

媒介时间的文化偏向与社会反思

翟志远

摘要：媒介时间是媒介研究中的一个独特景观，早在20世纪初国外学者就有论述，但并没有形成完备的体系。文章从媒介时间与文化和社会的关系入手，着重论述了媒介时间的社会影响和文化偏向，并试图归纳媒介时间所构建的新的文化景观，以推进媒介时间在理论层面的纵深研究。

关键词：媒介时间；文化偏向；社会反思；文化建构

作者简介：翟志远，男，讲师。（河南大学 外语学院，河南 开封，475001）

中图分类号：G206.2 **文献标志码：**A **文章编号：**1008-6552 (2014) 01-0012-05

关于时间的研究是个久远的命题，但关于媒介时间的研究却是近几十年才逐渐被关注的。媒介时间是基于媒介技术的快速发展才浮出水面，受到学界的关注。相对于自然时间、钟表时间，媒介时间是一个新生事物。自然时间与生俱来，钟表时间则是人类历史的革命性成果，而媒介时间则带有更多的文化偏向和社会内涵。现实中，媒介时间总是试图替代自然时间，同步在线、现场直播是媒介对现实时间的至高追求，媒介时间能否在第一时间直播现实成了媒体能否立足之本，以至于媒介塑造了独特的文化景观和社会现象。

一、媒介时间的研究现状

时间是什么？正如奥古斯丁所言：你没问我的时候，我很清楚，你一问，我反而糊涂了。媒介时间作为一种现象早在上世纪初就已经进入社会学者关注的视野，伊尼斯在《帝国与传播》和《传播的偏向》中明确提出了，任何媒介都具有时间偏向，偏向时间段媒介指的是“易于长期保存但难于运输”的。麦克卢汉在《古登堡璀璨群星》一书中首次提到了“地球村”的概念，阐释了媒介具有超越时间和空间的力量，媒介打破了时间和空间的束缚，使人们之间的信息交流和沟通更加及时、便捷。而关于媒介时间的理论研究却是刚刚兴起。

首先，关于媒介时间的研究范畴。邵培仁指出：“它包括了电子媒介经营管理的时间研究和媒介时间之于社会影响研究两个方面”。^[1]同时，媒介时间研究也从社会文化和经济角度有着较为详实的研究，“从手工媒介到机械媒介，时空的压缩系数逐渐加大。到了当代，这一系数达到了极限。特别是……电子媒介，时间与空间的自然节律发生了重大变化，时间与空间被彻底驯服，呈现趋零化的状态。”^[2]目前，国内对于媒介与时间的关注比较少，在通过CNKI进行论文检索时，以“媒介时间”“媒介、时间”等为关键词，所能检索到的相关论文仅有47篇，而这些论文对于媒介时间的研究主要集中在“媒介”与“时间”的关系和建构上，以及媒介时间、钟表时间、自然时间对人和社影响的变化上。例如，在我国首次提出“媒介时间”概念，并作为理论进行研究的卞冬磊在他的《媒介时间的来临——对传播媒介塑造的时间观念之起源、形成与特征的研究》、《再论媒介时间：电子媒介时间观之存在、影响与反思》等论文中，对媒介时间的社会影响进行了较为深刻的剖析；邵培仁、黄庆的《媒介时间论——针对媒介时间观念的研究》从某种意义上说是对卞冬磊等研究方向的延展，在一些具体的社会现象上提出了一些独特的见解；在这47篇文章中，有大量论文并没有真正提到媒介时间，有些只是简单提到，并没有进行深入的研究和分析。可见，媒介时间的研究并没有形成体系，还没有被学界所重视。

其次，关于媒介时间的研究内容。时间是个充满神奇色彩的事物，虽然人类赋予了时间更多的内涵和价值，但早在人类出现之前，时间与空间已经存在，并共同构建了世界、宇宙。对于时间的思考和研究是人类永恒的命题，从哲学家到物理学家，从文学家到生物学家……几乎每个行业都在研究或关注时间这一命题。因此，时间的分类就呈现出了多样化的特征，不同的领域有不同的研究视角。例如，有学者认为：“关于时间，大体可以理解为物理时间与非物理时间两种系统。前者是自然状态的时间，人们以度量的方式予以把握；后者是人的精神视野与主观意识中的相对性的时间。”^[3]这一划分是以时间与人的关系来界定的，从宏观的层面给予了时间研究的一个视角，但这一划分在对自然状态的时间界定上并没有完全将时间与人的关系彻底撇清，也即自然状态的时间与人以度量把握的时间还是有质的区别的。那么，从哲学的角度对时间的划分则表现为：“物理时间、心理时间、语言时间、历史时间”，显然，这样的时间类别具有更加复杂的人文关系，也就是说非物理时间被更加细化了，人与社会构建了属于自己的时间范畴。^[4]而另外一种对于时间研究的划分则较为简化，它把时间分为：自然时间、钟表时间、媒体时间。^[5]从媒介研究的角度来看，这样的时间概念界定更具有可操作性，但这并不意味着这是一个完美无缺的时间概念划分，这一观点将“媒介时间”与自然时间、钟表时间相提并论还是值得商榷的，媒介时间是否真的就具有了自然时间、钟表时间的作用和地位还没有科学的数据支撑，截至目前，只能说媒介的确对人类的发展和社会的进步起到了足够的作用和影响。不过，这样的问题并不影响对媒介时间的进一步研究，相反，也正是这一观点的提出，为媒介与社会、媒介与人、媒介与文化等研究命题提供了可能和理论支持。

最后，关于媒介时间的概念界定。在国内首次提出“媒介时间”的是卞冬磊和张稀颖，在他们的《媒介时间的来临》一文中指出：“‘媒介时间’的命名，正是在承认技术对时间改造的决定作用的前提下，一方面将塑造时间的技术……归结为传播媒介；一方面又从媒介内容着手，研究传播媒介在时间转型过程中的作用。”并进而指出：“新的时间观念正是媒介技术与大众传播媒介内容共同作用的结果，因而将之命名为‘媒介时间’。”^[5]文中并没有专门就媒介时间进行概念的界定。也有人在谈论媒介时间的时候，只谈它的外延，而不谈它的内涵，“在信息社会背景下，以钟表为表现形式的时间观念受到越来越多的挑战，塑造新型时间观念的任务落在了以电子媒介为首的大众传播媒介身上。”^[1]在另一篇国内学者的文章中明确地指出：媒介时间是“以媒介作为技术手段和内容呈现两方面对时间进行考量，这包含双层含义：一是对于时间判断的媒介化，即媒介化时间；二是媒介对于时间资源的开发与利用，即时间化媒介。”^[3]这一概念还是较为准确地描述了媒介时间的学理界定，但就媒介时间的本质上来说，媒介时间更多的是对受众和社会形成观念意识和文化习俗上的影响，这是不能回避的现实，对于媒介时间的研究不能摒除其社会影响和文化内涵。

二、媒介时间的社会渗透

媒介不是在规定社会的具体时间界限，也就是说，媒体时间所构建的不是自然时间的模板，媒体告诉人们的不是现在的时刻，它会展现给人们这是哪一种时间，也即媒体赋予了自然时间的另一番意义内涵。自然时间是无意义的，钟表赋予了时间的基本含义，它开始带有社会性和历史性，媒介则改变和压缩了自然时间，使得它发生了质的变化。

(1) 媒介时间安排社会事件发生的时间。媒体以对时间的操纵权将生活的逻辑完全颠覆。时间和空间在媒体的表达中，处于被动和安排的角色，媒体成为时间框架的制造者和运营者。媒介时间与受众之间已经发生了“异化”，媒介控制了受众，影响了受众，媒介成了受众了解和认知社会的唯一途径。换句话说，如果想成为一个现代人，想成为一个了解外部社会的现代人，那就必须通过媒介才能实现。很显然，现代受众已经离不开媒介，媒介已经把人们捆绑在既定的空间、视野和领域。社会事件发生的时间、地点、视角等等，都将由媒介来安排，媒介通过传播特定的事件来扩展自身的影响力和权威性，媒介既定了社会事件的时间，受众几乎没有选择的余地，媒介的“集体失语”会带来很多事

件的淡漠化处理,媒介的“集体亢奋”甚至会影响到一个国家的政权。

(2) 媒介形态替代社会计时工具。媒介形态真正可以取代社会计时工具应该可以从电视媒体算起,数字媒体的出现则更加速了这种“计时工具的媒介化”的趋势,“新媒介工具的出现让钟表面临着危机,小到手机、电话,大到电视、电脑,几乎所有的电子媒介都具有了计时的辅助功能,有的甚至比钟表的功能更全。”^[1]媒介形态替代社会计时工具有着多方面原因,一是手表的功能发生了变化,已经从过去的计时工具变成了配饰品,二是便携式媒介强大的计时功能更加方便,逐渐替代了手表。据网络数据显示,中国内地一共拥有8.95亿部手机,是世界上手机拥有量最多的国家,中国澳门甚至平均每人拥有2部手机,如此庞大的数据足以证明手机媒介已经完成了对社会的渗透,媒介替代社会计时工具的步伐越来越快。

(3) 媒介事件设定社会时间。阿尔文·托夫勒在《未来震荡》中描述了媒介这一隐蔽功能:在美国,对大多数城市居民而言,春天的到来不是以草木突然萌发的嫩芽为标志,而是以棒球赛季的开始为标志。^[5]媒介事件是传播媒介吸引观众的惯用伎俩。媒介通过重大事件的营造建构了人们“仪式化”的生活影像,进而影响和规范人们的社会生活、风俗习惯。每一年媒介上的跨年晚会都极力通过各种各样的形式来设定人们应有的冲动、激情。媒介一方面通过清明、重阳、中秋、除夕、情人节、圣诞节……来传播文化传统,另一方面也是在树立和展示自身特有的设定社会时间的能力。事实也证明,媒介在设定社会时间方面表现出了强大的作用。

(4) 媒介功能与时间形态。新媒体的互动性、及时性、便携性等特点颠覆了人们对时间形态的传统认识,时间等于金钱的格言在媒介时代表现得更加真实和逼真,不单单是我们购买了以时间为单位的网络流量,更因为人们对媒介的依赖,促成了媒介时间可以直接变成金钱。所谓央视招标,卖的就是时间,买的也仅仅是时间。时间在媒体的生存中扮演了极为重要的角色,媒体在安排时间的过程中,利用不可复制的、庞大的、虚拟的时间资源换回了活生生的金钱资源。

三、媒介时间的文化建构

从字面意思来看,媒介就是中介、渠道,也即信息传播的中介。媒介与文化有着天然的关联性,文化需要传播和传承,媒介的价值即在对文化的传播和传递,没有文化传播内涵的媒介是短暂的。同时,媒介通过文化的传播树立了自身的权威、神圣地位,进而摆脱了文化的束缚,试图重新建构新的文化体系,其中尤其以媒介时间为典型表现之一。

(一) 媒介与文化的博弈游戏

媒介时间之所以能够深入人心,甚至在一定程度上取代钟表时间,这其中有着深刻的文化背景和渊源。媒介本身更多表现为一种技术、设备、器材,它是冰冷的、缺乏人文关怀的事物,媒介自身的冰冷使得它在对人和社会的操控上表现得软弱无力。而一旦这种技术注入了文化元素和文化内容,它就会变得十分的强大和有力。早期的媒介更多的是文化的口舌,是对社会文化的镜面反射、复制,没有多少创新的空间和能力,对社会的影响更多是文化的直接作用,媒介在其中仅仅是渠道、中介。最为典型的是网络媒介,在web1.0、web2.0时代,网络媒介展示给受众和社会的只是社会信息的发布,缺乏超链接,缺少丰富的视觉图像,甚至人们将网络媒介简单地认定为是报纸媒介的网络化。早期的媒介可谓文化的屈从物,但更确切地说是这一种文化内涵的积累,或者说是媒介发展的阴谋。

随着媒介技术的不断提升,媒介内容的不断增加,媒介的影响力也与日俱增,媒介形态变得越来越多样化,媒介技术对文化的依赖已经逐渐演变为对文化的控制,媒介与文化之间的关系发生了“异化”。在新媒介时代,媒介已经通过文化完成了社会权威、神圣形象的塑造,在社会中成了文化的代言人,媒介从文化背后转到了社会舞台的最前沿,开始创造属于媒介自身的文化环境。从一定程度上说,媒介已经主宰了文化,文化相反成了媒介的傀儡。媒介与文化的这场博弈游戏暂时以媒介略胜一筹。也正是媒介对文化的操控和影响才促成了媒介时间的出现,媒介借助文化以“时间”的形态直接进入

社会大众的生活中，对人们、社会都产生了极为深远的影响。

（二）媒体时间对文化的选择和依赖

媒介虽然完成了对文化的异化，但媒介不能完全脱离文化而单独存在。媒介时间的形成对文化有着强烈的依赖性和选择性。

首先，媒介时间对文化有着明显的依赖性。媒介时间是媒介社会影响力的具体表现，媒介深入、操控社会的过程正是媒介时间的形成过程，媒介时间不是单纯的“技术时间”，媒介时间包含了人的精神内涵和社会寓意。假如媒介时间缺失了这种精神内涵和社会寓意，那么媒介时间就是典型的“技术时间”，对人和社会的影响力将大打折扣，甚至将不会出现这一概念、形成这一现象。那么，这种精神内涵和社会寓意最直接的表现是什么？即文化。

媒介从最初的技术层面转入文化层面后，也就寄生在了文化之中。媒介作为一种寄生物对文化有着强烈的依赖性，而文化作为一种寄生体也产生了对媒介的偏向性，媒介与文化的契合共同促成了媒介时间的出现。媒介时间凭借文化的力量，重新建构和规范着社会的文化习俗、文化礼仪、文化交往，在媒介时间的操控下，人们已经习惯于依据媒介时间来进行日常生活与重大节日的日程安排。

其次，媒介时间对文化有着明显的选择性。随着电子媒介技术的不断提升，媒介对于文化信息的占用越来越丰富，电子百科全书、谷歌搜索、百度搜索等电子媒介给予了文化信息储存的最大化，已经达到了真正意义上的百科全书。但同时媒介在主动传播文化信息的时候又带有显而易见的选择性，不是所有的文化信息都能进入媒介的传播议程，媒介通过对文化的选择来建构人们的日常生活，进而以时间的规范性来约束社会活动。春节、圣诞节、中秋节、情人节……这些传统文化的节日在媒介的特别重视和传播下，不但进一步巩固了这些时间，而且不断完成对这些时间长度、深度的扩展，形成了特有的媒介时间，这些时间以越来越强势的地位影响了人们的个人情感、消费习惯和生活节奏。可见，媒介时间并非是对所有文化的依赖，而是对特有的、特殊的文化进行放大、强化、固定来实现其强势地位的。

（三）媒介时间对文化的构建

媒介时间有着明显区别于自然时间和钟表时间的特征，例如：“瞬间性、零散性、无序性”等特征，^[5]这些特征在潜移默化中带给了人们思维、视野和心态的变化，同时也作用在了社会文化上的变迁、发展和变异。从传统媒介到电子媒介，再到数字媒介，媒介的快速发展打乱了原有的文化体系，构建了以媒介为中心、以媒介时间为标杆的文化模式，这些新的文化模式如同魔咒一样已经完成了对传统文化的侵蚀，并进入到社会的主流文化当中，对社会和个人都产生了前所未有的文化塑造和文化颠覆。

首先，媒介时间构建碎片化文化。“传统的时间观是连续的、序列性的，而媒介重组了人类社会的时间序列，将时间文化碎片化、单一化。”媒介时间的零散性、无序性将原有的文化片段化、单一化了，人们在感知社会的时候不再是连续的、统一的模式，一个事件和一个事件之间没有任何关联性，事件与事件之间甚至会被更加无序的广告、宣传等信息所充斥。在尼尔·波兹曼的《娱乐至死》一书中有这样一段描述，恰到好处地展现了这样一种现实：

“好……现在”常被用于广播和电视的新闻节目，目的在于指出我们刚刚看到或听到的东西同我们将要看到或听到的东西毫无关系。这个表达方式让我承认一个事实，那就是在这个由电子媒介勾画出来的世界里不存在秩序和意义，我们不必把它当回事。再残忍的谋杀，再具破坏力的地震，再严重的政治错误，只要新闻播音员一声‘好……现在’，一切就可以马上从我们的脑海中消失，更不要说是引人入胜的球赛比分或预告自然灾害的天气预报了。通过说‘好……现在’，新闻播音员的意思是我们对于前一个新闻的关注时间已经够长了，不必一直念念不忘，你应该把注意力转向其他的新闻或广告。^[6]

正如波兹曼所言，这样的媒介时间影响下，系统的文化成了碎片的娱乐。人们不再深入思考一个事

件或问题,除非媒介有意对一个事件不断播报,例如近期发生的芦山地震,但随着媒体对芦山新闻的停播,社会对其关注度也就骤然下降。媒介通过技术的手段,以时间的形态构建了一个断裂的、碎片化的文化景观。在这种景观之下,人们只能适应,却难以另辟蹊径。

其次,媒介时间构建快餐式文化。米兰·昆德拉在《缓慢》这部小说中描述了速度对现代社会的巨大影响。“速度导致了人的一种自我迷醉,时间不再负有任何自我和生命的意义,而只是如蝉蛻般地粘附在速度的快感上,昂扬且迷醉地冲向烦恼人生的奈何桥。”^[7]媒介时间以媒介技术为支撑,把“地球村”上发生的事件如同过山车一样快速展示给社会公众,“速度越增长,控制就越倾向于取代环境,交互活动的时间逐步取代了身体活动的空间,一个有意义的空间的价值评判标准是其能提供信息量的多少和新鲜程度。人们在技术速度面前,若不想被世界所抛弃,就不得不成为摄取信息的贪婪者。”^[8]正如英国作家赫胥黎在《美丽新世界》中所预言的那样,现代社会没有进入《1984》那样的极权社会,而进入了一个信息浩繁的时代,信息如同快餐一样呈现流水线的生产和消费状态,人们在媒介的安排下,快速地接收和消费着各种各样的信息。基于这样的一种信息消费环境,文化也被微缩化、快速化,各种微电影、微博、微信……层出不穷,形成了一道独特的文化环境。

媒介时间构建即时性文化。所谓“即时”,也即“立即、当下、立刻”。即时性文化是媒介时代的独特文化现象之一。尼尔·波兹曼也如此表述过,“我并不是说,火灾、战争、谋杀和恋情从来没有在这个世界的任何地方发生过。我想说的是,如果没有用来宣传他们的技术,人们就无法了解,无法把这一切纳入自己的日常生活。简而言之,这些信息就不能作为文化的内容而存在。”他还指出,类似“今日新闻”就纯属媒介技术的产物,“如果没有媒体为新闻提供传播的形式,那么‘今日新闻’就不会存在。”^{[6] [10]}媒介通过时间的建构,将以往要很长时间才能获得的信息缩短为瞬间,用时间的压缩消灭了空间的距离,即时性文化也就应运而生。人们对即时性文化的消费也变得更加无意、随意,即时性文化在媒介时间的规范中是短暂的,也是快速的,在文化的长河中有时可能就是昙花一现,甚至不留任何痕迹。

四、结 语

所为媒介时间对社会和文化的影响,其实就是媒介的影响力表现。媒介时间是媒介文化的独特表现之一,媒介时间是一个学理性的概念,虽然媒介时间的概念提出得较晚,但媒介时间是伴随着媒介的出现而出现的,也就是说媒介什么时候产生的,媒介时间也就什么时候形成。媒介时间随着媒介技术的快速发展,以及媒介影响力的迅猛增长,而被突显出来。媒介时间的正式提出对研究媒介文化有着显著的理论价值和现实意义,特别是媒介日新月异的时代,媒介对社会和文化的影响越来越受到学界和业界的高度重视,如何实现媒介的良性和健康发展,为社会、民族和国家的蓬勃发展注入活力,是目前媒介研究的重点和关键。

参考文献:

- [1] 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):21-24.
- [2] 李勇.媒介时代的审美问题研究[M].郑州:河南人民出版社,2010:63.
- [3] 李蓉.后工业时代中的媒介与时间[J].西南交通大学学报:社会科学版,2008(6):119-124.
- [4] 余治平.时间的哲学[J].东南学术,2002(3):115-123.
- [5] 卞冬磊,张稀颖.媒介时间的来临——对传播媒介塑造的时间观念之起源、形成与特征的研究[J].新闻与传播研究,2006(1):32.
- [6] [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,2004:130.
- [7] 梅琼林,袁光锋.“用时间消灭空间”:电子媒介时代的速度文化[J].现代传播,2007(3).
- [8] [美]乔治·瑞泽尔.后现代社会理论[M].谢忠立,译.北京:华夏出版社,2003:193.