



媒介演进中的价值观引导:历史嬗变与当代审思

罗滌^a,温健琳^b,赖炳根^a

(重庆大学 a. 党委学生工作部; b. 新闻学院, 重庆 400044)

摘要:价值观的形成与发展离不开具体的媒介环境。文章从媒介的演进考察各时期价值观引导的特征,并认为,由媒介的变革引发了价值观引导的变迁,其积极的影响表现为公共媒介的公共文化传播、从媒介主体到自我主体的证验和从面对媒介到面对人的回归,其消极的影响表现为持久与扩张的错位、去中心化以及价值观的“看”僭越了价值观的“读”。由此,文章认为,在当代媒介环境下价值观的引导应当加强媒介素养教育和媒介规制,培养读与思、听与说的书面、口语传统习惯。

关键词:媒介演进;价值观引导;媒介规制

中图分类号:G20

文献标志码:A

文章编号:1008-5831(2013)06-0148-07

一、媒介与价值观

社会性是人的基本属性,人的社会性决定了个人在生产生活中与他人或群体的交往性,交往必然涉及信息的交流,无论是口头信息或是书面信息或是其他形式的信息交流都在生产生活中扮演了重要角色。信息交流离不开媒介,所谓媒介,就是信息得以在空间上移动,在时间上保存的载体,是扩大人类信息交流能力的传播中介物,媒介包括个人与个人进行信息交流的中介物(如电话)和用于社会公众进行公开、定期传播的工具(如报刊),前者称为私人交流媒介,后者称为大众传播媒介^[1]。媒介决定论学派的代表人物麦马歇尔·麦克卢汉(Marshall McLuhan)认为,媒介是社会发展和社会形态变革的决定性因素,他提出“所谓媒介即是讯息只不过是说任何媒介及人的延伸对个人和社会的任何影响都是由新的尺度产生的,我们的任何一种延伸或曰任何一种新技术都要在我们的事务中引进一种新的尺度”^[2]。媒介决定论学派的另一位代表人物哈罗德·伊尼斯(Harold Innis)从文明的进程考察了媒介的文化功能和意义,他指出:“一种新媒介的长处,将导致一种新文明的产生。”^[3]有研究者这样归纳伊尼斯在媒介决定论中的创造:“他把文明的生长、发展和衰落与某种传播形式及其所依赖媒介的发轫、流布和变异联系起来,传播与媒介的作用被比作是‘密涅瓦

收稿日期:2012-12-19

基金项目:教育部人文社科(高校思想政治教育)项目“微博使用现状及思想政治教育工作跟进研究”(12JDSZ2046);重庆大学思想政治教育研究重点项目“基于传播学理论的微博思想政治教育研究”

作者简介:罗滌(1971-),女,重庆铜梁人,重庆大学党委学生工作部副部长,副教授,硕士研究生导师,主要从事高校德育研究;温健琳(1980-),男,四川乐山人,重庆大学新闻学院讲师,主要从事网络思想政治教育研究;赖炳根(1983-),男,福建明溪人,重庆大学党委学生工作部讲师,主要从事网络思想政治教育研究。

猫头鹰’的翅膀,文明精神要凭借它才能飞翔。文明的发生伴随着新的传播与媒介形式的采用,文明的繁盛伴随着某些媒介形式之间的平衡,而文明的衰落是与帝国的形态密切相关的,帝国是传播及其媒介在一个文明中最终政治效果的表征。”^[4]

文明的进程、文化的形态与媒介都是如此的息息相关,更何况作为文化核心内容的价值观,因为价值观是“人的价值意识中抽象层次最高、最具普遍性,从深层本质和规律层面来反映人们的需要和要求,反映人们对社会生活实践的根本性的、重大的问题的态度的价值思想或观念及其思想体系”^[5]。价值观总是在具体的媒介环境中生发,其形成与发展不可能摆脱媒介的影响,基于此,本文拟从媒介发展变迁的角度考察价值观引导的特征和规律。

二、媒介演进中价值观引导的特征

现代媒介的演进大致经历了报纸、广播、电视、网络、手机的进路:20世纪前大众传播以纸质媒介为主;20世纪20年代至90年代中期,广播、电视媒介成为大众传播的重要手段;20世纪90年代中后期网络传播时代来临;2008年起,微博等新兴媒介粉墨登场。本文依循这样的界分形式讨论媒介演进历程中的价值观引导特征。

(一) 纸质媒介时代的价值观引导

纸质媒介的出现可以追溯到东汉时期蔡伦发明普通用纸,限于本文题旨,媒介与价值观的讨论限于现当代中国社会,以五四运动作为时间起点。广播出现以前,报纸、杂志是大众的主要文化读物,其特征是:(1)影响力辐射较小。五四运动期间,报刊图书的出版是思想论争的主要阵地,各种派别都通过出版物宣扬各自的理论。总体来说,这一时期的发行量较低,以《新青年》的发行量为例,到1917年,《新青年》的发行量已由1915年的每期1000份增加到15000~16000份^[6],与现在的杂志动辄上百万册的发行量相比,这个时代出版物的影响力并不算大。而且主要集中在中心城市,在广大农村地区,广大青年只有通过聆听阅读过《新青年》杂志的传播者采取某种讲习堂或集会讲演的二次传播方式接受新思想。但在当时媒介不发达的情况下,报刊图书出版物是唯一的宣传工具,各种社会思想通过出版物的发行得以扩展。(2)单向度的输入式引导。价值观的论争多采取杂志上发表论争的形式,即有学识的人士在当时影响力大的出版物上发表文章,这就决定了只有那些既有学问同时又了解青年需求的传播人士能够赢得受众,赢得当时的青年,如李大钊主办的《每周评论》、毛泽东主编的《湘江评论》等。如,毛泽东在《湘江评论》创刊宣言中写道:“世界什么问题最大?吃饭问题最大。什么力量最强?民众

联合的力量最强。”抓住了大众的需求,同时又通过朴实的语言表述真理。这种媒介引导价值观的方式是单向的,能在主流出版物上发声的思想传播者毕竟是少数,广大青年受众被动式接受,评论和参与的机会有限。

(二) 广播电视时代的价值观引导

20世纪20年代,大众传播的媒介多了一样新生事物:广播。党和政府利用广播进行思想教育、价值观引导则可以追溯到1940年12月延安新华广播电台(中央人民广播电台的前身)正式开播,这是中国共产党第一次通过电波向全国人民宣传党的方针政策,让世界了解中国人民的民族解放事业和革命事业。中国家庭电视机的普及大约在20世纪80年代中期。在网络媒介时代到来之前,广播和电视是大众传播的源头,对价值观的引领起到了重要的作用。(1)广播、电视的普及性与时空的拓展性。广播、电视媒介的一大特点是可以针对任何听众,甚至是文盲也可以接受传播。从1940年到1949年的战争年代,广播的功能在于凝聚人心,鼓舞士气。解放后至电视机普及前,广播成为了纸质媒介以外的第二重要的媒介,如“文革”时期,广播作为唯一的电子传媒成为宣传极“左”思想的舆论工具。20世纪80年代中期,电视在中国城市家庭大量普及,电视成为了人们茶余饭后的精神大餐,也是了解信息的重要渠道。广播、电视媒介所涉及的空间无处不在,几乎只要卫星电视信号能覆盖的地方都能收看电视节目,从而拓展了传播的时空场域,使传播成为多样化、开放式的传播。(2)潜移默化的涵化效果。广播电视媒介对受众价值观的引导主要表现为一种潜移默化的涵化效应,即在电视引导下观众悄然形成了共同的世界观、价值观。随着电视机的普及,大众有了除广播(电影)以外的了解外面世界的重要窗口。由于电视声光电技术运用给视觉听觉带来的强烈震撼,青年人对电视的热爱远远超过了收音机。电视节目内容从“霍元甲”到“加里森敢死队”再到“大话西游”,从单纯的爱国主义价值观引领到西方英雄主义的介入再到无厘头搞怪,青年们从思想到行为上开始竞相模仿,如男青年留长发、穿喇叭裤构成了20世纪80年代中期到90年代初期电视文化影响的特殊景观。

(三) 网络时代的价值观引导

自1994年中国正式成为国际互联网大家庭的一员以来,十几年间,中国网络媒介迅速发展。据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的报告显示,至2012年6月,中国网民数量达到5.38亿,互联网普及率为39.9%^[7]。到新浪、搜狐等门户网站上浏览新闻,到BBS论坛上发帖、回帖成为这一时期青年人的必做功课。(1)开放的信息高速公路。如果说电报的发明将人类社会的传播带上了第一条信息高速

公路,那么互联网的出现则是将人类带上了第二条信息高速公路。在网络信息高速公路上,没有东西南北的疆界,没有国家和民族的界分,有的只是大爆炸似的信息流的驰骋。新闻信息、文化知识以空前的速度和广度得到传播,同时反动、黄色、暴力等不良信息也在这条高速公路上急速奔驰,席卷的尘埃裹挟了缺乏免疫力的青少年。(2)从“推”到“拉”的个性化选择。网络媒介时代以前,书籍、报刊、广播电视等对人的影响是植入式的,基本是将信息“推”给受众,而在网络时代,受众可以自主选择从网上“拉”信息阅读。受众对信息的个性化选择导致网络媒介竞相争夺受众的眼球,为了提高点击率,网络媒介采取各种美化加工手段,甚至捏造虚假信息,社会价值观的引导也在由推到拉的转化张力中争取自己的受众。

(四)“微”时代的价值观引导

随着互联网的纵深发展,网络媒介出现以微博为代表的新兴媒介。2008年,微博在中国悄然兴起,用户人数不断攀升,并逐渐成为人们沟通交流、获取信息的重要平台。据中国互联网信息中心统计,至2011年12月,中国微博用户总数达到2.498亿,成为微博用户世界第一大国^[8]。人们除了借助微博获取信息、休闲娱乐外,微博更成为了大众自我表达的重要平台。(1)舆论场的微力量。微博作为自媒体,其特有的短、平、快的信息传播方式对于公共事件的报道起着舆论引导的作用,微博大量转发形成的信息扩散效应足以形成强大的舆论场,代表着一种由点到面,由浅入深的影响力。以2010年中国微博元年为例,从年初的“随手拍照解救乞讨儿童”,到年中的“7·23”动车追尾事故,再到年末的校车安全问题,微博相伴了中国社会中的各种问题与困惑,微博蹦发出的“微力量”引发人们对伦理道德的思考,对于价值观的引导起到了积极的作用。(2)乱哄哄,你方唱罢我登场。微博传播迎合了现代人的消费理念、生活方式,3G技术的发展解决了信息接收终端的问题,手机成为信息发送接收的终端,一人一手机可以在任何网络信号覆盖的地点发声。于是,微博便成为各种文化现象涌现的场所,其中,有强迫症病相的“微博控”、有狂热的加粉追星、有煽风点火的起哄,光怪陆离、戏谑调侃,各种声音“你方唱罢我登场”。详察微博的语言特点,多了个性与叛逆,少了厚重与沉稳,标示着青年文化对社会主导文化的排斥、偏离。

三、由媒介的变革引发的价值观引导的变迁

媒介的演变与社会价值观的变迁保持了一种同步演化的关系,媒介的变革也引发了价值观引导的变迁。

从积极方面看,包括以下三个方面。

第一,公共媒介的公共文化传播。纸质媒介时

代发展到网络媒介时代尤其是新媒体时代,一个显著的特征是带来了受众接受教育的形式变化。网络媒介降低了接受教育的门槛,学科专业知识可以通过电视网络远程教育的形式传播,陌生的事物“百度一下,你就知道”,网络的海量信息和强大的搜索功能让媒体成为了公共的媒体,文化成为了公共的文化,万俊人教授指出:“公共媒体对现代文化的普及承担着重要的传播使命。传统文化本质上是一种精英文化,其传播方式是师徒传承式的,师傅带徒弟,一以贯之,形成相对固定的学统渊源关系和知识发展谱系。现代教育和现代文化的特征则是公共化。”^[9]而社会公共文化中的社会政治观、道德观、文化观等价值判断可以通过公共媒介如微博等新媒体迅速扩散、无限放大,从郭美美炫富事件到南京的天价烟局长再到陕西的“表哥”,一经微博大量转发后,公众便展开了一场轰轰烈烈的道德大讨论,参与其中的人们在真理越辩越清、越辩越明的过程中接受了价值观的教育。

第二,从媒介主体到自我主体的证验。在单纯纸质媒介时代和广播电视媒介时代,媒介对受众的影响是植入式的,这种单向传播的方式决定了媒介引导价值观的主体一定是媒介。印刷出的文字与广播电视的音频、视频如同竹筒倒豆子倾泻在受众面前,于是,媒介说什么,受众听什么,论争和反驳的空间受限,广大受众无法效仿李大钊驳斥胡适的“多研究些问题,少谈些主义”的少数精英的论争。而媒介演进至网络媒体时代,以媒介为主体的引导方式已经被受众自我主体证验的方式取代。媒介什么都说,受众什么都听,但受众以自己的方式考察和验证所见所闻,网络媒介使得各种论争和主张以即时的方式呈现出来,没有门槛,没有延时,话语表达由此获取了平民化、大众化的权利。在新媒介时代,微博等媒介除了延续话语的平民化、大众化外,更是将话语的个性化特征推向了极致。一部联网的手机随着指尖的跃动,几行小字随即融入大众视野,是非对错自有评说。无论是信息报道、事件披露还是娱乐消遣,其信息的获取,个人观点的表达都表征了主体生活经验在形塑价值观中所起的作用。

第三,从面对媒介到面对人的回归。在纸质媒介时代以前,信息的交流除了依靠甲骨、金石、缣帛、简牍等物化媒介外,主要依赖口传耳受的方式。“此口耳授受、诵说讲习的传业治学之法,与其时简册繁重难得的情况相关。故欲向学,不得不从师口授。往往仅老师一人有简册写本为讲授之资,弟子只能凭耳受、口诵、心记传习之”^[10]。前纸质媒介时代,信息交流离不开人,是一种面对人的主体传播方式。随着纸质媒介和广播电视媒介的出现,媒介技术对信息的储存和传播功能使得人们眼见和耳闻得以大大延伸,信息交流不必面对人,只需要面对媒介即可

完成,这时候面对人转向了面对媒介。当媒介演进至网络媒介、新媒介时代,网络视频对话、MSN、QQ等即时通讯技术的普及不仅使信息交流突破了空间的界限,同时,借助媒介,“面对人”的场景得以复归。主体从面对媒介到对人的回归意义重大,因为人们随时可以借助网络重现在古希腊城邦的街头巷尾、广场书院寻找智慧和真理的对话了。老者对幼者、师长对学生、精英对大众的信息交流均在“人-电脑-人”的模式中获得了平等的对话权利,对于个体价值观的形成和发展无疑是教学相长、相互助益的。

从消极方面看,同样也包括三个方面。

第一,时间-空间偏向消解导致的持久与扩张的错位。伊尼斯从媒介传播的偏向提出了媒介影响文明的两重范畴:时间-空间偏向和口头-书面偏向。所谓时间-空间偏向是指,一些媒介的性质使得某种媒介更适于纵向的或时间性的传播,而另一些媒介则更适于横向的或空间性的传播。在伊尼斯看来,媒介的时空特性决定了媒介的不同功能,人类的文明活动也因偏重不同的媒介而出现了“时间偏向”和“空间偏向”。“时间偏向的媒介具有构图特点,需要视觉解读,传者和受众之间只有具备相当高的背景文化基础才能实现有效传播,弥补媒介笨重不便携带所致的难以时时参考的缺陷。其划一化的意义边界和内在化指向与宗教正好在认识层次上高度一致,所以有利于培养稳定持久的国家观念。而空间偏向的媒介具有组合的随意性,呈现高度的复制性,便携快捷的特点,偏重于语音传播形式,也使媒介变成了书面化的外在知识载体,随取随用,有空间优势,对建立庞大帝国有利,但成员的个性化表达容易随意组合符码,引起混乱,致使帝国崩溃”^[11]。依据伊尼斯基于媒介偏向的政治文明观,一个成功的帝国既必须充分认识到空间问题,还要认识到时间问题^[12]。这一点,可以从古希腊、古埃及的文明兴衰史得到良好的映证,因此,“成功的帝国”的文明传播、价值观引导必然要同时注重时间上的持久和空间上的扩张。具体而言,我们所使用的“时间偏向”的媒介有报刊、杂志、政府颁布的纲领性文件、法律法规等等,这些媒介贯穿递了自纸质媒介出现以来的整个媒介的演进过程,伊尼斯所指称的“空间偏向”的媒介如拼音文字、莎草纸、电报、广播等,随着媒介技术的发展,这些“空间偏向”的媒介也涵指了网络媒介时代和新媒介时代的网络BBS论坛、博客、微博、手机讯息等。报刊、杂志等时间偏向的媒介随着网络媒介的普及而获得了电子报刊、电子杂志的形式,可以供不同地域的人们下载传播,由此获得了空间延伸的意义。而BBS论坛、博客、微博、手机讯息等空间偏向的媒介也因为新媒介技术的延时性,即网络空间提供的讯息资源可以提供永久性的下载

共享,在实现即时的交流的同时也让延时的交流成为可能。因此,在当代新媒介语境下,尽管“时间偏向”和“空间偏向”媒介所各自代表的持久和扩张本位依然存在,只是媒介的时间-空间的偏向变得不再泾渭分明,于是媒介对主流价值观的引导将不得不思考如何将持久与扩张相统一,如表面上获得了扩张的“雷锋精神”的另一面却是人们持久的淡漠,而“超女、快男、中国好声音”等娱乐节目却同时获得了形式的扩张和内容替换式的持久的热衷。

第二,从价值观的集体中心主义走向去中心化。说到价值观的集体主义,人们会自然地联想到改革开放之前,我们片面地强调思想的纯洁性,单纯地要求集体的至上性,崇尚“大公无私”、“个人利益服从集体利益”,片面的集体主义否定了个人利益和个性化价值意识的合理诉求。集体主义时代的媒介以纸质媒介为主,书籍、报刊、传单、大字报等等,与前文述及的单向度输入有关。如今的电视媒介、网络媒介将音韵、色彩、光线、背景集合到一起,给受众以强烈的感官刺激,“从媒介的技术策略看,电视文化是以造新猎奇、追求多样性为主要取向的。它的新闻,以‘客观’手段直现事件的真实场面。而这无以数计的场面本身,又是各种制度、各种文化、各种观念、各种价值体系下的产物。当它们在电视屏幕上显示给广大观众的时候,也就或明显或隐晦、或正面或反面、或肯定或否定地把它们赖以产生的上述因素的信息带给了观众。观众在接受这些新闻的时候,也就直接间接地接受了新闻事件背后的多种思想观念、多种价值系统的影响。……这样一来,那些被电视文化左右的观众,尤其是世界观形成时期的青少年,将处于一种相当杂乱、异常混浊、缺少定见的精神氛围之中”^[13]。在电视网络媒介时代,中心消逝了,导向模糊了,代之以各式各样的个性化、极端化的价值意识,减损了中心文化、主导文化价值观在精神文明建设中的作用,因为“哪里有中心,哪里的人能在紧张的互动下造成活跃的气氛和竞相努力的集中效果,哪里文化就会欣欣向荣。不论国内,还是国际,现代主义文化都缺乏中心。而文化又割裂成分门别类的断层,这就不可避免地要隔断为整个社会维持一种文化的言路”^[14]。

第三,价值观的“看”僭越了价值观的“读”。在纸质媒介时代,通过文字承载的信息由视线摄入大脑,引起人脑相应部位的记忆、推理、判断、重复、计算等一系列连锁反应,大脑处理这些文字信息的时间可以是几秒钟也可以是几分钟甚至更长时间,因为书本、报刊等纸质媒介不会消逝,人脑有足够的时间去消化、咀嚼阅读的信息。研究者指出,纸质媒介时代人脑是一种“读”的思维,电子媒介时代(包括广播电视媒介时代、网络媒介时代、新媒介时代)则是一种看的思维,“‘看的思维’意味着我们在某些

情况下已经得到真正的或实际的体验,看的思维就类似于这种体验,并且物体的确实性此时就包含在其中……看的思维只不过是一种观念中的视觉,如果我们没有从别处得到现实中的视觉,那么我们就不能得到观念中的视觉”^[15];“我们应该看到存在的世界……否则,我们只能有一种世界的抽象结构,而不是对世界的具体意识。因此,在人们看待‘看的思维’的某种意义上,只有当实际视觉是确定的,‘看的思维’才是确定的”^[15]。电视、广播、网络信息、手机讯息等给受众带来的视觉听觉刺激不仅信息量大,并且夹杂了大量的色彩、音韵等感性元素,而非重复播放的视频、音频内容要求人脑在极短时间内吸收、消化,不给受众以思考、判断的时间,所谓囫圇吞枣,暴饮暴食便是如此。胡潇指出:“‘看’的思维与‘读’的思维相比较,前者是现象摄取的,后者是本质诉求的;前者是形象推演的,后者是语义诠释的;前者是感官受纳的,后者是思维操作的;前者是感性体验的,后者是理性究诘的,它们在对象、内容、方法、途径、主体器官运用方面都有显著不同。”^[13]“只看不思”的媒介景观将受众的价值观异化,个体除了领略电子媒介带来的浮光掠影、娱乐逗趣、调侃八卦外,何曾有心智去研习文化精粹、文艺经典、哲人致思?

四、新媒介时代价值观引导的反思

前文述及当代媒介发展体现出时间-空间偏向消解的趋势,不正视这种时空偏向的消解效应有两种结果,一是坚持偏向纸质媒介的一方将失去电子媒介时代馈赠的千里眼和顺风耳,从而将自己禁锢在信息地球村的一个人迹罕至的角落;二是坚持偏向电子媒介的一方将因为过渡依赖于电脑和网络,沉溺于光怪陆离的屏幕文化和空洞飘渺的网络虚拟空间,直接导致传统文化的蜕化。如电脑打字代替了传统书写,造成了大学生不会“写字”的尴尬现状,近年来武汉地区针对2 000余名大学生的写字测试显示,15%的大学生写字不及格,字迹如蚯蚓找妈妈^[16]。在新媒介时代,应当如何利用媒介引导价值观?笔者从以下三个方面提出可能的途径。

(一)媒介素养教育

新媒介时代将传统的纸质媒介与现代的电子媒介有机结合形塑价值观显得尤为重要,这里涉及到媒介素养的概念,“媒介素养是指公众接触、解读、使用媒介的素质和修养。它包括了三个环节:接触媒介、获取信息;解读媒介、批判地接受媒介信息;利用媒介工作和生活,通过媒介发出声音并维护自己的利益”^[17]。早在20世纪30年代英国就开始倡导媒介素养教育,而在中国,媒介素养和媒介素养教育才刚刚起步,“为了迅速适应新型的媒介环境,更好地利用传播媒介为自己服务,人们逐渐认识到媒介素养教育的开展势在必行,并开始对其进行理论引入

与可行性论证,然而由于历史环境和教育理念等原因,通识的媒介素养教育尚处于不自觉的状态”^[18]。加强媒介素养教育在中国任重而道远,只有当受众具备基本的解读、批判媒介的能力,才能真正将电子媒介为己所用,在海量信息中达致自我生活的体验。

(二)媒介规制

周宪曾指出,“中国文化越来越体现出媒介化的文化特征,文化的媒介化一方面扩展了文化的空间,改变了文化生产、流通和接受的形式,甚至也改变了文化产品的意义构成方式,但是,文化的媒介化又带来一些负面的影响……媒介作为一种文化的技术逻辑和力量,无情地塑造着大众的文化习性……电子媒介虽然创造了一个巨大的公共领域,但任何人自有获取的信息却不是自由的,即是说,信息都是经过处理的‘二手货’”^[19]。电视、网络媒介将信息系统中的客观事实经过加工改造成为了媒介化的象征性现实,于是,电视中出现某明星、专家代言保健品的广告,网络上出现如“孔子李白是韩国人”、“金庸去世了好几次”、“央行发行500元人民币”等混淆视听的信息,其背后则是各种商业机构、公关组织利用媒介在公共领域中获取利益的博弈过程。各种所谓媒介经营、媒介公关、广告效益等等皆成为了媒介在大众传播中背离传播伦理所具备的客观性、真实性原则的荒唐理据。这些无中生有、断章取义、低俗无良的信息不仅误导受众,并且使人的价值观异化,对于青少年的道德失范更是起了推波助澜的作用。

具体而言,媒介的规制应当注重三个方面的把关,一是虚假信息,二是三俗信息,三是“复制”的信息。虚假信息按照分布渠道可以分为两类,一种是由大众传媒如电视、网络媒介发布,另一种是微博等自媒体发布,前者从宏观的角度需要加强国家的新闻传媒法律法规,创造良好的新闻传媒生态环境,从微观的角度需要加强新闻媒体从业人员的职业道德教育,杜绝有偿新闻或“封口费”等不良行为。对于后者,自媒体微博的特点在于即时性、广泛性和迅速散播性,其中对于扩大传播起主要作用的是粉丝众多的微博“意见领袖”,因此加强对微博“意见领袖”的监管尤为重要,其次是尝试推行网络实名制微博以有效地监控虚假信息的发布。三俗信息是“庸俗、低俗、媚俗”信息的简称。2010年,胡锦涛总书记在中共中央政治局第二十二次集体学习时强调要引导广大文化工作者和文化单位自觉践行社会主义核心价值观体系,坚持社会主义先进文化前进方向,坚决抵制庸俗、低俗、媚俗之风。近年来,相关部门进行了有力的整顿,如2010年浙江卫视《为爱向前冲》停播,江苏卫视《非诚勿扰》整改。但有反必有立,需要立的社会主导价值观如果不能成为媒介传播的主流,那么反三俗只能成为一时之风。三俗现象之所以有市场,是因为它迎合了媒介公共领域大众的猎

奇、消遣,娱乐的心态,是以一种需要与满足的模式呈现给受众的。同理,“仁、义、礼、智、信”等中华民族传统美德不应在教科书上束之高阁,教条式的灌输远不如放低了门槛,以故事化的形式进行传播。《百家讲坛》中于丹的“论语”、易中天的“品三国”都曾收视率高,深受观众喜爱的节目,却被学院派的人士诟病为“大众文化的心理按摩”、“不学而术的堕落”,须知文化的传播当按照受众的类别分层次,大学哲学系的讲台上必然是探赜索隐、究诂学理的,而电视机前的观众必然是浅显易懂的,于丹也曾说“如果说我的讲法有什么吸引的话,就是我是学传播的,传播学是有策略的”。“复制”是英国传媒学家、“后批判理论”学派的约翰·B·汤普森对大众文化传播框架分析得出的显著特征。“复制的不单是一种具体的产品,同时也是一种思想,一种生活方式,一种文化。既然一切都可以复制,那么,大众文化就有可能呈现出一种同质或趋向同质的现象”^[19]。复制的文化导致的同质化是可怕的,如网上风传的MV“江南 style”自发布后不到三个月时间里在 YouTube 上的点击率超过了 3 亿,引发了全世界网民模仿。重庆某中学课间操 4 000 名学生改跳江南 Style,冲着如此“潮”的音乐,学生是“冲进操场”的^[20]。但潮过之后,可曾反思过潮的是什么?显然,我们复制的文化如果不考虑受众的文化心理嫁接,却保持一种茫然的娱乐至死的心态,被复制文化吞噬自己的文化本真是早晚的事情。

(三) 阅读与思考、聆听与言说

受众如何在新媒介时代海量的信息中去伪存真、甄别扬弃,凝练形塑自己的价值观?除了提升媒介素养、加强媒介规制以外,还有赖于价值观的“阅读与思考、聆听与言说”的培养。

关于阅读与思考,如今很多青年人读书,大学校园里学生几乎人人一台笔记本电脑,除了完成规定的功课作业以外便是游戏娱乐,大学图书馆里陈列的哲学、艺术等书籍沉寂落寞,无人问津。不阅读,即不思考,大脑恍惚于屏幕文化的光怪陆离,于是在网络屏幕中陶醉沉溺,以至于戒除青少年网瘾成为一个严重的社会问题。由此反思我们对于学生应当读书的呼吁是不是太少?寝室、教室、食堂三点一线是否应当加上图书馆这个第四点?“图书馆,意味着一个逻辑的宇宙,一个苗圃般的宇宙,其中的所有事物各得其所,并由其所在来界定它”^[22]。另外,与我们的教学方式对于学生读书习惯的引导可能也有关系。笔者近期在欧洲大学访学时发现,多媒体技术运用在课堂教学中并不如中国大学普及,很多教室还是坚持用幻灯片教学,也许其目的是,放缓视线转换的节奏,给学生留下思考的时间,这与读书的可控制的刺激反映控制原理一致。关于聆听与言说,在伊尼斯的媒介偏向理论中,除了时间-空间偏

向以外,还存在另一组范畴,即口头-书面偏向。在伊尼斯那里,口传耳受的口语对话有着至高无上的评价,伊尼斯认为,“就文明的内在生命来说,最有创造力的阶段总是与充满活力的口头传统联系在一起……口语谈话与文字书写相比是更具本原性的交流媒介……追求真理或者说真正爱智者的语言不是书写,而是口语对话”^[4]。口语对话包括两个基本的要素:聆听与言说。聆听是信息的输入,中国传统文化推崇耳提面命,洗耳恭听,中国传统社会有着等级分明的社会结构,文化信息的传授方式总是自上而下。听从长辈、听从老师,都是遵循的向上学习的方式或路径,所以‘听’在中国传统文化的传承中很重要。法国文化是一种‘看’的文化或视觉型文化;美国文化是一种‘读’的文化;德国文化是一种‘思’的文化,擅长哲学思考。不同的民族或国家有着不尽相同的学习方式。我们的主要学习方式或路径是倾听、聆听^[27]。言说是信息的输出,言说的信息须经过大脑的思考过程,总是对刚才对话中的“听”的内容作出的反映。对话的过程即是先听后说或先说后听的过程,无论听说都强调了信息交流的“在场的有效性”,电视、网络媒介时代催生了一种延时的交流,微博等新媒介时代兼具有即时-延时的交流功能,但微博的即时交流并非面对面的对话式的在场交流,中间横隔了手机或电脑的介质,原本面对面在场的对话所包含的理性、情感、肢体表达等元素被“微博体”等语言的碎片化、娱乐化彻底肢解。在现代媒介的时间-空间偏向消解趋势下,如果不能寻求持久与扩张的统一,现代政治文明的昌盛,社会主流价值观的引导将难以维系。阅读与思考、聆听与言说让人的思绪宁静,反应敏捷,心智开阔,让人真正成为媒介的主人,媒介才能体现人的生活世界的主体性特征,价值观的引导与自我引导方成为可能。

参考文献:

- [1]周庆山.传播学概论[M].北京:北京大学出版社,2004:115.
- [2]马歇尔·麦克卢汉.理解媒介——论人的延伸[M].何道宽,译.北京:商务印书馆,2000:33.
- [3]哈罗德·伊尼斯.传播的偏向[M].何道宽,译.北京:中国人民大学出版社,2003:28.
- [4]张广生.媒介与文明:伊尼斯传播理论的政治视野[J].中国人民大学学报,2007(3):112-115.
- [5]吴倬,孟宪东.论社会主导价值观和个性化价值意识[J].清华大学学报:哲学社会科学版,2004(1):14-17.
- [6]人民网.陈独秀与《新青年》[EB/OL].[2010-10-13].
http://www.people.com.cn/GB/198221/199250/205259/12943787.
- [7]新华网.中国网民数量达 5.38 亿[EB/OL].[2012-07-19].
http://news.xinhuanet.com/fortune/2012-07/19/c_

- 112481804.htm.
- [8] 新浪网. 中国微博用户数量全球第一[EB/OL]. [2012-10-08]. <http://news.sina.com.cn/o/2012-10-08/041925310723.shtml>.
- [9] 万俊人. 公共哲学与现代媒体[J]. 湘潭大学学报:哲学社会科学版, 2006(1):31-35.
- [10] 葛志毅. 今文经学与口说传业[J]. 历史教学, 1994(5):4-6.
- [11] 曹智频. 媒介偏向与文化变迁:从伊尼斯到麦克卢汉[J]. 学术研究, 2010(8):129-130.
- [12] 哈罗德·伊尼斯. 帝国与传播[M]. 何道宽, 译. 北京:中国人民大学出版社, 2003:19.
- [13] 胡潇. 媒介认识论[M]. 北京:人民出版社, 2012:443, 432-433.
- [14] 丹尼尔·贝尔. 资本主义文化矛盾[M]. 赵一凡, 等译. 上海:三联书店, 1989:113.
- [15] 梅洛·庞蒂. 知觉现象学[M]. 姜志辉, 译. 北京:商务印书馆, 2001:471, 472.
- [16] 网易. 读报感言:从大学生写字不及格看书法教育必要性[EB/OL]. [2009-05-24]. <http://news.163.com/09/0524/10/5A2QBALC000120GR.html>.
- [17] 段京肃, 杜俊飞. 媒介素养导论[M]. 福州:福建人民出版社, 2007:19.
- [18] 毕玉. 境外媒介素养教育的理论与实践探究[J]. 新闻界, 2008(1):32.
- [19] 周宪. 文化表征与文化研究[M]. 北京:北京大学出版社, 2007:229-241, 244.
- [20] 北青网. 重庆中学生课间操改跳《江南Style》[EB/OL]. [2012-10-28]. <http://bjyouth.yinet.com/3.1/1210/28/7561261.html>.
- [21] 四月网. 外媒:《江南Style》在中日冷热不均[EB/OL]. [2012-10-08]. <http://fm.m4.cn/2012-10/1186217.shtml#blz-insite>.
- [22] 阿尔维托·曼古埃尔. 阅读史[M]. 吴昌杰, 译. 北京:商务印书馆, 2002:240.

The Values' Guide during the Evolution of Media:

Thoughts about the Historical Evolution and the Contemporary Era

LUO Di^a, WEN Jianlin^b, LAI Binggen^a

(*a. Student Affairs Office of CPC Committee; b. School of Literature and Journalism, Chongqing University, Chongqing 400044, P. R. China*)

Abstract: The values' formation and development can't be separated from the media's environment. This paper studies the features of values' guide during in different mass medium evolution periods. The change of values' guide is triggered by the change of the mass media. Its positive impact on the public media of public culture communication is in the validation between the media subject and the self-main, the values' regression which from face of the media to the face of human. Its negative impact performance includes: undermining the function of guiding the main values, the trend of eliminating center, the values of "see" transgressing "read" values. In the contemporary media environment, we should strengthen literacy education and media's regulation.

Key words: media evolution; value guide; media regulation

(责任编辑 彭建国)