[31]因此，媒介社会学关注媒介的社会化和社会的媒介化，其实质是媒介与其他社会权力组织之间相互作用和相互影响日益加速、深化的结果。媒介与社会之间的关系也在正向作用与反向作用的调整与妥协中实现某种平衡，从而维持着媒介系统和整个社会结构相对的平衡与和谐。学者顾明毅指出：在媒介融合的趋势下，不但单一种新媒体内形成社会性网络，而且所有媒体间也形成了社会性网络，提供相互服务，最终向受众提供一个全媒体的社会性信息传播平台。^[32]

参考文献：

- [1] [美] 罗杰·菲德勒. 媒介形态的变化：认识新媒体 [M]. 北京：华夏出版社，2000.
- [2] 吕尚彬. 中国大陆报纸转型 [M]. 上海：上海交通大学出版社，2009：2-3.
- [3] 孙立平. 失衡：断裂社会的运作逻辑 [M]. 北京：社会科学文献出版社，2004：1-2.
- [4] [加] 马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介——论人的延伸 [M]. 北京：商务印书馆，2000：33.

- [5] [德] 哈贝马斯. 公共领域的结构转型 [M]. 上海: 学林出版社, 1999: 2-15.
- [6] 田勇. 全媒体运营: 报业转型的选择 [J]. 新闻与写作, 2009 (7): 9.
- [7] 吴长伟. 媒体融合: 报业集团资源整合的方向 [J]. 中国记者, 2009 (3): 55.
- [8] 宋建武. 关于新媒体格局的思考 [N]. 中国新闻出版报, 2009-10-20 (8).
- [9] [美] 尼古拉·尼葛洛庞帝. 数字化生存 [M]. 海口: 海南出版社, 1997: 1-3.
- [10] [加] 文森特·莫斯科. 数字化崇拜: 迷思、权力与赛博空间 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2010.
- [11] [美] Bob Shrum. The New Era in Digital Communication, Third Annual New Media Academic Summit, June. 9-11, 2009.
- [12] [法] 阿芒·马特拉, 米歇尔·马特拉. 传播学简史 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2008: 44.
- [13] 徐徐. 试析“网络问政”所折射的政府、媒体、公众关系 [J]. 新闻记者, 2009 (10): 79.
- [14] [美] 罗杰·菲德勒. 媒介形态变化: 认识新媒介 [M]. 北京: 华夏出版社, 2000: 105.
- [15] Leonard Downie, Jr., Michael Schudson; The Reconstruction of American Journalism, Columbia Journalism Review, 2010 (2).
- [16] 阿芒·马特拉, 米歇尔·马特拉. 传播学史 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2008: 44.
- [17] 邵培仁. 传播学 [M]. 北京: 高等教育出版社, 2007: 362.
- [18] Murdock G, et al. Communications and Political Economy. Mass Media and Society, 2000. Chon B. S., etl. A Structural Analysis of Media Convergence. Media Economics, 16 (3): 141-157.
- [19] Henry Jenkins. Culture Logic of Media Convergence, International Journal of Cultural Studies, 2004 (6): 33-43.
- [20] [美] 约翰·V. 帕夫利克. 新闻业与新媒介 [M]. 北京: 新华出版社, 2005.
- [21] A. J. Liebling. The Press, New York: Ballantine, 1975: 32.
- [22] Robert W. McChesney; Corporate Media and the Threat to Democracy, New York: Seven Stories, 1997: 13.
- [23] Stop the Presses? Many Americans Wouldn't Care a Lot if Local Papers Folded, The Pew Research Center for the People & the Press, March 12, 2009. in Suzanne M. Kirchoff; The U. S. Newspaper Industry in Transition, CRS Report for Congress, July 8, 2009.
- [24] 张伯明. 以界面传播理念重新界定传受关系 [J]. 国际新闻界, 2009 (10).
- [25] 陈月华, 王妍. 传播美学视野中的界面与身体 [M], 北京: 中国电影出版社, 2008: 1-2.
- [26] 周笑. 从大众媒介到公用媒介: 媒介权力的扩张与转移 [J]. 新闻与传播研究, 2009 (5): 75-76.
- [27] 吴飞, 王学成. 传媒·文化·社会 [M]. 济南: 山东人民出版社, 2006: 260.
- [28] 高寒. 传媒业必将重回“内容为王”的时代 [N]. 光明日报, 2009-10-13 (5).
- [29] The Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism: An Annual Report on American Journalism - The State of the News Media 2008.
- [30] 丁未. 新媒体与赋权: 一种实践性的社会研究 [J]. 国际新闻界, 2009 (10): 79.
- [31] [英] 丹尼斯·麦奎尔, 斯文·温德尔. 大众传播模式论 [M]. 上海: 上海译文出版社, 2008: 142.
- [32] 顾明毅. 网络舆情即社会性网络信息传播模式 [J]. 新闻与传播研究, 2009 (5): 70.