

中国数字媒体发展现状研究

“数字化”已经成为当今传播领域最为人们关注的一个概念。它在不知不觉中成了几乎要把所有传媒形态、传播形式和人类一切生存活动领域一网打尽的不可阻挡的技术浪潮。

据华为公司 2009 年发布的《华为展望电信行业未来十大发展趋势》称,人类 5 000 年的文字记载总共是 5 艾(Exabyte),而仅 2006 年全年全球产生的数字内容字节数就超过 280 艾。一艾字节相当于 10 的 18 次方字节,也就是大约 11 亿个吉字节(Gbyte),在“高清、三维、用户创造内容(UGC)”的驱动下,海量信息的产生引发数字洪水的来临。今后,人类每年都将产生超过 1 000 艾字节的数字内容^①。

自从 1995 年美国麻省理工学院教授兼媒体实验室主任尼葛洛庞帝推出其名著《数字化生存》以来,数字化被提高到了前所未有的地位。按照尼葛洛庞帝的观点,如果说物质时代的基本粒子是“原子”的话,信息时代的基本粒子就是“比特”(即 bit,为“binary digit”的缩写,意为二进制数位)。尼氏认为,作为信息时代的“DNA”,“比特”正迅速取代原子而成为人类社会的基本要素,而且,开始决定我们的生存。尽管尼氏将“比特”褒扬得近乎无所不能的观点受到一些人的批评,尽管“数字化将决定我们生存”的论断也曾受到一些人的质疑,但几乎所有的人都无法回避眼前的事实:数字化时代已经来临。

随着数字化时代的来临和数字技术应用的日益广泛与深入,传媒数字化已成为任何人都无法阻挡的历史潮流;与此相应,数字媒体大量产生并逐渐走上了传媒王国的中心舞台。数字技术与数字媒体的产生对传统的传媒生态、传播游戏规则都带来了巨大的变革,同时也给传媒内容监管工作提出了挑战。对这些变革和挑战进行理论意义上的探讨,就显得十分必要。而要就数字化及数字媒体对传媒生态、游戏规则和传媒内容监管体系等带来的变革与挑战进行探讨,首先需要对数字化以及数字媒体的内涵、意义与特征等进行学理性的辨析。

^① 李语实:《网络化世界成形》,《国际金融报》,2009 年 1 月 7 日。



第一节 数字媒体的定义、内涵与主要特征

一、数字、数字化与数字技术

“数字”在英文中对应的词是“digit”。“digit”的原本意思是手指、脚趾,后延伸出“数字”、“数值”、“数位”、“离散值”等含义,具体指从0到9中的任一数字。“digit”的形容词形式为“digital”,动词形式为“digitalize”。“digitalize”翻译成汉语便是“数字化”。

作为信息时代的特有概念,“数字化”指的是信息和计算机领域的数字技术向人类生活各个领域全面推进的过程,包括通信领域、大众传播领域内的传播技术手段以数字制式全面替代传统模拟制式的转变过程。从目前的发展情况与趋势来看,它“正向各个领域进行渗透,甚至成为支配诸多领域的重要机制”^①。

在传播领域中,“数字化”意味着我们生活中的通信和各种信息交流在时间上都可以做到“即时”和“瞬时”,在空间上都可以达到“无远弗届”;同时,意味着客观世界存在的各种信息,文字的,图像的,图表的,声音的等等,都可以借助统一的数字编码技术融合为一体,人类的信息传播将真正实现多媒体传播。另外,也意味着人与机器之间、机器与机器之间的信息传播从此会变得简单、方便、易行,甚至从机器到人的信息传递比人与人之间的信息传递还要容易。在人类生活的其他领域,数字化意味着数字化经济、数字化农业、数字化军事,甚至“数字地球”。一句话,数字化将把人类带入一个与以往任何时代都完全不同的全新的世界。

数字化所具有的这种对传统信息交流和传播方式乃至整个人类生活方式的巨大变革作用是和数字技术的优势和特点相关的。

所谓“数字技术”,是指“伴随着计算机的发明而开发的一种新的信息编码方式,它将数字‘0’或‘1’作为信息的最小单位——比特(bit),任何信息都可以表达为一系列‘0’和‘1’的排列组合,并在数字编码的基础上,通过电子计算机、光缆、通信卫星等设备,来表达、传播、处理和存储所有信息”^②。

由于数字技术是以“0”或“1”为最小单位的编码技术,任何信息,不管是图像的,还是声音的,抑或文字的、图表的等,都可以表达为以“0”和“1”为“比特”的排列组合,这就使得以不同传播符号为载体的信息的统一和融合成为可能;同时,由于各种信息符号均被统一成了数字格式,因此使得信息的采集、传递和接受系统实现了技术上的统一,最终使任何相互连接的信息终端之间的交互传播成为家常便饭,也使人与人、人与机器、机器与机器之间的信息传播变得轻而易举。

① 鲍宗豪主编:《数字化与人文精神》,上海三联书店,2003年版,“导言”,第8页。

② 宫承波主编:《新媒体概论》,中国广播电视出版社,2007年版,第2页。



总之,数字技术是数字化的基础,它既为人类的数字化进程提供了技术上的可能性,同时又因其本身的技术特性和物理性能而给数字化浪潮带来人类以前的历次技术变革所从来没有过的革命性意义与影响。

在数字化浪潮中,人们的生活、交流和交往等处处印上了“数字”的“烙印”,看数字电视、数字电影,用数码相机、数码摄像机,与远在万里之遥的陌生人聊天,在琳琅满目的电子图书馆和数据库中任意比较、挑选……“在数字化浪潮中,新传媒、新产业、新市场不断涌现,并不断成为世界各国的战略发展重点和社会工程。”^①具体就传媒领域来看,自从数字化浪潮席卷以来,现阶段的各种最新媒体形式无不以数字技术为基础。

二、数字媒体及主要形态

认识 and 解读“数字化”与“数字技术”概念的目的在于把握数字媒体的内涵。那么,什么是数字媒体呢?根据上面对“数字化”与“数字技术”概念的理解,我们尝试着给“数字媒体”下这样一个定义:

“数字媒体”,顾名思义就是以数字技术为基础的媒体,是实现了数字化(digitalization)的媒体。这个定义试图从宏观上阐明数字媒体与数字技术和数字化之间的内在联系和逻辑关联。当然,真正科学的定义不应该停留在“顾名思义”、笼而统之的层面上。对数字媒体,我们最终还是希望能够给出一个较为明确、科学的定义。

为了能够给数字媒体下一个明确、科学的定义,有必要先对目前已出版的相关书籍中各种有关数字媒体形态和种类的论述做一个简单的回顾,以便对各种各样的“数字媒体”先有一个直观的了解。

闵大洪在其《数字传媒概要》一书中列举和介绍的数字媒体形式有数字书报刊、数字广播、数字电视、网络媒体、数字摄影、数字电影、数字娱乐、手机信息传播等多种形态。而在每一种形态内部,又有不同的情况和种类,如数字书报刊被分为两种情况:一是指最终产品仍为纸介质的印刷物,但制作过程已经完全计算机化、网络化、自动化,其各个环节所使用的均为数字化设备和器材;二是最终产品并非为纸介质印刷物,而是成为以磁盘、光盘、网络和其他电子传播设备等为介质的完全意义上的数字出版物。

冯广超的《数字媒体概论》一书中,介绍和列举的主要数字媒介形态包括:数字无线移动媒介(包括数字移动通信和无线互联网)、数字娱乐媒介(主要指电视视频游戏系统)、数字音频广播(包括数字音频广播和卫星数字广播)、数字电视(包括将传统的模拟电视信号经过抽样、量化和编码转化成二进制数代表的数字式信号,然后进行各种功能的处理、传输、存储和记录的各种电视形态)、个人电视(指的是一种能够存储电视节目,甚至能使电视节目暂停、快进和后退的电视服务)、数字电影(在影片的制作、发行和放映中都采用了数字技术)、数字出版(既包括传统出版物生产设备和流程的数字化,也包括各种数字化出版物)等。

^① 闵大洪:《数字传媒概要》,复旦大学出版社,2003年版,第2页。



王宏的《数字媒体解析》一书,将数字媒体分为六大方面:数字图像媒体(包括数字摄影和数字图像处理及其设备)、数字广播(包括数字音频广播和卫星数字广播)、数字电视(包括地面数字电视、卫星数字电视和有线数字电视等)、多媒体计算机体系(指综合化的数字媒体软硬件系统,即能够实现文字、声音、图像等各种信息的存储、编辑、处理的具有集成性、交互性、智能性和易扩展性的数字媒体工具与平台)、网络媒体(广义为遵照TCP/IP协议传送数字化信息的计算机通信网络,狭义为基于互联网这一传输平台传播新闻和信息的网站)、其他数字媒体(包括数字出版、数字电影、手机媒体和多媒体会议系统等)等。

黄升民主编的《中国数字新媒体发展战略研究》一书,没有对“数字新媒体”进行全面而科学的分类,但从该书被划分为“上部:地面数字电视产业研究”、“中部:卫星数字电视产业研究”和“下部:移动多媒体广播产业研究”来看,其似乎将地面数字电视、卫星数字电视和移动多媒体广播视为最主要的“数字新媒体”形式。

宫承波主编的《新媒体概论》一书,名为“新媒体”,但从该书的具体内容看,其所说的“新媒体”其实指的就是通常的数字媒体。该书除第一章为“新媒体概说”外,其他20章内容全部是对不同种类的数字新媒体形式的列举和介绍。这些数字化新媒体形态和种类依次为:门户网站、搜索引擎、虚拟社区、RSS、电子邮件/即时通信/对话链、博客/播客、维客(Wiki)、网络文学、网络动画、网络游戏、网络杂志、网络广播、网络电视、手机短信/彩信、手机报纸/出版、手机电视/广播、数字电视、IPTV、移动电视、楼宇电视等。

从上述书中所列举的数字媒体的不同形态和种类来看,目前所谓的“数字媒体”是一个非常庞杂、非常含糊、包容面非常广、外延非常宽泛的概念。它既包括生产流程实现了数字化的传统媒体,也包括新兴的网络媒体和各种流媒体形式,既包括各种数字技术和设备,也包括各种数字化的信息内容制品,既包括我们常说的“三大媒体”、“四大媒体”乃至“五大媒体”的数字化存在,也包括楼宇电视、车载移动电视等。

对形态如此庞杂、外延如此宽泛的所谓“数字媒体”,不同书中是如何界定的呢?从目前出版的十余本书来看,给数字媒体下过定义的寥寥无几。仅有的个别书虽然给出了定义,但这些定义或缺乏系统性,较为模糊,或欠缺学理性,甚至出现泛化数字媒体的定义。如有人曾经这样界定数字媒体:“以数字形式存在的信息内容和存储、传输、接收数字信息内容的数字媒体介质或者设备都可以称为数字媒体。它不仅包括硬件设施,还包括支持这些硬件设施的软件,同时更重要的,它还包括数字信息内容。”^①显然,这个定义所反映出的对数字媒体的认识和我们上面回顾不同书中所列举的数字媒体形态、种类时所获得的观感与结论大体一致,在这样的定义之下,数字媒体变成了一个十分宽泛的、包容着各种庞杂的形态和种类的概念。明确、科学的数字媒体定义的缺失,说明目前人们对数字媒体的认识仍然是较为模糊的和不清晰的。

另外,从产业界的情况来看,很多产业界的公司成立有“数字媒体部”。那么,这些产

^① 王宏:《数字媒体解析》,西南师范大学出版社,2006年版,第9页。



业界公司所谓的“数字媒体”指的又是什么呢？若具体考察这些部门的业务范围，可以看出，它们的数字媒体概念要么指的是数字音乐、数字视频等的软件解决方案，要么是指数字化的硬件设施。

综上所述，可以看出，目前为止，无论是理论界还是产业界，都还“没有形成关于数字媒体的很明晰的概念”^①，也没有形成对数字媒体的明确而清晰的认识和界定。

总结分析国内外对数字媒体的现有研究成果和认识，在前面给出的“顾名思义”式定义的基础上，我们给数字媒体下这样一个定义：

“数字媒体”，是指实现了数字化的媒体，是以数字化形式存储信息、处理信息、传播信息和接受信息的媒体，是以数字技术为信息搜集、处理、存储、传输和收受之技术基础的媒体。

在这一定义的基础上，为了对数字媒体有一个更加清晰的认识和了解，我们认为，将数字媒体区分为广义层面的数字媒体和狭义层面的数字媒体，并对各自所包含的数字媒体形态进行归纳和简单介绍，是十分必要的。

广义层面的数字媒体，是指只要某个信息传播媒体的某一个或某几个生产或传播环节，如信息制作、信息处理、信息存储、信息传输、信息收受实现了数字化、计算机化、网络化、自动化，该媒体便可称为数字媒体。

按照这一界定，以数字化方式制作、生产、存储并以非印刷介质进行传播和收受的电子书、电子报纸、手机报纸等无疑均属于数字媒体，同时，那些仍以纸为介质但制作过程实现了数字化的书报刊同样也属于数字媒体；以数字化方式采集、制作视频节目，借助互联网宽带进行传送，以家用电视机或计算机作为主要接收终端的IPTV和网络电视无疑属于数字媒体，同时，那些完成模拟制式向数字制式转变但仍借用传统的地面无线、地面有线网络或直播卫星等方式传输的地面数字电视、卫星数字电视和有线数字电视同样也属于数字媒体，等等。总而言之，广义层面上的数字媒体基本包括了目前许多数字媒体专著或教材中所列举和介绍的一切数字媒体或“新媒体”形态与形式。

狭义层面的数字媒体，专指信息制作、信息处理、信息存储、信息传输和信息收受等各个环节全部实现数字化、计算机化、网络化的传播媒体形式。

狭义层面的数字媒体与广义层面的数字媒体的最大不同是，将制作过程数字化但仍以纸为介质的印刷类型的书报刊和完成了模拟制式向数字制式转变但仍然依靠地面无线、有线网络或卫星来传送信号的数字广播、数字电视等从数字媒体中分离了出去。这样分离之后，数字媒体就主要包括与互联网和各种通信网络有关的网络媒体和流媒体形式以及楼宇电视等新兴媒体形式了。事实上，前面提到过的宫承波主编的《新媒体概论》中所列举和介绍过的绝大部分“新媒体”形式均属于狭义层面上的数字媒体。

以下介绍的即为狭义层面上的数字媒体：

(1) 门户网站：是多数网民接触互联网的第一站，有综合门户网站和垂直门户网站，

^① 冯广超：《数字媒体概论》，中国人民大学出版社，2004年版，第10页。



个人门户、企业门户、商业信息门户和政府门户等不同类别。

(2) 搜索引擎：是一种帮助网络受众在互联网上查询信息的机制，它以一定的计算策略在网络上追踪、捕获各类信息，从而起到一种信息导航作用。

(3) 虚拟社区：是一个供人们围绕某种兴趣或需求集中进行交流的没有物理边界的网络空间，可以实现商品交易、兴趣交流、人际关系扩大、信息共享、公共讨论与表决等目的和功能。

(4) RSS：既是一种 Web 2.0 时代的支撑性技术，又是一种全新的资讯传播方式，它可以使一个网站十分方便地调用其他提供 RSS 订阅服务网站的内容，从而让网站发布的信息内容能够在更大的范围内传播，形成“新闻聚合”。

(5) 电子邮件/即时通信：即时通信即现在人们常用的 QQ、MSN 等网络即时信息传输系统，它与电子邮件一样是一种互联网人际传播的重要方式和媒介。

(6) 博客/播客：博客和播客均是基于 Web 2.0 技术而产生的个人化的传播媒介。从本质形态看，前者为个人表达自我和发表新闻与意见的网络日志，后者是一种个人化的网络广播。

(7) 维客(Wiki)：是一种多人协作的写作工具，它充分利用互联网的超文本特性，允许多人协同写作完成某一文本内容。“作为一种新技术，它既是一种支持多人合作写作的工具，也是一种全新的信息传播媒体。”^①

(8) 网络杂志：是继博客、播客之后出现的又一种网络自媒体形式，它打破了博客和播客的基于页面的线性模式结构，模拟传统纸质杂志的翻页状态，用户既可以将杂志下载到本地阅读，也可以在线阅读。

(9) 网络广播：是传统广播媒介和网络媒介“联姻”的产物，它以互联网为介质，向受众提供音频服务。

(10) 网络电视：是基于 Web 站点的网络视频传播媒体，是传统电视内容与互联网技术形式相结合的产物，可以把电视节目原封不动地在互联网上实时播放或点播，也可以把优秀的视频节目重新编排，供受众点播。

(11) 手机短信/彩信：属于手机媒体的一种形式，通过手机发送和接收各种信息服务，其中，短信主要传输文字信息，彩信不仅可以传输文字，还可以传送丰富的彩色图片、声音、视频、动画等多媒体内容。

(12) 手机报纸/出版：前者是以手机为传播载体传播数字化新闻信息以满足用户随时随地了解信息资讯之需求的一种数字媒体形式；后者是指通过手机下载书籍进行阅读或在线阅读、移动阅读的新型出版形态。

(13) 手机电视/广播：是利用具有操作系统和流媒体视频功能的智能手机作为载体工具，来接收、播放视频节目或音频节目的直观性、便携性的数字媒体类型。

(14) IPTV：也叫交互式网络电视，是利用宽带网的基础设施，以家用电视机(或计算

^① 宫承波：《新媒体概论》，中国广播电视出版社，2007 年版，第 124 页。



机)作为主要终端设备,集互联网、多媒体、通信等多种技术于一身,通过互联网协议(IP)向家庭用户提供包括视频节目在内的多种交互式数字信息服务的媒体类型。

(15) 移动电视:是指受众能够在各种交通工具的移动过程中接收广播电视节目信号的一种新媒体形式,经营主体一般为各种数字移动电视公司等。

(16) 楼宇电视:是指采用数字电视机为接收终端,把楼宇馆所场等公共场所作为传播空间来播放各种信息的新兴电视传播形态。

.....

可以看出,以上各种狭义层面的数字媒体形式从大的方面看,不外乎以互联网为介质的网络媒体形式、以移动通信工具为介质的手机媒体形式、以公共交通工具和公共场所等公共空间为传播空间的数字电视媒体形式等几大类。

在此需要指出的是,下面将要论及的数字媒体的主要特征和本研究后面所要讨论的数字化对传媒生态、传播游戏规则以及媒体内容监管的影响、改变与挑战等问题中的数字化或数字媒体均指狭义层面的数字媒体。

三、数字媒体的主要特征

数字媒体是一种全新的人类信息传播形式,它与各种传统媒体形式相比较,有着许多独有的特征。

(一) 内容的无限性和丰富性

内容的无限性和丰富性是互联网兴起之初被人们认识和强调的关于网络传播和网络媒体的最重要的特征之一。今天看来,其实它也是所有数字媒体传播形态的共同特征。

互联网刚刚被社会与公众认识之时,人们津津乐道的它的最重要的优势和特性之一就是其内容的“海量”。“海量”是一个比喻性说法,用来描述互联网信息容量的“无穷无尽”。这种“无穷无尽”在当时主要是与传统媒体相比较而得出的一个印象。传统报纸每天的版面数是一定的,容量因此也就十分有限;广播电视受时间限制,单位时间内播出的新闻信息也是基本恒定的。而互联网及其以此为介质的各种传播媒体与通道却似乎不受任何物理空间的限制,再丰富的信息都可以借助它得以存储和传播。存储量的无限性加上超文本、超链接等特征的存在,给人的感觉便是,信息种类无限多样,信息内容无穷丰富。信息内容的无限性和无穷性使人类借此走出了信息匮乏和信息饥渴的时代,真正进入了可以自由共享信息、自由传播信息的“信息大同世界”。

内容的丰富性和无限性是目前出现的所有数字媒体的共同特征。由于在数字媒体中,所有信息内容,均被转化为数字“0”和“1”组成的字符串进行存储,因此从理论上讲其存储是可以无穷无尽的,在实际应用上也的确趋近于无限。信息存储和传播的无限性必然会带来信息生产速度的加快和信息生产力的大幅度提高。

(二) 信息传播的快捷性和实时性

新闻传播(包括一些一般信息的传播)的快捷性,是人类新闻传播活动一直孜孜以求的一个目标和方向。早期的报纸基本上是不定期的,有信息、有新闻则出一期,无则不出;



后来周刊出现,再后来日报出现,对信息快捷性的追求大大向前推进了一步,但即使是日报,其所能达到的快捷性也只能做到24小时;广播、电视的相继出现将新闻与信息传播的快捷性提高到了以小时来计算,刚刚发生的新闻可以在每逢整点播出的新闻中很快播出,一些预发性事件还可以做到现场直播。

与此前的传统媒体所能够达到的快捷性相比较,数字媒体显然已经将人类信息传播的快捷性提高到了无以复加的地步与境界。如果说传统媒体时代新闻传播只能做到快捷性(广播电视偶尔能做到即时性)的话,数字媒体则把新闻传播的速度提高到了经常性的即时性和实时性阶段。任何新闻事件一发生,立即就可以在网上发布出来,或借助手机短信迅速得以传播,同时可以不断追踪和连续报道,从而做到实时传播。

(三) 高度的信息扩散性和渗透性

传统媒体的内容传播渠道相对较窄,加上每一个具体的传统媒体只拥有一定层面的有限的受众。在这种情况下,在某个媒体上发布出来的新闻要想在更大社会范围内得到扩散,在很大程度上只能依赖口耳相传,或其他媒体的转载。而传统媒体时代口耳相传的局限性十分明显,同时转载又存在时间上的局限性,这一切导致新闻信息在社会范围内的扩散力和渗透力较为有限。

在数字化时代,由于数字媒体内容的数字化存在形态所带来的内容复制、转贴的极端简便性和数字化传播通道(如互联网、通信网络等)中信息传输的瞬间可达性和快捷性,以及目前为止数字接收终端已经显现出的多样性、便携性等特点,使数字媒体传播的新闻与信息内容可以通过多种渠道迅速扩散到社会的各个角落。一条信息一出现,数字媒体就可以快速地通过链接、转载、引证等多种方式将信息扩散到渠道所伸向的各个末端,甚至是地球的另外一端。因此,用“一石激起千层浪”来形容媒体内容的扩散力量,一点都不夸张。这种信息内容的高度的扩散性和渗透性使数字媒体的潜在社会影响力和影响面与传统媒体相比显然要大得多。

(四) 传播主体的多样性和全民性

在传统媒体时代,传播主体只能是专业化的新闻传播机构和专业性的新闻从业者,普通民众要想借助媒体传播信息,成为大众媒体的传播主体十分困难。在数字化时代,成为传播主体的门槛大大降低,任何人只要能够借助相关设备如个人电脑、手机等登录到互联网,就可以随时成为新闻和各种信息的发布者和传播者。这种情况使得数字化时代的传播主体十分多样。

互联网产生之初流行的一张漫画在一定层面上已经反映出了互联网传播主体的多样化和多元化之特点。那张漫画上,一条狗正在通过电脑发布网络信息,它一边敲击键盘一边对旁边的另外一条狗说:“在网上,没有人知道我们是一条狗。”虽然这张漫画当时强调的是网络信息发布者的复杂性和由此带来的网络信息可信度方面存在的问题,但却从一个特殊视角反映出了网络这种数字媒体传播主体的多元与多样。

在今天的数字化时代,借助各种各样的数字技术、设备和传播通道,如网络论坛、BBS、每一条新闻之后设置的评论区、贴吧、电子邮件、即时通信以及近年来盛极一时的博



客、播客等,全民出版、全民传播早已不再是乌托邦式的神话。

(五) 传受关系的平等性和交互性

在传统媒体时代,大众传媒的传播属于“传者本位”,整个传播活动以传者为中心,传播过程基本上是单向的,传受关系处于相当程度上的不对等状态。传播者拥有传播的主动权,受众基本上只能被动接受;受众在传播过程中的主体性仅仅表现在选择或不选择这个媒体上。受众对传播内容的生产和传播活动的参与程度都有限,难以形成充分的交互性。

在数字化时代,传者与受者之间的鸿沟被消除。虽然媒体仍是最有力的内容生产者,但是,随着传受互动的加强,传统意义上的受众爆发出了改变媒体议程的巨大力量,他们的反馈意见不但可以通过数字媒体得以迅速地传播,甚至可以通过传统媒体的跟进而被助推、放大,从而引起新的话题。尤其是 Web 2.0 时代到来之后,受众的反馈渠道非常畅通,受众与传者之间的交互非常容易,延续了几千年的单向传播模式终于被传受互动模式所取代。

尤其难能可贵的是,传者与受者之间已经不仅仅是你传播、我反馈式的传受互动了,甚至连传受之间的角色与界限也被打破了。个体不再是笼罩在媒体光环下的微小个体,而成了名副其实的媒体内容生产者。传者亦是受者,受者亦是传者,传者和受者之间的不对称关系基本上成为历史。网络的匿名性使相当一部分博客不需要顾忌个人身份,借助于网络平台,公开表达自己的观点。一些公开身份的社会知名人士的博客,更是受到传统媒体的追捧,有的传统媒体开辟专栏刊登他们的博客文章。

与传受关系的平等性相关联的是普通公众话语权及其影响力的提升。传统媒体时期,传播者处于话语的强势地位,这种话语强势在很大程度上决定着受众的认识,受众的话语权基本上是丧失的。在数字时代,这种情况已经改变,传统媒体在传播过程中一言九鼎的风光已不再存在。打个比方,在传统媒体占据话语强势时,媒体说“这是一只猫”,那么,它就是一只猫,而在今天的数字时代,媒体却把判断是猫还是虎的权力交给了曾经被碎片化的个人,个人完全可以质疑“这究竟是不是一只猫”,甚至还可以通过自己习惯使用的数字媒体通道引导大家思考——“这会不会是一只猴子”?

(六) 信息传播的自由性和不可控性

数字时代传播主体的多样性、受众发声空间的扩大与话语权的提升必然带来信息传播自由性的增强和可控性的减弱。

在传统媒体时期,信息传播的“把关人”是组织化的新闻机构和体制化的新闻工作者,新闻与其他信息的传播既要受到严格的新闻法规和新闻政策的控制与约束,又要考虑新闻信息可能产生的对媒体本身品牌和形象的冲击与影响,因此,新闻组织内部的“把关”环节一般来说相当严格和复杂。尤其是在中国,除了新闻组织内部基于新闻政策法规和自身利益考虑而进行的主动把关外,上级党政主管部门有时也会对媒体的新闻信息传播实施直接或间接的影响和控制。在这种情况下,信息传播的可控性较为明显,也因此使得信息传播与意见表达自由受到一定程度的制约。



在数字化时代,任何人都可以通过网络或自己手中的移动通信设备传播信息,这种情况一方面使信息传播主体无限多元与多样了,另一方面也带来信息传播的随机性和灵活性大大加强。传播主体的多元、多样和传播行为的随机性、偶发性使得对信息传播进行控制的可能性大大降低。另外,就通过网络这种数字媒体发布信息的人来看,大多数个人网络信息发布者更倾向于以匿名方式发布新闻或其他信息。这种信息发布的匿名性所带来的一个直接结果就是信息发布和意见表达的自由度的增强。

(七) 信息表现形式的多符号性和多媒体性

在传统媒体时代,新闻和其他各种信息在同一媒体介质上的存在常常只能是一种形式。报纸的信息内容只能是文字的、图片的或图表的,广播的信息内容只能是音频形式,诉诸听觉,电视虽然既可诉诸听觉也可诉诸视觉,从其信息内容的符号来看也是既有声音又有图像还有文字符号(屏幕字幕),因此,在一定意义上已经可以说电视具有表现形式的多符号性和多媒体性,但由于这种多媒体性受制于电视的线性规律,因此并非真正意义上的多媒体。

网络等数字媒体兴起之后,借助数字技术,各种信息内容,不管它是文字信息、声音信息,还是图像信息、图表信息等,都可以被转化成数字“0”和“1”组成的字符串在同一平台和通道中加以处理、加工、存储和传播,并可以借助各种各样的数字接收终端进行接收,这就使数字媒体的信息内容能够真正实现多媒体化。同一个新闻事件,既可以写成文字稿发布出去,还可以做一些录音采访借助数字音频进行传播,也可以制作视频新闻。这种信息的多媒体存在给用户带来极大的自由选择的空间和可能性,用户可以根据自己的兴趣选择自己喜欢的信息表现方式。

(八) 信息传播的跨地域性和跨国界性

传统媒体一般是分地域、分国界的。一个媒体或属于地方性媒体,或属于区域性媒体,或属于全国性媒体,其所面向的地域和所覆盖的地理范围一般来说是有限度的。即使是一些面向世界许多国家和地区发行的报纸或覆盖数个国家和地区的广播或电视,其所发行或覆盖的范围也是有局限性的。

数字媒体则不然,尤其是互联网媒体。由于互联网最大的特点是跨国界、跨地域,因此,以互联网为介质和载体的各种数字媒体天生就是全球性的。在互联网上,任何一个终端发出的信息从理论上讲是能够被全球任何一个地方的人所看到的,只要这个地方已经接入了互联网。也就是说,互联网媒体事实上是真正的全球性的媒体。

全球性媒体之性质使信息传播的跨地域性和跨国界性成为数字媒体尤其是互联网媒体的最重要的特征之一。正如闵大洪所指出的:“数字传媒改变了以往众多传媒地区性传播的特点,使传播的范围扩大至全球。”^①信息传播的全球性和跨地域、跨国界之特点,使一些国家对信息流动和信息传播的控制开始面临极大的困难。

以上是就数字媒体最主要的特征所作的总结和分析。其实,数字媒体还有很多其他

① 闵大洪:《数字传媒概要》,复旦大学出版社,2003年版,第6页。



的特点,如小众化、分众化以及介质的融合,等等。需要指出的是,数字媒体的各种特点无不与数字化和数字技术的物理性能及技术特质紧密相关。

第二节 数字化对传媒生态的影响

由于数字技术及其媒体具有上述的诸多不同于传统媒体的全新特点,因此它的产生和逐渐普及给传统媒体乃至整个传媒业带来了多方面的影响。其中最明显的就表现在对传媒生态的影响上。

“传媒生态”,是借鉴生态学中有关生态系统概念而产生的一个概念。英国生态学家坦斯黎认为,生态系统是指一定时间和空间内由生物群落及其环境组成的一个整体,这个整体内部各组成要素之间保持着相互联系、相互制约的关系,并具有任何系统所必然具有的自我调节功能^①。按照生态学的普遍认识,生态系统既包括生物群落与其外部环境之间的关系,也包括生物群落内部相互之间的物质循环与能量流动。传媒生态(或称媒介生态)概念正是在借鉴了生态学关于生态系统认识的基础上提出来的。

借鉴生态学关于生态系统的认识,同时参考新闻与传播学界对传媒生态的各种定义,本研究对传媒生态作了以下界定:

“传媒生态”,是指在一定时间和空间内各种传媒关系的总和。它不仅包括不同传媒之间的关系,传媒活动各个要素之间的关系,而且包括传媒与社会外部环境之间的关系。我们可以把前者称为传媒的内生态,把后者称为传媒的外生态。

数字化对传媒生态的影响既包括对传媒内生态的影响,也包括对传媒外生态的影响。这种影响目前虽然尚处于进行时态,但总体来看已经相当突出和明显。

从数字化对传媒内生态的影响来看,其主要表现为:一是媒介的介质壁垒开始被打破,媒介原有的传播特性开始被改写,各种媒介在数字平台上逐渐开始融合;二是传受角色开始出现融合,专业人员垄断传播的单极格局受到严重冲击,新闻专业人员和受众共同参与传播的多元格局逐步形成,在此格局中,受众摆脱了在传统媒体时代的被动地位,成为主动的传播者,传者和受众之间的界线渐趋模糊,传者和受众的角色逐渐融合;三是媒体的内容格局开始发生变化,微内容迅速崛起,各种内容形态及其表现形式出现融合。

从数字化对传媒外生态的影响来看,其主要表现是数字化抑制了媒介的传播偏向,重构了传播主体与舆论格局,催生了“三网融合”及产业再造,直接或间接地改写了个人生活和社会生活的组织方式。

当然,影响传媒生态的静态构成和动态变化的因素很多,国家、市场等也是其中最基本、最重要的影响力量。本书以技术为起点展开论述,并不意味着技术是唯一的、决定性的因素。实际上任何技术的演进都不是孤立的,都是经济、社会发展演进的产物。技术本

^① 李博主编:《生态学》,高等教育出版社,2000年版,第197页。



身没有是非善恶,只是因社会意图和社会制度的不同而显示出不同程度的目的性。

一、数字化对传媒内生态的影响

(一) 媒介的融合与媒介传播特性的改变

数字化对传媒内生态最突出的影响表现为:催生了新的数字媒体;打破了媒介之间旧有的介质边界,传统媒体和数字媒体融合为一;重新定义了不同媒介的传播特性,在技术上解除了信息传播的所有限制,实现了全天候的全球传播。

1. 数字化催生了新媒体

任何生态系统变化的一个基本特征是,原有系统中增加了新的因素或者说新的成员。数字化对传媒生态的影响也是如此,其具体表现是催生了新的媒体成员,即我们常说的“新媒体”。

“新媒体”其实是一个相对的概念,它是相对于特定的历史环境和相应的传播技术条件而言的。纵观媒介形式的发展,没有技术成熟就不会有新媒体的出现。造纸、印刷术成就了报纸;电报、无线电成就了广播;更为复杂的光电转换技术成熟之后,导致了电视的出现。

1920年广播的出现相对于有300年历史的报纸是新媒体,而到了1936年,电视成为新媒体。在今天的数字化时代,以纸为介质的报纸和以电波为介质的广播、电视已经成为传统媒体,新媒体则是指运用数字技术传播信息的互联网、手机,等等。数字化信息技术发展极其迅猛,其本身也有不同的发展阶段,因而新媒体的概念不断更新,Web 2.0条件下的维客、博客和播客,成为新的新媒体。

每一种新媒体刚刚出现的时候,人们都会思考这样一个问题,从前的旧媒体会不会消亡,新媒体将走向何方,新旧媒体的关系如何?而且人们往往也会按照对过去媒体的理解来理解新的媒体,比如广播被列宁称为“没有距离的报纸”,互联网一般被视为“第四媒体”,显然是按照报纸、广播、电视的排序进行的。从纸质媒体到电子媒体再到数字媒体,其事实已经告诉了我们,新旧媒体的消长融合是传媒生态永恒的主题。已经存在的媒体不会自动消亡,不会轻易被取代,新媒体的出现改变了传媒生态的格局,改变了信息的获取方式和呈现方式,但是没有改变传媒生态中各种媒体共生竞争的实质。人们对获知信息、传播信息的需求是内在的,也是多样化的,同时这种信息需求也是稳定的、旺盛的,每种媒介都可以从中找到适合自身生存的社会位置。

“尺有所短,寸有所长。”在特殊情况下,数字媒体一旦失去复杂精密的硬件、软件支持,就会变得非常被动和脆弱,而传统媒体因其技术上的“简单粗糙”而显示出顽强的生命力。汶川大地震中,在灾区一段时间内最有效的信息传播媒介是广播,这也使人们重新认识了广播在危机传播中的特殊功能。报纸的存在同样基于某种刚性的社会需求,其可能是得益于自古登堡以来印刷文化的支持,以及获取与携带方面的便捷性。可以肯定的是,在数字化时代报纸虽然可能会有所收缩和让渡,也会主动去运用新的传播技术和适应新的媒介环境,但是它不会彻底消亡。“人们常常对近两年里发生的事评价过高,而对10年



内将发生的事又预测不足。”1999年1月微软董事长比尔·盖茨对下一个10年作了大胆的预言,“我以名誉保证,10年之内,纸介质形式的东西必将被淘汰殆尽。”^①今天看来这个预测显然错了。

2. 数字化消除了媒介的介质边界

传播学家麦克卢汉认为,一种媒介的内容是另一种媒介:“报纸的内容是文字表述,正如书籍的内容是言语、电影的内容是小说一样。”^②其实麦克卢汉描述的这种情况属于因新技术、新媒介的出现而促使媒介相互走向融合的现象。数字技术与以往的任何一种传播技术都一样,提供了媒介融合的可能性,但是数字技术与以往的任何一种传播技术都有所不同,它几乎消解了媒体之间的边界,使传统媒体和新媒体在媒介形态结构、技术功能、业务流程乃至组织机构等多方面均出现了全方位的、双向的融合趋势。

数字技术之前,因信息所依附的载体不同形成了不同的媒体形式。报纸在物理意义上是纸介质,符号意义上以文字为主,当然在摄影技术成熟后,图片与文字融合而成为报纸常用的符号形式。广播电视在物理意义上是电子介质,广播诉诸声音符号,电视综合了文字、图片、声音和图像。数字技术时代,不同媒介形式之间的界限不再泾渭分明,所有的信息被转化为0和1的排列组合之后在根本上是同源同质的,只是在信息的终端呈现上有不同的选择性和倾向性。电子杂志,除了没有使用纸张之外,和纸质杂志似乎没有本质的区别,而且图文表现更加精美生动。那么又应该依据什么来判断它是今天的报纸还是传统意义上的报纸呢?如果是依据报纸最终呈现的是纸介质,其实报纸前端的信息采集和加工传送基本上都是在数字平台完成的;如果是依据报纸所特有的版面语言,其实在网络上PDF格式可以很好地再现报纸的版面语言;如果是依据报纸的容易获得和便携性,也许在未来一个类似报纸的可折叠的电子板在技术和经济上都是可以实现的。

有人设想了在不久的将来可能出现的新闻产品的样子。假设你可以从公文包中掏出一个笔记本大小的电子板。打开柔性的电子板,你可以说:“让我看看今天早上的报纸。”随着电子板的语音识别软件解读你的声音并且识别你的语音模式,屏幕上就会迅速地出现你所需要的报纸的全色印刷电子版。它的确是一种新闻产品的变形体。它的设计看上去仍然像报纸,有头版、标题、内容和图片。但它不仅仅只有这些。随着光笔的点击,一张新闻图片就可以转变为活生生的视频和音频。再一次的点击则可以对今天的头条新闻进行详细的历史分析。再一次使用光笔,你可以激活电子板上的麦克风,它允许你使用声音给编辑发邮件,让他知道你此刻的感受。和电子板整合在一起的个人通信服务技术可以自动地将你的声音邮寄给编辑,编辑可以听到你的反应,并且随后可以将他的语音信息反馈给你。如果一个经典的广告吸引了你的眼球,你就可以使用光笔去提取关于该产品的更多信息。在看到产品的三维图像之后,你可以决定是否购买^③。

① 闵大洪:《数字传媒概要》,复旦大学出版社,2003年版,第7页。

② [加]马歇尔·麦克卢汉:《理解媒介——论人的延伸》,何道宽译,商务印书馆,2003年版,第376页。

③ [美]帕夫利克:《新媒体技术:文化和商业前景》,周勇,张平峰,景刚译,清华大学出版社,2005年版,第339页。



这个设想可能是过头的,也可能是不足的。现实是传统媒体的数字化转型已经不可逆转,例如报纸已经成为或者即将成为数字报纸,报业也已逐渐演变为数字报业。传统媒体在未来可能会遗留一些特有的信息呈现方式,但是不存在明显的边界,都具有提供多媒体信息产品的能力。在未来,媒体在本质上都是数字的。

3. 数字化改写了媒介的传播特性

数字化对媒介传播特性的改写无疑是巨大的。数字技术消除了报纸、广播和电视在信息采集、传播活动的时间和空间等方面的限制;数字媒体在理论上属于全天候的全球传播,它不分时段也不间断,不分地域也不分国家。数字化时代的媒介与数字化前的媒介相比较,无论是就信息传播能力、信息采集加工方式来看,还是就信息的发布、接收和使用来看,其所发生的变化都可以说是非常巨大的。

就传统意义上的报纸而言,其内容传播是在一定的版面空间内展开的,扩版可以加大报纸的内容容量,但是扩版终究不是无限的。实现数字化之后,可以容纳内容的网络空间成为无限的,而报纸可以提供的 content 相形之下是有限的。很多无法被纸质报纸选择刊登的内容在数字空间获得了展现的可能,很多没有被版序等版面语言评价为重要或者非常重要的内容,通过受众的自行搜索可以“拉出”。传统意义上的报纸的传播范围也是有限的,受到地形、交通、天气的自然限制,也受到国家疆界、语言文化等社会因素的限制。按照报道覆盖和发行范围在不同地域的分布,中国报纸被划分为地方性报纸、区域性报纸和全国性报纸。数字技术在理论上打破了各种自然和人为的传播限制,互联网的通信神经无远弗届,任何一个地方的报纸都可以在全世界的任何地方得到传播。当然,数字技术同样可以用来进行传播限制,但是这种限制不是技术本身的特性,而是技术在社会运用上的分化。数字技术本身要求兼容和共享,但是技术的可能性不等于社会的现实性,两者之间总是存在距离的。

广播电视的内容传播是在一定的时间内展开的,近年来的技术发展使频道资源得到大幅扩容,一个台一天的播出时间是各个频道播出时间的总和,可能一天的播出量是若干个 24 小时。数字化条件下,类似报纸头版的广播电视“黄金时间”也不再是绝对的,受众的收听收看不再被广播电视的播出时间表所固定。一部热播电视剧(如《渴望》)能够吸引大多数电视观众的那个 20 世纪 80 年代已经过去了,数字化时代受众的信息接收和节目播放可以是分离的,甚至可以是以受众为主的点播式的。通过互联网,不需要碟形天线也可以接收到卫星直播信号,数字化打开了开放的、灵活的、共享的信息传播空间。

(二) 传受要素的融合与传播权的共享

数字化引发的传媒生态的变局非常深刻,传受间角色、地位及其相互关系被改写,传者和受众共享传播权等,也是这种生态变局的重要表征之一。由于数字技术及其媒体的出现,媒体内部的职业传播者对传播权的垄断被打破,其高高在上的绝对优势地位被冲垮,传播者和接受者的位置关系和原有格局被改写,传者和受众之间的角色区隔不再泾渭分明。人人都是传播者,“我们就是媒体”的传播平权时代开始到来。



1. 传播不再为专业人员垄断,而是扩散到了普通公众

客观地讲,新闻工作者是社会中具有特殊技能的专业人员,他们是打破知识垄断、运用先进技术的先锋。在印刷时代,记者掌握读写能力,精于通过文字写作来记录所见所闻,表达所思所想。在电子时代,记者前期采访的录音录像以及后期的编辑制作等业务流程相对复杂,每个环节都离不开特定的物质技术支持。1881年12月24日,中国第一条电报线路全线竣工。不到一个月之后的1882年1月16日,《申报》刊登了驻北京访员从天津电报局拍发的中国新闻史上的第一条新闻电信,是关于清廷查办云南按察使渎职的消息^①。从电报、电话、BP机、手机、数码相机、便携计算机到海事卫星站,都曾在技术的早期服务于记者的新闻报道,今天的互联网、卫星技术、数字技术也成为新闻信息采集、加工和传播的必要保障。总之,从历史上看,新闻业天然地总是与各种传播新技术相依相偎。新技术可以带来效率、带来竞争优势,但是新技术又往往是昂贵的,不是一般的个人和普通的机构所能负担和愿意负担的。这就使得在数字化时代来临之前,传播权基本为专业传播者所垄断。当然,社会公众也从来没有停止过传播,但由于缺乏对先进技术的掌握,也没有条件通过传媒组织提供的先进设备形成现实的传播能力,因此,与强大的专业人员相比,其传播参与非常有限。

数字化时代到来之后,记者在技术上取得的先发优势很快被技术本身的发展削平了,普通公众在越来越短的时间内可以实现技术上与记者平起平坐。最突出的是那些恰好处于突发事件现场的公众,他们通过随身携带的手机、数字摄像机进行现场记录,然后把记录的素材交给传统媒体通过传统媒体的平台发布,或者直接接入互联网进行上传发布,实现理论上的全球即时传播。2008年5月12日汶川地震当天,CNN相关报道的某些画面来自优酷网“四川省成都市地震,某大学生手机现场拍摄”的视频^②。这在数字化之前的时代是绝不可能的。类似公众参与传播的情况还有,2005年7月7日伦敦系列爆炸袭击发生后,最早一批新闻照片来自手持照相手机的普通民众,包括CCTV在内的不少电视台都以最快速度播放了由现场群众提供的手机拍摄的图片或录像画面^③。数字技术为普通公众提供了信息发布和传播渠道,特别是博客、播客等新媒体的出现,每个接入互联网的公众都在技术上实现了自由、方便地传播信息。一个从专业人员专事传播到普通公众参与传播的时代已经拉开了序幕。

2. 受众摆脱被动成为主动的传播者

传统媒体的技术条件下,通过媒体进行信息传播的人即传播主体基本上是特定的专业人士,其背后还有层层把关人。散落的信息按照特定的标准被甄别、采集、加工、整合,集中到各个媒体,再经由媒体进行传播。其传播模式是从点到面的,是单向的,在这种单向传播模式中,专业化的传播主体居于信息传播的优势地位。

① 王润泽:《技术、制度与新闻的互动》,《国际新闻界》,2007年第11期。

② http://V.youku.com/V_shoo/id_caooxmjcy_NjQzMDg.html

③ 宫承波主编:《新媒体概论》,中国广播电视出版社,2007年版,第11页。



数字化条件下,这种情况发生了改变。受众作为信息的接收方得到更多的权利,获得了更多的主动,受众的多种多样的信息需求得到更多的尊重,也获得更多的选择。数字化改变了由少数的传统媒体向广大的社会公众进行的单向信息传播模式,公众不再仅仅作为接受者、作为反馈者而存在,而是成为主动的信息使用者,“拉出”自己需要的信息而过滤掉不需要的信息。同时受众也成为信息内容的原创者、制作者和传播者。这种让全民共同决定和编织传播内容与形式的情况,让每个个体的知识、热情和智慧都融入传播中,让人们在具有最大个性选择的聚合空间内实现共享,而这恰恰是新传播时代的价值真谛^①。

在2004年美国总统选举中,一些博客明星受邀参加采访。这些博客并没有受过专门的新闻采编训练,缺少新闻报道经验,但是,“博客们关于选举的报道因为生动活泼、无拘无束、随心所欲、没有框框,给读者一种耳目一新的感觉,同时也让读者切实地感受到选举现场的气氛,而这些正是传统媒体所欠缺的”^②。在这个意义上说,博客预示着一个“人人皆记者”的“全民传播时代”的到来,它打破了以往新闻信息由专业媒体传播的局面。任何想写作、想和他人共享内容的普通人既可以既是受众也是记者,成为现实的传播主体。

传者从社会公众中分化为专事传播的人员基于很多方面的原因,其中包括对技术尤其是新技术及设备的较早掌握。在数字化背景下技术对普通公众传播权的制约已经消除,传者因技术获得的优势逐渐被拉平,而受众作为传播者的技术条件相应成熟,在未来,所谓的传者和受众的角色必然趋于融合。

当然技术开关打开的只是一种可能性,哪些人被包括在内,哪些人被排斥在外,是由既定社会框架决定的。比如成为一名记者,即作为传统媒体里专门从事传播活动的主体,不仅意味着掌握媒介技术,还意味着具有政治意识和新闻敏感,还包括拥有新闻采写编辑方面的业务技能和经验,最根本的是记者已经得到在新闻采访、报道、传递和批评自由方面不同程度的社会赋权。也就是说,社会公众在技术上取得和专门的传播者的接近相对容易,但是取得传统媒体同样的社会赋权还有很长的路要走。

(三) 微内容的崛起和各种内容的多媒体融通

内容是媒体传播活动的核心和意义所在。在前数字化时代,传统媒体的内容往往体现出宏大叙事、严肃正式、中规中矩等特点,官方色彩和主流意识形态色彩较浓,且显示出一种声音。数字时代,媒体的内容领域出现了许多新的变化,媒体内容的总体结构和层次变得更丰富了、更多样了,媒体内容中融合了来自社会不同层面的多种声音,有居庙堂之高的“巨内容”,也有来自江湖之远的“微内容”。与此相应,媒体传播内容的良莠不齐也成为不可忽视的特点,同时,社会对媒体内容尤其是数字媒体内容的控制力大大降低,因此媒体的自组织与自律显得日渐重要。

“微内容”借助数字技术的崛起是数字化时代最值得关注的现象之一。在微内容的生

^① 喻国明:《关注 Web 2.0: 新传播时代的实践图景》,《新闻与写作》,2007年第1期。

^② 唐敏:《博客改变了什么——以加拿大 Tyee 网站看博客对主流媒体的渗透》,《新闻与传播》,2006年第6期。



产和展示方面,“博客”是迄今为止最突出的典型。博客是个人创作与收集微内容,并进行集中展示的一个大市场。任何人都可以通过免费的方式完成个人博客的创建、发布和更新。将个人工作过程、生活故事、思想历程、闪现的灵感等及时记录和发布,发挥个人无限的表达力——即作为作者直接贡献微内容;也可以充分利用超文本链接、网络互动、动态更新的特点,精选并链接全球互联网中最有价值的信息、知识与资源,放在自己的博客里——即作为编辑者间接贡献微内容。以博客为代表的 Web 2.0 时代的到来,催生了以社会公众为传播主体的“公民新闻”。这种“公民新闻”区别于传统媒体以报道题材划分出的“民生新闻”和因强调传统媒体社会责任而生发出的“公共新闻”。“公民新闻”强调的是由公众、公民在信息的源头决定哪些事务是值得进行传播的,并决定如何对它们进行记录和书写。

对于社会而言,一则信息在内容上反映的是公共性问题还是个体性问题比其是微小或者宏大更重要。数字媒体是基于个人的,但是个人即使在数字化时代也是社会的。即使像很少出门与人现实交往的宅男宅女,他们其实也自动地属于“宅男宅女”这个新出现的社会群体,这个群体有其共同的特点和相对一致的诉求,而这其中就已经包含了某种程度的公共性。一则消息在海量信息里是否能够引起注意、获得公信,目前来看带有浓厚的消息来源地的区别:来自传统媒体的消息被认为更加真实可靠,来自网络的消息会更多地受到质疑。但是,在本质上,一则消息的力量来自对事实的尊重 and 选择。越是与公共事务相关而且能够真实准确地反映公共事务的消息越容易引发社会关注,而且这种公共性越高,引发的关注就越广。传统媒体的权威性部分地由此积累而来。博客在 1998 年以德拉吉报道克林顿性丑闻而知名天下,博客是否能够成为有公信、有权威的媒体,依赖于博客内容在多大程度上具有公共性。

数字化、微内容和博客,激发并释放了人们的传播热情,也锻炼和提高了人们的传播能力。在数字媒体时代有来自传统媒体提供的巨内容,有来自个人媒体提供的微内容,有来自官方的声音,有来自民间的声音。人们对世界的认识 and 了解得以充分地交流和沟通,人们对现实的意见和主张得以充分的交换和碰撞,数字化打开了一个前所未有的信息之窗,其价值在于避免了正确的意见被堵塞、被排除在外。在海量的信息内容中,真正有价值的内容必然建立在理性、建设性的出发点,服务公益的精神,对事实真实准确的记录,以及客观公正地展开评述议论之上,这一点并没有改变也不会改变。

二、数字化对传媒外生态的影响

数字化对传媒生态内部的各个要素都有影响,对传媒与其外部社会环境进行互动而形成的外生态也同样具有显著的影响。主要概括为以下几个方面:

(一) 数字化抑制了媒介的传播偏向

伊尼斯认为传播媒介的性质往往会在文明中产生一种偏向,这种偏向或者有利于时间观念,或者有利于空间观念。根据传播媒介的特性,某种媒介可能更加适合知识在时间上的纵向传播,而不适合知识在空间中的横向传播,尤其是该媒介笨重而耐久,不适合运