

新媒体与社会变革丛书

丛书主编 / 江作苏

新媒体 与社会变革

融合·互联·共享
国际学术研讨会论文集

喻发胜 / 主编

江作苏

〔美〕

克利福德·

〇

克里斯琴斯

／学术顾问

李理

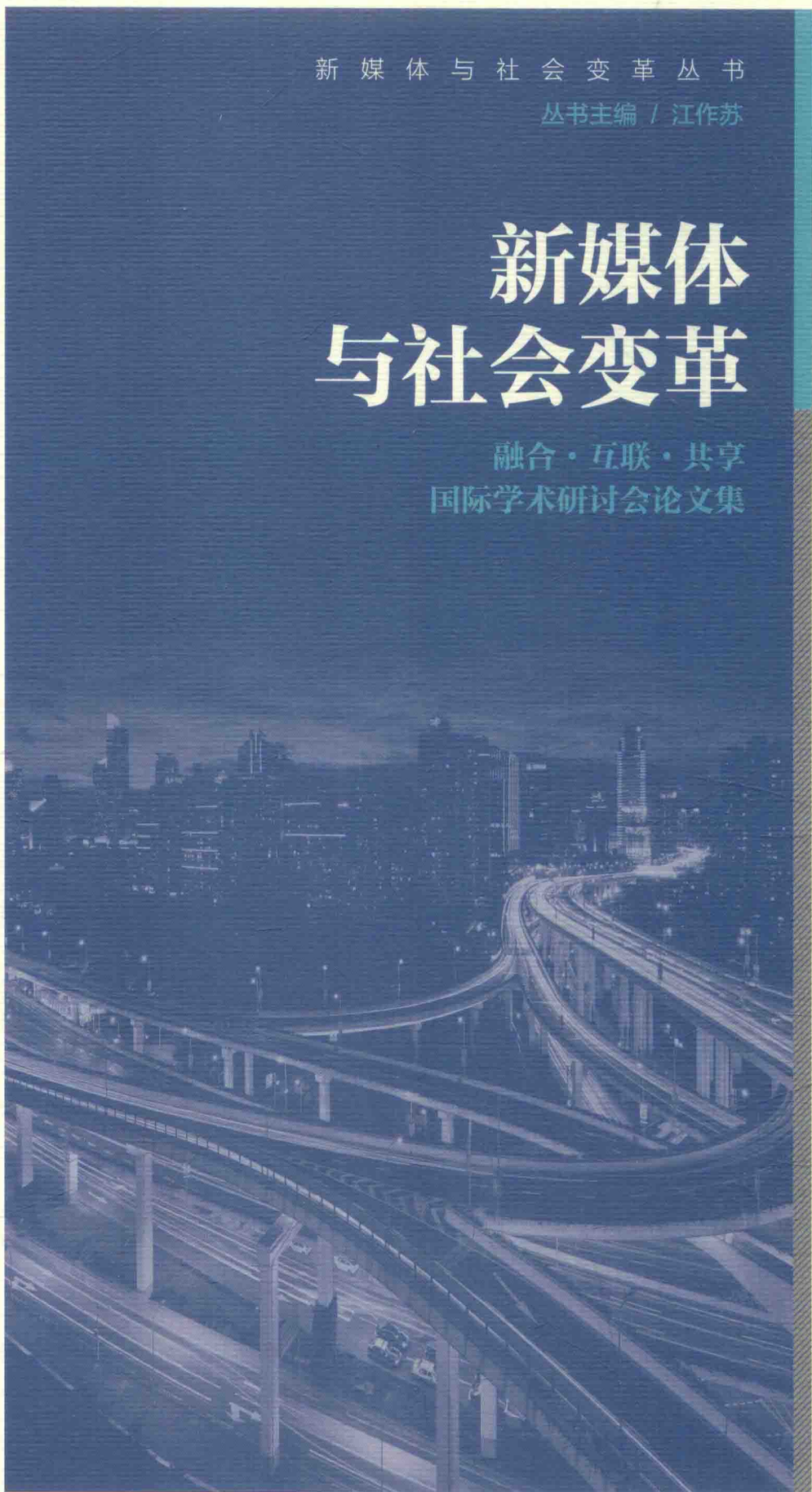
辛静

刘琼

严利华

／执行主编

中国传媒大学出版社



新 媒 体 与 社 会 变 革 丛 书

丛书主编 / 江作苏

新媒体 与社会变革

融合·互联·共享
国际学术研讨会论文集

喻发胜 / 主编

江作苏 [美] 克利福德·G. 克里斯琴斯 / 学术顾问

李 理 辛 静 刘 琼 严利华 / 执行主编

中国传媒大学 出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

新媒体与社会变革：融合·互联·共享国际学术研讨会论文集 / 喻发胜主编. —北京：中国传媒大学出版社，2017.12
(新媒体与社会变革丛书)
ISBN 978-7-5657-2108-3

I. ①新… II. ①喻… III. ①传播媒介—文集 IV. ①G206.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 199078 号

新媒体与社会变革丛书

新媒体与社会变革：融合·互联·共享国际学术研讨会论文集
XINMEITI YU SHEHUIBIANGE; RONGHE · HULIAN · GONGXIANG GUOJI XUESHU YANTAOHUI LUNWENJI

主 编 喻发胜
学术顾问 江作苏 〔美〕克利福德·G. 克里斯琴斯
执行主编 李 理 辛 静 刘 琼 严利华
策划编辑 司马兰 姜颖旻
责任编辑 司马兰 姜颖旻
特约编辑 魏 征 刘 英
封面设计 拓美设计
责任印制 阳金洲

出版发行 中国传媒大学出版社
社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编：100024
电 话 010-65450532 或 65450528 传真：010-65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京玺诚印务有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 14.5
字 数 293 千字
版 次 2017 年 12 月第 1 版 2017 年 12 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-2108-3/G · 2108 定 价 58.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

编 委 会

主 编：喻发胜

学 术 顾 问：江作苏 〔美〕克利福德·G. 克里斯琴斯

执 行 主 编：李 理 辛 静 刘 琼 严利华

编委会成员：

(中文编委) 吴志远 张振宇 周 莉 王 然

陈欧阳 李 理 严利华 刘 琼

(英文编委) 甘丽华 王娴卉 许 玲 胡 瑛

辛 静

序

媒体作为人类文明史的伴随物，始终处在不断变化发展的过程中。新媒体是相对于旧媒体而言的一个概念：印刷媒介较之于金石与竹木介质的读物来说，就是一种新媒体；而电视相对于广播，又是一种新媒体。到了当下的网络时代，人们所指的新媒体，则是那些在计算机信息处理技术基础之上出现和衍生的媒体形态，它包含手机媒介、数字电视、移动电视、微信、微博、博客、播客等已经出现和正在出现的各种媒体新形态。

我们身处的世界正在发生深刻变动，当今中国也正在发生深刻变革。当前，世界上积聚了许多日益增长且需要各国共同应对的多种议题，协同而有效的全球治理变得十分迫切。旧的全球经济治理体系以及发展中国家和发达国家之间经济力量的对比发生了深刻变化，现存的格局滞后于变化的形势，世界向互联互通发展的内在需求越来越明显。全球治理需要共商、共建、共享理念，这些理念的产生与博弈，都影响着当今全球治理体系的变革，而围绕话语传播方式与权利所产生的竞争，也成为各方参与全球治理竞争的重要领域。

世界各国人民有着彼此认知、理解、交往的内在基本态度，共同期待向更完善的文化交流格局迈进，以促进各国、各民族文化在交流中多元共生、交互繁荣。世界历史每进入一个关键的转折关口，都需要一种先进的文化、知识和方案引领。对多元、多变世界的理解能力，以及将这种理解运用于国际关系构建的能力，体现了一个国家为世界贡献可靠方案的知识 and 能力基础。中国的传播学者在应用自己的学术智慧方面，一直把这种责任感纳于其中，希望将传播中的世界与现实中的世界实现更好的对接，引领人类的行为朝着中国哲学主张的“和而不同”方向发展。

新媒体的爆发式增长，催生了崭新的媒介环境，其特征集中表现在多个方面。例如，过去像印刷和广播那样形态各异的技术正在渐渐融合；世界正在从对信息载体增长的渴望，转为对信息载体过剩造成的不安。更为明显的是一种革命性的变革已然在悄悄的碎片式积累中完成，那就是：旧的传播格局所依赖的基本方式，即单向（one-way）的传播，彻底改变为互动的（interactive）传播。出于这种变化，美国《连线》杂志给基于新媒体的传受行为下的定义是：“所有人对所有人的传播。”这样，传播过程中传播者与接受者之间的关系已悄然改变，话语主体之间平等的对话与互动成为一种必然的选择。

互动与对话的形式，其社会学意义不止于信息的互换。按照德国文化学者科斯洛夫的说法：“对话是谈话的域界，其体验的意义超出了语言的表述。”人的身体性与物的物体性超越了接收者、消息、消息传递者形成的信息技术关系。对话中的实际体验不只是一个信息的接收，而是联系与开放的境界。在世界范围内，“我的自媒体我作主”成为网络时代中人人信服的意念，而意念的对接，需要传播理论的创新。理论的功能不止于解释已有的现象，而在于引领未来的实践。

新媒体到底会对人类社会产生多大的冲击，并将引导国际社会走向何方？这并不是一个非常虚幻的问题。当前人们对新媒体所具有的社会能量抱有各种积极的设想，有人甚至还由此预测会有某种“媒体主导的社会转型”出现。感谢计算机科技，让世界产生实时的空间同在场感；感谢网络，让人们说真话的天性有释放的场域。这些平常而具有深刻意义的传受体验，是传播学者不能忽视的基础性民意。

有鉴于此，华中师范大学新闻传播学院筹办了这次“新媒体与社会变革”国际学术研讨会。来自国内外的专家学者在这次研讨会上进行了广泛的探讨。虽然各位学者关注的具体话题有所不同，但所关注的学术聚焦点都与新媒体和社会变革有关，而且都具有前沿性的特点。这里将研讨会发言汇集出版，目的是使其中的观点在更大的范围内得到共享，以推动更深入的探讨。

再次感谢为这次国际学术会议做出贡献的教师和同学们。感谢远道而来的各位学者，期待今后再次相会。

是为序。

江作苏

（教授、博士生导师、华中师范大学新闻传播学院院长、
中国新闻史学会传媒经济与管理研究委员会副会长、
中国新闻史学会媒介法规与伦理研究委员会副会长）

目 录

新媒体多维理论探析

如何研究新媒体？一个“意义科学”的构想	赵雅丽 / 003
Comparative Persona: From Cross-cultural “Celebrity” Analysis to the Transformations of the Public Self in Online Culture	David Marshall / 017
网络行动研究的三种路径	许 玲 闫曼悦 / 032
论新媒体技术对新闻传播的功能影响	李 展 / 038
“信息自由流通”理论的演进：综述与反思	黄 骏 / 044

新媒体时代的伦理与责任

Agenda-Setting for Global Media Ethics	Clifford G. Christians / 055
传播即伦理：媒介伦理理论体系的逻辑起点、道德原则及职业实践	江作苏 / 071
新闻客户端与媒介社会责任	
——基于澎湃“精选”和网易“头条”的对比	贺建平 吕霞飞 / 082
基于聚类分析的湖北省传媒资讯类微信公众号社会责任类型探讨	李亚玲 / 099

新兴媒介形态及影响力

新媒体究竟如何影响我们这个社会	洪浚浩 / 113
媒介进化视角下图像社交与我国提升国际传播力的可能性探析	
——以 Instagram 中美媒体账号对比为例	周 翔 韩为政 / 121
名人财经类微信公众号传播影响力研究	
——以“吴晓波频道”为例	吴玉兰 刘佳宇 / 137
社会化媒体环境下知名媒体人离职告白的互文性分析	李 理 吕 山 / 154

网络自制剧内容生产研究

刘 琼 雷 婷 / 163

中国传统音乐节目在现代传媒中的变迁

——基于武汉地区广播音乐节目的再调查 (2004—2015)

袁 玥 / 174

大数据传播与网络舆情

Using Large Datasets to Study Online Publics

Donald Matheson / 193

卫生计生危机的类型、发生背景及原因探究

严利华 / 207

聚类分析对马拉松虚拟社群意见领袖的甄别与筛选

陈 琦 / 214

新 媒 体 与 社 会 变 革

新媒体多维理论探析

如何研究新媒体？一个“意义科学”的构想

赵雅丽*

摘要：近几年的新媒体大体脱不了社群化（community based）、适地化（location based）、移动化（mobility based）这三个引发媒体使用行为变革的特征。这三个特征也正对应了人际网络（interpersonal network）、信息网络（information network）、行为网络（behavioral network）这三个新媒体的研究范畴。然而不论新媒体如何演进，任何技术或传播活动之所以能被接纳，都在于它们触发了人们追寻其心之所向的目标——也就是意义，而意义正是各种传播行为共通的公约数。因此，本文拟提出一套以意义科学为基础的研究构想，认为新媒体研究，除了人际网络、信息网络、行为网络这三种表层结构的研究之外，或许可再深化其意义网络（meaning network/network of meaning）的分析面向，这样可更为清晰地掌握在新媒体技术变革下，不同传播行为、不同研究视角彼此间异、同、竞、合的微妙关系。

Abstract: The essence of New Media in recent years generally contains community, location and mobility-based characteristics, which all trigger behavioral changes. These three characteristics seamlessly correspond to the interpersonal network, information network and behavioral network of the three New Media research areas of focus. Regardless of how New Media evolves, any technology or communication activities are always accepted, because they encourage people to follow their hearts, and that is meaning. Meaning is precisely the common denominator for all communication behaviors. Therefore, this article intends to propose a set of ways for researching New Media which are based on the concepts of “the science of meaning.” Furthermore, aside from the basic structure of community, location, and behavioral-based New Media research, there could potentially exist more in-depth network of meaning analytical facet. We can then ascertain the differences and similarities of communication with the evolution of New Media technology, research angles, and present both the dynamics of collaborative and competitive natures of New Media.

* [作者简介] 赵雅丽，美国俄亥俄大学传播学博士，淡江大学大众传播学系教授，主要研究方向为口述影像、跨符号研究、意义科学、文化创意产业。

关键词：新媒体 意义科学 意义活动

Key words: new media, science of meaning, meaning activity

一、前言

（一）新媒体研究的焦虑

传播研究对新媒体的焦虑由来已久，研究计划赶不上媒体变化应该是相关领域学者最深刻的感受。常常一种新兴媒体还没有研究透彻，另一种新的媒体又已出现。传播研究并非没有面对过新媒体的经验，广播、电视、计算机也都曾以新媒体的姿态出现，但显然这一代新媒体的发展速度确实前所未见。

学术界该怎么理解、看待与响应这样的局面？是传播研究的速度赶不上新媒体的变化？还是传播知识与传播理论都需要重新定位？事实上，从理论层面来看，新媒体研究有其吊诡之处。一方面，新媒体技术日新月异，任意两种新技术的组合都可以创造出一种新的服务形式。另一方面，人类沟通基础、组织讯息、记忆、思考等核心的认知模式，仍然具有相当的稳定性和常规性。无论媒体传送的技术如何快速变化，无论各种传播渠道、媒介形式与传播平台汰旧换新的速度多快，其实都无法背离人们对于认知规范和意义的核心需求。

因此，本文提出一套以“意义科学”为基础的研究构想，希望能借此找出在当今传播环境中，新媒体生态背后意义网络“变与常”的结构样态。

（二）新媒体的网络结构

当前新媒体的发展大多离不开社群化（community based）、适地化（location based）、移动化（mobility based）这三个引发媒体使用行为变革的特征。这三个特征，也正对应了人际网络、信息网络、行为网络这三个新媒体的研究范畴。

网络这个概念主要包含要素与关联两种特质（Niklas Luhmann, 1995）。以人际网络为例，人际网络中的要素自然是人，而人的数量多寡，又可以进一步分成个人、组织、团体等不同的单位。而人际网络中关联所指的就是探讨个人与个人、个人与组织、个人与团体之间的关系，而归属、参与、孤立、疏远、排斥、忽视、控制、支配、友好、冷淡，则是这些关系的特质。这些网络特征，也正是社群这一新媒体技术背后所凸显的内涵。

对于信息网络而言，也有要素与关联这两种特质。信息网络的要素包含图形、文字、数字、文本等不同形式或不同单位的载负讯息的符号，而这些符号彼此间的各种语义、语法结构、数理运算的逻辑，则是信息网络相互关联的方式。当越来越多的传统信息系统加入了经纬度（例如，GPS的全球定位系统）这个要素之后，在各种应用上产生的可能性正是适地化这个技术的发展核心。

至于行为网络中的要素，则是指使用者在动作与感知上的各种反应，例如，对于光线强弱、声音大小、讯号辨识力、记忆力与组织讯息的反应能力、体力等各种五官感知的特质及认知的能力，人因工程与接口设计也都可视为网络设计所需考虑的因素。

行为网络中的关联，则体现在不同的动作与感知之间能否衔接成流畅的行为。例如，移动通讯设计所要考虑的问题涉及如何单手使用手机，如何在移动情境中为手机的小屏幕设计版面，如何让手机使用体验更顺畅等一整套行为网络。

然而，不论新媒体如何演进，任何技术或传播活动之所以能被接纳，都在于它们触发了人们追寻其心之所向的目标——也就是意义，而意义正是各种传播行为共通的公约数。

本文提出了一套以“意义科学”为基础的研究构想，认为新媒体研究除了人际网络、信息网络、行为网络这三种表层结构特征的研究之外，或许可再深化对其意义网络的分析，这样可更为清晰地掌握在新媒体技术变革下，不同传播行为、不同研究视角彼此间异、同、竞、合的微妙关系。

二、文献讨论

在当前与新媒体相关的技术中，主要以社交媒体、适地化数据与移动通讯技术这三个范畴最具代表性。本文简单整理了这三个代表性范畴所涉及的相关研究。

（一）社交媒体（social media）

社交媒体爆发性的成长使得社群网络的重要性在当今传播环境中独树一帜。2006年推出的Twitter，目前全球用户数已达3亿，而在同一阶段成立的Facebook，目前全球用户数已突破15亿。同样，在中国，微信则是社交媒体的代表，除了拥有将近90%的普及率之外，其透过社交媒体的基础所开发的各种创新服务，更是被全球用户所津津乐道。

当前社交媒体的相关研究大致可以分为三类，包括社交媒体的特性研究、社交媒体对传统媒体的冲击以及社交媒体在各种传播情境中的应用。

对社交媒体特性的研究，主要在探讨社交媒体用户的特质，以及社交媒体中内容产制策略等问题，例如，Marwick & Boyd (2011) 研究Twitter使用者如何在Twitter这样的脉络沟通环境中，通过“想象的阅听人”（imagined audience）指引，来发展他们的沟通策略；Lee, Park & Cameron (2010) 研究在社交媒体的背景下，如何重新评估媒体形式（文本、图文、影片）与内容来源（公关、新闻、使用者生产的内容等）对于阅听人在可信度上的影响力。

有关社交媒体对传统媒体冲击的研究，则多聚焦在社交媒体如何削弱传统媒体的影响力，或如何改变传统媒体的生态上，例如，Snoddy (2011) 探讨社交媒体是

否有可能毁掉传统电视；Stassen（2010）从新闻学的角度出发，探究社交媒体的特性；Waters, Tindall & Morton（2010）则研究社交媒体如何改变媒体环境以及传统媒体的因应策略，例如，新闻发布与媒体工具组（media kit）的配置已经从过去的大媒体组织转移到社交媒体的个人用户手上。

关于社交媒体在各种传播情境中的应用研究，则主要是探讨如何通过短讯、分享、照片、好友等社交媒体特有的沟通设计、沟通工具来提升沟通效果，例如，Taske & Plude（2011）探讨跨世代（如亲子）将社交媒体作为沟通手段的现象；Bardus（2011）研究社交媒体中的健康传播潜力；Yates & Paquette（2011）聚焦于海地地震灾害中，社交媒体在灾难知识管理（emergency knowledge management）工作中所扮演的角色；Harcourt（2011）探究利用社交媒体推广女性运动的可能性；du Plessis（2010）则探讨了如何通过社交媒体进行网络口碑营销工作。

（二）适地化资料

适地化是新媒体的另一个重要特征。在数字运算能力大幅提升的情况下，社交媒体之外的另一个传播变革就是适地化服务的成熟，进而促使数据网络的范式转移。

适地化指的是将资料都接入经纬度卷标，或分析数据中地理位置的特征，使得网络中信息的搜寻与运用更加多元、快速，这不仅增加了信息查询的便利性、实时性，也让信息查询的结果更加细致精准。

相对于社交媒体的研究，适地化的相关主题似乎很少出现在传播领域中。即使在 Lasswell（1948）提出的传播过程的五个要素 5W+1H 之中，也有 which channel 这个要素，但是 which channel 的概念通常被理解为传播的情境，而不是精确的地理位置的编码系统。这种认知与运用上的落差，导致传播研究者在研究新媒体的适地化特质时，总是多了一层隔阂。

Fulk & Gould（2009）指出，技术无法融入脉络（使用者、情境、经济状况等），使得技术长期以来面临无法被整体性的理解与研究问题。Orlikowsk & Iacono（2001）主张，对技术的运用应“基于独特的文化与运算能力，存在于不同社会、历史与机制脉络，以特定方式理解，并且使用于特定活动”；同样的，Fulk & Gould 也呼吁一种更能因应脉络（sophisticated）的理解与研究，才能更深刻地找出技术所导致的因果关系，获得能够跨技术、使用者、脉络的研究成果。

（三）行动通讯网络

适地化所带来的变革，属于资料、文本、内容的变革；而移动通讯所带来的变革，则是使用接口、使用行为、传播管道的变革。例如，如何单手使用手机操作？如何在小屏幕中安排阅览顺序、版面与内容？以及在移动情境中、在上下班时的零碎时间中，阅听人期待哪些内容？其阅听动机是什么？这些都是移动通讯所关注的核心问题。

在传播领域中，长期关注与采用新技术的领域，当属计算机中介传播（com-

puter-mediated communication, CMC)。CMC 研究是跨学科的 (Urso, 2009), 而在 CMC 领域进行研究的关键学者, 同时也在其他领域, 如组织或人际传播领域进行研究。许多原先与人际和组织传播研究共享的理论, 都可以视为现今 CMC 研究的核心理论, 例如, 社会临场感 (social presence) (Short, Williams & Christie, 1976)、信息 (媒介) 丰富性 [information (media) richness] (Daft & Lengel, 1984, 1986)、临界质量 (critical mass) (Markus, 1987)、社会影响 (social influence) (Daft & Lengel, 1984, 1986)、社会信息处理 (social information processing) (Walther, 1996)、社会认同与去认同 (social identity and deindividuation)、适应结构化 (adaptive structuration)、超人际互动 (hyperpersonal interaction) (Walther, 1996)、通道扩充 (channel expansion) (Carlson & Zmud, 1999) 等理论。

CMC 领域近几年对新媒体研究的关注, 主要集中在阅听人研究与服务研究。在阅听人研究上, Schuurman, de Marez, Veevaete & Evens (2009) 分析并比较了行动内容的使用情境以及收看移动电视的时段, 以便更容易理解阅听人收看移动电视的行为; Yung, Juran & McMillan (2009) 探讨阅听人使用移动电视的因素; Hu & Tsai (2009) 提出一套响应阶层模式 (a response hierarchy model), 解释驾驶人在移动时, 使用移动电视的动机; 此外, Groening (2010) 则从社会文化批判的观点, 讨论各种移动科技, 包括手机、移动电视等设备的使用情况; Davis & Sajtos (2008) 研究在移动与电视双管宣传下, 如何测量消费者的反馈 (interactivity); Schuurman, Courtois & de Marez (2011) 研究比较当时青年使用新媒体, 并减少使用传统媒体如电视或广播的情况, 等等。

在技术与服务研究方面, 如 Lam (2011) 研究小屏幕、个人化取用的便携媒体 (portable media), 包括移动电玩游戏、移动电影、移动电视等内容对用户经验的影响; Scolari (2008) 从美学的观点出发, 研究超链接电视 (hypertelelevision) (即多媒体互动电视) 内容的文法 (grammar), 等等。

三、如何分析新媒体的意义网络：意义活动理论的概念架构

从前一小节所讨论的相关研究来看, 近几年新媒体的本质大体离不开社群化、适地化、移动化这三个引发媒体使用行为变革的特征。这三个特征, 也正对应了人际网络、信息网络、行为网络这三个新媒体的研究范畴。然而, 不论新媒体如何演进, 任何技术或传播活动之所以能被接纳, 都在于它们触发了人们追寻其心之所向的目标——也就是意义, 而意义正是各种传播行为共通的公约数。

新媒体研究的困境就像 Fulk & Gould (2009) 所提到的, 一方面, 技术无法融入脉络 (如使用情境和使用动机等), 从而使新媒体的内涵无法被整体性理解与研

究；另一方面，每个传播的情境或脉络都是独一无二的，脉络的深化也可能会让传播理论或传播研究的成果陷入碎片化的困境。

用意义网络来思考新媒体的内涵，可以对新媒体的各种技术特征（如移动通讯、虚拟现实、GPS等）进行整体性研究，也有助于深化与衔接不同面向的新媒体脉络研究。

整体而言，网络与系统是两个接近的概念，两者的相近之处在于两者都强调结构这个特质，而两者的相异之处在于网络比系统更强调对脉络这一特征的分析，或者说，凸显脉络特质的系统，也可以视为网络。

但何谓脉络？脉络其实是一般性的概念，每个提倡强化脉络研究的学者，对脉络的期待与定义其实都有所不同，整理这些与脉络相关的概念，包括从一般性的概念到具体的操作性定义，可将这些内涵分成以下四个层面：

首先，脉络是指尽量接近真实情境的研究设计，也就是避免对变项过度控制引发实验室情境的偏颇。其次，脉络是指一种注重厚描（thick description）的研究方法，例如，使用扎根理论（grounded theory）或民俗志学方法（ethnographic research）进行研究。再次，则是强调研究对象应该以一个个真实的活动作为观察、描绘与分析的单位，而这一工作，正是研究者发展意义科学与意义活动理论的核心内涵。最后，则是希望进一步将概念转化成操作性定义，通过量化分析找出“多个”变项之间“历时性”的显著关联，甚至发展出行为脚本的预测模型，而不仅止于一般两个变项之间静态的关联分析，这类脉络研究的内涵其实也正是对当前大数据分析的期待。

因此，以下将介绍何谓意义科学？并说明如何通过对意义活动理论的分析架构，探讨新媒体变革中所展现的意义网络。

四、如何分析意义网络：从意义科学到意义活动

（一）什么是意义科学

随着社会传播行为的蓬勃发展，传播科技在社会整体活动中持续占据了议题的发言权和主导权，相对而言，传播研究与传播学术界的专业性，却似乎并未获得同等的关注。而从20世纪90年代开始，美国几所颇具名望的大学也相继裁撤与传播相关的系所。这种发展上不相称的落差，背后究竟代表什么意义？传播的专业究竟是什么？传播学科如何自我定位？这些问题也已成为传播学科内部近20年来从未间断的讨论（Craig, 1993, 1999, 2007；Anderson, 1996；Donsbach, 2006；Cheney & Ashcraft, 2007；须文蔚、陈世敏，1996；潘家庆、罗文辉、臧国仁，1996；赵雅丽，2005，2006）。

研究者过去长期研究的方向，就是希望将传播学发展成一门意义科学，这样的

概念与想象主要是为了响应传播学发展的需求。如果社会中这些信息传播行为不可被视作一种意义传递与分享的活动，而传播学正是一个研究意义如何被传递与分享的学科，那么，我们能不能将传播学视为一个以处理意义为专业的社会科学领域？（Donsbach, 2006；须文蔚、陈世敏，1996；赵雅丽 2005，2006）。

研究者长期进行意义科学的研究工作，是试图搭建一个强化传播领域中各个次领域间比较与对话的后设理论平台，进而促进传播学由理论走向实践。从意义的角度来理解与凸显传播的专业性，进而增加传播专业在社会实践过程中的可辨识性、可操作性，乃至增加传播各个次领域在知识内涵相互对话上的逻辑性、系统性与严谨性（赵雅丽，2005，2006，2010）。

（二）意义科学的研究内涵

意义科学的研究工作主要聚焦于两个轴线。第一，什么叫意义？我们如何把意义科学作为比较与整合传播理论的平台，并提供次领域间相互对话的场域？第二，什么叫科学？如果说科学指一种严谨的学问或知识系统，它能让我们更清晰地掌握意义本质的思考体系，那么科学一词暗示着何种可能性？

当前的相关理论又提供了哪些基础？整体而言，意义科学的主要内涵（如图 1 所示）包含以下两点：

1. 以意义系统作为不同领域知识间相互比较的平台

Fisher (1978) 指出，意义这个概念可以说是所有传播活动最大的公约数，因此，相对于意义系统而言，传播领域所探讨的不同的传播媒介、不同的符号系统、不同的文化系统，甚至不同的意义情境，都可以说是一个意义系统的次系统。以意义系统作为一个理论分析框架，可以让传播领域内各个次领域间的知识有更为顺畅的对话基础，也有助于内部理论知识的衔接性和严谨性，进而强化领域内部知识整合的能力（赵雅丽，2010）。

2. 建立意义系统结构、行动二元性的具体内涵

意义系统的特质，在于其具有结构、行动二元性（赵雅丽，2006，2013）。简单地说，如果我们将传播行为视为一个意义分享与意义传播的活动，那么在这个意义活动中势必包含结构、行动两个要素。所谓的结构，就是指产生一个行动所需的所有元素的总和，这些元素具有紧密的关系，共同构成一个意义系统的结构体；所谓的行动，则可以看成是促发结构体改变的驱动力。

从上述的定义来看，结构与行动二者是相互定义的，同时也是相互建构的。而一个活动本身，从发生的瞬间就会自动生成一个新的元素，并成为决定下一波新行动是否发生与如何发生的结构要素。

（二）意义活动的理论内涵

活动理论主要是从意义科学的研究架构中延伸而来。在意义科学中，意义层次、意义情境等概念主要侧重于对意义的内涵或意义的静态结构分析，相对的，对意义