

社会化进程中媒介时间的特点和发展趋势

马妍妍

摘要:在社会学和传播学的观照下,媒介时间作为一个新的研究视点,在人类社会化进程中表现出了很多特点。它体现了同步性基础上的异步发展、碎片化趋势下的聚合氛围和虚拟性构造下的真实感受。这些特点的产生与社会化进程相辅相成,并且还会继续得到发展,因此我们也大胆预测了它的发展趋势,那就是个性化媒介时间的出现和信息云的建立。

关键词:社会化进程;媒介时间;SNS(社会化网络)

作者简介:马妍妍,女,浙江树人大学新闻教研室教师,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

文章编号:1008-6552(2010)05-0020-05

孔德在1830年第一次使用Sociology(社会学,作者注)时,他意指这是一门研究整个社会的学科;而后的齐美尔、韦伯等学者则把社会学研究侧重在“个人行动”^{[1](4)}上,即主要从个人在社会互动中采取的行动来窥探社会;再后来的库利、米德等学者,主张从自我的形成入手来了解社会秩序和社会过程;再到帕森斯、霍曼斯等人,社会学经历了几百年的发展,以致到了今天,社会学已经建构起了一套非常完整的学科体系,并且作为一门基础学科深深影响着包括传播学在内的多门新兴学科的产生和发展。而社会学研究中,人与社会的关系始终是一个基本问题。传播学是一门新兴的学科,在短短数十年的发展中,传播学一直在致力于探索和揭示人类传播现象和本质,从传播现象、过程、客体、主体、环境、载体、对象等多个方面来论证和探求人类传播活动及其从中折射出来的社会现象。

现代社会已经进入光速发展时期,尤其表现在传播活动上,任何一种新的传播技术或是现象的产生,都会改变人们的生活习惯,甚至引发强烈的社会结构的调整。因此,当某一类新的传播活动和现象在社会中孕育、发展、繁荣时,用社会学和传播学的观点去观照,会使本来不甚确定的现象顿时明朗清晰起来。

一、社会化进程与媒介时间

社会化是一个社会学范畴的概念,主要是指“把生物人改造为积极参与某个社会的成员而进行的所有那些错综复杂与多重面向的过程与互动”。^[2]纵观人类发展的历史,从猿类发展到真正意义上独立行走、有语言和文字、能利用和制造工具进行劳动的人,本质上就是一个人类利用自然和改造自然的过程。从史前人类部落的食物采集到现代文明社会的科技驱动,人类一直在孜孜不倦地探求生存之道,在这个过程中,社会化程度得到了发展和繁荣;直到如今,我们开始慢慢摆脱原始的利用和改造自然,而且有了更进一步的追求,追求生活的品质和质量,追求精神上的幸福感,社会化程度更是得到了空前的发展,一方面我们遵守规章制度和法律法规、恪守文化道德规范,另一方面,我们积极探索社会本质和规律,反思政治、经济、文化等制度,建立更适合自己生存和发展的新的体制和秩序。总之,社会化进程为我们提供了成为社会人的途径。在成为社会人的社会化进程中,人类作为唯一且最重要的主体,依靠自然基础,即健全的神经系统,利用大脑进行各种活动;遵循一定的社会基础,在特定的社会生活条件下,包括政治、经济、文化、风俗等,让社会化进程成为现实;通过一系列的实践活动,正常地进行社会交往,获得正常而合理的社会化,其中包括经济活动、政治活动、媒介活动等。

传播现象和活动自人类产生以来就处在不断的变化发展当中，在语言学家和考古学家还在为到底语言是怎么产生而费解时；在中国古代仓颉造字的神话故事中；在德国的古腾堡将中国毕昇的泥活字印刷术继承并发扬光大的过程中，人类已经经历了从语言传播、文字传播到今天的电子传播和互联网传播时代，媒介技术和传播能力也得到了大大的提高。斗转星移间，传播媒介的发展及其产生的影响，创造了一个新的时代，甚至是一个新的社会，也使很多原本定义且发展完全的概念有了新的内涵，“时间”便是其中一个。在传播技术和形式的发展中，“时间”这个理所应当的度量社会运转和生命流逝的概念有了更多的含义，它被赋予“广播时间”、“电视时间”、“软件时间”等各种表述，每一种表述都有自身独特的意蕴，我们根据这类表述所依据的基础，可以总结为“媒介时间”。“媒介时间”的含义到底是什么？已有论者进行了表述，认为，“媒介时间”不能简单理解为媒介的时间，而应该从两方面进行理解，一是针对媒介经营管理的媒介时间研究；二是针对媒介社会影响的媒介时间研究。^[3]

对媒介时间的研究，可以从多个角度切入，在不同的角度下，会迸发出不同的学术火花。本文寻求的角度是从社会化进程中，从人在社会活动中被渐渐改造成为社会人的角度切入，来研究，媒介时间在进程中呈现的特点及未来的发展趋势。社会化进程的主体就是人的社会化过程，也就是人从自然人到社会人的全过程，内容包括传授基本生活知识和劳动技能、灌输生活目标和培养价值观念、认识自己的地位和角色、教导和学习行为规范^{[4](90-91)}。而这一切，都需要一系列的教育、学习和实践来完成。大众传播媒介的发展和渗透，加速了个人社会化的过程，在诸如“广播时间”、“新闻时间”、“计算机时间”观念和习惯的养成中，人类也在潜移默化中进行着自己的社会化进程。这个过程缓慢且不明显，但是时至今日，收效颇丰。另一方面，随着社会化进程的日益发展和丰富，人们对于主体性、自我意识和个体乃至社会的认同性的需求更加深入和迫切，因此，也促使各种媒介塑造全新的时间观念和在有限的自然时间内革新内容和话语表述方式的进程有更快的发展和创新，对媒介时间的表现方式、特点和带来的社会影响也有了更多的关注和思考。

二、社会化进程中媒介时间呈现的特点

1. 同步性观照下的异步发展

传播技术的发展，就是人类接受来自各种大众传播媒介的信息更多元更深入更完整的过程。传播媒介和方式在极大地丰富了人类的信息传播活动的同时，也在不断改变人类的信息接受传统。媒介在日益的发展中，逐渐给受众构造出了一个又一个时间观念和接受仪式，人类可以在任何时间和地点接受媒介的讯息，媒介占据了现代人类生活的每一条时间裂缝，将人生紧密地连接起来，在这个过程中，社会化进程也得到了相应的推进。当我们习惯恪守广播时间、电视时间等由媒介创造出来的时间点时，我们就可以掌握来自世界各地的信息，与世界接轨。而在继续社会化^①的指引下，科学知识更新的周期大大缩短，于是受众又接受了网络时间，那是一种以秒或更小的时间单位来衡量的媒介时间，于是，信息传递的速度便快了成千上万倍，真正达到了“天涯若比邻”的状态。

如果说同步性是对媒介通过对时间的重构和再创造来实现世界的信息接受和发展同步的话，那么异步性则主要针对由媒介传播方式和技术的创新带来的时间的重组。时间是不受任何人和事控制的自然流逝的存在，人类无论在生物钟时间还是自然时间下，都有着自己的时间顺序表，什么时候做什么事情，成了人类社会有序运行的前提和基础。单位时间的长度是不以人的意志为转移的，但是时间的广度和深度是可以因人而异的。现代传播技术的发展，使时间的广度和深度的延伸成为了可能。比如基于互联网和手机传播的即时博客 TWITTER（推特），用户可以通过手机、电脑等终端设备，将自己的所见所闻所想发送到 TWITTER 网站或是好友手机上，而好友在登录后，就可以看到对方最新的消息更新。在 TWITTER 上，由于每个人的媒介时间不一样，从而使整个信息传递过程变得相当的即时和有趣，作为单个受众，不但能把

① 继续社会化是指一个人在完成基本社会化之后，为适应社会文化环境，继续学习社会知识、价值观念、行为规范的过程。

握自己的媒介时间,还能同步共享,甚至体验好友的媒介时间,时间的宽度和深度得到了最大限度的拉伸,而这个过程,本身就是异步的。

同步性使世界成了麦克卢汉笔下的“地球村”,而异步发展则使“地球村”中的成员体验到了前所未有的时间广度和人生体验的新鲜度,社会化进程被快速推进,并且使人们渐渐放弃了原先的媒介体验和习惯,重新确立和接受新的媒介价值观念和规范,这可能就是再社会化^①在大众传播领域的应用。

2. 碎片化趋势下的聚合氛围

碎片化非常形象地描绘了当今信息传播的一个趋势。所谓“碎片化”,英文为 Fragmentation,原意为完整的东西破成诸多零块。^[4]在社会化进程中,由于每个社会个体的差异,加上包括传播技术在内的社会各个方面的发展也并非均一,因此,在信息传递和接受过程中就出现了碎片。受众在不同的时间接受了很多信息,但是这些信息都是离散的,并非统一,经过一个单位时间后,再将这些信息整合,会发觉无法拼凑到一起,这就产生了传播效率、信息价值和碎片之间的微妙关系。我们普遍认为,碎片化程度低,信息价值就较高,比如我们只从新闻联播节目获取新闻,但是如果考虑到传播效率,那么情况会发生很大的改变。如今,我们可以从报纸、广播、电视、互联网等各种大众传播媒介获取各种信息,同时也被迫接受大众媒介为我们安排的广告等内容,而广告又一定程度上促进了消费社会的形成,在这个过程中,碎片化程度、传播效率都很高,信息价值却因人而异了。大众传播媒介为我们塑造了一种全新的时间观,用一个个包装精美的版面、节目、形式等来安排我们的业余时间,甚至还费劲周折地占据每一个人生空隙。于是,我们从每一天睁开眼睛开始,就开始接受媒介早已为我们安排好的人生轨迹,早上的广播时间、公共交通工具里的手机新闻时间、上班时的即时通讯工具中跳弹出来的新闻时间、晚上的新闻时间、娱乐节目时间、情感节目时间、广告时间,当然还有无处不在的短信时间。而这一切,不管你愿不愿意,都变成一块块的碎片存在你的人生当中。

碎片的存在和发展会影响人类的正常社会生活,当电脑系统中充满了碎片时,它会提醒你整理碎片,人类也是如此。当接受了太多的碎片后,一定会有一个信息价值反省的过程,通过一系列的活动,要对信息进行分析、整理、筛选,这一切,首先要进行信息聚合。大众传播媒介也在致力于对媒介时间重新排序,力图减少碎片,或者至少让碎片能够归类,更好地展现本来的价值。互联网媒体中就出现了社会化网络。社会化网络(SNS)即社会性网络服务,专指旨在帮助人们建立社会性网络的互联网应用服务,以目前盛行的社交网站如FACEBOOK(脸谱)、开心网等为主要表现方式。此类网站在社会学和传播学上的意义就在于,它能够将离散的信息通过一定的排序方式,比如按时间、按重要性、按信息类别等进行重新排序,让你在有限的时间能迅速找到自己所想要的信息,并且严格恪守互联网开放性的本质,对信息按不同的权限级别进行范围内的分享和共同创造。简单来说,碎片化的信息,会在某一个介质上得到连续的聚合。这么一来,从短时间来看,网站会记录你每天的使用轨迹,同时显示你的好友们的关心重点,比如他们分享的网页或是视频等,从长远看,可以掌握受众的互联网使用习惯,从而更好地进行定向传播。

碎片化和聚合化是一对看似矛盾的集合体,但是在快速发展的大众传播时代,他们也都找到了自己的对立统一。碎片化使信息数量空前增加,丰富了受众的选择,而聚合则能重新安排受众的媒介时间,在有限的时间内尽量追求信息量和价值的最大化。

3. 虚拟性构造下的真实感受

时间的不可改变和逆转保证了时间的真实性,但在大众传媒的催化下,媒介时间就会显示出虚拟的一面。一方面,现代社会中,作为社会主要构成体的人类,需要扮演很多种社会角色,以体现个人在不同情境中的行为方式。工作、娱乐、参与社会事务等都是社会角色的体现,一般在一定的社会场所扮演。而如今,大众传播媒介为各种社会角色的扮演都提供了时间和平台,使各种角色重叠在一起,我们在给“超级女声”投票扮演娱乐角色时,也可以参与讨论“上班途中遇车祸算不算工伤”这样的社会议题,扮演各

① 再社会化(Resocialization)过程,就是有意放弃原先已习得的价值观和行为规范,重新确立和接受新的价值观和行为规范。

种社会角色的时间分隔不再明显，参与方式也更加便捷。我们是自然人，也是社会人，同时还是媒介人，这一系列身份的虚实转换变得更加频繁。另一方面，大众传媒为我们提供了很多虚拟的身份，同时创造了使用虚拟身份的时机和平台。参与传统媒体短信平台时用的手机号、互联网传播中用的ID等都是虚拟身份。日前在美国非常流行的一款由林登实验室开发的网络游戏《第二人生》，就为我们营造了一个全新的网络虚拟世界，在这个世界里，你可以利用虚拟身份，在虚拟世界中体验一切与现实相近或迥异的人生，所有现实世界中有的社会活动，都可以在游戏中进行另一番的体验，比较特殊的是，这款游戏还融入了社会化网络的概念，可以在虚拟世界中与真实世界的朋友继续朋友的友谊，只不过一切挪到了互联网上。第二人生重新塑造了受众的网络时间，开创了第二次生命，可以同时经历现实和虚拟的人生。

在虚拟的世界中，虚拟时间不只是被重新建构的线性时间，还包含着重新建构在复合时间中的新闻事件、娱乐内容，及在期间获得的传播科技、媒介内容和认知系统上相互作用的意义与情趣。^[5]有人担心对大众媒介的过度开发和依赖会导致“文化混乱”、“浅读效应”，也有人呼吁警惕“网瘾症”，但是事实上却是，在媒介体验层面，受众的接受程度远远好于预期，虚拟的世界在慢慢被受众接受，并且真实地感受着。因此，我们在论坛上为某个不相识的人的命运感叹着，在社交网络上为好友送了一个虚拟礼物而持续一天的好心情，也会为种菜偷菜（社交网络上最近流行的种菜游戏）而费尽心思，但这一切，都不会影响受众为社会创造更多的生产力，也不影响社会化的进程，相反，虚拟时间和世界的开发，还创造了很多新的就业岗位和商业契机。

《红楼梦》里说“真亦假时假亦真”，在大众传播时代的发展中，虚拟的形式，真实的发展，而时间在这一切中有了全新的形式和维度，共同促进了虚实之间的良好互动关系。

三、社会化进程中媒介时间的发展趋势

1. 个性化的媒介时间

时间是可以被利用和创造的，大众传播媒介发展至今，为受众营造了一个全新的时间观，他们在固定时间安排固定的节目，为的就是让受众有一个稳定的阅读收听收视习惯，当习惯成自然后，受众也不再觉得自己的时间被安排了，甚至对没有媒介之前的生活习惯再无牵挂。媒介还不断开发新的时间资源，用越来越让人眼花缭乱的节目和理念去包装时间，让晚上十点成了电视剧黄金时间，甚至零点看财经节目也成了一种时尚。这样的媒介时间，虽然丰富，但是长久下去，信息传递方式是刻板的，受众接受是被动的，传播效率也是低下的。长久下去，受众将会变成统一划分的“媒介人”，渐渐丧失自己的独立自主的个性。不断革新的传媒技术和手段，使个人的媒介时间趋向个性化和多样化。数字电视的出现，改变了全国上下只看一个节目、一个电视剧的尴尬境地，对电视节目的个人选择余地大大地增强，通过点播，可以随时随地收看自己喜爱的电视节目，还可以屏蔽令人生厌的广告时间。我们甚至可以大胆预言，未来的电视会变得更加人性化和智能化，它能自动记录你的喜好和收看习惯，并且帮你安排好自己的节目时刻表，而不用再一个个点播。这样才是电视为人类服务，而不是人类被电视所牵绊。

互联网在信息的共享和开放方面，一直走在时代最前端，当然它的发展也经历了一个从共性到个性，从单一到丰富，从慢到快的过程。从最初的门户网站，到各种类型的网站，再到多种互联网应用，网络传播中的个性化彰显越发明显。EMAIL开创了互联网个性化的时代，诸如QQ、MSN等的即时通讯工具界定了每个人的交往人群和方式，后来的社会化网络更是将现实中的人际关系和虚拟世界相结合，而最近GOOGLE公司又启动了一个新的项目叫GOOGLE WAVE（谷歌波浪），它建立了新一代网络沟通与协作工具的雏形，将同步传输的GOOGLE自己开发的即时通讯工具和异步传输的GMAIL邮箱进行联系，将同步的信息和异步的信息通过一个平台整合起来，实现信息的共享，而且还是按时间排序的，通过这些信息，也可以整理出一个人在单位时间内的主要信息流，以做记录和备份。在互联网上，每个人的媒介时间因此变得非常迥异，个性化也是体现得淋漓尽致。而在不同的网络媒介时间中，作为社会成员的受众的人格也在不断的塑造或是重构，而人格是社会成员参与社会生活的资本中最基础的一个因素。^[6]

2. 信息云的建立

近年来,世界银行在研究贫困问题时又多了一个新的概念——“时间贫穷”,这是在大时代背景下,应对“经济贫穷”这个单一的概念而产生的,意为一些收入低下的劳动者,为了生计常常需要延长工作时间来换取物质水平的保证和提高,他们非常缺乏让自己身心放松的休闲时间,长久以往发展下去,GDP可能上升了,但是幸福指数却急剧下降,也不利于社会和谐和可持续的发展。同理,在大众传播媒介不断创新内容和形式的今天,在社会人必须为自己的理想和信念努力耕耘的今天,受众的“媒介时间贫穷”事件却是频频发生。这主要表现在信息获取欲望和接受渠道的失衡、信息传播的泛滥和匮乏、信息污染和侵略以及由此引发的一系列的社会政治、经济、文化、道德层面的问题和担忧,呼吁绿色的健康的信息传播内容和机制显得格外的迫切和重要。建立信息云就呼之欲出了。信息云的概念主要来自互联网近年来一个非常热门的概念云计算。云计算有广义和狭义之分,狭义的是指IT基础设施的交付和使用模式,广义的云计算则是指服务的交付和使用模式,总的来说,云计算是并行计算、网格计算和分布式计算在商业上的运用,它革新了互联网上信息取用的方式,通过建立云,也就是资源池,来对数据进行统一的管理、运算和调用。有人曾经打过比方,云计算就是从古老的单台发电机模式转向了电厂集中供电的模式。这样可以实现互联网信息资源的最优化和最有序。包括GOOGLE、亚马逊、雅虎、阿里巴巴在内的国际国内几大IT巨头,都已经建立起了自己的云计算中心,并不断研发其更贴近实用性,更贴近受众的形式。未来,我们再也不担心数据丢失,也可以避免换一台电脑就要重新备份数据的尴尬。

信息云一方面就是在基于云计算的技术支持上,将受众的媒介接收信息都记录下来,并且保存在一个终端服务器上,而不是分散在个人各个电脑硬盘上,而这一系列的信息可以按照时间、事件类型、关心重视程度等各种维度进行单独归类并且调用,让受众可以在最短的时间内找到自己曾经关心过的信息。通过这样一种方式,可以让受众个人的信息库得到最大程度的保护和最快速度的调用,并且在媒体大融合的大背景下,曾经接收过的任何一种媒介形式的信息,都可以保存在一个云中,最终形成自己的信息云,这是保证信息最有序和最有效的方式之一,也可以避免“媒介时间贫穷”的问题产生。另一方面,信息云的建立可以让时间的广度和深度进一步拓展,媒介时间不仅可以通过个人媒介信息的保留得到纵向的延伸,而且通过SNS的交往法则,可以得知自己的好友在同一时间的媒介接收情况,这让媒介时间得到了横向的多维度的延展,相当于经历了多种人生。甚至,根据美国社会心理学家米尔格兰姆的六度空间理论,最多通过六个人你就能够认识任何一个陌生人的法则,受众可以在最大程度上了解周围每个人的媒介时间和接受习惯。而且,我们可以看到,一旦个人信息云积累到了一定程度,就可以从个人的信息接收轨迹了解到一个人的兴趣、爱好、职业等各种信息,而且在SNS社交网络的帮助下,这种调查结果可以扩展到一类人或一个群体,这对更好地掌握受众的信息接收习惯、促进市场营销精准性、改善公共关系等方面都有不小的帮助。

参考文献:

- [1] 彭华民,杨心恒.社会学概论[M].北京:高等教育出版社,2006:4.
- [2] [美]约翰·费斯克.关键概念:传播与文化研究辞典[M].李彬,译.北京:新华出版社,2004:264.
- [3] 邵培仁,黄庆.媒介时间论:针对媒介时间观念的研究[J].当代传播,2009(3):21.
- [4] 喻国明.解读新媒体的几个关键词[J].媒介方法,2006(5):12.
- [5] 邵培仁等.媒介前沿理论[M].杭州:浙江大学出版社,2009:109.
- [6] 赵孟营.社会学基础[M].北京:高等教育出版社,2006:28.