# 媒介域的方法论意义

#### 陈卫星

#### 摘要

在冷战结束后开启的传播全球化背景下,作为媒介学的核心概念,媒介域对媒介技术发展阶段的历史性区分从新的方面界定了历史视野中的媒介制度和社会现实的对位关系。市场建构的社会理性催生了传播学,结合技术主义和历史主义的复合价值观,在方法论探讨的意义上,本文认为媒介域可以帮助我们理解新信息文本与已有制度管控的竞争型互动关系、信息算法的指数风险和技术挪用主导意义的阐释。同时,媒介域也在技术效应的复制放大中改变了人们对社会关系和社会环境的思维方式。

#### 关键词

媒介、社会、媒介域

#### 作者简介

陈卫星,中国传媒大学传播研究院教授,电子邮箱:cwx2010cn@hotmail.com。

## **Methodological Significance of Mediaspheres**

**CHEN Weixing** 

#### **Abstract**

Under the background of communication globalization, which opened after the end of the Cold War, mediaspheres is the core conception of media science. The historical differentiation of media technology in the development stage of mediaspheres in a new aspect defines the counterpoint relationship between the media system and social reality. The market constructed social rationality has given birth to communication science. Combines the values of technologism and historicism, in the sense of methodology, this paper argues that mediaspheres can help us understand the competitive interaction between the new information text and the existing system, help us understand the exponential risk of information algorithms and the interpretation of the dominant meaning of technology misappropriation. At the same time, in the process of reproducing and amplifying technical effects, mediaspheres also change the ways of thinking about social relations and social environment.

#### Keywords

Media, Society, Mediasphere

#### Author

Chen Weixing is a professor of Institute of Communication Studies, Communication University of China. Email: cwx2010cn@hotmail.com.

今天准备和诸位同仁交流的一个概念是雷吉斯・德布雷(Régis Debray)提出 的媒介域(Médiasphères)这个概念。这是三年前翻译出版的《普通媒介学教程》 中开始出现的概念,跟当年的"传播学"一样,也是一个被引进的概念。如果我们 认可这个概念是一个思想性质的概念,那么我们就不得不考察概念的个性缘起。之 所以这样想问题,是因为我们在接受外来学术概念的时候,始终存在着由于语境差 异而产生的方法论重置的问题。比如,至少在最近二十年,我们有不少关于公共领 域(public sphere)的讨论。提出这个概念的德国哲学家尤尔根·哈贝马斯(Jürgen Habermas)并不是专门研究媒介的,但这个概念被广泛应用到关于传播学的学术讨 论中,因为这个概念的能指本身涉及到大众传播的场所或载体的线性流变,从文学 沙龙、咖啡馆、报馆到广播电视均有所涉及,法国的传播政治经济学流派创始人贝 尔纳·米涅(Bernard Miège)还特别进行这种路径的专题论述并把这个概念延伸到 社会法团的在线方式。从有关经济学家关于德国资本主义的莱茵模式即强调工团主 义这一特征出发,可以推断哈贝马斯在政治态度上多半是一个民主社会主义者,或 者是一个欧盟共和主义者和欧盟联邦主义者。公共领域的操作前提肯定是要有一个 黑格尔提出的私有产权的市民社会的存在,再加上德国联邦宪制的宪政制度,从而 形成一个可以讨论公共议题的话语空间。

但公共领域这个概念在本土现实语境的操作性如何把握?大概在十年前,当时的社会热点是各种公共事件的媒体曝光,有博士生同学研究NGO组织发起的公共议题和大众媒介的互动,其推波助澜往往都是在互联网上所激起的广泛而热烈的讨论,那时还没有微博微信,只是以BBS论坛为主。当时我们认为这个通过互联网形成的公共空间大概可以被看作虚拟市民社会,就是说通过虚拟空间来完成形式构造的公共领域,后来也在南方经济发达城市当中看到这个公共领域从线上还原到线下的具体举措。在这里回顾这个案例的目的是想说明,我们接受的任何一个非本土学术概念,在其应用的实践过程中,必然要经过适应性的改换,有时甚至是一种起伏状态,有时又会在路径依赖中产生非意图效果。如果用媒介学的话来说,就是媒介和环境共同产生信息,因为包含信息技术、受众形态和扩散方式的媒介域这个宏观

系统不仅是一个容器, 也是一个酵母。

### 一、媒介域意味着形式和内容的历时性同步

媒介域这个概念在德布雷的原创性论述中指涉一个较长的历史范围,从口语时代到视听时代,可能有助于启发我们用来进行对比性质的媒介研究,甚至直接切入我们当下的语境。前天下午在深圳宝安区西乡镇街上一个小饭馆用餐,邻桌有两个小女孩,估计年龄在十岁以下。她们用手机在看直播,在每个直播频道上停留的时间不等,5秒、10秒或20秒。我当时就在想,他们如果以后上大学学习新闻传播学,任课老师如何和他们进行交流?现在有很多传统媒体,十年前是利税大户,今天是入不敷出,从经济学的角度来看是一个产业转型的问题,而从媒介域的角度来看,就是一个媒介和社会产生张力关系的问题。媒介学主张从信息的技术结构来考量如何产生传播的社会关系。在德布雷看来,所有人类社会的群体性符号(宗教、意识形态、文学、艺术等)活动中,人群的组织形式和获取信息、储存信息和流通信息的方式存在相关性,而且是自行演化的。换句话说,一种世界的再现形式可以修饰或改变人们的存在方式,好比你不能想象智能手机出现之前的儿童有同样的媒介接近行为。

按照一个学界同龄人、1956年出生的丹麦学者克劳斯·布鲁恩·延森(Klaus Bruhn Jensen)在《媒介融合:网络传播、大众传播和人际传播的三重维度》中的分析,"媒介"这个概念真正被用于公共层面上讨论学术现象、进而进入大众文化层面是1960年代的事情。至今仍然在写作的法国社会学大师埃德加·莫兰(Edgar Morin)那本脍炙人口的、研究大众文化的圣经《时代精神》(L'esprit du Temps)也是在1962年出版的。两年之后就是马歇尔·麦克卢汉(Marshall McLuhan)那本蜚声世界的《理解媒介:论人的延伸》,媒介技术终于成为社会自我更新或心理化妆的一个技术机制。麦克卢汉的学说今天被界定为媒介环境学派,重在强调技术环境的更新如何改变或改善人们的信息传播方式,从学术特征来看,基本上还是一个现象学的思路,是从对Message的直觉来领悟,注重信息界面的技术配置所铺垫的社会效果;而德布雷则强调从Mediateur出发,我们为便于理解或避免直接等同于哲学,把这个一般翻译为"中介者"的词翻译为"媒介者",因为事实上要指称的对象也是具体的职业群体,如中世纪修道院的抄写员、近代的新闻从业者等。

德布雷的媒介学思想不属于学院派的冥想或推理, 而是一个力图与时代对话的

左翼知识分子在个人经验和历史演变的互动结构中的思考结晶。参与符号生产和事件生产的相互交织的中介实体和动力程序的关系逻辑是什么?这从他提出"媒介学"的著作思路就可以看出端倪。1979年出版的《法国知识分子权力》一书最早提出关于媒介学的思考,即具有代言人性质的话语扩散如何构成历史演变的动力机制。1980年发表的《抄写员》一书论证从事信息传递的职业化路径从中世纪到近代的角色转化,1981年的《政治理性批判》一书直接把宗教无意识的生成方式作为政治意识形态的基础模式,1991年问世的《普通媒介学教程》论证媒介学范式的历史路径和思维方式,1992年的《图像的生与死》和1993年的《国家诱惑者》分别从艺术史上视觉主体的观看模式和当代意义上的国家权力的视觉操控论证媒介学的阐释可行性。

德布雷是从总结实践经验的角度来思考作为意识形态的一种理想或一种观念不能仅仅限于在语义学领域的认识,而要把重点放在实践(Praxis)层面上。这样我们就有可能不再在知识层面上讨论意识形态究竟是不是一种幻觉、一种错误意识或对真实世界的抽象颠倒的反射。在他看来,意识形态是一种组织手段或集体的化身。以前被认为具有意识形态色彩的活动今天被纳入象征活动或文化活动的范畴,是作用于社会的实体行为,既不轻松也不模糊,不仅有重量感,而且是有机的。

问题就在于,一个事物如果是有机的,那么就必然伴随着一种环境状态的作用 而产生变化。这样说来,人类社会有史以来的信息交流的一般性存在状态就不可能 是一种纯粹状态,信息流动本身就和体制化、技术化的制度安排联系在一起,由此 形成一种历时性的意识形态生产和扩散的技术条件,媒介域对媒介技术发展阶段的 历史性区分就从另一个方面界定历史视野中的媒介制度和社会现实的对位关系, 我们就不限于仅仅思考人文和社会的互动,同时也把技术变量作为agency来考虑。 技术配置和主观意图相结合、行为和再现相统一的技术文化同时触摸社会心理的边 界,最终从信息的流量呈现方式来测算或确定一个社会共同体的记忆边界和思维边 界,或者是意识边界。

随着人类生产力发展向信息化过渡,当新媒体由于自身的经济属性而成为新生产力代表时,毋庸置疑地会冲击上层建筑。所以,由于媒介的移动性界面和挪用性潜力的全面扩张,新媒介对社会关系力量的对比结构的影响就显得越来越重要。同时,媒介域本身也并不纯粹,因为它不能完全脱离之前的模式,主要取决于力量关系的角色博弈。这是我们理解媒介域的方法论意义的基本出发点。

#### 二、市场建构的社会理性催生传播学

为什么法国学者会从长时段的历史经验来评估信息传播的社会效果? 究竟是 源于他们的启蒙理性的自信还是历史主义的共识?也许两者都有。比如法国传播 学家阿芒·马特拉(Armand Mattelart),一个著名的国际左翼传播学者,著作等 身,英文版著作就有18本,一直主张用共和理性的公共服务来抵制全球化的商业 霸权。他在1994年出版过一本专门研究国际信息传播史的著作《全球传播的起源》 (L'invention de la communication)。其中就可以看出他在问题意识方面受到法国史 学界年鉴学派的影响,把传播学的缘起和全球史的视角进行交叉组合,形成一个有 动力结构的历史叙事。比如他提出传播发明的四条线索,其中有流动社会、普遍的 乌托邦、地缘政治和人的量化指标的控制。第一个问题其实就是关系到如何通过信 息传播的工程性介入,逐步确定威斯特伐利亚和约之后、以工商资产阶级为主导力 量的民族国家如何确定社会秩序的信息安排问题。市场经济条件下的人流、物流和 信息流的增速,使得传播成为民族-国家的常规议题,同时带动其他学科的跨学科 创新。然后是各种新兴学科的问世和加盟,如生理学、心理学、生物学、经济学和 社会学等等。各种学科的加持并形成知识转换之后,民族-国家的经济增长为社会 福利、领土整治的制度安排提供必要条件。从这个角度来看待传播学的出现,可以 认定传播学能够在20世纪应运而生,是因为它是19世纪全面奠定的自由经济社会的 各种经济基础所催化的一个新的社会发展平台。

传播学者对传播史的这个考察与历史学家的观点是一致的。按照美国史学家丹尼尔·T·罗杰斯(Daniel T.Rodgers)在《大西洋的跨越:进步时代的社会政治》(Atlantic Crossings: Social Politics in Progressive Age)一书中的总结,从19世纪的最后十年开始,也就是史学家一般称之为进步主义时代的历史时期,美国在大西洋另外一边展开的文明竞争,完全以审美的框架来看待大西洋两岸新旧世界的关系,把文化、风俗和时间作为竞争要素。虽然说社会学源于欧洲,先后有英国的斯宾塞、法国的孔德和德国的齐美尔等代表人物,但实际上美国社会各界更主动地意识到社会意识作为一个常量概念如何产生变量;在推动整个社会体制的建构当中,考虑社会性质、身份焦虑、人才意识、人性诉求、竞争心理的变量关系,尤其是注意到工商文明和社会理性的交叉和交锋,使得如"社会经济""社会政治""社会问题"和"社会疑难"等社会学问题的界定在不断试图调试市场资本主义的社会结构本质,这是为什么在美国能够产生传播学的经验功能学派的历史社会学原因。那么是否由此可以推论,美国传播学的经验功能学派的缘起与市场经济背景下的社会秩序

的建构是一种平行关系,这需要我们把传播学的兴起和推广放在长时段的历史范畴 中来考察。

#### 三、媒介域概念的方法论启示

德布雷的媒介域概念有历史主义的架构,分为三个纵向层次:第一个是逻各斯域(logosphère),即在写作或扩散的时候往往受口语文化影响;第二个是印刷域(graphosphère),即印刷技术把理性灌注在整个象征环境中;第三个是视听域(videosphère),即通过视听载体的非强制直播行为的社会化或普遍化。这就是说媒介域的表象是信息技术演变的各种文化效果或社会效果。

总体而言,媒介域是把媒介技术的符号形式和关系结构作为整体来看,从而确定一个信息传播格局的存在方式或存在状态。这个概念涵盖信息和人的传递运输环境,包括知识加工和扩散方式,但也不绝对排除以往的媒介手段和媒介方式。媒介技术的演化是一个不完全是淘汰、而应该是积累式的过程。媒介域的更新可以改变一种社会秩序或社会关系,因为涉及到对信仰机制、信仰方式甚至信仰对象的改变。信息传播技术一旦加盟社会生产力的创新,必然形成新的社会生态。以前的主体、客体的二元对立或精神、物质的二元性都被统一在媒介域的具体维度中,形成一个经济基础和上层建筑的复合体。所以德布雷认为一个符号学现实好比一个物理学变异,一个符号本身并不具有意义,只有对接受者而言才能形成意义。

如果我们把媒介看成一个文化基因,媒介中的内容生成、表现形态、传递方式 所构成的社会运行轨迹,能够转化成一种社会秩序。对每一代人来说,这种社会秩 序帮助他们形成基因模块,同时又不断地对他们进行重新介入。因为人们所接触的 信息方式、技术形态是一个变量;已经具有基因模块的人,要不断进行重组,即 "信息重组",也是"资源重组",或者是重新格式化。这种重组要考虑用一些新 的信息来进行知识更新。如《银翼杀手2049》的科幻叙事就不再仅仅是自然语言对 现实的转换,而是基因复制的智能人带来的新挑战,让我们不得不思考并直面新的 生命政治、行动哲学和历史技术。

这里提出的问题是,信息不再是自在的,而信息发送和信息接收是一个通过信息交换的修饰、修订和修改的过程。在这个媒介域的操作状态中,发现人本身成为媒介,这才是我们现在面临的一个最大的挑战。任何一次技术革命的背后,实际上是一种主体性质的观念革命,而且在这个过程当中一定会产生新的社会呼唤,因为它涉及到我们怎样重新定义象征世界、重新组合社会群体、重新确定信息边界以及

重新铸造权力秩序。那么这会不会成为我们正在经历或即将面对的一种现象或一种现实?

由此出发,媒介域这个观念的方法论意义,可以理解为寻找一种把历史主义价值和技术主义价值相结合的方法论体系,并由此产生三点启示,以便于帮助我们理解信息传播的新格局。

第一,新的信息文本和已有的制度管控形成一种竞争型互动关系。一方面是因为新兴媒体的移动性、变异性和接近性等技术性能可以无限释放人的信息欲望,这不仅源于信息消费能力的爆炸式增长,更有信息自恋情结的海量释放。后者决定被传播的信息的可传播性,因此这种人性化的信息能力不断冲击信息管理的规章制度。什么信息可以被传播,什么信息可以被接受,并不完全是个人意愿就可以决定的,而是一种社会环境的制度选择。这里面可能涉及的议题是新兴媒体技术格局下的信息频道和社会人群的组合关系,粗略说来有两种可能性:从机械唯物主义的角度来说,社会分工本身产生社会分化,必然导致人群分化,由此形成信息趣味的圈层性;从心理现实主义的角度来说,人们的信息趣味并不必然等同于社会身份的定位,而只是一种主观态度的表达。

第二,信息算法的指数风险。不同的社会群体由于年龄、性别或教育等的原因而具有不同的媒介使用爱好。基于媒介近用的习惯差异,受众的分化状态或分化形式往往从属于媒体产业的经营路标。从传统媒体的经营策略来说,要寻求目标群体的定位、确定信息覆盖的成本、测算信息参与的几率,这种算法往往局限于传统媒体技术的传播路径或传播半径。而新兴媒体的产业经营通过虚拟空间来完成,品牌建构的先声夺人和粘性时间的诱惑机制更加突出信息的消费性质,这种信息算法正在通过对人文社会性质的新闻领域的侵蚀来引导一种后新闻、后真相意义的认知博弈。

第三,技术挪用主导意义阐释。新信息的接入会首先利用新的媒体技术,新观念的活力取决于和新媒介技术的黏合性。也就是说,新信息更接近新技术,二者黏合在一起,就形成新的话语方式或舆论形态,这里面不仅有阶层化、性别化、区域化、行业化的信息链接,也有信息接力的扩散效应所冲撞的管理禁忌。而对未来的信息化社会的冲击波未知数在于,人类社会如何在信息过程的个性化和信息内容的标准化当中进行取舍,并由此导致一种什么样的社会关系和社会环境。

(责任编辑:赵甍源)