

全球化媒介社会背景下的 新闻生产研究

Quanqiuhua Meijie Shehui Beijingxiade
Xinwen Shengchan Yanjiu

李蓉 著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

2016 年度浙江省哲学社会科学规划立项课题阶段性成果(项目编号:16NDJC200YB)

浙江工商大学第四届青年基金重点项目研究成果(项目编号:QZ13-5)

G21
48

全球化媒介社会背景下的新闻生产研究

李 蓉 著

CH



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

全球化媒介社会背景下的新闻生产研究 / 李蓉著.
—杭州: 浙江工商大学出版社, 2016. 12
ISBN 978-7-5178-1992-9

I. ①全… II. ①李… III. ①新闻工作—研究 IV.
①G21

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 307500 号

全球化媒介社会背景下的新闻生产研究

李 蓉 著

责任编辑 张婷婷

责任校对 何小玲

责任印制 汪 俊

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排 版 杭州朝曦图文设计有限公司

印 刷 杭州杭新印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 11

字 数 197 千

版 印 次 2016 年 12 月第 1 版 2016 年 12 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5178-1992-9

定 价 32.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88804228

序一

“你建好了,他就会来”^①

青年学者李蓉博士的新著《全球化媒介社会背景下的新闻生产研究》付梓之际,我想到 800 多年前预告新世纪到来的第一位诗人但丁,他那时意识到了“世界”的存在,他说:我的国家是世界。这种认识成了现代世界被发现的时代标志。“世界”取得真正现代的意义,开始于 18 世纪,它的标志是法国的《百科全书》和瑞典学者林耐的动植物种属分类法。到了 19 世纪,“世界”在广度和深度上得到了巨大发展。这个时代的特点是人类社会结束了相互隔绝的状态,开始意识到一切民族无不以某种方式同其他所有民族相联系。马克思和恩格斯就此写道:“各个相互影响的活动范围在这个发展进程中越是扩大,各民族的原始闭关自守状态由于日益完善的生产方式、交往以及因交往而自然形成的不同民族之间的分工消灭得越是彻底,历史也就越是成为世界历史。”

在今天,尽管世界范围内以新闻传播连接的政治、经济与文化的交流还存在这样那样的鸿沟与壁垒,但爆炸式扩张发展的各种媒介,特别是互联网上的社交媒体,已经将世界编织成一个息息相通的网络整体。它不仅是虚拟的,也是现实的网络世界。当代新传播技术催生了“无人机”新闻、众包新闻、付费墙新闻等新闻传播和产制的全新形式,广泛地影响着全球新闻传播的路径和版图,新闻价值和叙事范式的转型也在引发业界和学界的思考。如李蓉在她的书中所说:“席卷世界的新媒体革命,已经成为全球化的一个结构性因素。新媒体以其无孔不入的技术优势,全面植入全球政治、经济、文化的交流与冲突之中。新媒体在成为全球化的助力器的同时,也日益重塑着全球社会形态。”在这样的境遇中,新闻的产制也因媒介变革而发生了前所未有的颠覆性改变。

2012—2015 年玛丽·梅克尔(Mary Meeker)的互联网发展趋势报告,其主

^① 电影《梦幻球场》台词。

题一直是互联网对社会的“重塑”(Re-Imaging)。当我们真正拥有了如千里眼、顺风耳一样的现代网络通讯技术,当我们每一个人依托移动终端而成为随时随地的信息生产者或者消费者之时,是否意味着我们将更加了解身处的世界?在思考新媒体的发展趋势时,我们会觉察到一些悖论,这也是新媒体时代必须面对的新问题:

其一是精准信息推送与信息窄化。新媒体基于用户兴趣而提供精准信息推送,长此以往将造成用户信息无形中的“窄化”,即只接收自己选择的信息和愉悦自我的信息。网络传播带来的在更大空间中的个体相遇以及随之而来的个人信息窄化,使得形成信任或达成共识的基础变得薄弱了。

其二是精准定位与用户的信息安全。精准定位所依托的对用户信息的收集,需要以精细的个人信息存储为前提,那么,用户的信息安全将成为新的社会问题。

其三是传播的“去专业化”与治理的专业化。新媒体时代人人都是传播者,信息的传播正在“去专业化”,然而不规范的信息传播造成传闻充斥。净化网络空间,需要运营商、制造商和专业传播工作者合作,但实现协同合作就必须解决诸如利益的再分配、技术的突破等难题。

其四是表达渠道的扩展和技术的发展与对人的深度控制。互联网赋予了每个人更多的自我表达和社会参与的权利,人人都可以借助互联网发言。但新的问题出现了:虽然每个人都可以自由地发出信息,但发出的声音绝大部分没有接受者。

其五是技术的发展并不一定带来人的权利的真正延伸。现在传播技术对人的控制,本质上远远大于传统时代。

总之,新媒体给人们的生活带来了越来越多的方便,但在享受技术红利时也要防止人的异化。人创造了新的传播技术,但不该被自己创造的东西所控制,要防止为物所役。渠道的多元与内容的短缺、信息相对过剩与优质资源的稀缺,是凸显出的新问题。新媒体造就的趋向无限快节奏的生活方式,也可能会给人们的精神世界带来新的困扰。这些矛盾和问题,需要我们深入探究和妥善处理。

在网络化世界的现实中,或者如李蓉所言的全球网络社会中,这些问题是中国的,也是世界的。因此,我们就要有充分的自觉意识和强烈的好奇心,去探究与我们所走的路径不大相同的西方新闻世界——他们有哪些最新的收获与困惑?又有哪些应对与反思?关于这些问题,李蓉颇为认真地展开了探索,因而她的书值得一读。

新媒体技术的快速发展,打破了既有的传播秩序与格局,以往的传播学理论已明显不适用于研究新的传播现象。近期新闻传播学界展开了诸多关于学科发展与重建的探讨。我认为从修补角度谈传播学的发展,恐怕是没有出路的。传播学的架构仅是工业革命和大众传播的产物,随着互联网对观念的重构、对消息传递的重构、对内容生产的重构、对人们日常生活消费的重构,以及对新一代人对互联网用途的重构,“媒体”可能是任何一种想象不到的形态,原有的传播学理论已经无法说明新的传播现象。传播学只有与其他相邻学科结盟、开展跨学科研究,才能解释各种互联网传播现象。

传播学若要实现自身的发展与重建,走出目前危机状态的方向有两个:

一是传播学中应引入更多的方法研究,才可能处理互联网传播的各种数据。例如各种大数据新闻的得出,需要运用一定的计算模型来处理、鉴别大数据,为此,传播学研究者也必须拥有高等数学知识。对网络数据的统计,目前还没有有效的从样本推论整体的可靠研究方法,而创新互联网条件下的科学方法论,需要传播学与统计学的结盟才有可能。数据方法研究,在李蓉这本著作中有所呈现。她吸纳了西方学者的一些既有相关成果,用以支撑自己的描述或推论。

二是更多地运用社会学、心理学、社会心理学和其他相关学科的理论来说明各种新传播现象,通过更多的对互联网传播形态的研究,形成新的适应新传播环境的理论假设。而在这种情形下,传播学不大可能再作为独立的学科创新理论假设,而需要与相邻学科合作,甚至融合,才可能取得较为公认的理论研究成果。也就是说,只有通过跨学科研究,才能建构起适应各种互联网传播形态的理论假设和模式。

从跨学科融合的角度看,李蓉的这本著作做出了具有一定深度的尝试。她的新闻生产研究是以媒介传播如何参与社会重构为基点展开的。“移动共生与人际关系的拆聚”“新媒介与人际传播”“移动媒介与移民身份认同”“新媒体与社会内聚力”等诸多前沿思考,以及新媒介新闻生产所带来的人种学问题、性别问题、代际问题、大众心理问题等案例的分析,是在传播社会学、传播心理学的视野中展开。

这本书研究的是新传播技术引发的全球新闻生产的转型、嬗变,这是一个颇具前沿性的学术领域。我一向主张新闻学、传播学的研究要具有“放眼世界”的自觉意识和开阔视界,我一直试图描绘一幅完整的世界新闻传播地图,李蓉的这部新著相当于就此目标做了一篇绪章。而如何应对互联网发展带来的机遇与挑战,需要在以下三方面多加思考:公众需要的新闻价值和其他信息价值的回归、

叙事范式的创新、传播技术的探索性变革。有一句电影台词很有寓意：“你建好了，他就会来”。我们需要投身建设，不断尝试，最终会感动上帝的。如毛泽东在《愚公移山》里说的，这个上帝就是人民。而人民是永远需要新闻的。

陈力丹

2016年12月5日

序二

媒介转型与新闻生产机制的新探索

21 世纪是信息社会、知识社会,也是传播社会、媒介社会。在现代社会,大众传媒作为社会的神经中枢,社会力量的源泉,它不仅以其特有的视角和特定的“密码”报道社会、解释社会、分析社会,还以它独立的意志和价值标准影响社会、建构社会和引导社会。大众传媒真正成为发现社会问题的哨兵,维护社会秩序的法官,开展公共事务的场所,授予地位和名誉的机构,引导舆论、教化民众的导师。

面对强大的媒介,不仅我们的社会和文化将会改变,我们的生活、工作、外表和内心都将被重新塑造。大众传播的无时不有、无处不在、无孔不入,预示着人类历史正在进入全球化、日常化的传播时代。当下大众传媒正以惊人的速度广泛介入政治、经济、文化、艺术、教育、生活等各个领域,这必将使 21 世纪呈现为一个泛传播的时代。在这样的时代,不论你是谁,你都无法拒绝传媒的影响。全球化、日常化的当代传媒不仅影响我们的所见所闻,而且影响我们的所思所想、甚至于所作所为。

借助现代传播科技,当代传媒更是如虎添翼,其海量信息的供给量远远超过人们的接收和处理能力,人们不得不被迫接受传媒信息的狂轰滥炸。随着大众媒介与最新的传播科技(如网络与手机等)进一步联姻,未来传媒不仅会彻底改变传播形态学的面貌,还将全面更新媒介地理学的版图。人类面临的将是传统的专业媒介、大众媒介和地域媒介的消亡,以及业余媒介、个人媒介和全球媒介的崛起,往日习以为常的传播形态学和媒介地理学将被颠覆或改写。

历史也反复证明:一个新媒介的诞生即标志着一个新时代的开始,意味着一种新文化和新生活的出现。只有那些与这一时代的标志性媒介相匹配的人和事物才能获得飞速发展,而那些与之不匹配的甚或相抵触的人和事物将因此受到损害并在竞争中被边缘化甚至被淘汰。因此,了解和熟悉媒介的特点和需求,使

自己的心理与行为与其吻合和匹配,就成了当代人的必修课;拥有媒介与传播知识也成了当代人进入信息社会的护照和通行证。

在这样的背景中,我在两年前撰文提出了“关注未来媒介发展变化的大趋势”的问题。我认为,网络与新媒体传播来势汹汹、不可阻挡,顺之者昌,逆之者亡。传统新闻媒体如何应对已经发生的变化已经非常紧迫。改革比不改革好,早改比晚改好,实行媒体转型和媒介融合,这是几乎是媒体学界和业界多年来难得一见的共识。改革就要熟悉历史、认清现实、洞察未来。在世界范围内,未来媒介将会有五大变化:

一是未来媒介生产的变化。媒介生产元素将进行大胆的科学重组,一些其它产业元素和创新因子将会被纳入未来媒介生产的过程之中,有时甚至会取代原来的主体元素。传统媒体生产者原有的身份清晰、职责分明的制度受到挑战,随着受众参与、社群参与、远程参与等生产形式的出现,媒介融合生产、混搭制造、反复生产、合作创新将成为趋势。专业传播者身份淡化,给媒介产品中出现的品性和质量问题进行后期追究增加了难度。由于“人人都是记者”,“个个都有话筒”,本来的“前端制造”可能有部分变成了“终端制造”,而传统的受众一旦成为传播者,传统的生产规则和游戏规则也必将随之改变。大数据的充分挖掘和利用,可使一切事物都变得可测量化和可预见化,计算机和大数据写作新闻成为新趋势。新闻与娱乐产品私人订制、群体订制可能成为一种新的需求和时尚。新闻与娱乐生产的复合型人才需求急剧增加,人才培养的难度也越来越大。

二是未来媒介内容的变化。新闻媒体会向娱乐媒体和广告媒体发展和变化,不论是报纸杂志、还是广播电视概莫能外。媒介内容的城乡对立可能进一步加剧,城市新闻和娱乐内容充斥在各种媒体的所有空间和时间,有关农业、农村、农民的内容则被挤压在狭窄的角落里。媒介内容视频化、微型化、碎片化、快餐化、庸俗化、粗劣化、弱智化、情色化、个性化的倾向,仍在滋长和蔓延。新闻创新,娱乐创新,寻找新的说故事形态,建立新的叙事资料库,积极探明和激活受众的潜在心理需求,然后给予及时满足,成为所有媒体内容生产和创新的主攻方向。

三是未来媒介经营的变化。传统媒体的经营收入将逐步向媒体外拓展,媒体主业收入一般只会占全部经营收入的大约三分之一,其余均为多种经营或辅业经营收入,并有可能向一切有利可图的领域发展。媒介经营的食物链将不断拉长和无限拓宽,由于媒介产品不同于以往的一次性销售而变得可以多次销售、反复销售、转换形态再继续销售,而且每次销售仍然可以附加广告,其效益呈现出长尾理论所描述的扫帚状——越向后其收益越大,因此经营要着眼于长远目

标和外围规划。利益由媒介独享的时代慢慢终结,转变为同食物链或食物网各个环节和节点共享,不仅要同广告商、中间商签约,还要同上传者、草根媒介、信息提供者等签约,媒介经营活动日益复杂繁琐。机构设置扁平化、分散化、小型化,体制内与体制外之间的经营边界日益模糊。媒体将积极探索媒体联动、网络互动、现场活动、服务促动等立体化、多渠道互动的经营手段。新型的媒介经营活动向领导者和管理者知识结构和能力结构提出严峻挑战。

四是未来媒介传播形式的变化。新闻和娱乐内容接收工具的微型化、多样化和移动化极大地改变了以往新闻和娱乐传播的形态,并持续向更新颖、更便捷、更傻瓜的方向发展。主要表现为:一是融合性。如今任何一种信息接收工具均融合了多种功能:本来通讯工具的手机,现在成了媒介功能、娱乐功能和生活功能集合体。二是异步性。在现代传播系统中,参与者不需要同时处在传播的情境之中,以电脑、网络为主的传播系统和其他许多新媒介,都有超越时间、转移时间的能力,能让个人在较适宜和方便的时间和空间打破正常顺序下载、接收或阅听有关信息和娱乐内容。三是隐身性。最新的随身携带的媒介已经慢慢具有隐身功能,人们接收信息、使用信息和发送信息更加隐匿、灵活、方便,不需要再像过去那样要坐在电视机、电脑、播放器前面,也避免了玩“电话捉迷藏”的游戏。

五是未来信息传播对象的变化。越来越多的媒体管理者发现,现在想用一种媒体让所有的受众在场的时代已经一去不复返了。接受媒体信息的“大众”正在消亡,而一种具有各种视听、阅读特点的“小众”正在崛起。过去聚集在客厅里的受众也不多见了,他们呆在公司、宅在书房、躺在床上、走在路上、玩在户外。新受众产生新媒介,新媒介产生新体验,新体验产生新需求。广播媒体的重新崛起,地铁报纸的走红,车载媒体的热销,微博微信受到全民追捧,各种新闻和娱乐终端的新变化,都是受众变化所引发的巨大改变,聪明的媒体企业正是在发现和服务新变化方面获得了飞速发展的机会,创造了辉煌的业绩。

对于当今时代的传播学者来说,以敏锐的前沿视野和自觉的前瞻意识,深入地研究媒介发展的新状态与新特点、探索传播规律,是必备的素质和能力要求,也是时代赋予的使命和责任。李蓉博士的新著在全球化媒介社会的背景中,聚焦以新媒体革命为动力的媒介转型与新闻生产问题,正体现了关注当下与放眼未来相结合的传播学研究特点。她大胆地提出:“席卷世界的新媒体革命,已经成为全球化的一个结构性因素。新媒体以其无孔不入的技术优势,全面植入全球政治、经济、文化的交流与冲突之中。新媒体在成为全球化的助力器的同时,也日益重塑着全球社会形态。”并以此为基点,广泛而深入地考察新媒体传播对于社会发展、人际关系、民主进程、文化结构的深刻影响,进而剖析了媒介重组与

新闻业转型、在线新闻生产与消费、社交媒体与泛新闻生产、新媒体变革与新型记者等诸多新闻传播学前沿命题。李蓉的全球化媒介追问不是空中楼阁式的，而是把学理思考与源自西方社会的新鲜案例、前沿动态紧密结合起来。人，作为世界的主宰，万物之精灵，是传播的发起者、设计者和操纵者。在这个传媒时代，如何正确、合理和科学地使用和驾驭媒介，无疑考验着一代又一代人的智慧和传媒学科的潜能。他山之石，可以攻玉，相信此书丰富的理论与实践信息以及具有相当深度的学术思考，会给予读者有益的启示。

这本书是李蓉博士赴美国访学研究的成果。此间，她一直和我保持联系，告诉我她的写作进展和学习情况。她是个做事踏实而又勤勉的人，多次和我提到非常珍惜这难能可贵的工作后再次充电的机会。继已经出版的博士学位论文《媒介趣味理论与媒介转型发展研究》之后，李蓉博士很快又取得了新的学术收获与进步，作为她的导师，我感到由衷的欣慰与高兴！

是为序。

邵培仁

2016年11月28日于杭州闲林山水寓所

邵培仁，浙江大学传播研究所所长、教授、博士生导师，浙江大学学术委员会委员，国际华莱坞学会会长，浙江省重点创新团队——国际影视产业研究中心主任，浙江省哲学社会科学重点研究基地——传播与文化产业研究中心主任，浙江省文化产业重点研究基地——娱乐与创意产业研究中心主任，浙江大学传播学重点学科学术带头人，《中国传媒报告》杂志主编，《中国娱乐与创意产业蓝皮书》主编，浙江省传播学会会长，浙江省会展学会会长，Chinese Journal of Communication (CJC, 中国传播学报) 和 CHINA MEDIA RESEARCH (CMR, 中国传媒研究) 等中外多种新闻与传播学刊副主编或编委。

目录

Contents

第一章 新媒体革命与全球网络社会	001
第一节 全球化与全球网络社会	001
一、全球网络社会	002
二、全球/地方关系的重构	05
三、大众自我传播的兴起	09
四、个体与社会自治权的重新建构	011
第二节 媒介化与社会关系	011
一、移动共生与人际关系的拆聚	012
二、新媒介与人际传播	014
三、移动媒介与移民身份认同	017
四、新媒体与社会内聚力	022
第二章 媒介转型与新闻业	027
第一节 大冲击:新媒体与新闻业	028
一、“新闻业已死”?	028
二、转型的可能性	030
三、重估新闻价值	032
第二节 大融合:媒介转型	033
一、融合:从科学领域到媒介环境	033
二、媒介“融合”的多层性	035
三、媒介融合的意义	047
第三节 媒介重组格局	049
一、驱动受众:媒体互联效应	050

二、草根崛起:小媒体生存	060
三、本地化市场:社区门户网站	061
四、媒介化协作:众包	063
第三章 在线新闻生产与消费	67
第一节 在线新闻:溯源与发展	67
第二节 在线新闻的生产方式与特征	69
一、交互性:情境化新闻	69
二、数字新闻	72
三、虚拟化与数字化:在线新闻编辑室	73
第三节 边界重构与叙述方式转型	76
一、软新闻与硬新闻的交叠	76
二、在线叙述与报道模式	78
第四节 在线资源:从评估到消费	79
一、在线资源评估与使用	79
二、在线新闻消费和广告运营	84
第五节 在线新闻的传播影响	88
一、媒介参与:深化民主进程	88
二、强化进公众参与,催生公民新闻	89
三、形成信息重聚,实现大众传播与个人传播相结合	89
第六节 案例:韩国故事与南美故事	90
一、韩国模式	90
二、南美新闻研究	92
第四章 社交媒体与泛新闻生产	95
第一节 新媒体与社交媒体	95
一、新媒体的多元概念	95
二、社交媒体及其功能指向	97
第二节 推特、脸书、微信等主流社交媒体	99
一、推特	100
二、脸书	100
三、微信	101
四、Youtube	102

五、博客	103
六、第二人生	105
第三节 社交化新闻生产与传播	108
一、重新排序	109
二、扁平化	112
三、情感共享	112
第五章 沉浸体验与新闻游戏	114
第一节 沉浸式媒体与媒介体验	114
一、沉浸式媒体	115
二、VR 技术	118
三、媒介沉浸与媒介趣味体验	121
第二节 新闻游戏与体验	124
一、信息图表	125
二、时事	127
三、纪录片	127
四、拼图	128
五、读写教育	130
六、社区	130
七、平台	131
第六章 新媒体危机与新型记者	133
第一节 新媒体发展带来的问题与反思	133
一、大众自我传播与个人孤独症	134
二、传媒技术运用与隐私权	135
三、信息误导与传播失真	137
第二节 新闻主体多元化与记者转型	138
一、媒介转型与职业记者身份转型	138
二、受众参与与生产主体多元化	139
三、权力关系的转移与重组	140
第三节 新型记者自塑与培育	141
一、全球意识与记者职业伦理	141
二、新闻职业意识	142



三、新媒体与记者技术技艺	143
四、记者学习与媒介领导力	145
参考文献	147
后记	158

第一章 新媒体革命与全球网络社会

席卷世界的新媒体革命,已经成为全球化的一个结构性因素。新媒体以其无孔不入的技术优势,全面植入全球政治、经济、文化的交流与冲突之中。新媒体在成为全球化的助力器的同时,也日益重塑着全球社会形态。

在全球化背景下,新媒体发展日新月异,凸显出强大的传播力与影响力。一方面,新媒体突飞猛进地快速发展对于新闻业产生巨大冲击,它彻底变革了媒介生产消费的方式,加速了媒体的转型,加快了媒介融合的进程。另一方面,新媒体对于社媒会发展、人际关系、民主进程、文化教育等诸多方面,都带来了深刻的影响。本章意在从全球范围视角着眼,探讨新媒体的大发展、新媒体在线新闻生产消费与经营管理、新媒体技术应用、新媒体对社会关系的影响以及新媒体与新闻实践等方面探究新媒体的传播影响力。

第一节 全球化与全球网络社会

南加利福尼亚大学传媒技术和社会研究学者 Manuel Castells 在《传播影响力》一书中指出:“网络技术是这种新的社会结构的介质和新的文化。这是一个全球性的网络社会,全球化是一个网络的网络。”^①随着新媒体传播在世界各地蔓延,全球网络社会逐步形成。全球网络社会不仅作为更深刻地推动全球化进程的结构因素而存在,而且成为了全球化进程本身的最新表征。

① Manuel Castells: *Communication Power*. pp. xxviii. Oxford: Oxford university Press, 2013.

一、全球网络社会(The global network society)

网络社会的结构是以微电子为基础,由数字化处理信息和通信技术形成的网络。网络社会结构的实质是在人的组织安排下,用有意义的传播文化编码表达的生产、消费、再生产、经验和权力的之间关系。网络具有全球性,通过计算机的传导,网络超越了地域和机构的界限。

(一)网络社会的时空观念

加拿大学者 Harold Adams Innis 在其著作《传播的偏向》指出传播与时空之间的关系:“根据传播媒介的特征,某种媒介可能更加适合知识在时间上的纵向传播,而不是适合知识在空间中的横向传播,尤其是该媒介笨重而耐久,不适合运输的时候;它也可能更加适合知识在空间中的传播,尤其是该媒介轻巧而便于运输的时候。所谓媒介或倚重时间或倚重空间,其涵义是:对于它所在的文化,它的重要性有这样或那样的偏向。”^① Innis 这里所说“知识”,当是泛指一般的传播内容,他所谓的“时间”和“空间”也是抽取了具体丰富的语境的抽象的时间与空间。

时间历来是哲学家们思考的重要命题。西方传统中,时间长期属于物理学视域中的问题。在亚里士多德时代,古希腊先哲们常常被称为物理学家,因为他们所要讨论的主要是自然,而 physis 最初就是自身涌现的东西。涌现者是如何涌现的?物理学对于自然根基的追问带来了一种时间观念,这从追问伊始就遮盖了本源时间。譬如,亚里士多德把时间定义为现成的现在之流,它自在地流失着。在他眼中,整个物理世界的生灭就受到这种自在之流的时间支配。然而这种观念受到中世纪奥古斯丁的质疑,他在《忏悔录》一书中表达:“那么时间究竟是什么?没有人问我,我倒清楚,有人问我,我想说明,便茫然不解了。”在他看来,时间不是“什么”,“时间只存在于我们心中,别处找不到”。奥古斯丁对于时间的理解具有两个特征,一是“时间存在于人类的心灵之中,是心灵或思想的伸展。”二是“过去、将来统一于现在,通过现在而存在”。这种对于时间心灵化的理解颇具现代意味,在海德格尔《存在与时间》中得到回应。海氏从生存论角度解释时间,认为时间是时间性的到时。时间性有三种到时样式,即“将来”“已在”和“当前”,并据此划分三种视界,“走向自己”“返回自己”和“让……来相遇”。海氏

① [加]哈罗德·伊尼斯:《传播的偏向》,何道宽译,中国人民大学出版社2003年版,第27页。