

媒介权力研究中的二元范型及新综合模式探析

尹 力

摘 要：在传播学史上，有关媒介权力的专门研究并不多见，但与之相关的研究却伴随着传播学发展的整个过程。其中，大众传媒的“效果研究”和“批判研究”这两种不同研究模式之间实际存在的“宏观—微观”、“结构—行动”二元对立的状况，对媒介权力研究的影响不容忽视，并在不同程度上左右了我们对大众传媒应该做什么和应该怎么做的思考。基于这些历史和现实状况，文章在厘清媒介权力相关概念，辨析传播学史上“效果研究”和“批判研究”的不同研究思路基础上，进一步探索了综合视野下的媒介权力运作图景。

关键词：媒介权力；宏观—微观；二元对立；“结构—行动”互构

作者简介：尹力，女，博士。（浙江传媒学院 新闻与传播学院，浙江 杭州，310018）

中图分类号：G206.2 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552 (2016) 03-0042-06

在传播学史上，有关媒介权力的专门研究并不多见，但与之相关的研究却伴随着传播学发展的整个过程。现一般认为，“媒介权力”的核心在于大众传媒所拥有的影响力，而这也正是“媒介权力”研究的本质所在。对大众媒介所拥有的这种影响力的不同理解，直接导致了传播学“效果研究”和“批判研究”这两条迥然不同的研究路径，可以说二者之间的分歧塑造了近代以来西方大众传媒研究的两种不同模式，并最终形成以美国的实证研究为主的经验学派和欧洲以定性研究见长的批判学派这两大派别。其中，“效果研究”主要是从媒介、受众这些社会行动者的角度出发去考虑二者之间的关系，形成了媒介研究的微观视角；而“批判研究”则更多地考虑到政治、经济、文化制度等社会结构性因素对媒介的影响，强调这些结构性因素对媒介的制约作用，从而形成了媒介研究的宏观视角。传播学研究中实际存在的这种“宏观—微观”、“结构—行动”二元对立的状况，对媒介权力研究的影响是不容忽视的，并在不同程度上左右了我们对大众传媒应该做什么和应该怎么做的思考。本文基于媒介权力研究的这些状况，在厘清媒介权力相关概念，辨析传播学史上“效果研究”和“批判研究”不同研究思路的基础上，进一步探索综合视野下的媒介权力运作的图景。

一、以往媒介权力研究之辨析

从字面意思上来理解，媒介权力首先是一种权力，因而它与一般意义上的权力必然有着或多或少的一致性。不过，因传媒自身的特殊性，媒介权力又与一般意义上的权力之间存在明显差异，它是一种特殊的权力。

国内有学者认为，媒介权力是指传播媒介在职能范围内足以操纵、干预个人或社会生活的力量。其支配社会的权力表现在：一是选择、编辑、解释和传播新闻信息的权力；二是评价事实、表达舆论和监督社会的权力。^[1]而美国学者乔治·格伯纳（George Gerbner）则认为，“媒介权力”这一术语具有双层含义，它可以被理解为：现代传播媒介是一种对个人或社会进行影响、操纵、支配的力量，具有事件得以发生和影响事件怎样发生，界定问题以及对问题提供解释与论述，由此形成或塑造公共意见的种种能力。^[2]从上述两位学者关于媒介权力的定义可以看出，尽管他们在表述方式以及对媒介权力实施

之具体细节的认识上存在一定差异，但其涵盖的内容却大致相同，即他们都认为：（1）媒介权力指的是一种操纵、干预和影响个人与社会的力量；（2）媒介从业者在选择、编排、解释和传播舆论意见等方面存在一定程度的自主权。在对相关文献的查阅中笔者发现，他们的这些观点也代表了国内许多研究者对媒介权力概念的类似看法，在众多有关媒介权力研究的文章中，作者都是首先引用与上述的该概念的定义相近的解释来对媒介权力进行界定，并以此为起点来对现实的媒介现象进行分析和批判的。

这种研究方法当然并没有什么不妥，但问题的关键是该种释义下的媒介权力定义是否能够去论证研究者们想要说明的问题？换句话说，研究者们究竟是想从一个什么样的层面去研究媒介权力？如果这一问题没有弄清楚，在实际的研究中就很容易陷入一种“跟着”媒介权力定义来剖析媒介权力现象的死胡同，从而导致该项研究停留在对现象的简单描述和循环论证之中。这一现象，在当前的媒介权力研究文章中并不少见。

之所以会出现这种问题，我认为首先与研究者们并未能真正理解该媒介权力概念的内涵有关。其实，我们与其说这一概念是对媒介权力下的一个定义，还不如说它是对媒介权力现象进行的一种概括与描述更合适。虽然不能否认，这一被广泛引用的定义很好地抓住了媒介权力的核心，即大众媒介所具有的影响力。但是，作为一名媒介研究者，如果仅仅囿于这一点，就媒介的“影响力”来谈大众媒介现象，而完全不了解甚至忽视一系列政治、经济、法律和技术等因素的影响，就很容易拘泥于“媒介作了什么”、“媒介会怎样”的“影响论”和“媒介应该如何做”的“规范论”研究，而缺少对诸多复杂的媒介现象进行有力阐释的力量。^[3]

其次，造成现今国内相当多的媒介权力研究未能更深入下去的原因，我以为还与研究者未能认识到媒介权力定义的不同指涉有关。长期以来，传播学中对媒介权力的研究实际上是存在宏观与微观两种不同的理论取向，如果在具体的研究中不能区分这一点，而是在不同的研究层面笼统地运用同一概念，其结果必然是整个研究逻辑的混乱。这就正如布迪厄对“社会场域”的划分一样，特定的语义只能运用于特定的范围之内，出了这一范围就很有可能造成人们理解上的错误。正因为如此，研究者在讨论“媒介权力”问题时，若要摆脱就事论事的层面，就必须走出就媒介讨论媒介的狭隘思路，把媒介置于宏观大社会和微观个体行动者的综合体系之中来考察，这样才能更清楚地看到问题的实质。

在这方面，美国著名政治学者丹尼斯·朗所说的“权力的三种用法”对我们认识媒介权力还是很有帮助的，他对权力不同用法的区分，为理解媒介权力定义所包括的各种内涵提供了一条较为清晰的思路。在丹尼斯看来，把“影响、控制、统治和支配”看成是权力的近似同义语，是人们对权力概念的第一种用法；而把权力作为一种固有的属性或品质，视其为人类追求并奋斗的基本目标则为权力的第二种用法；第三种用法则体现为在群体之间分配不均的一种“霸权”，并且这种“霸权”会反映在包括人类最杰出的创造物和占有物——语言在内的一切活动及表现方式中。^[4]从丹尼斯概括的有关权力的三种用法中可以看出，权力既可能是一种强力支配和控制，也可能是一种“霸权”式的影响力，如果排除这两种可能性，并且毫无外在动机可言，那就必然是满足人性之中的某种隐秘性追求了。

在丹尼斯关于权力概念的第一种用法中，权力被看作是影响、控制、统治和支配的同义语，这与上文提及的“媒介权力”的定义——“现代传播媒介是一种对个人或社会进行影响、操纵、支配的力量”几乎完全同义（当然它们各自的影响范围是不一样的）。正是基于这种理解，丹尼斯把这种最一般意义上的权力视为“对外部世界产生效果的事件或动原”，^{[4](3)}即权力的行使等同于产生任何社会效果。^{[4](5)}显然，在这里“权力”和“影响”被当成了同义语，权力意味着影响，影响产生权力。在这种意义上运用的权力，不管其形式如何，一旦行使都会对外部世界产生效果。依此类推，当大众媒介权力作为

一种对个人或社会进行影响、操纵、支配的力量开始运作时,也必然会对与其相关的人和事产生效果。从权力的这个认识视角出发,“媒介权力”就是媒体对其受众所产生的影响力。而从这个视角研究媒介权力的学者,自然就对“媒介一个体”之间的关系感兴趣。

与媒介权力相联系的另一种权力定义是丹尼斯区分的权力概念的第三种用法,在这种意义上运用的权力概念注重群体之间不均衡的权力分配,并认为这种不平等会体现并反映在社会的文化层面上。这种权力分析视角无疑带有极强的意识形态属性,持这种观点的学者“对文化上层建筑比经济基础予以更多的注意,较少强调凭借实际强制和控制生命需要的物质资源对从属阶级群体进行政治和经济统治,而更多强调通过控制文化传播机构来塑造他们的思想意识。”^{[4](8-9)}在现代社会里,大众传媒无疑是作为最重要的一种文化传播机构而存在,它介于传播者与受传者之间负载、传递、延伸、扩大特定的符号意义,但它的这种功能却为统治阶级所用,并被纳入国家意识形态机器,成为其一个组成部分。通过掌控大众传媒,在政治和经济上拥有绝对权力的统治阶级就可以利用大众传媒将他们为大众选择好的、他们所希望的思考方式传播开来,并由此形成社会的主流意识形态,从而得以维护他们的阶级利益。因此,与前述媒介权力定义不同,该种权力视角下的媒介权力是以一种隐性支配的形式出现,是政治上占优势地位的阶级通过掌控大众传媒,传播特定的“符号—意义”体系而实现的。在该种语境中,广大受众为统治阶级的意识形态所支配而不自知,所以,研究者们反思大众媒介在现实社会中存在的这种隐性支配力量,就使该视角下的媒介权力研究具有了一种强烈的批判意识和深刻的人文关怀,其批判的矛头不仅针对大众传媒,而且直指大众传媒置身于其中的社会制度,通过把大众传媒与一定的宏观社会政治、经济和文化背景相联系,揭示出传媒的本质以及传媒与社会、与技术及其文化间的复杂关系。

二、“结构—行动”互构中的媒介权力新图景

通过对以往与“媒介权力”研究有关的概念的考辨可以看出,作为一种影响力的媒介权力,在实际研究中被有意无意地分割成了微观与宏观两个不同的分析层面。尽管造成这种结果的原因与研究者的学术旨趣有关,但这种研究视角上的偏颇,与传播学史上“效果研究”和“批判研究”之间存在的对立与分歧不无关系,并使得有关媒介权力的研究难以形成一种综合的视角,进而影响到对媒介权力的整体性把握。

在西方传播学说史上,虽然传播的效果研究通过一系列复杂的、不断改进的实证研究方法论证了媒介权力的存在,但它更多着眼的是大众媒介与受众这一层次,“忽视了社会‘大图像’,忽视了长期或大规模的社会力量会关系到人们受大众传播影响的可能性”^[5]。而这种在微观层次运行的媒介权力研究是无法去考察诸多宏观社会问题的,比如媒介与整个社会秩序维系之间的关系、媒介的变迁等等,因为这些问题都与包括政治、经济、文化以及社会等在内的宏观结构,具有内在的、密不可分的关系,正因为如此,所以他们也无法去解释在不同的历史情境中媒介所扮演的不同角色。

而作为一种与效果研究的行为主义取向相对的研究思路出现的批判研究,虽然采用了被效果研究所忽视的宏观视角,关注到大众媒介与社会政治、经济制度之间的关系,以及由此而产生的意识形态性,并且还认为社会中预存的、先在的结构性力量,会对大众传媒形成一种约束、控制作用。但该研究过分关注社会结构对传媒的制约作用也造成了一个后果,那就是他们仅仅将大众传媒看成是一个阶级统治另一个阶级的工具,媒体及受众在这一社会结构中并无自主权,这就几乎完全忽视了存在于社会结构中的大众传媒自身所拥有的力量。实际上,大众传媒不仅是现代社会的一个组成部分,它同时

也是一个被高度组织化了的职能部门，因此它具有自己的独特品性和运转规律，它既不可能不受宏观社会环境影响而完全“真空化”，也不会使自己没有一点可为之余地，而完全被社会结构所制约，它总是在与其他个体以及社会组织的相互作用中不断来调适及发展自己。^[6]

其实，不管是效果研究还是批判研究，虽然侧重点不同，但他们的研究核心都是要证实或展示大众媒介是一种能对个人或社会起影响作用的力量，这也正是媒介权力研究的核心。但是在二者的理论里，对于这种影响力从何而来他们却有着各自不同的解释。批判学派认为大众媒介的权力来源于统治阶级，体现为阶级、阶层或利益集团乃至国家为求得自身利益的实现，通过控制传媒来对公民、其他阶级、阶层或利益集团施加影响、使其服从的行为与过程，其权力流向为社会结构→大众媒介。与之不同，效果研究中所表述的媒介权力则在微观层面运行，体现为媒体运用自身对信息的掌控这一特殊功能对公民、社会组织等施加影响的过程，其影响力流向大致为大众媒介→个体。但是，从大众媒介信息传播的实际过程来看，二者所关注的这种影响力流动链其实都是不完整的，并呈现为一种断裂状态，这也就直接导致他们在这个研究分解过程中所牵涉到的不同分析单元，包括受众、新闻从业人员个人、新闻媒介组织，以及宏观的社会机制等等都被人为地割裂开来。

此外，需要引起我们注意的是，作为一个完整的过程，现实社会中的媒介权力不仅仅也不应是单向流动的。社会结构中的政治、经济等力量可以通过大众媒介的作用影响社会群体或个人，而作为社会力量的信息接受者也并非毫无作为，受众在信息反馈时所具有的公信力也会反过来影响或制约大众媒介权力的运作，而这一点在自媒体时代影响愈加明显。因此如法兰克福学派那般过分强调社会结构对社会行动者的制约作用，不仅会遮蔽掉行动者的行动力量，在某种程度上也会使我们在现实研究中，面对各种媒介问题时陷入一种悲观主义的无可作为状态。

正因为存在研究视角上存在诸如此类的偏颇，所以在具体的研究中，虽然效果研究和批判研究都以各自的卓越研究成果从不同侧面论证了“媒介权力”，但是当我们试图单一以这些理论去分析现实存在的媒介权力现象时，就会发现对这些问题研究难以深入下去。这种状况的存在无疑与媒介权力研究中既有的宏观与微观相分离、结构与行动相对立的研究思路有关。过分强调社会结构或者是社会行动任一方面的力量，不仅使我们在媒介权力研究路径的选择上存在某种缺陷，而且通过在思维的幻象中建立起宏观与微观两个二元对立的面相，把本来紧密相连的国家、媒介、受众三种关系人为地割裂开来，也与真正的认识世界的方式是不相符的。因此，在媒介权力研究中，如果我们不把政治、经济、文化等社会结构性力量与媒介、受众等社会行动者看成是一种截然对立或分离的关系，而把二者看成是一种互动的关系，问题的解决也许会更加容易一些。

具体来说就是，在媒介权力形成和运作的过程中，始终存在着“国家—媒介”和“媒介—受众”两种相互建构的关系，在“国家—媒介”关系中，国家是社会结构，媒介是社会行动者；在“媒介—受众”关系中，媒介是社会结构，受众成为社会行动者。而在这两种互构关系中，社会结构作为一种结构性力量，具有普遍性、客观性、强制性和先在性等特点，对行动者具有很强的约束力。在社会结构条件下，社会行动总是会或多或少打上社会结构的印记；但是，社会行动者绝不会被动地屈服于社会结构的约束，社会行动者总会有一种突破结构约束的冲动，因此，社会行动者又是一种突破结构的力量。这样，社会结构和社会行动之间就始终处于一种相互建构的关系之中。在现实生活中，正是这两种互构关系、三个层次及其关系的多样性构成了媒介权力运行的复杂动态图景。

三、综合视野下的媒介权力运行状况

从上文所说的媒介权力系统的两种关系、三个层次结构中可以看出，媒介是传播过程中传播者与

受传者之间的中介,是信息的物质载体。没有媒介,社会交往和对信息的共享就中断了,所以说传播媒介是现代社会最重要的“生命链”。而当传播媒介按照一定的结构、功能和规则联合成一种机构、一种组织、一种事业时,其性质和功能也大为改变和加强,不但成为社会中最具规模、最有实力的信息产业,还是最有影响、最具威力的社会舆论机构。大众传媒通过控制公众信息来引导社会舆论,并影响社会生活,这是媒介权力的核心所在。

如果说媒介权力的存在形式是符号,那么传播过程则是其权力运作方式。西奥多森曾说过:“传播是个人或团体主要通过符号向其他人或团体传递信息、观念、态度或情感。”^[7]这不但强调了传播者在传播过程中的主体性地位,而且说明了传播者编制符号,将自己的思想认识、感觉体验等通过媒介传递给受传者是一个推行“认同”意识,力图说服或影响对方的目的性行为。这种冀求让对方“同一”于己或“统一”于己,即有目的性的支配他人的行为,按丹尼斯·朗在《权力论》里的解释就是在实施权力。所以传播过程从本质意义上看,可以说就是传播者以媒体为中介所进行的一种权力运作。

在现实的生活中,媒介权力的运作亦是作为一个循环往复的过程不断在不同场域之间发生作用,影响或被与它相联系的各种政治、经济、文化等结构性力量以及受众等社会行动者所影响。图1是一张媒介权力流动示意图,它展示了一个理想型的媒介权力运作过程。

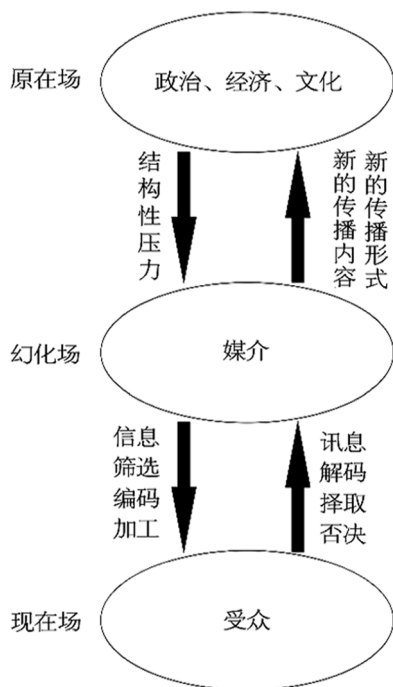


图1 媒介权力流动示意图

如图所示,从上至下三个不同层次的圆环分别代表三个相互关联的场域,它们是媒介权力生成与运作的场所。第一个场域是权力的原发地,即政治、经济、文化这些社会的权力实体和权力形态活动和显现的场所。在这里,这些行为主体通过先在的结构性压力实施对媒介的掌控与制约,构成了权力之源,是媒介权力的“原在场”。第二个场域是媒介对来自政治、经济、文化的权力进行转换的场所,作为行为主体的大众媒介组织利用自身积淀的文化资源和拥有的科技资源与科技力量对信息进行幻化,是为“幻化场”。在这里,媒介工作者要从自身的文化观念出发,根据自己的理解、认识与旨趣,运用知识与技术,将这些权力进行幻化,即通过筛选、编码、加工,以精巧的方式把目的性深深隐埋起来,将信息转换成具有说服力、震慑力、影响力、吸引力的符号。最后,大众传媒制作的讯息传送到以受众作为行动主体的第三个场域,这也是媒介权力及其影响力达成之地,是媒介权力的“现在场”。在这个场域中,受众通过解码、择取,符号的意义或被受众理解接收,引起反响、发挥作用、产生效果,或被曲解、否决甚至抵制。

在这三个不同场域里,媒介权力进行了“实—虚—实”的三级转换,即将“实在”的权力予以“虚化”,并通过“虚化”制造出讯息“张力”。在这一过程中,媒介本身也完成了从“受控”到“制控”角色的转换,即媒介将政治、经济、文化等这些制约自己的权力转换成了影响和控制他人的威势与力量,在这里,媒介权力流向显示为从“社会结构→媒介→受众”。但另一方面,受众对媒介所传输讯息的理解接收或者曲解、否决甚至抵制,也会反过来影响或制约媒介的运作,于是,原有的从“社会结构”到“媒介”再到“受众”的这一单向权力流又继续自下而上地从“受众”反向流动到“媒

介”。在这里，特别需要引起我们注意的是，媒介权力的流动亦非到此就戛然而止了。在以往的研究中，研究者虽多有关受众对媒介存在的反向影响力，如英国文化学派对受众解构媒介所传播意义的分析，但却往往忽视了“受制”于政治、经济、文化等结构性力量的媒介对社会结构可能具有的建构作用。其实，媒介作为现代社会里一个被高度组织化的职能部门，在实际的运作过程中，是完全有可能表现出更多的灵活性和创造性来响应受众反馈，并据此不断以新的传播内容和传播形式冲击现存的政治、经济、文化等社会结构，形成一种由媒介→社会结构的权力流向的。在这一过程中，各种制约性结构力量或拒绝，保持原状；或接受，并由此调整自己的政策和行为，与媒介重构出新的“结构—行动”关系，如是，媒介权力的流动就在各种结构性力量、媒介、受众不断相互建构的“互构”过程中具有了一种循环往复性。正是在这种互动与循环的过程中，大众媒介能够控制公众信息这一权力资源被媒体自身，以及不同场域中的各种力量所角逐，这些政治、经济和其他社会力量之间或平衡或倾斜的状态，都将直接影响到大众媒介的行为。

大众媒介行为的变化也必将带来其影响力的变化。不管是从目前还是长远来看，大众传媒的任何不恰当行为，都会对社会造成潜在的或显性的影响，而这种不恰当的影响，也即畸变了的媒介权力势必会给我们整个社会带来不可预计的损失。但是，当我们去审视媒介权力的这些畸变现象并要求大众传媒做得更好时，如果仍拘泥于“结构—行动”、“宏观—微观”对立的二元思路，不去关注作用于其背后的各种结构性力量而仅仅去责备媒介本身，或者过分强调政治、经济等外在结构性力量对媒体的制约作用而忽视传媒自身作为行动者在内容创制、符号表达等方面所具有的创造性，不仅难以触及当下传媒问题的实质，同时亦将日益远离我们进行媒介权力研究以促进大众传媒按一定的目标正常发展，尽量避免其负面影响的终极目标。因此，自觉规避“结构—行动”、“宏观—微观”二元对立的思路，创设注重探究媒介权力运作过程中社会、媒体、受众之间互构关系的新综合模式，无疑是推动媒介权力研究得以较好地达成上述终极目标的关键所在。

参考文献：

- [1] 徐舫州. 谁来监督媒介 [J]. 现代传播, 1996 (2).
- [2] 王怡红. 认识西方“媒介权力”研究的历史与方法 [J]. 新闻与传播研究, 1997 (2).
- [3] 潘忠党. 传播媒介与文化: 社会科学与人文学科研究的三个模式 [J]. 现代传播, 1996 (5).
- [4] [美] 丹尼斯·朗. 权力论 [M]. 陆震纶, 郑明哲译. 北京: 中国社会科学出版社, 2001: 2-3.
- [5] [英] 丹尼斯·麦奎尔, [瑞典] 斯文·温德尔. 大众传播模式论 [M]. 祝建华, 武伟译. 上海: 上海译文出版社, 1997: 37.
- [6] 尹力. 西方传媒批判学派三大主流派别的比较研究 [J]. 学术论坛, 2008 (4).
- [7] 童兵. 理论新闻传播学导论 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2005: 46.

〔责任编辑：冯溪屏〕