

UNDERSTANDING MEDIA LITERACY:
Origins, Paradigms and Approaches

理解媒介素养： 起源、范式与路径

张艳秋 © 著



人 民 出 版 社

UNDERSTANDING MEDIA LITERACY:
Origins, Paradigms and Approaches

理解媒介素养： 起源、范式与路径

张艳秋 ©著



人 民 出 版 社

责任编辑:刘敬文

责任校对:吕 飞

图书在版编目(CIP)数据

理解媒介素养:起源、范式与路径/张艳秋 著. —北京:人民出版社,2012. 8

ISBN 978-7-01-011323-4

I. ①理… II. ①张… III. ①传播媒介—研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 242854 号

理解媒介素养:起源、范式与路径

LJIE MEIJIE SUYANG:QIYUAN FANSHI YU LUJING

张艳秋 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街 99 号)

北京尚唐印刷包装有限公司印刷 新华书店经销

2012 年 8 月第 1 版 2012 年 8 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:19.25

字数:270 千字 印数:0,001-2,000 册

ISBN 978-7-01-011323-4 定价:39.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042

前言

记得2008年我在英国伦敦政治经济学院做访问学者期间,曾到布里斯托大学(Bristol University)参加了由索尼娅·利文斯通(Sonia Livingstone)教授主持的一场关于“新媒介与青少年教育”的小型研讨会。令我意想不到的是,在讨论环节,来自英国牛津大学、伦敦政治经济学院、伦敦教育学院和美国德克萨斯州大学奥斯汀分校的十几位传播学和教育学领域的大牌教授们,竟把话题集中在“什么是教育”上。教授们并没有彼此争执,而是掏心掏肺地交流了各自对“教育”这一概念的体悟。无疑,那是一次令人心悦的讨论,虽然,在会议结束时,大家并没有就“教育”得出共识性的定义,这也不是他们的初衷所在。

然而,这次经历让我对学术思考有了一种认识上的升华。对于人文社会学科的研究者来说,不论其学术造诣如何,对本学科基本概念的解读将是一个永远没有终结的研究。而正是在这样的不断追问和冥思苦想中,认知才能深入,学术才可前行。所谓“温故而知新”不仅是知识学习的方法,也是学术思考的本质体现。

媒介素养是本书的基本概念,但它远不止是一个学术概念,更是一种社会行动与责任。在理解上的任何含糊与偏执,都会影响个体及社会对媒介素养这一理念的认同,影响相关公共政策的制定及其实现路径的选择。因此,在完成对媒介素养所进行的这次基础性、综合性和学理性的论述中,本书一方面侧重对媒介素养理念的挖掘与路径探索,另一方面,不忘在国际比较视域下对媒介素养的本土行动进行反思与建构。

于是,在完成此次关于媒介素养的专项研究中,笔者力求秉持历史研究、批判研究和比较研究的方法,通过梳理媒介素养与媒介技术、媒介社会、媒介生态、媒介研究、媒介教育、媒介机构、媒介管制、媒介融合等传播学及教育学核心研究范式之间的关系,来探求媒介素养的历史起源与沿革、理念与范式、路径与

实践三大主要问题,这也是理解媒介素养所要做的最基本的功课。

在我看来,对学术概念的探讨应是一个从“知其所以然”到“知其然”的过程。因此,本书并未开门见山地对媒介素养加以概念界定,而是以前三章的篇幅,通过逐层剥离媒介素养与媒介技术、媒介社会和媒介生态的关系,探求媒介素养的历史及现实的起源问题,并由此提出了媒介素养的历史观、社会观和生态观。

具体说来,本书前两章分别从传播技术和传播内容两个维度入手,梳理媒介素养的历史必然性和普遍必要性。第一章主要以麦克卢汉“媒介即讯息”的历史方法论及其鲜为国内学界所知的“媒介四律”为理论支点,从媒介技术发展的角度对媒介素养进行了宏观、纵向的历史解析,旨在阐释媒介素养的历史必然性。作者指出,媒介素养及其实践并不是一个全新事物,而是一个历史产物,它首先是个人获取和使用信息的能力;媒介素养与媒介技术的发展总是如影随形,媒介技术的每一次跃进,总是对个体媒介素养带来新的解构与再建构,进而使媒介素养的外延不断扩展,内涵不断丰富。第二章则以“媒介传播功能”范式为分析框架,从媒介传播的四大功能切入,指出媒介素养是对媒介信息的辨识及使用能力,分析了媒介素养在媒介社会中的普遍必要。

为探究媒介素养的现实必然性与必要性,通过在第三章剖析媒介素养与媒介生态的依存关系,作者首先指出媒介素养研究不能止步于欧洲批判主义和北美实用主义两大范式,而是应该凸显其人文主义和行动主义的气质,践行一种中观的实践哲学。媒介素养应从关心媒介个体使用者的利益,转到关注人与媒介、文化及社会的整体关系,从而摆脱对立式的媒介批评及孤立式的个体媒介化生存策略,将人的感觉、体验、思考、行动与媒介及社会联动起来,以媒介环境的良性平衡与发展为目标,将媒介素养作为一种手段而不是目的,作为实现个体发展与媒介生态平衡的新路径。这样,媒介素养的媒介生态学范式应运而生。

在前三章对媒介素养概念、本质及构成进行了逻辑论证和理论铺垫的基础上,第四章集中对媒介素养理念进行了全面阐述与辨析。理解媒介素养,首先要理解什么是“素养”。事实上,素养向来都是一个关于启蒙与赋权的议题。

素养是个历史产物,价值并非中立,它既是适者生存和角逐竞争的结果,也是一种社会制度;传播技术的发展使媒介文本传播走向普及,也把素养的概念从狭隘的语文形式中解放出来。于是,传统意义上的素养范畴在新的传播环境中已经发生改变,这种改变源于多种媒介共生的现实,进而也决定了个体获知能力必须是多元的,媒介素养作为一个属概念,有其不变的本质及变化的使用语境;媒介素养看似关乎媒介,实质更关乎信息。因此,英国伦敦政治经济学院索尼娅·利文斯通教授对媒介素养的界定更接近媒介素养这些特质,即“媒介素养是在各种媒介语境下近用、分析、评判和创作信息的能力”。^①

值得注意的是,几十年来大力推广媒介素养的联合国教科文组织,在近六七年来开始使用“媒介与信息素养”这一提法。本书第四章对信息素养与媒介素养的关系进行了辨析。此外,第四章还分析了批判性思维、批判主义范式与媒介素养的关系。笔者指出,媒介素养的媒介批判主义范式与批判理论一样,它首先是一种立场,其次才是一种理论;媒介素养运动表象上是培养具有媒体识别能力及批判意识的民主社会公民,但本质上带有追求自由、民主、平等和公正的精神,带有解放弱势群体的宗旨;批判理论需要批判性思维,前者是方向性的,后者是工具性的;在批判主义抑或是功能主义范式之下,批判性思维自始至终都应是媒介素养所倡导并赖以存在的核心能力。

十多年来,国内媒介素养研究的快速发展,已使媒介素养这一概念获得了较为广泛的社会关注。然而,正如美国媒介素养教育学者瑞妮·霍布斯曾指出的,“对媒介素养研究有着浓厚兴趣的青年学者来说,他们所面对最大的问题是媒介素养应该被划分为哪个学科”^②。可见,研究媒介素养、理解媒介素养的一个重要问题就是厘清其学科归属,找到其学术坐标。

因此,本书在第五章重点梳理了媒介素养与媒介研究及受众研究的关系,力求探寻媒介素养在传播学话语中的学理渊源,以此来把握媒介素养研究本身

① Livingston, S., What is media literacy? *Intermedia*, Vol. 32, No. 3 (2004), pp. 18-20.

② Hobbs, R., *Voices of Media Literacy: International Pioneers Speak; Renee Hobbs Interview Transcript*, Date of Interview: March 10, 2011, Interviewed by Tessa Jolls. Retrieved 03/08/2012 from <http://www.medialit.org/reading-room/voices-media-literacy-international-pioneers-speak-renee-hobbs-interview-transcript>

的历史沿革及其学术发展脉络。在首先认同媒介素养所具有的跨学科性质的基础上,笔者提出,如果说媒介研究关怀的是“解释世界”,那么媒介素养则强调“改变世界”。这样,以解构媒介权力、促进公众利益为导向的媒介研究为媒介素养提供了学理支撑,而媒介素养则成为媒介研究的现实行动。与此同时,笔者提出,媒介素养研究属于传播学中的受众研究,一方面,受众研究的传统与范式对媒介素养研究产生了重要影响;另一方面,媒介素养研究又以其所关注内容的特殊性与受众研究的其他范式形成区隔,从而拓展了受众研究的路径,形成一种以赋权为目的的受众研究,媒介素养因此也具有鲜明的社会属性和公共属性。

提高公众的媒介素养,即媒介素养实现路径问题,是讨论整个媒介素养的最终落点。本书的后四章从媒介教育、媒介机构、媒介监管和媒介融合四个不同维度对媒介素养提升路径逐一展开阐述。

媒介教育是媒介素养实践领域中的重要概念。通过探究媒介教育的性质、价值取向、对象、方法、路径及国内外媒介教育的发展状况,我们会认识到,媒介教育具有人本主义和新教育的性质,兼具“保护”、“准备”和“快感”等多元价值取向,它在对象上是一种全民教育,在跨度上是终身教育,在渠道上是立体教育,因此,在方法上应采取体验教育,在讲求学习的迁移与意识的启蒙的同时,重在“授人以渔”。

在推广并促进公众媒介素养的实践中,除教育路径外,各类媒介机构也纷纷参与进来。这其中既形成了以美国“第一频道”为代表的商业性媒介机构参与媒介素养教育所形成的“相悖与相助”模式,也建构了以英国 BBC 为代表的公共媒体参与媒介素养教育所形成的“服务与双赢”模式。无疑,批判性地反思具有不同所有权性质的媒介机构对媒介素养的参与,对我们选择媒介素养实践路径具有建设意义。

近年来,在传播新科技的冲击下,西方一些国家开始将新媒介作为强化公民社会的基础,并将过去的“媒介政策”转为“信息政策”,进而出台了融合性的媒介监管政策。其中,重要举措之一就是通过立法将促进公众媒介素养作为媒介监管机构新的职责,这也使监管从传统的“媒介审查”模式向“消费者建议”

模式形成过渡。可见,推广媒介素养应是一个民主化的措施,政府有责任通过提高公众的媒介素养,来促进社会的公平与发展。

在媒介融合时代,如果说传统媒体面临重新定位的问题,那么,媒介使用者也同样面临自我的重新调适。媒介素养研究视域下的媒介与青少年研究范式因此也发生了转向。数字素养成为媒介素养构成的新内涵、媒介教育的新坐标,这是媒介素养研究及其教育实践对媒介融合与新媒体传播挑战所做出的时代回应。笔者指出,媒介素养总是有其时代性,针对新媒体的特征及传播模式,数字鸿沟、新参与式文化及网络安全,已成为媒体融合时代媒介素养的三大关键性议题,成为媒介素养研究与行动所要努力的重要方向。

近年来,我国媒介素养研究与实践已有长足的发展,这也使媒介素养的学术研究显得愈发必要和重要。有学者认为,学术荣誉就在于深刻地描述和解读社会上正在发生和形成的事物,只有具备这种现实关怀和深刻认识,研究者的学术成果才能够有效地融进影响社会发展进程的潮流中去。显然,一项真正意义上的学术成果,永远是跟时代发展的“问题单子”联系在一起的。这虽是对学术成就评判的一种取向,但是从中我们也有所启迪:文章合为时而著,作为媒介素养研究学者,需要对国内外渐热渐强的媒介素养运动加以理性关注,而对媒介素养本质与起源、理念与范式、路径与实践问题发问与探究,应长期成为媒介研究“问题单子”上的核心议题。谨此,笔者希望本人十年来的研究思考能对我国媒介素养研究与实践的发展有所促进,以求抛砖引玉。

目 录

前 言	(1)
第一章 媒介素养与媒介技术	(1)
一、媒介素养的信息观:信息即权力	(2)
(一)信息即生活:有效的生活是和完全充分的信息在一起	(2)
(二)信息即权利:充分占有信息是享有信息附带权利的前提	(4)
二、媒介素养的历史观:媒介即讯息	(6)
(一)传播技术:推动历史文明进程的力量	(6)
(二)媒介本质:厘清媒介变迁的历史视角	(8)
(三)媒介四律:消长中的获知与传播能力	(13)
三、媒介素养的能力观:素养即能力	(17)
(一)媒介素养:媒介本质与内容解读的博弈	(17)
(二)媒介素养:历史的循环与新概念的涌现	(19)
第二章 媒介素养与媒介社会	(22)
一、媒介素养的社会观:辩证分析媒介是把双刃剑	(22)
二、媒介素养的功能观:客观解读媒介功能的多重性	(25)
(一)守望功能:辨析“真实世界”与“媒介世界”	(26)
(二)教育功能:媒介教化的积极作用与消极影响	(30)
(三)娱乐功能:理解媒介快感与娱乐文本消费	(34)
(四)协调功能:辨识媒介导航的意义与方法	(37)
第三章 媒介素养与媒介生态	(40)
一、媒介素养的媒介生态观	(40)

二、媒介生态下的媒介素养	(43)
(一)多媒介共存,新媒介跃进	(44)
(二)传播全球化,多元文化交互	(45)
(三)媒介运作市场化中的识辨能力	(54)
(四)受众分层中的媒介控制与媒介素养	(56)
第四章 媒介素养理念分析	(69)
一、媒介素养的字面界定	(70)
二、多元素养观	(72)
三、媒介素养的历史性	(75)
四、媒介素养的概念界定	(80)
五、媒介素养与信息素养	(86)
六、媒介素养与批判性思维	(91)
第五章 媒介素养与媒介研究	(96)
一、媒介素养的跨学科性质	(98)
二、媒介素养与媒介研究	(99)
三、媒介素养与受众研究	(103)
(一)受众研究的两种传统	(104)
(二)“从受众出发”的媒介素养研究	(106)
(三)媒介素养研究的两大范式及其受众观	(107)
(四)受众研究范式对媒介素养研究与实践的影响	(110)
(五)媒介素养对受众研究的丰富与发展	(117)
第六章 媒介素养与媒介教育	(120)
一、媒介教育的性质与价值取向	(120)
(一)什么是媒介教育	(120)
(二)媒介教育的多元价值取向	(122)

(三)媒介教育多元价值取向背景分析	(143)
(四)媒介教育的“新教育”性质	(146)
(五)反思“保护主义”范式的媒介教育	(154)
二、媒介教育的对象、方法与路径	(157)
(一)对象上:全民教育	(157)
(二)跨度上:终身教育	(160)
(三)渠道上:立体教育	(165)
(四)方法上:体验教育	(174)
第七章 媒介素养与媒介机构	(193)
一、商业性媒介机构参与媒介素养教育:相悖与相助	(193)
(一)商业媒介机构参与媒介素养教育:对立与合作	(195)
(二)民营媒体参与媒介素养:支持与发展	(202)
(三)媒介素养教育对商业性媒介机构的批判与利用	(203)
二、公共媒体参与媒介素养教育:服务与双赢	(204)
(一)公共媒体参与媒介素养:互动与双赢	(205)
(二)英国广播公司的媒介素养行动:服务与责任	(206)
第八章 媒介素养与媒介监管	(214)
一、媒介素养作为媒介监管的新职责	(215)
(一)英国媒介监管机构 Ofcom 促进媒介素养	(215)
(二)澳大利亚媒介监管机构 ACMA 促进媒介素养	(218)
二、以媒介素养为路径的媒介监管新模式	(219)
(一)推广媒介素养:对传统“媒介审查”监管范式的跨越	(220)
(二)推广媒介素养:向“消费者建议”监管模式的转变	(222)
三、新媒介传播模式挑战媒介监管传统	(223)
(一)新传播模式要求媒介监管重新考量其出发点	(224)
(二)媒介融合要求媒介监管重新思考其社会责任	(226)

理解媒介素养:起源、范式与路径

(三)媒介监管须关注媒介素养的三大关键性议题	(228)
------------------------------	-------

第九章 媒介素养与媒介融合 (231)

一、媒介融合的内涵、影响与挑战	(231)
-----------------------	-------

(一)媒介融合的内涵与影响	(231)
---------------------	-------

(二)“融合式”生存的挑战与机遇	(233)
------------------------	-------

二、媒介融合下青少年研究范式的转换	(238)
-------------------------	-------

三、数字素养与媒介素养	(241)
-------------------	-------

(一)数字素养是媒介素养在数字时代的体现与充实	(241)
-------------------------------	-------

(二)数字素养之于个体及社会的意义	(245)
-------------------------	-------

(三)数字素养与媒介素养教育	(246)
----------------------	-------

四、媒介融合时代媒介素养的三大关键性议题	(252)
----------------------------	-------

(一)媒介素养的针对性与时代性	(252)
-----------------------	-------

(二)数字鸿沟与新媒介素养	(254)
---------------------	-------

(三)参与式文化与媒介素养	(257)
---------------------	-------

(四)网络安全与媒介素养	(261)
--------------------	-------

参考文献	(269)
-------------------	-------

后 记	(291)
------------------	-------

第一章 媒介素养与媒介技术

媒介素养是本书核心概念。按常规做法,笔者应在第一章开宗明义,对媒介素养进行概念的界定和阐释。然而,十年的媒介素养研究历程让笔者深切感受到,界说“媒介素养”,理解媒介素养,并非简单之事。

国内外对媒介素养的研究已有几十年的历史,但学者们对媒介素养的认识一直以来都存有差异和争议。同是理解媒介素养,不同的研究者从各自的学术背景、研究视角加以解读,或认为媒介素养是对传统文字读写素养的扩展,^①或认为媒介素养主要是针对大众媒介的素养,^②或把媒介素养定义为一种观察方法,^③或超越媒介素养的个体属性,强调对其文化属性与社会属性的审视,^④等等。

随着信息传播技术的快速发展,与互联网等新媒体相伴衍生的互动传播模式,使参与性成为公众使用媒介的重要特征,媒介融合的大趋势又对媒介生态、公众自身发展及包容性社会发展提出了新的挑战,这也将媒介素养研究带入了一个前所未有的活跃期。于是,学者们穿梭于媒介素养、信息素养、数字素养、新媒体素养、互联网素养等概念之间,媒介素养研究也在不同的研究范式之间交互摆动。

① Baran, S. J., *Introduction to mass communication: Media literacy and culture*, Mountain View, CA: Mayfield Publishing Company, 2001, p. 38.

② 参见 Baran, S. J., *Introduction to mass communication: Media literacy and culture*, Mountain View, CA: Mayfield Publishing Company, 2001, p. 50.

③ 参见 Potter, J., *Media Literacy*, Thousand Oaks, CA: Sage Publication, 1995, p. 4.

④ 参见 Livingstone, S., Couvering, E. V. & Thumin, N., “Converging traditions of research on media and information literacies: disciplinary, critical, and methodological issues”, in *Handbook of research on new literacies*, Coiro, J., Knobel, M., Lankshear, C. & Leu, Donald J. (eds.), New York: Routledge, 2008, pp. 103 - 132.

理解媒介素养,远不是一个概念界说可以完成的。问题的关键是,媒介素养不仅仅是一个学术概念,它更是一种社会行动。对媒介素养在认识上的任何含糊与偏执,又会影响个体及社会对媒介素养的认同,影响相关公共政策的制定,影响媒介素养推广路径的选择,影响媒介素养教育的具体实践。一些国家在媒介素养教育发展中出现的问题与困惑也证明了这点。

在不同媒介时代,不同媒介模式与不同媒介文化决定了媒介素养有着不同的内涵与外延,这是媒介素养的变易使然。借《易经》的智慧,学者们所要做的,恰恰是简易、简化这些变易的媒介素养表象,从中找到媒介素养的不易、不变之处。显然,这是一个从“知其所以然”,从而到“知其然”的过程。鉴于此,我们有必要首先从探讨媒介素养的历史性着手,从媒介技术的历史变革与公众获取信息能力的对应关系,来探析媒介素养的历史必然,即通过建立媒介素养的历史观,来引导我们剖析媒介素养的变易之相与不易之本,以此来理解媒介素养,推动媒介素养。

一、媒介素养的信息观:信息即权力

(一)信息即生活:有效的生活是和完全充分的信息在一起

从古至今,人们生活的世界从来都充满着庞杂、纷繁、变化的信息。控制论的创始人诺伯特·维纳从控制论的思想出发,对信息进行了新的定义。他认为,“信息是指和外部世界进行交换的内容,以测定我们对这个世界的适应程度,是我们对这个世界的适应性结果。”同时,维纳进一步解释到,“现代生活的需求和复杂性使这一信息过程变得更加必要。我们的报刊、博物馆、科学实验室、大学、图书馆和我们的教材不得不满足这种过程的需要。否则,就达不到这种目的。有效的生活是和完全充分的信息在一起生活”。^① 因此,信息关系到人的内部生活本质,关系到人在社会上的生活。

^① [美]诺伯特·维纳:《人有人的用处:控制论和社会》,陈步译,商务印书馆1978年版,第9页。

从维纳的定义和解释中,我们更加深入地认识到信息对于社会和个人的重要性。我们同时注意到,维纳所强调的“有效的生活是和完全充分的信息在一起生活”的深刻意义。这说明,信息不但重要,而且要有质和量的保证。信息不充分,达不到足够的质和量,就会对实现有效的生活造成不同程度的限制、阻碍。信息不足是“缺失”问题,同理,信息“过剩”,即信息泛滥和超载,同样会造成个体在信息利用和把握上的困惑和困难。换言之,“信息饥荒”和“信息过剩”都不是理想的信息汲取状态,都将挑战人们的信息化生存与发展。

历史上,社会形态变迁对人的生产发展带来挑战的同时也带来发展机遇。农业社会到现代工业社会的过渡,是人类社会发展史上的重要变革,工业化极大地转变了人们的生活方式、思想观念和价值标准。从工业社会向信息社会的变迁,人们同样面临着知识结构、生活方式以及价值观念等方面的挑战。

美国学者嘉格伦就曾指出,“同工业社会相比,信息社会本身的进化速度要快得多。信息社会的首要资源是信息。信息是一种极为特殊的资源。”^①信息社会工具的主要功能是制造、存储、发送和更改信息。如果说工业社会使得人类活动得以广阔扩展的话,那么知识革命则将人类的思维空间大幅度拓展。人类思维空间的延伸和生产力的进步,必然带来一个全新的人类社会。因此,信息和物质、能量并列构成人类生存环境的三大基本因素。^②这足以显示信息的重要性。对于身处现代社会的人们来说,信息就像阳光、空气和水一样,已成为生存和发展的不可或缺的基本要素。

在信息社会,信息日益成为社会各领域中最活跃、最具有决定意义的因素。奈斯比特认为,工业社会到信息社会的变化主要体现在以下几个方面:第一,技术知识成为新的财富,工业经济时代诞生的“劳动价值论”将被新的“知识价值论”所替代;第二,时间观念发生了重要变化,人们既不像农业社会那样习惯于面向过去的经验,也不像工业社会那样注重眼前和现在,而是更强调面向未来

① [美]嘉格伦:《网络教育——21 世纪的教育革命》,程文浩译,高等教育出版社 2000 年版,第 7 页。

② 参见陈卫星:《传播的观念》,人民出版社 2004 年版,第 38 页。

和如何预测未来;第三,生活目标的变化,即更加激烈的是人与人之间的竞争,而不仅是人与自然的竞争。^① 这里所说的“人与人的竞争”主要包括对信息和知识的竞争,尤其是人们对信息获取和使用能力的竞争。

(二)信息即权利:充分占有信息是享有信息附带权利的前提

信息这一概念包罗万象,但整体上,它包括符号、讯息和知识。一般来说,信息大致又可以分为两种类型。一种是强调人文意义的信息,以叙事为特征,主要是通过文字、声音和画面符号所输送的信息;另一类突出与数学有关的信息,主要是通过数字和数值化的符号所输送的信息。在现代科技传播中,这两种信息可以互相转换。^②

本书中,我们谈论的信息更多指人文意义上的信息。这种信息在发生和发展的过程中总是同地点、时间、主题、感情、历史、文化、政治、技术等因素相联系,与人们的生活密不可分,休戚相关。此类信息的基本特征有三:第一,事实性,信息与现实中的事实相关,并通过一定的载体形式表现出来。第二,传达性,信息总是处于在流动过程中,被相关的信息接受者所分享,信息对人文环境和自然环境有很强的渗透性。第三,时效性,信息的功能效用与时间一般呈正比例关系,但信息的模糊性和多义性也会修改信息的时效观念。^③

通过上述信息的三个基本特征我们可以看到,事物以信息的形式,通过载体反映到人的头脑中来。而载体是多样的,可以是自然的载体,如空气、光、声音等,也可以是人造的载体,如平面、电子、数字等各种传播媒体。事实上,随着传播技术的不断更新,外部世界的信息越来越多地通过传播媒介转载到个体,而个体发散信息也更多地依赖传播媒介。因此,信息在很大程度上,成为媒介传播的信息,即我们所说的媒介信息,或信息的媒介化。人们对信息汲取的增加,也就意味着对媒介信息依赖程度的增加。

现代社会中,尽管并不是所有的信息都是通过媒介传播的,但人们对于信

① 参见崔保国等编著:《信息社会的理论与模式》,高等教育出版社1999年版,第60—62页。

② 参见陈卫星:《传播的观念》,人民出版社2004年版,第37—38页。

③ 参见陈卫星:《传播的观念》,人民出版社2004年版,第38页。

息的诉求,在很大程度上是对于媒介信息的诉求。在信息社会中,传播媒介,尤其是大众传播媒介,已成为绝大部分重要信息的承载工具和传通渠道。因此,可以说,信息和媒介信息之间存在一个约等的关系。

除了上述的三个特征,信息还具有影响力。信息的传达性,即信息流动传递的特性,使信息可以在不同主体间穿梭,因此形成了信息对人文环境和自然环境的渗透,这种渗透就表现为信息的影响力。信息的影响力又是多方面的,其中最为重要的一个方面就是在信息的占有和传播过程中的话语权。

话语权指信息传播主体潜在的现实影响力。媒介的话语权是媒介对其传播对象产生的潜在现实影响力。媒介之所以具有隐性的现实权力,主要因为媒介尤其是大众媒介,作为信息传播主体拥有的渗透式的影响力。这也是为什么媒体总被看成是社会舆论和意识形态代言人的原因所在。

在信息流通和供求关系中,媒体向人们提供媒介信息,人们获得媒介信息的同时,也受到了媒介所再现的价值观念和意识形态的说服。我们不能否认,不论传统媒体转载的是大众文化还是精英文化,或是这两种文化的复合体,传统媒介(电视、广播、报刊)的传播模式都是一种精英说教式的单向传播——你写我读(报纸)、你说我听(广播)、你播我看(电视)。信息传播虽然存在反馈,但社会的言论渠道,以及渠道中传输的信息都还主要掌握在少数享有话语权的主流媒介和精英人物手中。一般说来,媒体本身并没有权力,媒体是通过传递信息以影响舆论,进而影响公众以及政府决策来体现其影响力。

无论是对于媒体还是普通民众来说,知情权是话语权的前提和保证。我们常说,“没有调查研究,就没有发言权”。这是说,通过调查研究可掌握第一手的资料和信息。人们只有在占有充分、多元信息的基础上,才能作出自己的价值判断,才能说得有理,做得有据。新闻媒体享有调查、采访等新闻活动的知情权,普通民众也拥有诸如了解政府决策及生存环境等知情权。但是,作为普通民众如何实现知情?决定因素既在于媒介也在于个体。只有媒体提供了全方位信息和多元的观点,受众通过个人的判断和整理,才能够行使话语权,从而对周边事物进行评议或采取行动。

美国传播学家施拉姆指出,有效的信息传播可以对经济社会发展作出贡