

媒介形态演进与社会认同建构浅析

◆谢雨妍 张瑞静

(杭州电子科技大学 数字媒体与艺术设计学院 浙江杭州 310018)

摘要:从传播科技变迁的历史进程来看,媒介形态是沿着“纸媒体-多媒体-全媒体-融媒体-浸媒体-智媒体……”这一轨迹不断进化的。每个时代占主导地位的媒介都会影响人们的生活方式。对社会发展真正有意义、有价值的并非是媒介传播的“讯息”,而是媒介技术带来的可能性以及由此产生的社会变革。

关键词:媒介形态;社会认同;互联网;传统媒体

在社会发展过程中,不同时期社会认同的建构与当时占主导地位的传播媒介关系密切。报纸、广播、电视、互联网到今天的移动互联网,是传播科技不断更新换代与创新扩散的过程,也是信息传播时空环境不断被压缩、人类感知反复被刷新、社会认同持续变迁的过程。

一、传统媒体与社会认同建构

传统媒介主要是指纸媒、广播与电视。在媒介发展史上,印刷媒介的诞生以15世纪中叶古登堡发明金属活字印刷术为标志。以印刷技术为核心的传播运行机制,开创了组织化、规模化、专业化的传播媒介,纸媒成为最早期的大众传播媒介,同时也是与认同建构最为紧密的媒介。学者本尼迪克特·安德森认为印刷术是民族产生的条件之一。在《想象的共同体——民族主义的起源与散布》一书中,安德森强调了“印刷与资本主义”的耦合在塑造以方言为基础的“想象的共同体”过程中的历史功能,认为资本主义与印刷术结合创造出的印刷语言,经过定型而成为世俗语言共同体,最终成为后来民族的原形。

电子媒介时代帷幕的拉开始于1906年美国无线电专家进行了世界上首次无线电广播。第一次世界大战结束时广播发展成为新兴社会事业。20世纪30至40年代是广播发展的黄金时代。“火星入侵地球”是广播传播效果的经典案例。社会学家哈德利·坎垂尔针对此事完成的研究是媒介传播效果研究领域第一个针对大众媒介引起恐慌行为的研究,这项研究也是最早挑战魔弹论的成果之一。1937年由拉扎斯菲尔德领导的美国哥伦比亚大学“广播研究室”针对日间广播连续剧的听众进行调查研究,提出了“使用与满足理论”。“使用与满足”理论从受众角度出发,通过分析受众的媒介接触动机以及这些接触满足了他们的什么需求,来考察大众传播给人们带来的心理和行为上的效用,成为一项长青不衰的传播理论。

到了20世纪中后期,电视成为主导性的传播媒介并对社会发展产生越来越大的影响,以电视为核心的媒介文化成为社会主流文化形式。电视不仅影响人们的社会化,而且深入到了人的认同性内部。春晚、典型人物电视报道“感动中国”、国庆阅兵直播等等媒介事件无疑具有国家形象传播与国家认同建构的功能。国家在节庆日或重大活动上通过电视形成媒介仪式事件来构建集体记忆,从而促进民族国家的向心力。

二、互联网与社会认同建构

依托于印刷术的报刊是纸媒体,之后媒介的发展是依托于光电技术的广播与电视日益崛起,带领人们进入多媒体世界。随着媒介商业化的迅速发展,将信息在各种媒介形态上同时全面覆盖的“全媒体”一度成为热词。当互联网以迅雷不及掩耳之势颠覆媒体格局时,人们开始强调以报纸、广播、电视为主体的传统媒体与依托互联网野蛮生长的新兴媒体融合发展,融媒体取代全媒体成为研究热点。从纸媒体、多媒体,到全媒体再到融媒体,媒介环境变迁的速度越来越快,共同体的想象空间不断被重塑。

互联网让地球村从概念成为现实。早在1838年科学家就预见到了20世纪“地球村”的出现。互联网的开放性、虚拟性、互动性确实造就了地球村——远在天涯的人在互联网上可以像邻里亲朋一样沟通互动。地球村是互联网建构的社会化新场景,在这里网民社会交往的时空距离几乎为零,参与社会互动的角色异常多元,建构自我认同的参照系统也时常变换。信息传播主体

实的确定身份不断被颠覆,虚拟世界的交往似乎是“身份平等”的。从某种意义上而言,现实社会中的权力等级结构被瓦解。在全球范围内,互联网带来的“想象的共同体”可以超越国界、民族、性别、年龄,甚至包括物种。

互联网极大限度满足了人们自我标识、个性彰显的需求,但群体认同与社会和平并未因媒介技术的发展而一帆风顺,依托于互联网的地球村里偏见与敌意并未减少。如虚假信息泛滥不止、网络诈骗层出不穷、信息鸿沟与日俱增。互联网世界是非模糊、好坏不分、真假难辨,呈现冲击一切真善美的态势。

三、万物皆媒时代与社会认同

随着大数据技术、物联网技术、人工智能技术在信息传播领域的应用与普及,可穿戴式、可植入式的智能终端设备与人体合二为一,人的终端化发展趋势非常明显,学者彭兰指出我们进入了万物皆媒的时代。麦克卢汉说“人即信息”。而万物皆媒时代“人即媒介”,当下人的媒介行为就是一个人的社会活动行为:“在线即活着”、“加个微信等于交个朋友”、“秒回即为密友”、“拉黑意味着绝交”、“打视频电话的一定是最亲密的人”……这些媒介行为已然彰显出鲜活丰富的社会交往特质。当代人心理状态、个体对身份认同的感知、确认与转变,都会在互联网媒介行为中表现出来。

伴随着VR与AR技术在传播领域的不断渗透与扩散,媒介形态和信息传播模式正在经历一场由技术革命推动的转型,“浸媒体”也由此成为传播创新的关键词。“浸媒体”造就的是一种全新的沉浸式、体验式、交互式传播时空,能综合实现人类各种感知能力的延伸。如果说印刷媒介可以穿越时间,电子媒介(以广播与电视为代表)可以超越空间,那么基于AR/VR的浸媒体则是同时急剧压缩了信息传播的时空。对信息传播主体而言,印刷媒介消解的是人与人之间的距离,电子媒介打开的是人与人之间的秘密,而浸媒体则冲破了个人感知真假的界限。

2017年是中国人工智能(AI)元年。移动互联网使人与信息泛在;物联网使人与物共生;人工智能技术使人与智能机器共舞。从信息传播的角度看,人工智能技术推动的智媒体,“是基于可穿戴设备及其他传感器应用的人体终端化,它意味着人体、人的行为甚至思维将被常态性数据化”。简言之,在万物皆媒时代,人即信息。传播学者麦克卢汉的名言是“媒介即信息”。如果说人即信息、媒介即信息,那么AI技术使得信息、人与媒介之间形成一个相通相联的闭环。可以预见智媒体时代将实现普遍参与、彼此分享、强调对话的传播范式,媒介技术、信息与人将共同进化。

四、结语

回顾媒介发展史不难发现每个时代占主导地位的媒介形态都会影响人们的生活方式。对社会发展真正有意义、有价值的并非是媒介传播的“讯息”,而是媒介技术带来的可能性以及由此产生的社会变革。纸媒体-多媒体-全媒体-融媒体-浸媒体-智媒体……这是一个更新换代越来越迅速的技术变迁轨迹,也是一个媒介参与建构认同且主体性不断得到强化的过程。

参考文献:

- [1] 候丽. “浸媒体”: 传播创新关键词[N]. 中国社会科学报. 2016年10月31日.
- [2] 彭兰. 万物皆媒——新一轮技术驱动的泛媒体化趋势[J]. 编辑之友, 2016(3):5-10.

作者简介:

谢雨妍(1997-),女,杭州电子科技大学数字媒体与艺术设计学院传播学专业2015级本科生;

张瑞静(1981-),女,杭州电子科技大学数字媒体与艺术设计学院传播学专业讲师。