

新媒体语境下影视传播研究的范式转向

□ 李红秀

[中图分类号]G206[文献标识码]A[文章编号]1009—5322(2017)02—0091—4

【内容提要】新媒体的崛起给影视传播带来了耳目一新的面貌,新概念、新范畴、新形式不断涌现,因此,影视传播研究必须突破传统范式,采用新理论、新视角和新方法,重构与新媒体语境相适应的影视传播研究的新范式。本文认为,新媒体视野中的影视传播研究应该凸显一种“中介化”研究范式,因为这种范式打破了主体与客体、真实与虚拟、内容与形式等本体论基础上的二元对立,开拓了人与世界关系的崭新尺度。

【关键词】新媒体;影视传播;功能主义;技术主义;中介化

众所周知,传播学的建立和发展与西方学者对影视传播的研究密切相关,换句话说,传播学的许多理论来源于电影、电视的快速普及和影视传播研究的结果。飞速发展的新型媒体缔造了视觉范式的新面向。

目前,新媒体传播形态和影视传播研究正在学术界如火如荼地上演,给人“乱花渐欲迷人眼”之感。然而,这些研究面临的尴尬处境是:新媒体和影视传播正在成为社会的构成性要素,走向社会的中心,但主流的传播学研究仍然在旧范式中打转,呈现高度“内养化”状态。^①正如学者孙玮所说:“大量的所谓新媒体研究,只不过是旧有范式中填充入新媒体材料,是不断地在用新材料验证旧理论。”^②新媒体对影视传播的影响有目共睹,影视传播的价值观、传播方式、传播现状、传者与受众的关系等问题已经发生了根本的改变。而“内养化”的研究只是自成一体的旧范式,新媒体语境下的影视传播研究必须改变这一状态,以跨学科的视野逐步缔造传播学研究的新范式。

一、比特时代:影视传播研究需要新范式

国内学者对新媒体的研究始于上世纪80年代。1986年,中国社会科学院日本研究所的冯昭奎撰写了论文《新技术革命对日本经济的影响》,比较详细地介绍了新媒体的表现形式及特征,并对新媒体的概念进行了细致界定:“新媒体就是新的传播信息的媒体、工具,包括卫星通信、光纤图像通信、传真、计算机网络、双方向有线电视、文字广播等,这些传播信息的新工具具有十分灵活而多样的功能,其中有些功能是跨越‘传

统媒体’的分类的‘多重功能’。例如双方向有线电视兼有广播与通信的功能,传真报纸兼有通信和出版的功能,文字广播则可认为是利用电波的出版业。”^③这篇文章虽然是对日本新媒体发展状况的介绍,但对新媒体概念的界定与今天广泛使用的“新媒体”的内涵已经非常吻合。

最早对新媒体进行系统研究的人是美国计算机科学家尼古拉斯·尼葛洛庞帝,他直接提出了“比特时代”^④的概念。在比特时代,人们可以通过互联网和信道宽带来传递比特,这就是信息高速公路,它“就是以光速在全球传输没有重量的比特”。^⑤尼葛洛庞帝还特别指出,比特让媒体世界改头换面,“比特会毫不费力地相互混合,可以同时或分别地被重复使用。声音、图像和数据的混合被称作‘多媒体’,这个名词听起来很复杂,但实际上,不过是指混合的比特罢了。”^⑥

尼葛洛庞帝用了很多篇幅来说明比特对影视传播产生的巨大影响和感官体验的革命性变化,提出了“立体电影”“数字电视”“闭路字幕电视”“互动电视”“视频点播”“互动视频”“全景电影系统”“超级全视系统”“超级全景技术系统”“立体视觉”“偏光镜片”“立体眼镜”“三维像素”“全息术”“虚拟现实”等许多影视传播的新概念。

在比特时代,电视从使用模拟技术转为使用数字技术,数字电视代表了未来电视的发展方向。在尼葛洛庞帝看来,“比特放送”开创了电视的新局面,通过电视置顶盒技术,数字电视会增添许多新功能,电脑和电视将合并使用,观众既可以收看电视直播节目,也可以根据需求和兴趣随时随地点播,电视变成了一种像书本或报纸一样,可以浏览、可以调整的媒体。

【作者简介】李红秀,重庆交通大学人文学院教授,博士。

【基金项目】本文系重庆市教委人文社会科学研究项目“新媒体与影视传播形态研究”阶段性成果,编号:16SKGH069;重庆市社会科学规划重点项目“新媒体影视传播形态研究”阶段性成果,编号:2016ZDCB05。

如今,我们已经进入 Web2.0、手机通信技术 3G 和 4G 时代,不但尼葛洛庞帝曾经预言的“比特放送”给影视传播带来的影像幻界早已实现,而且微博、微信、推特、脸谱等更多的新媒体进一步与影视传媒融合,影视传播的新景观、新格局、新场景不断出现。然而,学术界对影视传播的研究依然沿袭胶片技术和模拟技术时代的旧范式,没有相应创造影视传播研究的新理论。因此,影视传播必须突破传统研究范式,采用新理论、新视角和新方法,重构与新媒体语境相适应的影视传播研究的新范式。

二、网络社会 影视传播研究从功能主义转向技术主义

西班牙学者曼纽尔·卡斯特在 1996 年出版了巨著《网络社会的崛起》,他首次提出“网络社会”的概念,并将信息技术置于社会发展的核心地位:“信息发展方式的特殊之处在于,针对知识本身的知识行动,就是生产力的主要来源。”^⑦卡斯特所说的网络社会实际上是指基于互联网技术的“信息社会”,信息的存储、提取和处理会重新构建整个社会模式。

21 世纪初,荷兰学者简·梵·迪克在《网络社会——新媒体的社会层面》一书开篇指出:“不夸张地说,我们可以把 21 世纪称作网络时代。”“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。”^⑧更为重要的是,网络社会与新媒体之间的联系更为紧密:“新媒体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。”^⑨新媒体传播带来了社会结构的革命性变化,广播、电视、电影等大众媒体都可以通过数字存储、数字传输和再生产技术,实现网络化的传输和接收,完全消除了时空限制和媒介间的界限。

在大众传媒时期,影视传播研究的主要范式是传播学的功能主义理论。传播学的魔弹论、使用与满足、说服效果论、两级传播等理论,都与影视传播研究密不可分,这些研究与功能主义不无相同之处。美国主流的影视传播研究大都是以电影、电视对社会群体的影响和作用为出发点,立足于影视传播的功能和效果,形成了功能主义传播学的理论范式:“一组特定的人和特定的兴趣产生了传播学初期的组织,这就使得传播学在一些重要的方面视野狭隘,造成了一些无形的内部紧张,以后的历史由此定型。”^⑩也就是说,这种功能主义的理论范式在美国影视传播研究领域长期处于主流地位,产生了不少传播学理论和观点,引领着世界传播学的发展和走向。

然而,越来越多的学者已经关注到功能主义研究的局限性,认为影视传播研究一直以传播内容和传播效果为研究着眼点,没有充分考虑媒介的自身属性和

不同媒介之间的差异性。特别是新媒体崛起之后,学术界对功能主义研究范式的质疑之声逐渐增多。延森认为,在以互联网、数字媒体、手机等新媒体构建的网络社会,必须超越功能主义的层面,在更广泛的人文社会学科视野中,研究当下传播领域的新现象、新问题。^⑪在新媒体语境下,如果依然采用功能主义的范式来研究影视传播,那么依然只能看作是传统媒体研究的功能延伸。

从印刷媒介到电子媒介,从电子媒介到数字媒介,每个阶段都是传播技术的跨越和发展,特别是影视传播领域,更是高科技发展和运用的最好见证。可是,功能主义研究几乎对影视传播的“技术”避而不谈。

对 20 世纪技术发展的关注和重视主要出现在哲学研究领域,海德格尔、哈贝马斯、斯蒂格勒等是技术哲学的代表人物。在功能主义处于影视传播研究的主流范式之时,也有一些学者呼吁影视传播研究应该从功能主义转向技术主义。最先对影视传播进行技术主义研究的学者是麦克卢汉,他认为:“任何媒介(即人的任何延伸)对个人和社会的影响,都是由于新的尺度产生的,我们的任何一种延伸(或曰任何一种新的技术),都要在我们的事务中引进一种新的尺度。”^⑫麦克卢汉提出了热媒介和冷媒介,认为电影是热媒介,而电视是冷媒介。他指出:“热媒介要求的参与度低,冷媒介要求的参与度高,要求接受者完成的信息多。”^⑬麦克卢汉还用专章分别论述了电影媒介和电视媒介在传播技术上的差异性,他围绕影视传播的媒介技术特征来分析二者的差异性,以及它们对受众的影响方式。电影镜头被导演称为“高清晰度”,而电视图像被称为“低清晰度”,因此,电影观众更喜欢当消极的动作消费者,而电视观众却要高度介入。总之,影视传播的技术性特征不仅是认识媒介的手段,而且是建构世界的方式,“地球村”正是媒介技术发展的表现形态。

目前,新媒体语境中的影视传播对技术的高度依赖已经是普通大众的共识,技术主义的范式也得到更多学者的认同。尼葛洛庞帝指出,影视传播已经数字化,立体电影、数字电视、全息术成像、电脑视觉艺术、人机界面设计等新媒体弥漫着一股不可遏制的创新活力。“理解未来电视的关键,是不再把电视当电视看待。从比特的角度来思考电视才能给它带来最大收益。电影也不过是数据广播的一种特殊情况罢了。比特就是比特。”^⑭马克·波斯特提出了“第二媒介时代”的概念,他把电影、广播、电视传播媒介称为第一媒介,而把因特网、信息高速公路、电脑、赛博空间等新媒体称为第二媒介。“随着信息‘高速公路’的先期介入以及卫星技术与电视、电脑和电话的结合,一种替代模式将很可能促成一种集制作者/销售者/消费者于一体的系统的产生。该系统将是对交往传播关系的一种全新构型,其中制作者、销售者和消费者这三个概念之间的界限将不再泾渭分明。大众媒介的第二个时代正跃入视野。”^⑮

“在信息方式下,决定力量不是机械性的,而是信息性的。”^⑩正如戴维·阿什德所言:“信息技术和社会行为之间的互动是信息文化的一部分。”^⑪作为新媒体技术建构的网络社会,影视传播已经形成了技术革命性变化,技术主义揭开了影视传播研究的一个新面向,伴随着新媒体与影视传播的技术融合,传播与人类生活之间的根本关系需要重新认识。一个从播放型走向交互型,从传者为中心走向受众为中心,从整块传播到碎片化传播的全新媒介时代,都面临着全新的变化和调整,人类正步入一个全新的后影像时代。

三、数字化·影视传播研究 从媒介研究转向中介化研究

数字化与影视传播的关系正在被越来越多的西方学者探讨和研究。他们不仅论述了数字化与传播技术的关系,而且分析了影视传播的数字化过程和编码解码方式。

在大众传媒时代,媒介研究一直是影视传播的重要范畴,但多数传播学家都立足于功能主义的主流范式。影视传播对现实社会产生的巨大影响,吸引了众多学者对影像媒介的研究兴趣。海德格尔将世界的图像化过程称为“现代之本质”,“从本质上来看,世界图像并非意指一幅关于世界的图像,而是指世界被把握为图像了。”^⑫对于媒介理论的理解,主流影视传播研究仍然离不开功能主义的范畴,局限于媒介内容而非媒介本身。梅洛维茨指出了主流媒介研究的问题:“在美国进行的电视研究中,绝大多数延续了早期大众媒介的主流传统,注重于信息内容。不同类型媒介的潜在的不同影响被完全忽略了。……无论考虑多少中介因素,绝大多数的媒介研究都未能摆脱最初的假设,即媒介将某种东西注入给人们。……如此,关注的焦点是媒介信息,而并非不同媒介所产生的不同信息流动模式。”^⑬在新媒体时代,影视传播的媒介研究在数字化背景下逐渐转向,形成一种新的传播研究趋势,媒介不再如传播功能主义中被置于工具的角色,而是成了人类社会发展的关键节点。正如哈尔瓦德所言:“媒介不再仅仅是一种互动的渠道,而是以其自身型塑互动发生的方式。”^⑭新媒体社会的来临促使影视传播研究必须革新范式,“从而能够透过一个崭新的视角思考媒介与社会的能动关系。”^⑮因为,当影视传播媒介逐步渗透到社会日常生活以后,社会也开始依据影像媒介与传播手段来重新组织其关联方式。

基于以上对影视传播研究主流范式的反思,本文认为,在新媒体浪潮下,影视传播研究不能局限于功能主义的理论框架,而应该从媒介研究转向中介化研究。孙玮说:“‘中介化’可以被视为一种学术转向,一个可以与本体论向认识论转向、语言学转向、空间转向、视觉转向等等相提并论的学术思想史中的拐点。”^⑯“中介化”这个概念的丰富性远远不是现有主流传播学所能

涵盖的,在人文学科、社会学科和自然学科中都多有涉及。德布雷解释了哲学意义上的“中介化”,它是“处于中介介入两者之间的、使两者发生关系的第三者,如果没有这个中介,这种关系就不存在。”^⑰这种观点与影视传播研究的主流“媒介理论”有天壤之别。

新媒体视野中的影视传播凸显了作为一种中介化实践的重要性,影视传播打破了主体与客体、真实与虚拟、内容与形式等本体论基础上的二元对立,开拓了人与世界关系的崭新尺度。中介化研究要突破影视传播的主流研究范式,至少要注意两个方面。其一,中介化研究不仅要呈现影视媒介形式的特点,还必须取消内容与形式的二元对立,将影视传播内容与影视传播形式统一在“中介”里,正如齐美尔所言的一种“社会综合”。^⑱其二,必须突破现代性范畴的主体观,将中介化放置在主体的历史发展中,开掘影视传播研究未曾涉及的、影视传播对人类文明的重大意义。直达“主体”,影视传播与人类生活实现中介化关联,才可能超越功能主义的媒介研究范式,向我们敞开崭新景象。这就是基特勒所倡导的“媒介本体论”,他将“中介化”理解为一种本体,一种在亚里士多德时代内容与形式的本体论意义上从未涉及的第三元——“中介关系”。^⑲只有在这个层面上,中介化研究才突破了影视传播研究的旧范式,影视传播渗透在社交网络、数字化空间的所有领域,形成人类社会的构成性要素。

四、结语·走向技术与媒介融合

不可否认,中介化研究已经作为一种影视传播研究的新范式逐渐浮出水面,它强调媒介在现代社会中的重要作用,认为媒介技术具有“决定性的”,而非“生产性”或“主观意义上的”效用。在处理媒介与社会历史变革进程之间的关系上,中介化研究重视媒介与政治、媒介与经济、媒介与文化之间存在的勾连关系。温菲尔德·舒尔茨认为,人类传播行为中存在着“相互融合”的新现实,他区分了中介化对人类传播行为的四个影响:^⑳扩展,在空间和时间维度上扩展了人类的交流能力,替代,替代了一些传统面对面的交流活动,融合,日常生活的不同层面的交流活动融合为一体,接纳,不同行动者开始有意识地依照媒介逻辑、准则、形式和规律从事交往活动。舒尔茨提出了“交流融合”概念,主要强调的是现代社会人们通过媒介而达到交流融合的目的。在新媒体崛起之后,延森进一步提出了“媒介融合”的概念,不过,这个概念并不是指新媒体与旧媒体、新媒体之间的简单叠加,而强调的是新媒体技术始终是一种“元技术”,媒介融合是在新媒体主导下的一种“交流与传播实践跨越不同的物质技术和社会机构的开放式迁移”,重新开辟了新的传播活动场域。因此,影视传播的中介化研究应从“作为媒介的技术”进一步转向“作为实践的传播”,从而考察新媒体与影视传播实践如何有效,这种新型的“媒介融合”将对社会组织产生何种影响。^㉑

延森倡导的“媒介融合”是开放式的,不仅涉及到媒介与媒介之间融合的问题,而且还涉及到媒介与科学技术、媒介与其他学科融合的问题。罗伯特·艾伦和道格拉斯·戈梅里在编写《电影史:理论与实践》时,已经在进行媒介融合实践:“我们把对电影史研究的讨论分成四章:美学的、技术的、经济的和社会的。虽然这肯定不是以往做过的唯一的分类,但它的确代表了时至今日电影史研究的主要脉络,并且提供了一种把方法、问题和机遇分门别类的有益方式,而这些方法、问题和机遇还联系到更为广泛的电影史研究。”^{②③}由此可见,这本电影史中的“媒介融合”,已经涉及到美学、经济学、社会学和自然科学等多门学科之间的大融合。被称为“新媒体时代的德里达”的基特勒就是媒介融合研究的实践者,他左手撰写人文研究论文,右手进行计算机编程,“心安理得地居于人文学科与自然学科的裂隙之处。”^{②④}基特勒的研究为影视传播的“中介化研究”指明了具体方向,但是这种新媒体语境下的媒介融合,实际上是人文、自然和社会学科的大融合,这给影视传播的研究者提出了更高的要求。■

参考文献:

- ①李金铨:《传播研究的典范与认同:一些个人的初步思考》,《传播研究与实践》2014年第1期。
- ②②孙玮:《从新媒体通达新传播:基于技术哲学的传播研究思考》,《暨南学报(哲学社会科学版)》2016年第1期。
- ③冯昭奎:《新技术革命对日本经济的影响》,《机械与电子》1986年第5期。
- ④⑤⑥⑭[美]尼葛洛庞帝著,胡泳、范海燕译:《数字化生存》,海南出版社1997年,第19页、第22页、第29页、第63页。
- ⑦[西]曼纽尔·卡斯特著,夏铸九译:《网络社会的崛起》,社会科学文献出版社2001年版,第5-6页。
- ⑧⑨[荷]简·梵·迪克著,蔡静译:《网络社会——新媒体的社会层面》,清华大学出版社2014年版,第2页、第5页。
- ⑩[美]汉诺·哈特著,何道宽译:《传播学批判研究:美国的传播、历史和理论》,北京大学出版社2008年版,第16页。
- ⑪Jensen, K.B., Media Convergence: The Three Degrees of Network, Mass and Interpersonal Communication, London: Routledge, 2010, p.13.
- ⑫⑬[加]马歇尔·麦克卢汉著,何道宽译:《理解媒介》,译林出版社2011年版,第19页。
- ⑮⑯[美]马克·波斯特著,范静译:《第二媒介时代》,南京大学出版社2001年版,第3-4页。
- ⑰[美]戴维·阿什德著,邵志译:《传播生态学》,华夏出版社2003年,第12页。
- ⑱[德]马丁·海德格尔著,孙周兴译:《林中路》,上海译文出版社1997年版,第86页。
- ⑲[美]约书亚·梅洛维茨著,肖志军译:《消失的地域:电子媒介对于社会行为的影响》,清华大学出版社2002年版,第10-11页。
- ⑳Hjarvard, S., From Bricks to Bytes: The mediatization of a global toy industry. In Ib Bondebjerg & P.Golding, (Eds.), European Culture and the Media, Bristol, UK: Intellect Books, 2004, p.44.
- ㉑戴宇辰:《走向媒介中心的社会本体论?——对欧洲“媒介化学派”的一个批判性考察》,《新闻与传播研究》2016年第5期。
- ㉒[法]雷吉斯·德布雷著,刘文玲译:《媒介学引论》,中国传媒大学出版社2014年版,第122页。
- ㉓[德]格奥尔格·齐美尔著,林荣远译:《社会是如何可能的:齐美尔社会学文选》,广西师范大学出版社2002年版,第361页。
- ㉔[德]弗里德里希·A.基特勒著,胡菊兰译:《走向媒介本体论》,《江西社会科学》2010年第4期。
- ㉕Schulz, W. Reconstructing Mediatization as an analytical concept, European Journal of Communication, vol.19, no.1, 2004, pp.88-90.
- ㉖Jensen, K.B., Media Convergence: The Three Degrees of Network, Mass and Interpersonal Communication, London: Routledge, 2010, p.42.
- ㉗[美]罗伯特·艾伦、道格拉斯·戈梅里著,李迅译:《电影史:理论与实践》,中国电影出版社1997年版,第3页。
- ㉘周宪、陶东风主编:《文化研究》(第13辑),社会科学文献出版社2013年版,第290页。

(上接第65页)

下,科学厘清两者之间的关系,探索克服刑法修正异化的机制,追求刑法修正的应然结果,不失为一种积极的尝试。■

参考文献:

- ①⑩张欣:《大众媒体与立法供给互动》,《中国社会科学报》2016年9月28日。
- ②张远煌、姚兵:《从未成年人犯罪的新特点看宽严相济刑事政策的全面贯彻》,《法学杂志》2009年第11期。
- ③傅跃建、刘婷:《贪污受贿犯罪入罪数额标准的设定——对最新贪污受贿犯罪司法解释规定的质疑》,《法治研究》2016年第6期。
- ④杨秀:《法治评论及其在法治建设中的作用研究——以人民日报、新京报、法制日报为例》,复旦大学2012年博士学位论文。
- ⑤Kimberlianne Podlas. The “Legal Epidemiology” of The Teen Sexting Epidemic How The Media Influenced A Legislative Out-

break, Pittsburgh Journal of Technology Law and Policy 2011(7).

- ⑥[美]杰拉德·马修斯、罗伯特·恩特曼著,韦路、王梦迪译:《新闻框架的倾向性研究》,《浙江大学学报》2010年第2期。
- ⑦肖伟:《新闻框架论:传播主体的架构与被架构》,中国人民大学出版社2016年版。
- ⑧Kimberlianne Podlas. Funny or No Laughing Matter? How Television Viewers Interpret Satires of Legal Themes, Seton Hall Journal of Sports and Entertainment Law, 2011, 21(2).
- ⑨陈静:《媒介偏见:新闻组织行为表象与政治原动力下的机制呈现》,浙江大学出版社2015年版。
- ⑪张艳秋:《理解媒介素养:起源、范式与路径》,人民出版社2012年版。
- ⑫郭小荷、来扬:《事实还原优先于是非评判》,《青年记者》2013年第24期。
- ⑬刘勇:《媒介素养概论》,中国人民大学出版社2016年版。
- ⑭王强军:《刑法修正之于社会舆论:尊重更应超越》,《政法论丛》2014年第3期。