

论媒介环境视阈下的新媒介技术

王 勇

摘 要：一个社会的大众传媒构成一个社会的媒介环境。新媒介技术的产生和普及，社会主导媒介的兴衰更替，导致一个社会的媒介矩阵重构，从而对社会的媒介环境以及生存演化于其中的社会、文化产生重大而深远的影响。自20世纪90年代以来，随着网络和手机的全面推广和迅速普及，我国形成了一个迥然有别于以往的新媒介环境，它具有国内传播与国际传播融合、大众传播与非大众传播、传者与受者融合等鲜明特点。新媒介环境给国家安全、社会安定以及青少年教育等带来了前所未有的挑战，需要积极应对。

关键词：媒介技术；媒介环境；网络；手机；挑战

作者简介：王勇，男，副教授，文学博士。（昆明理工大学 艺术与传媒学院，云南 昆明，650500）

中图分类号：G206.2 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552（2012）02-0001-06

一、媒介技术与媒介环境

引进“环境”概念研究媒介技术对人和社会的影响和意义，是传播研究的一个重要视角。

1922年，李普曼（Walter Lippmann）提出拟态环境理论（Pseudo—environment Theory）。他指出，人们关于世界的看法并不来自于直接经验，而是来自于传媒所营造的拟态环境，人们按照从拟态环境中获得的信息，去理解与想象现实世界，并且往往把拟态环境作为客观环境本身来看待。20世纪70、80年代，格伯纳（Gerbner, G）提出培养分析理论。他将电视看成是人们生活的象征性环境，这个环境培养特定的世界观。他说：“电视重复性大批量生产的讯息和图像的模式构成了主要的共同符号环境，它涵化着我们对于现实的最普遍共享的观念。”^{[1](319)}

媒介环境学派也主要从环境视角研究大众传播媒介技术。他们认为，“媒介并不单纯是两个或多个环境之间传递信息的渠道，而且也是一种环境。”^{[2](13)}媒介环境学会的精神领袖波兹曼（Neil Postman）曾将媒介环境学定义为“把媒介作为环境的研究”（Media ecology is the study of media as environments）。媒介环境学派的第一代学者麦克卢汉（Marshall McLuhan）曾经说过，就像鱼儿并没有意识到水的存在，媒介构成了我们的环境，并维持着这种环境的存在。^{[3](12)}他提出的“媒介即讯息”论断就具有媒介环境的意义。他认为，每一种媒介都是人体的延伸，每一延伸都会使人的五种感官的均衡状态发生变动，结果产生一个新的环境。波兹曼则发展出“媒介即隐喻”的论题，认为媒介用隐蔽而强大的暗示来“定义现实世界”。他指出，除了现实环境外，我们还生存在一个由语言、技术和其他符号组成的媒介环境中，它塑造了“我们头脑中的图像”。^{[4](1)}

与李普曼、格伯纳等学者关注媒介内容所营造的媒介环境及其对人和社会的影响不同，媒介环境学派主要研究媒介技术对媒介环境的形塑及其对人和社会的影响。媒介环境学“它致力于理解传播技术如何控制信息的形式、数量、速度、分布和流动方向，致力于弄清这样的信息形貌或偏向又如何影响人们的感知、价值观和态度。”^{[5](171)}他们认为，媒介环境由一个社会的大众传媒，特别是主导性大众

传媒所组成的媒介矩阵所形塑。他们把各种媒介组成的媒介矩阵,看作是社会、文化在其中生存演化的大环境。一种媒介矩阵塑造一种类型的社会文化,因为“传播媒介不是中性的、透明的和无价值标准的渠道,只管把数据或信息从一个地方传送到另一个地方。实际上,媒介固有的物质结构和符号形式发挥着规定性的作用,塑造着什么信息被编码和传输、如何被编码和传输,又如何被解码。”^{[5](30)}媒介的技术特性制约着信息的选择,决定着信息编码方式和传递过程,乃至最终影响信息被受众解码、接受的方式和效果;每一种媒介的长期使用,都会给人们的信息传播和接受方式、思维习惯、社会交往打上媒介技术特性的烙印,从而对社会结构产生重大而深远的影响,进而极大地影响依赖传播而存在、发展的人类社会,以及生存演化其中的社会政治、文化。媒介环境学开创者英伊斯(Harold Innis)就认为,社会主导媒介的偏向性决定着这个社会的偏向性。麦克卢汉则旗帜鲜明地提出“媒介即讯息”。他认为,“媒介是一种‘使事情所以然’的动因,而不是‘使人知其然’的动因。”^{[6](82)}大众传媒不仅仅向人们报道世界发生的变化,而且它们本身就是促使世界发生变化的重要原因;媒介的技术特性远比它所传播的内容对人和社 会的影响更巨大、更深远。每一种媒介都有其特定的形式、特定的技术特点,都有其偏好的特定内容。一种媒介在一个社会的长期普遍使用,就会塑造一种特定的社会文化,一种特定的社会类型。“以口语为主导的媒介矩阵,塑造的是村落式的原始农业社会。以文字为主导的媒介矩阵,启动了民族国家的建立。以电子媒介为主导的媒介矩阵,推动了全球化的滚滚进程。”^[7]媒介环境学者以社会主导媒介技术为标准,将人类历史划分为口语社会、手写和印刷社会、电子社会三个阶段。

新媒体技术的产生和普及,社会主导媒介的兴衰更替,导致社会媒介矩阵的洗牌重构,从而对社会的媒介环境以及生存演化于其中的社会、文化产生重大而深远的影响。梅罗维茨(Joshua Meyrowitz)说:“当一种新的因素被导入一种旧的环境中时,我们所得到的并非该旧情境加该新因素,而是一种新的环境。当然,新的程度取决于新因素在多大程度上改变旧系统。”^{[2](18)}波斯曼也指出,“技术变化不是附加的;它是生态学的。一种新媒介不是增加了什么,而是改变了一切。”^[8]麦克卢汉则更直截了当:“环境不仅是容器,而且是使内容完全改变的过程。新媒介是新环境。”^{[6](343)}

二、新媒体技术形塑新媒介环境

自20世纪90年代以来,随着传播技术的飞速发展和我国社会的进步,被称为第四媒体、第五媒体的新媒体——网络 and 手机在我国全面推广和迅速普及。截至2011年6月底,中国网民规模达到4.85亿,互联网普及率达36.2%,其中微博用户数量达1.95亿,手机网民达3.18亿,家庭电脑宽带上网网民规模达到3.90亿人,网民平均每周上网时长达18.7个小时;我国拥有IPv4地址3.32亿,域名786万个,域名注册者在中国境内的网站数(包括在境内接入和境外接入)183万个,国际出口带宽达1182261.45Mbps。截至2011年10月底,我国手机用户达9.64亿户,其中3G用户总数为11051.1万户。^[9]不管是从普及程度还是社会影响来说,互联网、手机已经成为我国社会当今名副其实的主导媒介,它们的推广与普及改变了我国的媒介矩阵,使我国的媒介环境发生了革命性变化,形成一个迥然有别于以往的新的媒介环境。这个新媒介环境具有以下最突出特征。

1. 国内传播与国际传播日趋融合

在由报刊和广播电视等传统媒介构建的媒介环境里,国内传播与国际传播界限分明。在我国,国内传播是一个相对封闭的媒介环境,主要由党报党刊以及国家所办广播电视所构成,传播对象主要是国内受众,传播内容主要是国内新闻,以及少量国际新闻;对外传播主要由专门的外宣媒体负责,它们针对国外受众传播我国的新闻和国际新闻。国内传播与国际传播,传播媒体不同,传播对象不同,传播内容和策略也不一样,即通常所说的“内外有别”。一般来说,国外媒体难以做到直接向我国广大受

众传播，我国国内媒体也不直接向国外广大受众传播，我国受众只能通过国内媒体了解国内外大事，我国国内新闻也主要通过外宣媒体向国际传播。国内传播与国际传播是两个界限相对分明的不同媒介环境，但是随着互联网和手机这两种全球性媒介的推广和普及，这两个媒介环境之间的边界逐步消融，两个媒介环境之间日趋融合。

麦克卢汉曾预言由于电子媒介的产生，信息传播瞬息万里，整个地球在空间上缩小为弹丸之地；电子媒体的同步性质，使人类结成了一个紧密联系的社区地球村。如果说，在20世纪60年代，麦克卢汉提出“地球村”还只是一种构思的话，那么正如媒介环境学家莱文森所说，如今“因特网把地球村变成了货真价实的比喻。换言之，它把地球村从比喻变成了接近于现实的白描。”^{[10](97)}至今，国际互联网已经将全世界240多个国家和地区联结成网，其覆盖面已超过拥有180多个成员国的联合国，在某种意义上已形成了“信息联合国”。网上每昼夜的信息流量达到了以亿万计的比特，每个月收发的电子邮件超过了14亿封。互联网真正突破了时间、空间、地域、边界和媒体的界限，使得各种信息能够以文字、图片、声音、影像和动画等各种形式，全天候地在世界各地间迅速地、海量地、互动式地交流。从1994年我国正式成为世界互联网成员起至2011年6月底，我国国际出口带宽达1182261.45Mbps。互联网的全球性、开放性、无限容量和传播速度的极限化，手机媒体可以随时、随地、随身传播，特别是3G手机将无线通信、计算机技术、信息网络技术三者完美结合的特点，打破了国内传播与国际传播的边界，使我国的国内媒介环境与国际媒介环境日益融合。一方面，国内传播再也难以被限制在国内，互联网和手机使国内传播跨越了国界，与世界的信息传播实现了对接和交融，我国国内的信息能瞬间传达至世界的每一个角落，国外受众通过互联网可以随时随地了解我国国内媒体所发布的新闻，而不再限于我国的外宣媒体；另一方面，我国受众通过互联网可以随时随地获知国外各地媒体的报道，也可以通过互联网了解到我国外宣媒体的对外报道。可以这么说，在当前媒介环境下，国内传播即国际传播，国际传播即国内传播，国内传播与国际传播日益融合为一体。

2. 大众传播与非大众传播的日趋融合

根据传播方式的不同，人们通常把人类的传播活动分为大众传播与非大众传播。大众传播是指职业化的传播机构及其专业人员通过大众传播媒介向社会大众传播信息的社会过程。非大众传播指除大众传播以外的人内传播、人际传播、群体传播和组织传播等。大众传播与非大众传播的主要区别是，大众传播依靠报刊、广播电视等大众传播媒介进行传播，传播面广，受众数量大、成分复杂，社会影响大，由职业化的传播机构和专业人员来进行，是一种组织化的传播，受到社会制度和职业规范的制约，注重把关。在由报纸杂志与广播电视等传统媒介构建的媒介环境里，大众传播与非大众传播界限相对分明，虽然记者采访离不开人际传播，有关群体传播、组织传播的内容也常常发布在大众传媒上，但是人际传播、群体传播和组织传播要转化为大众传播，必须经过一定程序的转化过程，特别是要经过大众传播机构的组织化选择、加工和把关过程，非大众传播直接转化为大众传播的比例是极其有限的，大众传播与非大众传播之间有一条清晰的鸿沟。

但是互联网和手机的推广与普及，不仅重构了由报纸杂志与广播电视等传统媒介所构成的媒介矩阵，而且使大众传播与非大众传播之间原本清晰的界限模糊了。首先，互联网和手机使大众传播与非大众传播共处同一载体。互联网上既有专业的大众传播机构如新闻网站开展的大众传播，也有各种企业、组织和单位开展的组织传播、各种各样的群体开展的群体传播，如QQ群、论坛等，还有个体之间进行的人际传播，最典型的是电子邮件、QQ等，甚至还有人内传播，如一些人通过写网络日志来实现I和me的交流。同样，手机既是一种个体与个体之间进行沟通的工具，由于短信群发技术的发明，又成为了群体传播和组织传播的载体，而手机报、手机杂志、手机电视和手机上网等传播技术的诞生，使手机又成为一种大众传播工具。互联网和手机使大众传播与非大众传播在载体上真正实现了共容，

成为既是大众传播媒介又是非大众传播媒介的混合媒介,消融了以往大众传播媒介与非大众传播媒介之间清晰的划分。其次,互联网和手机使大众传播与非大众传播之间转换变得空前简单、直接和频繁。大众传播与非大众传播同处互联网或手机之中,甚至同处一个网站,网站常把论坛、博客、微博乃至网民针对各种资讯发表的帖子上的内容转化为新闻资讯传播出去,而论坛、博客、微博、聊天室、电子邮件常把新闻网站所发布的新闻转为其传播内容。大众传播与非大众传播之间相互转换变得空前简单、直接和频繁。再次,互联网和手机使一些传播既具有大众传播特征又具有非大众传播特征。这主要缘于互联网和手机既是个性化媒介又是大众媒介。比如博客作为网络日志,就像以往人们记的日记,作为个体的一种自我反思的记录,它是一种人内传播;挂在网上,为好友圈子所阅读和评论,又具有人际传播和群体传播的特点;同时它又面向大众开放,有些博客被成千上万的网民所点击,又具有大众传播的性质了。最典型的莫过于当前最红火的微博了,既有传统媒体开设的微博,也有政府机关、企事业单位开设的微博,又有个人开设的微博,它是一个兼具大众传播与非大众传播特征的媒体与平台;同样,论坛、QQ群、BBS等,既具有人际传播、群体传播的特点,又具有大众传播的特征,企业、组织和单位设立的网站或网页,既是组织传播又可以看作是大众传播,因为这些传播虽然是非大众传播,但由于互联网和手机的开放性,使其又具有了大众传播的特点。在互联网和手机上,大众传播与非大众传播的界限模糊了,再也难以像传统媒介时代那样可以清晰区分。

3. 传者与受者的日趋融合

在报刊与广播电视等传统媒介主导的媒介环境下,大众传播是一种从上到下、点对多的单向传播,传者与受者的角色区分是明确而严格的。传者是报社、电台、电视台等大众传播专业机构的专业人员,大多受过专业训练,取得大众传播资质,专门从事大众传播活动。在传播中,他们垄断大众传媒,处于主导地位,是传播的主体,而受者是传者的传播对象,人数众多,分布广泛,互不通晓,是线性信息传播模式下的终端接受者,被动地接受传者传递的信息,虽有选择的自由,但只能在传者为之提供的信息中进行有限的挑选,虽有反馈,但速度慢、数量少,能够被传者采纳予以传播的更少。总之,传者与受者之间的角色和分工是明确的:“我传你受”,传者负责传播信息,受者主要接收信息。

而互联网和手机的产生和普及,打破了传者与受者之间的明确角色划分和严格分工,广大受众不再是单纯的、被动的信息接受者。他们既是信息接受者,又是信息生产者、传播者和评论者,在他们身上,传者和受者身份融为一体。首先,互联网为广大受众提供了一个便捷的传播平台,打破了过去专业传播者对传播渠道的垄断。论坛、博客、播客、QQ、贴吧以及各种各样的跟帖等信息发布平台和方式,可以使广大受众在“任何时候、任何地点、对任何人”传播信息。其次,数字技术使广大受众可以随时随地利用手机、数码相机、数字摄像机等媒体将现场所见所闻记录下来,打破了以往专业传播者对新闻来源的优先权和垄断权。他们可以同专业传播者一样容易、直接地获得新闻事件的第一手材料,并通过手机和网络向大众进行报道、解释与评论。正因为如此,有人提出“自媒体(We Media)”概念,强调在新的媒介环境下,个体作为传播者的自主性。目前我国有论坛上百万个,博客2亿多个,网民每天新发布的博文超过400万篇,微博用户数已达2.5亿左右,每天发表博文难以计数,而各类论坛每天新增的帖文更是天文数字,真正进入了“人人都有麦克风”、“人人都是传播者”的“全民传播时代”。传统媒介环境下产生的特定术语“受众”受到了挑战,一种新媒介环境下产生的、融合传者与受者角色的新术语“网友”正在逐步得到人们的认可。

三、新媒介环境带来新挑战

由主导媒介所形塑的媒介环境是社会、文化生存和演化的重要力量,不同的媒介环境支持不同的社会结构和文化形态。社会主导媒介的更替导致社会媒介环境的变革,必然引发社会的结构性变化。

针对由媒介环境所导致的社会变革，麦克卢汉曾指出，“最重要的第一步就是理解媒介及其对我们心理、社会价值和制度的革命性的影响。……如果我们能够对正在发生的事情做出诊断，我们就可以削弱变革之风的烈度。”^{[11](398)}手机和互联网的推广与普及，重构了由报刊和广播电视等传统媒介所组成的媒介矩阵，形塑了一个迥然不同于以往的新的媒介环境。这个新媒介环境在带来信息传播快捷化、文化多元化和传播民主化的同时，也给社会带来了前所未有的挑战。

1. 给国家安全带来挑战

新媒介环境下，国内传播与国际传播融为一体，成为一种开放的全球传播，国家边界再也难以阻挡境外信息向境内的渗透，也难以封锁境内信息向境外的流溢，对信息流动控制的弱化给国家安全带来了潜在的风险。

首先是信息战的风险。当今时代，网络不仅是信息传递的工具，而且是国家控制系统的中枢。不仅国防设施依赖网络指挥，通讯网、电力网、交通管制系统、银行转账系统等国计民生的各个方面，也建立在对计算机网络的极端依赖上。而敌对势力如果发动信息战，通过互联网破坏和操纵计算机网络上的信息流，对国家国防和基础设施实施破坏，从而给国家运转造成瘫痪。

其次是政治渗透的风险。当今世界，赤裸裸的武装侵略越来越少，取而代之的是帝国主义、霸权主义等以言论自由和信息自由流动为幌子，以国际互联网为渠道对他国进行政治渗透和政治煽动，制造政治分裂和政治动乱，动摇和颠覆他国政权。例如，伊朗2009年大选之后接连不断的内乱就与西方一些国家的网络政治渗透有一定关系。而自去年以来大有席卷阿拉伯国家的“阿拉伯之春”运动也不难看出网络政治渗透和网络政治颠覆的影子。

再次是经济和文化安全的风险。在国内传播与国际传播融为一体的媒介环境下，国家的经济安全的风险明显增加，例如一些国家或利益集团可以通过互联网破坏他国的金融秩序，盗取他国的经济情报，扰乱甚至操控他国的国内市场等。而由于文化信息总是包含了深刻的意识形态意义和人文特征，在难以控制的信息跨国流动中，信息输出大国更容易将本国的社会价值观和意识形态通过信息输出传递给其他国家，进行文化扩张，实施传播帝国主义和文化帝国主义，从而给信息输入国的文化安全带来威胁。

2. 给社会安定带来挑战

新媒介环境下，大众传播与非大众传播融合，传者与受者融合，人人都可以随时随地通过手机和网络传播信息。但是由于传播者形形色色，传播的把关和控制的空前弱化，也给社会安定带来了前所未有的风险。

首先，恐怖主义分子、分裂主义分子、宗教极端分子以及其他反社会分子、违法犯罪分子可能利用手机和互联网传播犯罪信息，制造仇恨和分裂，进行犯罪煽动，组织犯罪活动，给社会的安定带来威胁。例如震惊中外的“新疆7·5事件”，就是由少数东突恐怖分子精心谋划，并主要通过互联网和手机进行传播和组织的恐怖事件，给国家和人民生命财产造成了重大损失。

其次，一些犯罪分子通过互联网和手机进行洗钱、诈骗、赌博，以及贩卖毒品、枪支等危害社会的非法活动；一些别有用心者通过互联网和手机制造和传播谣言，制造社会恐慌，扰乱社会秩序；或者通过手机和互联网传播虚假信息，误导和煽动不明真相的群众，制造群体性事件，破坏社会安定。一些对社会和政府心怀不满者，也可能通过手机和互联网传播恶毒攻击政府的言论，宣传反社会思想，给社会埋下不安定因素。

再次，一些人通过手机和互联网诽谤他人，侮辱他人，侵犯他人隐私，侵犯他人名誉，给他人造成伤害，破坏社会和谐。

3. 给青少年教育带来挑战

在由报刊和广播电视等传统媒介构成的媒介环境下，通过阻止境外不良信息的传入和控制境内大

众传播媒介的信息生产,就基本上可以控制不良信息的传播对青少年的毒害。但在新媒介环境下,国内传播与国际传播融为一体,再也难以阻止境外不良信息的传入;而大众传播与非大众传播的融合,传者与受者的融合,也使控制境内不良信息的生产和传播难上加难。因此,当前互联网和手机上淫秽、色情、凶杀恐怖、教唆犯罪等不良信息传播呈泛滥之势,给青少年教育带来了前所未有的挑战。

总之,互联网和手机等传播新技术所形塑的新媒介环境,在给社会带来发展和进步的同时,也带来了前所未有的挑战。正像媒介环境学派所认为的那样,“面对信息革命的洪流,我们应该像处于漩涡中的水手那样冷静观察,以把握其发展的方向和规律”^[7],同时采取措施,积极应对。

参考文献:

- [1] [美]斯坦利·巴兰,丹尼斯·戴维斯. 大众传播理论[M]. 曹书乐译. 北京:清华大学出版社,2004.
- [2] [美]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.
- [3] [美]詹姆斯·凯瑞. 作为文化的传播[M]. 丁未译. 北京:华夏出版社,2005.
- [4] [美]尼尔·波兹曼. 娱乐至死[M]. 章艳译. 桂林:广西师范大学出版社,2004.
- [5] [美]林文刚. 媒介环境学:思想沿革与多维视野[M]. 何道宽译. 北京:北京大学出版社,2007.
- [6] [加]马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介[M]. 何道宽译. 北京:商务印书馆,2000.
- [7] 李明伟. 媒介形态理论研究[D]. 北京:中国社会科学院,2005.
- [8] Neil Postman, “Science and the Story that We Need”[EB/OL]. First Things 69. January,1997.
- [9] 中国互联网络发展状况统计报告(2011年7月)[EB/OL]. <http://www.cnnic.net.cn/dtygg/dtgg/201107/W020110719521725234632.pdf>. 2011—12—23;40. 我国前十月手机用户净增超一亿[EB/OL]. <http://keji.jschina.com.cn/system/2011/11/23/012134147.shtml>. 2011—12—11—23;40.
- [10] [美]保罗·莱文森. 数字麦克卢汉[M]. 何道宽译. 北京:社会科学文献出版社,2001.
- [11] [加]埃里克·麦克卢汉,弗兰克·秦格龙. 麦克卢汉精粹[M]. 何道宽译. 南京:南京大学出版社,2000.