

主持人语：“海上生明月，天涯共此时”，唐代诗人张九龄《望月怀远》写的是一种相思之苦。不过，随着人类交往的全球性甚至是星际间交往的实现，我们似乎可以将这后半句诗读成是一种时空高度压缩的宇宙景观。电子媒介共步直播、社交媒体及时互动、云存储的无限容量以及数据挖掘技术的快速发展，时间已经不是一般意义上的标量，而成为多维空间的矢量存在。笛卡儿说，我思故我在，但思又何存，我又何在呢？现实与虚拟、未来与过往、历史与现实、你与我、人与物、时间与空间，这一切，本不过是人类探索自身存在的思考路径，它们还会继续是有意义的能指吗？

——主持人：吴 飞

作为现代性的媒介与时间：论媒介时间的三重面向与人的全面发展

王 润

摘 要：人类正处于被媒介包围的媒介化社会中，媒介与时间共同构成了理解现代性的两大方面。当时间遇到媒介，体现出时间与文化变迁之间的关系，折射出“媒介时间”丰富的内涵。在梳理时间不同分类的基础上，分析媒介时间所具有的“度量、象征与流动”三重面向，从现代性的视角把握不同面向的媒介时间，并就媒介时间的理性困境提出思考，提出建立媒介、人与文化三者的互动，以追求人的自由全面发展。

关键词：媒介时间；现代性；理性；异化

作者简介：王 润，男，传播学博士生。（武汉大学 新闻与传播学院，湖北 武汉，430072）

中图分类号：G206.2 **文献标志码：**A **文章编号：**1008-6552 (2015) 06-0002-06

当下人类正处于被媒介包围的媒介化社会中，媒介日益成为现代社会的一部分。从现代性的语境来认识媒介，“媒介传播为现代性所建构，同时建构了现代性”^[1]，媒介与现代性成为现代社会互构的要素。而时间是研究社会发展的重要维度，英国社会学家安东尼·吉登斯（Anthony Giddens）认为：“现代性的动力机制派生于时间和空间的分离和它们在形式上的重新组合。”^[2]可以说，媒介与时间共同构成了理解现代性的两大重要方面。

对于时间与社会变迁的认识，英国文化社会学家戴维·哈维（David Harvey）在考察了西方资本主义的生产方式后，提出“时空压缩”的概念，并表明“不同的社会培养不同的时间观念”^[3]的论断，而传播学领域媒介环境学派的先驱之一哈罗德·伊尼斯（Harold Innis）也有类似的观点：“不同的文明以不同的方式看待空间观念和时间观念，而且在同一文明里，不同时期，不同地域的态度也大不相同……”，并且认为这种时空观念差别的部分原因在于传播技术的改进。^[4]这些是对时间与社会关系的认识，同时，时间观念的转变与技术的发展息息相关。事实上，时间观念的变化是技术变迁的外显，技术深刻影响着时间观念的形成。因此，在这个意义上，区别于农业社会的“自然时间”、工业社会的“钟表时间”，信息社会塑造时间观念的任务落到了传播媒介身上，形成了“媒介时间”。^[5]

“媒介时间”概念的出现，确实与传播技术的应用和现代性的发展有着天然的联系。如同过去人们感受到时间的无处不在一样，今天人们深刻地感受到媒介时间的全方位渗透。当时间遇到媒介，体现出时间与文化变迁之间的关系，折射出媒介时间丰富的内涵。因此，“媒介时间”是一个混杂性的概

念，包含了不同的面向。在网络新媒体时代，受众需把握媒介时间的多样性，防止技术异化，以追求人的自由全面发展。

一、技术变迁：变化中的时间形态

无论过去、现在、将来，还是日月星辰，阴晴圆缺，人类在绵延的岁月中感受到时间的流逝——时间可能是日常生活中最普遍的存在。在所有的文化中，时间仿佛是巨大的背景，渗透在日常生活的每个点滴，以至于不论是否注意到它的存在，人们总是生活在时间之中。可见，“时间是人类发展的空间”^[6]。正因为时间的丰富内涵，以至于有学者认为：“如果要理解某个地区过去百年间经历的变迁，最好从其文化如何塑造时间着手。”^[7]

早期的自然时间往往遵从植物生长、四季轮回、天文星象等自然地理现象，以直接的感官和个人经验作为可参照的时间体系；它是在日常生活的劳作中逐渐形成的，属于农业时代的产物。自然时间的特点是变化缓慢、精确性不够，受人的主观因素和外界干扰大。随着技术的发展，自然时间已经远远不能符合人们对准确性程度的要求，因此钟表的发明，成为在技术哲学家刘易斯·芒福德（Lewis Mumford）看来的人类最重要的发明。钟表将时间从人类的活动中分离出来，并帮助创造了一种用数字计量的独立世界里的信仰。^[8]近代钟表的诞生，改变了人们的生活节奏，从此时间成为一个独立的、机械的、可计量的存在。时间终于摆脱自然时间本身的束缚，开始借助于外界更加精密精准的仪器进行度量、标识，这意味着一种解放。

用媒介来标识时间是自钟表时间出现后，时间外显形式的一种变形，就此而言，媒介体现出中介的属性。媒介时间的这种标识功能和钟表时间尽管形态特征不同，但总的来说是区别于自然时间的社会时间。而“媒介时间”内涵的丰富性在于它是媒介技术与大众传播媒介内容共同作用下所形成的新的时间观念，区别于一般的技术时间。^[5]因而，在当今社会，媒介时间比钟表时间之于社会的影响要深刻得多。

二、混杂体：媒介时间的三重面向

“媒介时间”的概念与传播技术的应用有着天然的联系，媒介时间附着于媒介技术之上。当时间遇到媒介，体现出时间与文化变迁之间的关系，折射出媒介时间丰富的内涵，其丰富性体现在度量功能、象征意涵与流动感。

第一，媒介时间的度量功能。对媒介时间最直观的理解即为媒介中的时间，时间在各类媒介中予以外显。随着科学和时间测量技术的发展，人们对通过测量获得的时间观念越来越熟悉。^[9]电视屏幕上整点或半点的计时显示，手机时间的显示功能，这些都是对钟表时间的变形，成为人们通过媒介获知时间新的方式。这种对媒介时间的认识是基于时间以数值来度量、计数、显示的特征。正是这一特征，使得媒介中的节目时间、广告时间和受众消费时间构成了媒介经营的关键要素。媒介节目的不同编排，时间的不同运用体现出媒介经营的理念差异。^[10]在媒介经营过程中，受众作为媒介节目的消费者在媒介中消耗时间，而媒体把受众的时间卖给广告主，完成“受众商品化”的过程。因而，这里的媒介时间是作为度量功能，把不同时段、不同节目内容对应的不同广告价格，以秒、分钟作为时长进行出售，最终通过媒介时间的售卖以赢得社会效益与经济效益。

当然，近来对媒介时间的测量已开始改变单一维度的时钟式测量，转而综合考察即时性测量的特性和受访者配合的心理限度，将媒介接触时间的考察和测量置于五个维度：媒介维度、行为维度、空间维度、关系维度和心理维度，^[11]对媒介时间的度量更为准确化、立体化。度量功能是媒介时间的特征中最直观也最基础的一种形式，无论媒介形态发生巨大变化，媒介时间的基本功能仍然以不同形式

得以体现出来。

第二,媒介时间的象征意涵。在“传播仪式观”的提出者詹姆斯·凯瑞(James Carey)看来,传播的重要功能“并不是智力信息的传递,而是建构并维系一个有秩序、有意义、能够用来支配和容纳人类行为的文化世界”。^[12]从媒介仪式意义上理解,媒介时间已不仅是时间被售卖的经营管理模式,而是成为刻画文化记忆的一种方式。“节日就是在共同的时空环境下由参与者共同举行的仪式行为,表现的是人类对时间、对自然界生命节律的敬畏和礼赞,而对共同时空感的神圣化构建正是节日的宗旨”。^[13]央视春节联欢晚会是人为的产物,属于媒体策划和塑造的产物,时间选择在每年农历除夕晚8点,成为媒体与时间的有机结合。春晚时间营造了一个以晚会为中心的大一统时空观,以北京时间为标准的“天涯共此时”成为全球华人所享有的共同符号。年复一年的春晚节目,创造出别具一格的媒介时间,使千家万户共同感受同一仪式成为可能,形成了独特的媒介景观。

媒介时间的象征意涵颠覆了媒介时间被标准化、商品化的危险,赋予共同体的想象空间。因此在戴扬(Dayan)和卡茨(Katz)看来,电视和媒介事件提供了一种民族的、有时是世界的“事件感”,媒介事件征服了空间和时间,扮演一种“世俗宗教”的角色。^[14]当今重大的政治和社会事件更多依托传播媒介进行现场直播和报道,公众通过传播媒介感受到媒体事件的仪式感,播出的过程同时也发挥着媒介时间的象征作用。比如美国“9·11”事件、汶川地震、“7·23”动车事故等灾难类直播,奥运会等体育赛事,重大晚会直播等,媒介中介化功能日益显现,或震撼或动员,以媒介呈现的方式建构社会的认同以及文化仪式感。这种媒介时间的象征功能,以媒介符号的形式引起受众的情感共鸣和心灵寄托。

第三,媒介时间的流动感。与度量、象征特征不同,网络新媒体大大加深了受众流动性的体验。互联网“彻底地转变了人类生活的基本向度:时间和空间。地域性解体脱离了文化、历史、地理的意义,并重新整合进功能性的网络或意象拼贴之中,导致流动空间取代了地方空间。当过去、现在与未来都可以在同一则信息里被预先而彼此互动时,时间也在这个新沟通系统里被消除了。”^[15]在社会学家曼纽尔·卡斯特(Manuel Castells)看来,“流动的空间”和“无时间之时间”是网络社会的基本特征,“流动的空间”借由混杂事件的相继顺序使事件同时并存,消解了传统的时间而成为“无时间之时间”,社会成为永恒的瞬间。与规模扩大和空间扩张的沉重现代性不同,齐格蒙特·鲍曼(Zygmunt Bauman)把这种轻快、不确定的时代特征称为“流动的现代性”。^[16]

这些思想家,在资本主义大规模生产以及互联网出现的早期就已敏锐地觉察到现代社会的变化,而当下网络新媒体让人们更加直接、深刻地体验到新媒体对时空的变化。移动互联网时代,“零碎时间被最大限度地整合,新媒体更加渗透、嵌入到日常生活当中,也最大限度地侵袭着生活与工作的时空场景,社会交往时刻处于紧迫感中”。^[17]现代社会,当人类享受网络新媒体提供的各种便捷的同时,也感受到碎片化的媒介时间带给人类的压迫、紧张感,其实质是人类对时间与空间的感知变化了。媒介时间已经改变了度量和象征的基本特征,而成为流动性的体验,一种瞬息万变的时间感知。这种时间感知是人们经历事件时感觉到的“时间性质”,即“人们并不怎么太去思考实际的时间,而是以感觉的方式、以质的方式经历着时间。”^[18]这种心理时间表现为人本身独特的物质运动,以自身的时间速度来衡量万物的运动变化形成自我理解的时间,同时形成特殊的心理时间以体现人的主体需要。^[19]

作为时间感知功能的媒介时间,已不再是客观时间的度量单位和社会时间的象征仪式,而是人类对媒介时间的心理感受;在使用新媒体过程中感受到的时间流逝以及人对时间的主观体验;而这种对媒介时间的体验往往是在毫无察觉的情况下发生的,刷动的是屏幕,感受到的是异地的情境,不知不觉流逝的是时间。当人们对这种新媒体时间无法适应或紧跟节奏,往往会产生紧张和焦虑感。最近又有一种新的提法,把以大数据、移动设备、社交媒体、传感器、定位系统为特征的移动互联时代称为

“场景时代”^[20]，移动互联技术在不同空间方位的作用，如今需要增加时间这一维度，时间在不同空间的切换、转置会产生不同的效果。场景时代人类对时间的流动感体会得更加深刻、透彻。

表1 媒介时间的三重面向

	媒介时间Ⅰ	媒介时间Ⅱ	媒介时间Ⅲ
特征	度 量	象 征	流 动
功能	计时、标度	文化记忆	感知体验
时代	现 代	传统（前现代）	后现代
类型	钟表时间	社会时间	心理时间

三、作为现代性的媒介与时间

从时间的发展历程来看，现代性是一段关于时间的历史。吉登斯特别强调时间和空间在现代社会的民族—国家建构、自我认同方面的重要性，并把时空分离作为现代社会或现代性断裂特征的动力机制；同样，把现代性与媒介结合起来理解，媒介技术的发展也同时间形式的变化和现代性的特征有着紧密的关联。

第一，工具理性：从天然到精准。从时间最本源的自然时间开始，到钟表时间的出现，一方面是随着生产力水平的不断完善，体现出人们对时间精准性的追求。从某种程度上说，时间的外在形式和人类时间观念的变化是对现代性的诠释和注解；它表现为现代性以工具理性代替其他理性形式，同时也是“祛魅”的过程。在此过程中，人类不断凭借技术理性，发明和革新技术产品，将仪器精密化，直至电子技术的出现。另一方面，时间终于摆脱自然本身的束缚，这意味着一种解放。时间不再是变化莫测、反复无常、人类无法控制的自然问题，而是可以加以精确计算和准确测度的可操控因素。但之于这种时间的现代性过程还是不能有过于乐观的估计，“现代性的过程就是理性化的过程，就是按照可量度、可通约、可计算、可预测的严格程序对自然和社会进行改造、控制和组织管理的过程。这个过程带来了规范和高效，但作为代价，人的丰满个性却被压扁。”^[21] 随着工业革命机械化大生产的开展，抽象化了的时间和空间从此不再内在于人们的具体实践和大自然的节律，而是反过来控制了人们的社会行为，甚至企图打破自然的节律；时间被功利化了。^[22] 德国思想家卡尔·马克思（Karl Marx）所抨击的以追求剩余价值为目标的资本主义剥削方式，即是资本家对时间高度理性化、对工人的劳动时间严格控制的结果。可见，人们在摆脱自然时间束缚的同时，再度被时间控制。

第二，混沌无序：从线性到非线性。互联网出现后，网络技术突破了传统媒体节目编排的线性特征，人们不再被传统媒体线性思维的编排方式所禁锢。从媒介时间的经营播出来看，“传统电视台是一种线性播出，在播放电视剧时有明确的时间表，在固定时间内是一次性播出，观众也无法控制观看的顺序和速度。但互联网的电视剧是仓储式的提供，呈现出非线性，给予观众更大的时间控制可能性与选择性。”^[23] 新媒介时间将传统的时间切割为极其微小的时间段，超出人类可感觉到的时间间隔；电话、传真等电子传播方式将人的反应时间从月、周和日计缩减为以秒计，而计算机则已经将反应时间缩减为以毫秒计，钟点时间正在被“即时性时间”所取代，这种传播方式实际上具有了后现代的属性。^{[18]（522-523）} 后现代的时间观念表现为“那种从过去通向未来的连续性的感觉已经崩溃了，新的时间体验只集中在现时上，除了现时以外，什么也没有。”^[24]

此外，网络新媒体突破了传统社会面对面的社会交往情境，时间不再是与空间、地点相联系的存在，而是赋予了时间和空间分离的可能性，此时可以关注到彼地发生事，也可查询异步的记录，而不再只是同时同地发生的事：正是技术赋予了时空的想象力。这种不拘泥于时间顺序和空间方位的编排

方式曾经是受众梦寐以求的传播方式,但这种技术解放本身同样造成了新的约束。“上网的时候,大脑需要评估网页链接,需要作出相关的浏览选择,同时还得处理目不暇接的感官刺激,这都要求不断地进行精神协调和决策,从而把大脑注意力从解释文本及其他信息的工作中转移开来。”^[25]而移动媒介对时间结构产生的影响,体现在对原有的时间序列的打破以及新的时间类型和秩序的建立,既有新的时间类型的产生,也有时间的压缩、叠加和延伸。移动媒介具有的灵活、即时和共时等特性,影响了时间的结构和类型,产生了新的无规律可循的时间顺序。^[26]新媒介时间的无序性特征使得受众接收信息的方式是零碎化的片段,这就导致了尽管受众接收的信息繁多,但实际接收的有效信息却有限;其理解只能停留在肤浅的表层;当信息过于充裕,会导致受众无所适从,产生焦虑感。

第三,混杂性:从独立到叠加。事实上,媒介时间的三重面向在当下媒介的使用过程中已综合地反映出来,媒介时间的三重面向并不是独立的存在,而是相互联系交叉存在着;并且,随着新媒介技术不断更新,这些面向更加呈现出叠加与混合的趋势。此外,“在社会发展研究中,一个典型的社会时间和空间问题就是传统、现代性和后现代性的关系问题”^[27],而对媒介时间的多面考察也是传统、现代性和后现代性的关系问题。媒介时间对现代性的阐释,在当今新媒介中已予以了混杂性的呈现:媒介内部对时间的标识体现为现代性对时间的精确度量功能;媒介传播过程的情感与文化则体现出媒介时间的象征功能,将时间的认识回归到前现代的社会传统之中;当受众刷屏则体验到新媒介时间的流动性,属于后现代碎片式的时间运用。

四、去异化:追求人的自由全面发展

对时间的控制与掌握,是现代性与技术理性的体现。人类试图不断发明新技术,开发新的媒介以满足人类对理性的不断追求和自身对媒介的需要。在媒介时间的演进过程中,体现为对媒介时间精准性的要求和媒介编排顺序自由度的要求,媒介技术逐渐将理性发挥到极致,充分满足人的需求。然而,“适度的理性总是与感性保持着辩证关系,但是绝对的理性则追求绝对的控制,全面统治人的感觉世界,使人类生活组织不断理性化,常常使理性凝聚为空洞的理念或固化的意识形态,以致伤害理性自身。”^[28]在媒介时间不断革新的过程中,人类在试图挣脱时间强大控制的同时,却不曾想到反而被新的媒介再次束缚。在新媒介环境下,人类变得更加自由还是反而受到时间的再度控制?

比如移动媒介的灵活性以及瞬时性等特点,使受众的时间安排更加灵活和有弹性,然而时间变得不可预料,甚至混乱无序,这种时间的利用方式以及过分追求移动媒介的无时不在会导致“移动传播综合症”,过分依赖手机等移动媒介。受众无时无刻沉浸在媒介时间的流动感中,体验新媒介带给人的时空穿越感。使用新媒体的人,在刷屏的过程中感觉到时间的流逝,通过电子媒介感知到跨越物理空间外的信息内容;刷屏的过程获得心灵的体验,感受到“当下”时间这种状态,体会到时间的流动感和快节奏。从某种程度上说,这种时间体验的背后是一种新的压制感,让人既兴奋又焦虑,悲喜交加。

从媒介时间的角度审视现代性的发展历程,充满了由束缚到解放、由解放到再束缚的循环,人类在追求自由的同时似乎又被技术理性控制——这不得不不说是一种“现代性的迷思”。其实这背后的实质是一种“技术异化”,人们在不断追求媒介技术理性和效率的同时,陷入到新的枷锁和控制之中;追求的目的是理性,而最终又被理性所束缚。要消解媒介技术的反人性统治,必须抗拒这种理性主义偏向。从根本上讲,就是要回到“完整的人”的理念上来,祛除单向地把人想象为理性的人或非理性的人的观念。^[28]当然,追求“完整的人”即追求人的自由全面发展,特别是在网络新媒介环境下,“人的虚拟发展就是要通过消除或控制虚拟异化对人的发展的影响,促使人在虚拟社会所需的素质、能力、关系和个性的整体提升的过程。”^[29]

追求人的自由全面发展,防止技术异化,其实质是处理好媒介技术与人类之间的关系。人类在体验

新媒体的速度和效率，感受便捷的媒介信息外，是否还应更加强调对意义和价值的追求，做到效率与价值的平衡与统一以尽可能地摆脱理性的牢笼？当下可以从时间的角度去理解现代性，从媒介时间的不同面向来把握新媒介的使用，才有可能挣脱理性的控制，完成对时间理性的超越。媒介环境学致力于从媒介与人互动的方式给文化赋予特性，建立媒介、人与文化三者的互动，寻求文化的象征性平衡。^[30] 受众应当赋予媒介时间以文化象征意涵，丰富媒介传播的功能，摆脱单方面追求信息传送的效率而忽视媒介时间承载的文化仪式性，才能最终共筑媒介共同体的文化认同空间。

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，2011：69.
- [2] 安东尼·吉登斯. 现代性的后果 [M]. 田禾译. 南京：译林出版社，2000：14.
- [3] 戴维·哈维. 后现代的状况 [M]. 阎嘉译. 北京：商务印书馆，2003：242.
- [4] 哈罗德·伊尼斯. 变化中的时间观念 [M]. 何道宽译. 北京：中国传媒大学出版社，2013：35.
- [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）：32-42.
- [6] 刘奔. 时间是人类发展的空间——社会时—空特性初探 [J]. 哲学研究，1991（10）：3-10.
- [7] 奥维·洛夫格伦，乔纳森·弗雷克曼. 美好生活：中产阶级的生活史 [M]. 赵丙祥，罗杨等译. 北京：北京大学出版社，2011：11.
- [8] 刘易斯·芒福德. 技术与文明 [M]. 陈允明译. 北京：中国建筑工业出版社，2009.
- [9] 吴国盛. 时间的观念 [M]. 北京：北京大学出版社，2006：19.
- [10] 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.
- [11] 喻国明，吴文汐，许子豪. 在多维空间的解析中把握媒介接触时间——关于媒介注意力测量新范式的探讨 [J]. 现代传播，2010（10）：12-16.
- [12] 詹姆斯·凯瑞. 作为文化的传播 [M]. 丁未译. 北京：华夏出版社，2005：7.
- [13] 吕新雨. 解读2002年春节联欢晚会 [J]. 读书，2003（1）：90-96.
- [14] 丹尼尔·戴扬，伊莱休·卡茨. 媒介事件 [M]. 麻辛旗译. 北京：北京广播学院出版社，2000：2、17.
- [15] 曼纽尔·卡斯特. 网络社会的崛起 [M]. 夏铸九等译. 北京：社会科学文献出版社，2001：465.
- [16] 齐格蒙特·鲍曼. 流动的现代性 [M]. 欧阳景根译. 上海：上海三联书店，2002：186.
- [17] 陈力丹，毛湛文. 时空紧张感：新媒体影响生活的另一种后果 [J]. 新闻记者，2014（1）：66-71.
- [18] 厄里. 关于时间与空间的社会学 [A]. 布赖恩·特纳. Blackwell 社会理论指南（第二版）[C]. 李康译. 上海：上海人民出版社，2003：509.
- [19] 齐鹏. 新感性：虚拟与现实 [M]. 北京：人民出版社，2008：78.
- [20] 罗伯特·斯考伯，谢尔·伊斯雷尔. 即将到来的场景时代 [M]. 赵乾坤，周宝曜译. 北京：北京联合出版公司，2014：11.
- [21] 张凤阳. 现代性的谱系 [M]. 南京：江苏人民出版社，2012：270.
- [22] 景天魁等. 时空社会学：理论和方法 [M]. 北京：北京师范大学出版社，2012：117.
- [23] 张磊. 互联网环境下的电视剧消费 [J]. 青年记者，2015（1）：55-56.
- [24] 詹姆斯. 后现代主义与文化理论 [M]. 唐小兵译. 北京：北京大学出版社，2005：182.
- [25] 尼古拉斯·卡尔. 浅薄 [M]. 刘纯毅译. 北京：中信出版社，2010：132.
- [26] 雷蔚真，何睿. 浅析移动媒体环境对社会时间的影响 [J]. 国际新闻界，2010（3）：84-89.
- [27] 景天魁. 中国社会发展的时空结构 [J]. 社会学研究，1999（6）：54-66.
- [28] 单波，王冰. 媒介即控制及其理论想象 [J]. 新闻与传播研究，2010（2）：41-49.
- [29] 曾令辉. 虚拟社会人的发展研究 [M]. 北京：人民出版社，2009：161.
- [30] 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，2007：44.