

第一章 导 论

关于本章

- 本章说明了本书以及社会科学和传播学领域中新数字媒介的相关概念。
- 它是从描述当代发达国家的日常生活如何变得完全依赖网络开始的。
- 大多数人都认为我们的生活和媒介化社会发生了前所未有的迅速而深刻的变革。这意味着大约一百年前的第一次传播革命已经被第二次传播革命——数字化——所淘汰。但是，什么构成了传播革命？
- 新媒介的哪些特征让我们认为它们是“新”的？为什么我们把它们称为互动媒介、多媒体和数字媒介？
- 和旧媒介比较，新媒介有哪些作用？为了回答这一问题，本章将会对传播功能进行界定。
- 这是本怎样的书？本书针对什么？作者运用了哪些理论？

社会的新基础

网络时代

我们的生活中增加了一条新的生命线。今天，我们不仅依赖着公路、电缆、水管、煤气管、下水道、邮箱、电话线、有线和无线电视来构筑

日常生活和家庭,还需要电子通信网络。富裕国家的年轻人几乎不能想象一个没有手机、互联网、脸书或者其他社交网站的世界。失去一天就会产生被抛弃感,而这种依赖并不仅仅针对个体;它还在很大范围内针对组织和社会。这一观察是本书的开端。为何这种依赖产生得如此迅速?毕竟,只是最近的二十年,互联网和手机才被发达国家的居民广泛运用。

当代文化总是围绕着类似“我们生活在一个互相联系的世界”“一个互相联系的时代”“人的网络”“网络社会”这样的表达。乍一看,这样的说法似乎很特别,因为与此同时个人主义、社会分裂、独立和自由的呼声依然很高。再想想看,这样的反差其实并不那么奇怪,它其实是一个硬币的两面。至少,一本书曾这样强调:“世界从未如此自由,但它也从未如此彼此依赖和联系。”(Mulgan, 1997:1)

在个体层面上,对网络的运用已经主宰了我们的生活。不妨计算一下我们花在广播网、电话网和互联网上的时间。在一个发达国家,人们平均每天要花5~7小时的闲暇时间,更不用提在学习和工作中花上面的时间了。如果从个体的角度观察社会网络,我们还得增加花在社交网站、聊天室、电子邮件、短信和博客的时间。有技术支持的个人主义和规模较小的家庭能使我们更加独立,但却没有使我们减少社会联系。

在发达国家,几乎所有组织都建立在电信和电脑的网络上。当它们崩溃了,组织就停止运作了。“网崩了”是一个不需要解释的表达。

在社会层面和世界范畴内,媒介网络、社会网络和经济网络已经蔓延到世界的各个角落,世界已经真正地建立了全球联系。随着卫星电视、手机和互联网的迅速普及,类似中国、印度这样的前工业化国家也很快地转变为工业化大众社会,甚至部分迈入了后工业化社会。未来战争中的网络传播对社会中其他基础设施的管理已经变得如此重要,以至于和炸毁其他物质基础设施相比,断网会有效得多。

不夸张地说,我们可以把21世纪称作网络时代。网络成为社会系

统的神经,可以预见,这一基础会给我们的社会以及个人生活带来巨大影响,远远超过历史上公路建设对商品和人员流通带来的改变。这样的基础设计对随即而来的风险和机会都具有至关重要的意义。在 20 世纪早期,我们没能预见私人微型交通代替大规模公共交通会带来什么样的后果,但现在我们对状况太了解了,交通拥堵、环境恶化、全球变暖就是明证。选择一种特定的传播基础设施,并将它植根于我们的社会和个人生活,其潜在后果也许不那么明显,但一样严重。

按照这种分析脉络,危险的不仅仅是自然生态——信息的交流已经部分代替了商品和人员的交流——还有社会生态。因此,20 世纪 80 年代当新技术刚到来的时候,有些人就开始谈起新技术渗透到个人生活中后对社会环境造成的“污染”。根据他们的说法,新技术不仅减少、取消甚至毁灭了面对面交往的质量,并且会使工作关系更加机械(Kubicek,1988),会导致个人交往的减少和从上到下的完全控制。进入 20 世纪 90 年代,这类**反乌托邦**(dystopian)的观点被关于新媒介的**乌托邦**(utopian)观点所代替,新观点认为新媒介改善了生活和传播的品质。一种“新经济”和充满繁荣、自由和线上民主的时代就在面前。

在本书的荷兰版首版(van Dijk,1991)中,我赞成对新媒介带来的后果进行广泛公开的辩论。这一呼吁部分地被注意到了,特别是在 1994—1998 年,在讨论互联网带来的机会和电子高速公路——这个术语来自 1993 年美国的“信息高速公路”——的时候有了巨大的推进。那些年这些讨论很理论化,乌托邦和反乌托邦的观点被罗列出来,并以一种抽象而且相当投机的方式互相抗衡。

进入 21 世纪的头 10 年,经历了 25 年的新媒介发展,人们开始形成更加均衡的或者说更复合性的观点(Katz & Rice,2002),这次我们可以根据事实和调查数据来得出观点。这也是本书的主要目标。

受到威胁的价值观

这本书关注的问题是,随着新的信息和传播技术的发展,当网络处

于核心地位后,社会的最基本价值观如何受到威胁。

“**社会平等**”(social equality)受到了威胁,因为信息社会中,特定类型的人比其他人更能够参与其中。有些人因为技术的优点而受益,而另一些人相反。技术促进了知识的更好分配,但是,它所需的花费和困难程度可能会加深已经存在的社会不平等,甚至制造大量的“不适者”——那些不适应信息社会的人。

原则上讲,新媒介鼓励获得更多信息的公民、雇员和消费者有更直接的渠道或者更多地参与到决策过程中,这是对**民主**(democracy)的强化。然而,因为技术更易受到上层控制的影响,民主会受到威胁。有些人会说,“**自由**”(freedom),比如消费者的选择自由,因为技术提供的互动性会得到提高。而另一些人描绘了一幅更悲观的画面,并预言说随着个人作为一个在册的公民、一个“透明的”受雇者和一个消费者的每个个人特征都被记录下来,中央控制的机会增加,私人权利会受到削弱,自由会受到威胁。

对某些特定人群(残疾人、病人和老年人)正如对社会整体而言一样,**安全**(safety)通过各种注册系统和警戒系统而得到增强。同时,安全也会被削弱,因为我们开始依赖另一种类型的技术,并且它是易受攻击的。

由于新技术能帮助人们跨越遥远的距离,更方便地几乎与所有人沟通,**社会关系的质量和数量**(quantity and quality of social relationships)可能增进。然而,它也有可能因为有些人着迷于人机交流以及只和自己选择的具有安全感的社会环境互动而被削弱。例如,谢利·特克尔(Sherry Turkle, 2011)观察到很多美国的青少年不再给彼此打电话,不仅因为这样更贵,而且因为这是一种个人交流。相对地,他们更喜欢短信联系以便更好地把持自己。在这种状况下,新媒介传播意味着对面对面人际传播的彻底取代,导致传播质量在某种程度上消失了。

通过我们在新媒介中对不同表达的展现,**人类思想的丰富性**

(richness of the human mind)可能增强。然而,它也有可能被削弱,因为这些表达脱离了语境,是模式化的、(预先)程序化的碎片结构。而且因为它是海量呈现,信息几乎不能被受众完全接收。

第二次传播革命

什么是传播革命?

大多数对媒介历史的描述都认为新媒介的大规模出现是革命性的发展。事实上,近两个世纪以来的媒介发展更像是两种创新的集聚,前一种发生在 19 世纪的后几十年到 20 世纪的前期,后一种发生在 20 世纪末到 21 世纪初。詹姆斯·贝尼格(James Beniger)在他的《控制革命》(*The Control Revolution*, 1986)一书中第一个描述并分析了前一个技术创新产生的背景;弗雷德里克·威廉斯(Frederick Williams)则在《传播革命》(*The Communication Revolution*, 1982)一书中首次对后一种创新进行了界定。我要谈谈现代社会的第一和第二次传播革命(first and second communication revolution of the mordern age)。“革命”是很大的词,无论合适与否,它在工业和技术的历史上都过于轻易地被运用了。每个被称为“革命”的变化实际上都耗费了数十年的时间,因为主要的技术发展很少是革命性的,它更倾向于进化。经历一个相当长期的准备才会有创新出现。认为新技术会突然出现实际上是一种误导,它们更像是早期的技术成果的结合。我们应该问自己在“新媒介”中究竟什么是新的,而且为什么可以用“革命”来形容。如果伴随着前面提到的两次创新而来的只是数量上的显著加速增长,我不敢使用“革命”这个词汇。要被称为传播革命,必须在媒介传播中出现**结构上的变化或者技术发展上的质变**(stucture changes and qualitative technical improvement)。

结构化的传播革命

在媒介发展的历史上,曾出现过几次传播革命,可以分为结构革命和技术革命。在**结构**革命中,时空关系会发生根本变化。媒介可以成为一种依附于固定空间的传播(只在一个空间内),也可以促成不同地点间的传播。而且,它既可以固定于一个时间点也可以把不同的时间连接起来。

从对固定时空的传播到跨越时空的传播以(史前)人类最初的两个传播革命为标志:烟火、鼓声和火把跨越了遥远的距离把不同的地点联系起来;陶器上和洞穴中的图画穿越了时间把信息传递给后代。

下一个而且几乎最重要的传播结构革命就是文字的产生,它让人们跨越了时空的界限。最近的传播革命——正如本书将要谈到的——主要是一个结构上的革命。它意味着受时空所限的媒介和跨越时空的媒介间的界限消失了。新媒介可以同时达到两个目标。尽管新媒介的主要目的是要消除时空距离,它也可以在离线环境下使用,比如电子书或者 DVD。新媒介是线上和线下媒介的结合体,网络、个人计算机、平板电脑、智能手机和电子阅读器都是如此。它们都是网络连接和内存的结合(充满了文件、数据、图像和/或声音),这些都可以在单独的设备上运行。

可见,新媒介已经跨出了迄今为止的媒介历史(见图 1.1)中“连接时空的媒介”这种界定框架。新媒介将线上和线下相结合的特点不仅在特定的时空点上被运用到传统的社会环境中,还在网络环境中体现出来,从而产生了结构上的新特点。本书将论证,这种结合将帮助我们认识到,新媒介最有可能性的社会效应不是用线上的媒介交流代替生活中的 interpersonal 交流,而是促成两种交流的互动。

技术上的传播革命

在传播的技术革命中,根本的变化发生在连接结构、记忆方式和/

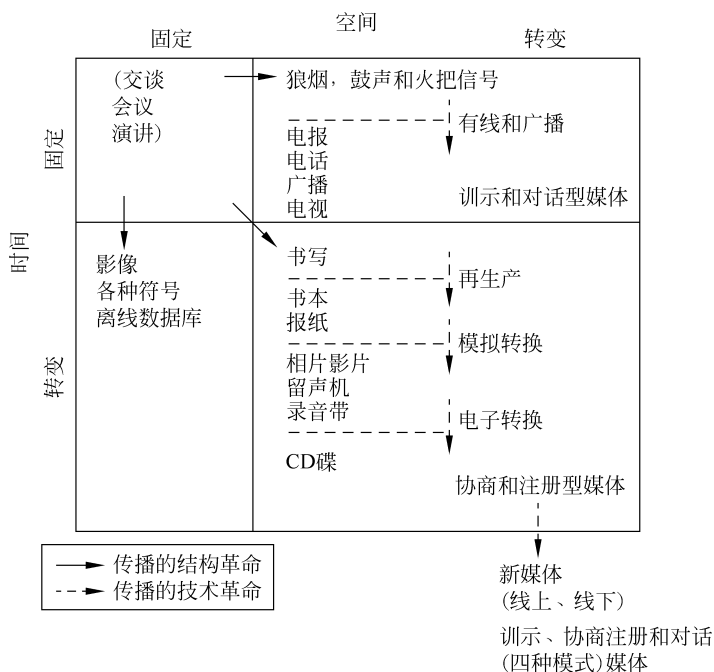


图 1.1 媒介历史上的传播革命

或内容再生产上。印刷术的发明就是书写内容再生产的革命性变化。19 世纪下半叶,第二次革命发生了。这主要是一次技术革命,它是基于远程电缆与无线技术、新的人工**模拟技术**(analogue)(照相、电影、留声机和磁带录音),和新的再生产技术(轮转印刷技术)而产生的。将声音/语言、文本/内容和图像通过不同渠道进行远距离的直接传输是媒介发展的质变。电话和电报的**发明**可以追溯到 19 世纪和 20 世纪之交,之后**电传收发机**、收音机和电视也很快出现了。这些**创新**的首次出现是在 1890—1925 年之间,但直到 50 年后,它才**大规模出现**(large-scale introduction)。最近的传播技术革命是数字存储技术、数字传输和再生产技术的出现。“数字革命”是很恰当的概括。

当代的传播革命也遵循同样的模式。在过去的 50 年里出现了大

量发明。在“二战”结束后的头二十年,用来做数字计算和数据处理的大型计算机主机以及通信卫星被制造出来。接着,从 20 世纪 60 年代开始,更小但更强大的计算机出现了,并且成为信息传播和交互处理的标志性核心。它们处理信息和传播的互动管理。逐渐地,它们由网络连接在一起。

同时,随着个人计算机、计算机网络、终端设备、程序和服务的涌现与换代,我们经历了整个创新的过程。现在,它们大规模地出现在全世界的工厂、学校、家庭和公共场所中,这个进程可能将持续到 2040 年。

现在我们可以回答关键问题了:在当今的传播结构和技术革命中,质的变化是怎样产生的?这并不是因为时空的并存已经被削弱为可以忽略的部分了,或者因为一旦有合适的入口,你可以在一秒内同世界上任何人交流。换句话说,这不是因为那句流行的说法“地球变成了村庄”。这只是一场沿着时空轴从 19 世纪开始的进化,只是进化的加速进行。不,这场革命的关键在于新媒介在结构上的**集成**(integration)与**互动**(interactivity),以及在技术上的**数字信号**(digital code)和**超文本**(hypertext)。

新媒介的特征

在这一节中,我从三个方面描述新媒介的特征。首先,我从四个特征相结合的角度对新媒介进行界定;其次,我会探讨新媒介信息和传播的典型模式;最后,我会描述它的优势和缺点,将其概括为**传播能力**(communication capacities)。

集成或者融合

新媒介最重要的**结构性**(structural)特征在于:它是电信传播、数据传播和大众传播在一个介质中的集成,这是融合的过程。因此,新媒介常被称作是多媒体。在下面的一项或者多项中,集成都会出现:

1. 基础设施——例如,结合了电话和计算机(数据)传播中不同的传输线路和设备;

2. 传输——例如,网络电话和网络电视(Web TV)通过有线网和卫星电视传递;

3. 管理——例如,一家开发电话业务的有线公司和一家开发有线电视与提供网络连接服务的电话公司;

4. 服务——例如,在社交网站中联络服务和市场推销的结合;

5. 数据类型——例如,将声音、数据、文本和图像结合起来;

这种集成导致了电信传播、数据传播和大众传播的逐渐融合;这些术语的意义分野几乎消失了。我们更倾向用类似“多媒体”“宽带”“互联网”或“网络”这样的术语。我们相信这些术语将逐渐取代“新媒介”。

这一整合的过程是在两种革命性技术的推动下完成的:

1. 所有媒介的数字化(数字信号的通用);

2. 通过所有有线和无线连接的宽带传输。

第一个技术使电信传播和数据传播实现了完全的融合,第二个技术对大众传播的融合起到了推动作用。方块 1.1 总结了集成的概念。

方块 1.1 集成的层次

- 基础设施:整合不同类型的连接;
- 传输:连接不同类型的媒介;
- 管理:管理不同类型媒介的公司;
- 服务:媒介提供一个整合平台,提供信息、传播、传输和娱乐服务;
- 数据类型:多媒体,包括声音、文本、图像和其他资料。

互动

新媒介的第二个结构特征是互动媒介的出现。通常而言,互动是

指行动的结果和行动的再发生。值得注意的是,在媒介和传播研究中,这个重要概念的界定很粗略,而且缺乏操作性。詹森(Jensen,1999)曾经为了寻找一个合适的界定同社会和传播学者共同进行了详尽的实验室研究,他希望能界定媒介传播的互动性。梵·迪克和德·沃斯(van Dijk & de Vos, 2001)为人际传播提供了一个操作概念。这些学者将互动定义为四个不同的层次,像许多其他学者一样,他们承认这个定义是一个多维度的建构。互动的层次被用来说明一个特定媒介的互动性有多强。

互动的第一个也是最基本层次是传播中双方或者多种角度共存的可能性,这是个**空间(space)**维度,所有的数字媒介都在一定程度上提供了这种可能性。但是,通常情况下,网页、互动电视和计算机程序的下载链接或者供应端比用户的上传链接或者接收端要宽得多。

互动的第二个层次是共时性,这是**时间(time)**维度。众所周知,不被打断的行动和反应序列通常能提高互动的质量。但是,有些互动媒介,例如电子邮件,是缺乏共时性的。制作和收取信息的时间和地点都可以自主选择,而且人们也有更长的时间来考虑答复。这样的做法,其代价就是牺牲了互动的即时性,不能同时传送所有口头和非口头信息。

当多边性和共时性的传播得到保证后,传播过程中交互双方更高级别的控制就有可能了。因此,互动的第三个层次是交互双方的控制程度。这个**行为(behavioural)**维度是由传者和受者随时互换角色的能力界定的。而且,它还包含在互动过程中对事件的控制。在媒介和传播研究中,互动控制是互动最重要的维度(Jensen, 1999),它意味着不论是媒介传播还是人际传播,都要对人与媒介、人与人之间传播的权力分野进行关注。在这个意义上,互动意味着受众不仅能参与传播过程,或发出自己的声音,还能作出改变。用户所做的能够给传播的另一面造成根本改变——它必须有所变化。数字媒介比传统媒介更易于互动,它潜在地使权力向用户倾斜。

互动的第四个也是最高的层次是包括所有参与者在内,在传播的

意义与内容上互相理解的行动与反应的互动。这个**精神**(mental)维度对完全互动是十分必要的,例如在谈话和计算机中介下的传播中。近年来,除了那些对人工智能主导的传播很有信心的人之外,这个层次的互动已经在人及动物的媒介传播和人际传播中被有意识地接受了。互动的概念被总结在方块 1.2 中。

方块 1.2 互动的层次

- 空间: 多边交流;
- 时间: 共时性与长期性;
- 行为: 对行动和反应的同等控制;
- 精神: 互相理解。

数字信号和超文本

数字信号只是新媒介运作中一个技术上的特征,但是,它对传播有根本性的影响。它在计算机技术中的运用意味着传播的任何信息都能以字节(分解为 0 和 1 的字符串;每个 0 或者 1 就是一比特)的方式进行传播和转换。这些人工代码代替了模拟造物的自然编码以及信息和传播的传递方式(例如,我们看到的光线和我们听到的音波)。

用同样的数字信号传播带来的第一个基础性后果就是内容的规范化和标准化。内容和形式并不像人们所想象的那样能够轻易地分隔开。数字信号并不是一个中性要素(参见第八章)。它将原来不可分的模拟信号分隔开来,并把它们重新组合为数字形式的图像、声音、文本和数据。这些形式不仅用同样的编码,而且用同样的语言,例如 **HTML**(超文本标记语言),**World Wide Web**(万维网)。在计算机软件编程中,它们因为在目录和导航结构中的高度相似性而闻名。运用数字信号的另一个后果是增加了传播的数量。它使内容的生产、复制和分发便利很多,由于计算机的存储能力呈指数上升,海量的内容被制造

出来。

数字信号带来的最后也可能是最重要的一个后果就是它打破了传播的信息界限,文本、图像、声音和视听节目可以通过转换为超链接的形式,按照读者、听众和观众的需要来保存。没有数字信号,从线性到超文本媒体的转变就不可能实现。而且,有理由认为超文本是新媒介的第二个技术特点。在媒介生产方面“超文本”带来的社会文化后果是巨大的,其应用也十分可观。它将在本书中被详细描述,请参见第八章和第九章。数字信号和超文本的概念被总结在方块 1.3 中。

方块 1.3 数字信号和超文本

- 数字信号:数字媒介中所有用字节和比特的标准信号;
- 超文本:数字媒介中所有连接不同类型资料的标准信号。

综上,我们可以说新媒介应该同时在四个特征上进行界定:它是 20 世纪和 21 世纪之交具有集成、互动特性,运用数字信号和超文本技术的媒介。可与它相对应的说法还包括多媒体、互动媒介和数字媒介。这个界定能帮助区分新旧媒介。比如,传统电视是集成性的,包括声音、图像和文本,但它不是互动的,也没采用数字信号。而老式电话是互动的,但它只能传递声音,因而并非集成的,而且是非数字化的。对比而言,新的互动电视就是互动而且数字化的。另外,新一代手机或固定电话都是全数字化的,而且综合了文本、图片或视频,并且能和网络相连接。

信息传输模式

如前所述,互动的第一个层次是双边或者多边的传播。鲍德维克和范·卡姆(Bordewijk & van Kaam, 1982)在设计关于信息传输的四种模式——训示、咨商、注册和交谈时就接受了这个概念。四种模式已经在社会和传播研究中获得了广泛的运用,本书也将论及。它们

表明了传播的结构和这个结构中蕴含的权力。最后,它们还表明新媒介不同于旧媒介,已经从单向的训示模式转变为咨商、注册和交谈模式。这样随着它们更充分地网络的融合,新媒介越来越互动和集成化。

在 20 世纪,训示(allocation)模式在媒介传播中占据了最重要的地位。广播、电视和其他媒介呈现在这个世纪大规模的扩张和整体化中站在前列。它们在社会中显示了强大的整合功能,因为它们是基于一个训示的模式运作的:传递给客户端的信息都来自一个中心信息源并由其决定信息传递的对象、时间和速度(the stimulanous distrivution of information to audience of local units by a centre that serves as the source and decision agency,图 1.2a)。新媒介没有强化这个模式,尽管新的训示性质的媒体例如博客和推特出现了。唯一的例外是旧式的大众传播开始提供给听众和观众更多的选择,比如通过家庭付费频道实现了时间的自由选择。在有限的菜单中,客户端可以协同决定接收什么样的信息:主题、信息接收时间和未来的播放顺序。而且,对当前节目的互动,以及在大众媒体中回答提出的问题也变得可能了。但是,这一创新是削弱而不是增强了训示的模式。因此在新媒介环境中,这个模式正转变为下一种模式。

咨商(consultation)模式在新媒介中被理所当然地加强了。咨商是指客户端主要根据一个中心信息源提供的信息内容、时间和速度来作出选择(the selection of information pribarily by local units, which decide upon the subject matter, time and speed, at a centre which remains its source, 图 1.2b)。传统的咨商型媒介包括书籍、报纸、杂志、音频和视频。新型的咨商式媒体,比如 CD 和 DVD,拥有类似百科全书、数字互动电视的电子节目导视,以及当然还有网络上的大量的信息。因为它们增添了新渠道以及似乎是无限数量的信息资源,这些媒介被看作咨商模式的根本性发展。一般而言,它们的线上连接比传统媒介更能促进咨商的形成,例如,规模巨大、快速扩张的维基百科提供

了比传统的百科全书更加丰富的搜索词和页面。

在新媒介中,注册(registration)模式的机会也大量增加了。“注册”是指由各个客户端来提供信息形成信息中心,这些客户端不仅是信息源,而且有时候还能参与集纳过程(如进行处理或者暂留)(collection of information by a centre that determines the subject matter,time and speed of information sent by a number of local units,who are the sources of the information and who sometimes take the initiative for this collection themselves to realize a transaction or reservation,图 1.3c)。在传统的媒介和信息收集结构中,中心通常不仅决定而且还参与到对信息的传输过程中。这类媒介与工具有例如调查、选举、考核、档案以及用摄影进行观察。在很大程度上,这些活动传统媒介都能做,但新媒介能提供更多的机会,因为它依托于计算机。这类动机往往由中心主动发起,提供一份网络调查表或者在网上投票中询问投票者的观点。另外,新媒介还为客户端的主动注册提供了更多机会,比如电子预订、电子购物和电子银行。当情况翻转时,一个更严重的问题就会浮现——比如注册由信息中心发起而非本地客户端。侵入性私人信息跟踪、远距离监测以及各种在个人未曾知晓或者要求的情况下进行的个人信息查阅,都是如此。

最根本性的变化发生在交谈(conversation)模式中。“交谈”是指两个或者更多客户端互相交换信息,他们之间的信息分享不再需要信息中心,而且信息的内容、速度和发布时间都是由自己确定的(an exchange of information by two or more local units,addressing a shared medium instead of a centre,and determining the subject matter, time and speed of information and communication themselves,图 1.2d)。交谈的渠道扩大并且包含了更多信息。传统媒介(如电报和电话)只为讲话和有限的信息提供了渠道,而计算机网络的存在和数据在电话线路间的传播给数据和文本的传播带来了爆炸性的增长。新媒介更意味着传播质量的根本性提升:在一个信息中可以包含声音、数据和文本。图片

可以添加,而几十年以来活动影像也同样可以添加了。交谈内容领域的质的拓展被各类宽带设备推动。

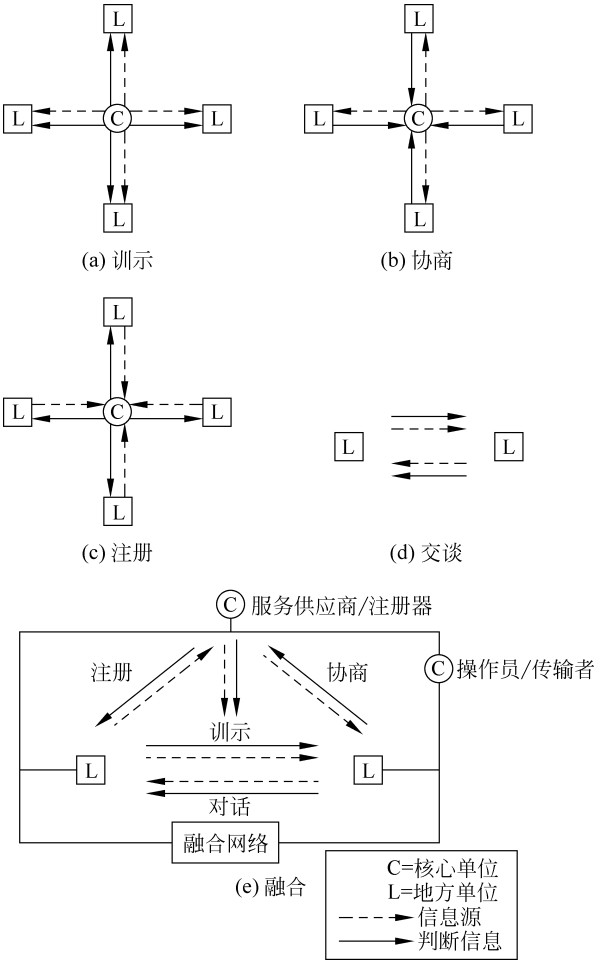


图 1.2 网络中信息传输模式的整合

电话、广播和互联网的集成网络的诞生意味着训示、咨商、注册和交谈这四种方式可以在一个单一媒介上实现(图 1.2e)。这一媒介对社

会传播如此重要以至于我们必须谈论传播革命,其后果将成为本书的核心内容。

四种信息传播模式的进化显示了一种清晰的针对客户端的转移。新媒介导致传播模式从“训示”向“咨商”“注册”和“交谈”发展。客户端的主动参与和选择,客户端与中心、客户端之间的互动大大增加了传播的机会。这将导致媒介传播的大变革,甚至扩展到整个社会的传播中。历史上第一次,新媒介将促使我们在大量的社会活动中认真思虑,是采用媒介传播还是面对面传播(For the first time in history, the new media will enable us to make a deliberate choice between mediated and face-to-face communication in a large number of social activities)。这一选择的影响也将成为本书的一个着重点。

新媒介的传播能力

媒介传播的取向

在过去的 25 年中,针对其能力和局限将媒介传播与人际传播进行比较,已经进行了很多研究。在小群体的社会心理学实验中,运用不同的媒介,传播的框架和效果已经被系统地研究过。有两种普遍的取向。一种是以媒介和渠道的**客体性**(objective)为出发点,另一种则作为对第一种回应,强调媒介运用的**主体(间)性**[inter(subjective)]。在本书中,一种整合的视角(包含客体和主体)将用来界定传播的能力。提出这一概念是为了回答新媒介可以做什么的问题:它们和传统媒介相比有什么特点?常见的集成和互动的特征已经在上文中作了描绘,下面将对九个新媒介的特征进行描述;但首先,必须阐明传播能力这一概念的来源。

在这一领域最早的社会心理学取向主要把重点放在媒介渠道传播与人际传播相比的局限性上。它强调和人际传播相比,所有媒介都去

除了或者过滤了大量线索。肖特等(Short et al., 1976)提出了**社会存在**(social presence)这一重要概念。它强调人际传播所具有的社交性、热情、个人信息和敏感度在媒介传播中是受到局限的。因为这一特征,客观地说,所有的媒介传播和人际传播在传播情境中都形成了不同的经验。比如,视频电话比音频电话更具有社会存在感。

另一个具有代表性意义的取向是认为电子传播和网络传播**削弱社会情境线索**(reduced social context cues)(Kiesler & Sproull, 1992; Kiesler et al., 1984; Sproull & Kiesler, 1986, 1991)。根据上面这些心理学家的说法,媒介传播多多少少都缺乏非语言和语境符号。在**信息或媒介丰富性**(information or media richness)这个复杂的概念中,达夫特和伦格尔(Daft & Lengel, 1984)将媒介的特征从客体角度分成四大类:反馈能力(迅速、快速、缓慢);渠道使用(音频、视频);信源性质(个人、非个人);语言丰富度(口语、书面语、肢体语言)。

到20世纪80年代后半叶,这种传统的社会心理学视角受到越来越多的批判。从这种客体视角出发,很多现象无法解释。那些缺乏社会存在和信息丰富性的媒介,例如电子邮件和短信服务,被经常地用在社会情感交流甚至色情传播上。同样的现象也在求助电话和性爱电话中出现。经过一段适应期,非正式的和私人化的传播在互联网上增长起来(Rice & Love, 1987; Walther, 1992)。渐渐地,电子传播中出现了以新的名词、语言和行动为特征的(亚)文化。

社会心理学取向更多地把社会现实限制于一定空间内的人际互动,作为对此的回应,一个社会文化的或者说社会学的取向强调主体(间)性的社会建构过程的发生。富尔克等人(Fulk et al., 1987)首先提出了一个**社会信息加工模式**(social information processing model)。他们想知道在日常生活中媒介究竟怎样被使用,人们如何在社会信息加工过程中以主体(间)立场界定媒介信息。早期的计算机中介的传播(CMC)研究认为,要根据人们对媒介本身的态度和他们的即时社会环境——通常是他们工作上的同事——来判断。在富尔克和斯坦菲尔德

(Fulk & Steinfield, 1990)的书中可看到综述。

沃尔瑟(Walther, 1992; 1996)提出一个比较的取向。在他的**关系视角**(relational perspective)看来,根据不同的功能(目标、任务)和语境,媒介的运用是不同的。根据他的实验研究,经过一段时间后,人机传播的质量将会接近人际传播。这个结论很明显地与关于“社会存在”和“削弱的社会语境”的论调相反。

斯皮尔斯和利(Spears & Lea, 1992)的实验支持了沃尔瑟的观点。根据他们的**社会身份理论**(social identity theory),媒介传播和人际传播的近似同一性是因为人们把自己整个社会的、文化的、个体的身份打包带进了网络传播。运用身份的想象和心理建构,最微小的暗示也足以弥补媒介的局限。

我提出了一个较为整合的取向,它既是客体性的又兼顾主体(间)性(van Dijk, 1993b)。根据这一视角,对传统媒介和新媒介开展结构性的、多少带有客体性的分析仍然是重要的。它们的主体(间)性解释和实践中的使用因为彼此差异太大而不适合普遍化的理论。另外,认为媒体没有客体属性的观点是不正确的。一个发生在美国的关于女性亲密关系的计算机上讨论足以说明这一点:当一段时间后事情泄露出来,是一个男性精神病学家用了“朱莉”的假名参与讨论,很多女性很震惊并觉得受到了侮辱(Stone, 1991; 82ff.)。在绝大多数其他媒介中这种事是不会发生的。

因此,媒介确实具有特定的潜力和局限,不是主体(间)性所能随意改变的。在本书中,它们被称为媒介能力,这个概念同时具有界定(客体性)和赋能(主体性)的方面。通过以下九个方面,我们可以衡量新旧媒介的不同:速度、到达率、存储能力、精确度、选择性、互动性、刺激丰富度、复杂度和隐私保护程度。下面将对这九个方面进行简单介绍。在表 1.1 中将根据这些指标对新旧媒介进行比较。

表 1.1 新媒介和旧媒介的传播能力

传 播 容 量	旧 媒 介			新 媒 介		
	面对面	印刷	广播电视	电话	计算机网络	多媒体 (离线)
速度	低	低/中	高	高	高	高
到达率(地理层面)	低	中	高	高	高	低
到达率(社会层面)	低	中	可变	可变	可变	低
存储能力	低	中	中	可变	高	中
精确度	低	高	低/中	可变	高	高
选择性	低	低	低	高	高	高
互动性	高	低	低	中	中	中
刺激丰富度	高	低	中	可变	中	中
复杂程度	高	高	中	中	中	中
隐私保护	高	中	中/高	低	低	高

跨越远距离的**速度**(speed)可能是新媒介最突出的能力之一。在这点上它和电话与广播电视类似。运用互联网和电子邮件,个体能在一分钟内把信息传递给世界另一端的人,而通过人际传播和印刷媒介只能联系到最近的人。

新媒介潜在的**地理和社会到达率**(geographical and social reach)是非常广泛的。未来整个世界都会被它们连接和覆盖。地理到达率是指通过媒介可以联系的数量或者地点,而社会到达率则是人的数量。现在,几乎每个国家和地区都通过互联网联系在了一起。但是,互联网的社会到达率差别很大——在某些发展中国家只有不到 5%的家庭接入,而在一些发达国家达到了 90%以上。电话的社交到达率在全球也非常不平衡,尽管目前发展中国家正在通过手机使用的扩散来追赶。

新媒介的另一个强项是它的巨大的**存储能力**(storage potential)。

人际传播中的存储能力很低,因为它依赖于人类的有限记忆。在应答机发明之前,电话的容量也相当低。现在则情况多样,因为我们既有基础配置的手机,也有与计算机相差无几的智能手机。数字媒介比印刷媒介和相似的广播媒介的存储量多得多。

和电话与人际传播相比较,传递信息的**精确性**(accuracy)是新媒介的一个重要优点。前者的符号常常是含糊的。历史上,精确是属于印刷媒介的优点,新媒介增加了数据的精确性,并能提供图像信息。不论是新媒介的大容量还是精确性都帮助政府、政治家和管理者加强了对日益复杂的社会和组织的控制。如果没有信息与传播技术,很多决策将失去控制,陷入公文和官僚机构的泥沼(参见第四、五章)。

新媒介的另一个重要能力是信息和对象的**选择性**(selectivity),相比较而言,这点在群体的人际传播或者其他集合体的传播中程度较低,因为个体必须定向联系,并且彼此区分。大多数运用印刷媒介的传播都是无法定向的,除非是个人书信。对广播电视而言,也是如此。电话是首个具有选择性的媒介;新媒介通过系统地提供电邮列表和类似的分类增强了选择的能力。这样,个人可以限定非常具体的目标群体。这一能力已经广泛运用于公司经营(如电子商务)和互联网政治中。

有些人认为新媒介意味着**互动**(interactivity),但确切而言它的互动程度远没有人际传播的高。通常所指的新媒介的互动功能必须在新旧媒介的比较中根据确切的类型和程度进行划分。有些新媒介所提供的只是双向的信息传递,以及一个能够接收和发送信息的储存中心,跟答录设备或语音信箱差不多,比如电子邮件。在另一些新媒介中,例如互动出版、互动广播电视,或者数字信息服务,使用者对内容缺乏控制。尽管用户生成内容有了更大的空间,但是大多数人没有把握这种机会。大多数人并没有行动(互动);相反,他们从菜单中选择、消费和反应。而且,在新媒介中仍然缺乏与人际传播同等的全方位交流。个体(通常)不能传达所有需要的信号。甚至于视频通信——它一定程度上能使参与者看到对方——也有其局限性。所谓运动感觉(对活动的感知)

广泛缺乏,而会议参与者的距离感依然存在。

关于刺激丰富度(stimuli richness),没有任何方式能和人际传播相比较。原因很清楚:所有的新媒介在自然人类感知上还是薄弱的,对之传送文字和数据的网络传输方式尤其如此。而多媒体在刺激上有极大的提高,有时候甚至因为它对图像、声音、数据和文本的集成而形成信息的过载。但是,这些刺激的结合是人工的而非自然的,有些刺激被加强而另一些被延后了,和真正接近个体相比,在肢体语言和运动上仍有很大的缺陷。因此,即使最先进的电子购物仍和去城中心逛街有很大的不同。

正如前面这两个特征所显示的,通过新媒介达到的获取信息的**复杂程度**(complexity)仍然不是很高。研究表明,虽然人们可以通过计算机网络进行联络、问问题、交换信息和发表言论,但是却难以谈判、决断、解释困难的议题以及真正地了解他人(Rice, 1998)。

当今新媒介在设计上的一个弱点就是在**隐私保护**(privacy protection)上。面对面交流在很大程度上是可以与外界隔绝的,广播电视和出版物都可以匿名获得,而这些并不适用于新的互动广播电视和电子出版媒体。事实上,所有的使用权,以及用户个人信息,都需要在新媒介中注册。在网络中尤其如此。对那些未联网的电脑和多媒体来说,情况会好些,因为它们是被使用者完全控制的;但是这些媒介的内置存储也可以被获取。

本书的性质和框架

社会层面的跨学科大纲

本书根据一种特定的框架对新媒介的各个社会层面进行了编排。本书的第一版是 20 世纪 80 年代末在荷兰出版的,当时是对新媒介相关的各个社会层面的一个全面的列举。每出一个新版本,这些列举就

会有所增减。到 2011 年本书写作的时候,将所有相关处描述出来已绝不可能,因为新媒介已经和社会联系得如此紧密,几乎涉及所有方面。因此,本书不是关于新媒介社会层面的百科全书。它是综合性的,但并非讨论所有文献。它有所更新,但概述永远是不完全的。围绕本书的主题,在过去的二十多年中,所出版的图书和发表的论文已经足以填满一座图书馆。

我试图做的是对社会层面进行极致的跨学科思考。这是出于基础性的原因。在网络社会中,宏观、中观和微观层面已经紧密联系在一起,很多不同学科领域的分界已经消失。为了把握新媒介的引入与使用在当代社会运作的原因和影响,就必须跨学科。当然,这可能会引发技术、经济、政治、法学、文化研究和心理学各领域专家的不同意见,认为描述是不完备的,但是,我准备冒这个风险从而获得对全局更好的理解。

理论框架

和前面几个版本相比,本版描述是在一个更为精确的理论框架下进行的。这一框架来源于四种社会和传播理论的启发。

第一种灵感(inspiration)来源是网络理论。在社会和传播研究中它很早就被运用了,但是直到最近十五年才有了长足的发展。社会科学家从自然科学家和数学家那儿获得了启发,从而能发现网络中的规律或者说“法则”。在接下来的章节中,我也会提出一些网络“法则”并在各章节显现出来。最新的网络理论的视角将延伸至整个社会层面的分析框架并增强本书的条理性。书中我运用了一种调适的社会科学网络视角。它是调适的,因为我不仅关注联系,同时也对网络中的各个互相联系的单元(个体、群体、组织、社会)进行特征描述。

第二种思想资源是(修正的)结构主义(adaptive structuration theory)。这一理论的核心思想是认为社会结构和传播行为是互相影响并发生变化的(结构是不断修正的)。我认为技术既是界定因素也是赋能力,而且技术和人之间互相形塑,这一假设决定了本书特质的另

一个方面。本书对有关新媒介对于人、社会和组织的各种机遇和挑战,无论乐观与悲观或者乌托邦与非乌托邦的观点,都进行了描述。这样的假设也解释了为什么本书不仅有观察和分析,还包含着基于具体社会价值观的政策视角。

第三种视角来自于**媒介理论**(medium theory, 受英尼斯、翁和梅罗维茨启发),这一理论认为历史上的媒介和技术不仅是动力而且具有定义时代的意义。它们拥有的大量客体化特征会对一定社会环境下的使用者产生特殊的影响。上文论证的传播能力已经提供了有关例证。这一观点的核心在于认为媒介和技术本身就是社会环境,这在互联网中体现得十分清楚,它自身已经形成了一个社会。社会和媒介网络已经成为唯一真实,这是本书的一个主要观点。

第四种来源是当代的**现代化理论**(modernization theory),而不是20世纪五六十年代以“西方文化优越性”为特征的理论。当代的现代化理论关注西方和其他文化在整个世界中的冲突(Barber, 1996; Castells, 1997, 1998)。在本书中,现代化理论将作为基础出现在网络中的全球与本土关系、网络社会中事件的爆发和消失过程等论述中。

章节分布

本书分为三个部分。第一部分,包括第一章到第三章,是基础术语和观点的解释。第一章是基础概念;第二章提供了理论框架最重要的部分:网络理论和对网络社会概念的解释;第三章描述了网络社会的技术基础,这些部分我将尽量用非技术专业的读者也能接受的方式进行描述。

这本书的核心部分是对新媒介在不同领域和层面对社会的影响进行揭示,比如经济、政治、法律、社会基础结构、文化和个体(心理)。在英文第三版中,我已经为第二部分的章节增加了章节介绍和列表说明。我希望这能有助于增强本书的连续性和教学价值。

我在这个领域出版的每本书都在书末提出了政策视角。我不满足

于只给读者提供科学的分析,而使他们在了解了新媒介对整个社会的巨大影响后增加无力感。新媒介给整个社会带来的机会是可以利用的,其风险也是可以削弱的。

结论

- 当代社会中传播网络已经成为人们的生命线。它们逐渐地与线下的社交网络相融合,从而形成了网络社会。
- 新媒介的出现形成了第二次传播革命。大约一百年前,由第一次传播革命带来的大众社会及其生活方式,正在被第二次传播革命席卷。新媒介技术是革命。但是,它对社会的影响是渐进的,强化了社会已有的倾向。
- 新媒介有四个特征,两个是结构性的,两个是技术上的:它们形成于 20 世纪与 21 世纪之交,既是整合(多媒体)的也是互动的,在技术上采用数字信号和超文本。
- 在新媒介中,“训示”“咨询”“注册”和“交谈”四种模式是共同作用的,这使它在信息读取、传输和交换中很有影响。
- 新媒介还具有一系列传播能力特征,共同增加和削弱了它的使用。较强的方面在于速度、地理层面的到达率、存储能力、精确度和选择性。较弱的方面在于(全面)互动,刺激丰富度、可以达到的任务的复杂程度以及隐私保护。
- 这是一本从跨学科角度多方面解释新媒介进程的书,包括了以下理论:网络理论、结构主义、媒介理论和现代化理论。