

自媒体时代科学传播“传受一体化”趋势的思考

王盟

(重庆大学公共管理学院科学传播中心,重庆 400044)

摘要:自媒体的出现,改变了普通大众在科学传播中被动接受的角色,并形成“传受一体化”的科学传播模型。“传受一体化”模型在使科学传播双向互动增强的同时,也出现了一些新的困境。如“伪科学”的传播、大V对公众的误导、传播泛娱乐化等。在剖析这些问题产生原因的基础上,文章从公众、政府和科学共同体三个角度提出解决问题的思考和建议。

关键词:媒体;传受一体化;科学传播;大众

中图分类号:G206

文献标志码:A

文章编号:1005-2909(2013)06-0154-04

传播者与受众作为科学传播(Science Communication)中的主体与客体,两者之间的关系一直是人们关注的话题,也是学术界讨论的热点问题。从历史发展的角度看,“传—受”之间的关系大致经历了五个阶段:第一阶段:传者本位—无视受众,以“靶子论”为代表;第二阶段:传者中心—重视受众,以“联合御敌论”为代表;第三阶段:传者服务—受众中心,即强调传受的平等和互动性;第四阶段:传者仆役—受众本位,以“使用与满足论”为代表;第五阶段:传受一体,即传受极限整合的最佳传播状态^[1]。可以看出,传者和受者的关系包括三种状态:“传受对立”、“传受互构”和“传受一体”。简而言之,“传受一体”即一个人在作为传播者的同时其也是受众。“传受一体”实际上使“受众”一词失去了本来的意义,因为主体和对象走向融合同一^[2]。它并不是自媒体时代特有的现象,早在口语传播的时代就已经出现了这种现象,只是传播效率很低,未能产生影响和引起关注。

科学传播总是要借助一定的传播媒介,从历史上看,科学文化传播的媒介从语言、文字、印刷术发展到广播、电视,如今又发展到新的媒介即自媒体。自媒体由于自身所具备的传播范围广、传播速度快、受众面广、进出门槛低等特点,而迅速成为目前科学传播的热门传播工具。自媒体时代的科学传播是一种“双向的去中心化的交流”^[3]。本文拟以自媒体时代的科学传播为背景,对“传受一体化”模型下科学传播的相关问题进行探讨。

一、自媒体时代科学传播的新变化

自媒体又称公民媒体,美国新闻学会媒体中心于2003年7月出版了由谢因

波曼与克里斯威理斯联合提出的“*We Media*(自媒体)”研究报告,里面对“*We Media*”下了一个十分严谨的定义:“*We Media* 是普通大众经由数字科技强化、与全球知识体系相连之后,一种开始理解普通大众如何提供与分享他们本身的事实、他们本身的新闻的途径。”^[4]自媒体的存在方式主要有:电子邮件、论坛、博客、微博等等。与传统媒体相比,自媒体的“自”可从两个维度理解,即自主性与自由性。其自主性主要表现在自媒体时代信息的发布者是普通大众,每个人都可以通过自媒体发布和传播自己所掌握的信息;自由性则指的是相较于传统媒体,自媒体是一种比较自由、随性的信息传播手段,具有操作简单、进入门槛低等特点。

“传受一体化”模型实质上是伴随科学传播中普通大众角色的变化而形成的。从科学传播发展的历程看,科学传播的发展分为三个阶段:传统科普阶段(TSP)、公众理解的科学传播阶段(PUS)以及科学传播阶段(SC)。在TSP阶段,科学传播采取的是向普通大众进行灌输科学知识的方式,知识的流向是自上而下,大众只能被动地接受而没有选择和反馈的权利;在PUS阶段,科学传播者意识到只让公众被动接受科学知识的缺陷,因此在科学传播的过程中尽可能地传播科学知识以外的内容,如科学知识的含义、科学理念等。但是由于这一阶段占主导地位的是科技共同体,普通大众仍然处于被动接受的地位,科学传播的效果不太理想。这样一来,如何确立科学传播者与普通大众的关系就成为SC阶段的任务。“媒体作为科学与公众之间的界面,起着异乎寻常的作用……无论从有效传播的角度看,还是从促进互动的角度看,媒体都是中心和枢纽。”^[5]自媒体由于其自身所具备的传播范围广、传播速度快、受众面广、进出门槛低等特点,迅速成为目前SC阶段的热门传播工具。将自媒体作为科学传播的媒介,打破了传统的杂志、广播、电视等单向的传播模式,它使普通大众参与到传播过程中,使普通大众处于一种“只要自身愿意即可进行科学传播”的状态,整个传播过程是双向主动、互动、有反思、有反馈的传播。“所谓科学传播的双向互动,是指不仅科学家向公众传播科学知识,而且公众也可以参与到科学知识的创造过程中,公众参与到科学政策的制定和科学体制的建立中来,与科学家一起共同塑造科学的内涵。”^[6]在自媒体时代的科学传播中,普通大众既是

科学技术知识与信息的传播者,又是接受者。依托自媒体,普通大众在科学传播实践中实现了真正意义上的“受传一体”^[7]。

二、“传受一体”趋势下科学传播存在的问题

自媒体作为现阶段科学传播的媒介,从一定程度上说,其“人人皆可参与传播”的特点促进了科学传播中“传受一体化”模式的形成与发展。“传受一体化”模型在促进科技传播的双向互动、增强受众主体性的同时,由于传播者素养和知识水平的参差不齐,以及难以保证传播内容的真实性、可靠性和科学性,也为科学传播带来一些问题。

(一)“伪科学”及“伪科普”的大量涌现

“科学传播中的伪科学现象是指在科学传播过程中,有各种要素的参与,如传播机构、传播主体、传播媒介等。在信息的生产环节、流通环节和消费环节,由于各行为主体的影响,造成其在传播过程中偏离科学的轨道,正是这种偏离造成伪科学的产生。伪科学就是在庇护‘科学’旗号之下,否定科学规律,偏离科学传播目的,不具有科学指导性的行为现象。”^[8]在自媒体时代的科学传播中,传播“伪科学”的现象并不少见,如“水变油”事件等。“伪科学”传播现象的存在,不仅影响科学传播的效果,也对整个社会产生巨大的负面影响。“伪科学”传播现象的出现有其深刻的原因:首先,自媒体的传播者身份多样,出入门槛较低,并且每个人都具有相同的传播权利,可以自由地通过微博、论坛、博客等方式进行信息传播,由于不能保证自媒体使用者的科学素养,且“伪科学”总是披上科学的外衣,对公众具有一定的迷惑性,从而使得科学素养较低的传播者中了圈套而成为“伪科学”的传播者。其次,科学精神的迷失。科学的发展不仅仅是科学知识的积累、科学方法的创新,更是科学精神的塑造。科学精神是指科学与科学活动的内在精神和灵魂,它是科学主体(科学家)的内在精神气质、品质和科学活动的内在性质、特质在求真创新基础上的统一^[9]。科学知识和科学方法是日益更新的,而科学精神则是永恒的,对科学精神的传播也是科普工作的重要内容。由于目前科学传播者对科学精神缺乏深入的认识,使得一些明显违背科学精神的“伪科学”事件或活动未受到应有的抵制。

(二)“大V”、“意见领袖”对公众的误导

“大V”属于网络词汇或者微博词汇,通常把在

微博上十分活跃,并且具有50万以上粉丝的“公众人物”称为网络大V。大V多是有一定知名度的学者和名人,其利用自己的影响力成为某些领域或某一方面的意见领袖。意见领袖是在人际传播网络中经常为他人提供信息、意见、评论,并对他人施加影响的“活跃分子”。他们首先接触大众传媒信息,并将经过自己再加工的信息传播给其他人,以影响他人态度;他们介入大众传播,加快了传播速度并扩大了影响^[10]。在自媒体时代,由于缺乏对意见领袖的监管机制,一些不负责任的微博大V、意见领袖为了发泄自身的不满情绪,或为了制造噱头以吸引眼球,甚至为了谋取经济利益而以自媒体为工具进行谣言的传播,这些行为给社会造成了十分恶劣的影响。

(三)泛娱乐化问题

美国的文化研究者和批评家尼尔·波兹曼在《娱乐至死》一书中,对作为传播媒介的电视带来的泛娱乐化问题进行了反思。他认为媒体的原始本性令人们被它所传达的内容同化,一切都成了“娱乐化的文化”^[11]。自媒体时代的科学传播也不可避免地出现了泛娱乐化的现象,其原因有:第一,大众的娱乐心理加重了科学传播内容的娱乐化。在大众网络社交场所,普通大众应用自媒体是为了逃避社会压力,寻找轻松和具有娱乐性的内容,从而达到缓解压力的目的。从一定程度上说,正是大众这种追求娱乐的心态,促使科学传播内容的日益娱乐化。第二,商业利益的驱使。娱乐信息通俗易懂,容易增加更多的关注度、点击量和转发量,以追求最大的广告效益,获取更多的经济利益。

三、自媒体时代科学传播健康发展的路径

科学传播是一种面向普通民众的传播活动,以提高公民科学素质,实现个人、社会、自然和谐发展为目的。它的主要功能是促进公众理解科学,掌握必要的科学知识,提高公众科学素养,具备参与科学发展与政策建设的知识基础^[12]。自媒体时代科学传播的复杂性,对科普工作的开展提出了严峻的挑战。如何应对自媒体时代“传受一体化”模型下科学传播存在的问题,加强自媒体背景下科学传播的效果,值得思考与探索。

(一)提高公众的科学修养。

“传受一体化”模型下的科学传播,公众既是传播者又是接受者,公众科学素养的高低直接关系到科学传播内容及科学传播效果甚至整个科学传播的

质量。为了避免公众对“伪科学”的传播,当务之急是提高公众的科学修养。提高公众的科学素养可从两方面入手。

1. 提升公众筛选信息的能力

自媒体时代,普通大众面对海量化和碎片化的信息,要参与科学知识的传播就必须具备筛选信息的能力。筛选信息是个复杂的过程,首先应对所接触的信息进行分门别类的整理,在此基础上,把初步整理出的信息进行二次处理,剔除以吸引眼球为目的的娱乐性极强的科技信息,保留具有专业性、实用性、科学性以及具有一定娱乐性的信息,而后再对其进行传播。提升公众筛选信息的能力,可在一定程度上遏制“伪科学”的传播。

2. 加强科学精神的传播和培养

大众在科学传播中不仅要关注新的科技信息,更应该重视对科学精神的传播。加强对大众科学精神的传播和培养,既有利于大众自觉抵制违背科学规律的“伪科学”,也有利于向社会传播正能量,其积极作用丝毫不亚于单纯对科学知识的传播。

(二)加强政府对自媒体的监管力度

近年来,随着自媒体的快速发展,一些所谓的“意见领袖”利用自身的影响力进行不良信息的传播。由于其关注量和转发量很大,对科学传播带来了一定的负面影响;加上对自媒体的监管不到位,为谣言、伪科学等的传播提供了平台。因此,加强对自媒体领域的监管,净化网络环境已刻不容缓。对此,政府有责任和义务采取措施,规范自媒体领域信息的传播,以保障科学传播的良好环境。政府的监管重点应更多地体现在完整、严密的制度设计与安排上,即健全相关法律约束机制和管理机制。一是加强对网络科学传播的监管,广泛宣传科学精神,及时揭露和批判伪科学;二是有关部门应制定相关的法律,对自媒体和自媒体使用者的行为进行规范,对违反科学传播规则的个人或组织应依法惩处。

(三)充分发挥科学共同体或科学组织“把关人”的作用

“科学共同体”即科学家的共同体,是科学家在科学活动中通过相对稳定的联系而结成的社会群体,是集体科学劳动的一般社会存在形式^[13]。自媒体时代在“传受一体化”传播模型的背景下,科学传播者的科学素养良莠不齐,无法保证传播内容的正确性、可靠性和科学性,并且自媒体传播自由化的特

点也使对科学传播的效果难以把控,因此,有必要在自媒体领域制定“把关人”制度。“科学共同体本身就是科学知识内容的主要创造者和决定性力量。”^[14]应由科学共同体或科学组织充当“把关人”的角色,对自媒体领域的科学传播内容进行审核,甚至在“伪科学”或错误的信息出现时,由科学共同体或科学组织及时纠正错误,并对谣言进行澄清,最大限度地实现科学传播过程的规则化、科学传播内容的科学化以及科学传播效果的最优化。

三、结语

弗朗西斯·培根有句名言:知识的力量不仅取决于其自身的价值,更取决于它是否被传播以及被传播的深度与广度。在“传受一体化”背景下如何做好科学知识的传播,如何提高作为受众和传播者的普通大众的科学素养,这些问题的探索对提升科学传播的效果具有重要意义,值得关注和思考。

参考文献:

- [1] 屠忠俊,吴廷俊. 网络新闻传播导论[M]. 武汉:华中科技大学出版社,2002.
- [2] 莫梅锋,刘欣.“传受合一”传播模式的实证分析[J]. 传播学研究,2007(4):14-16.
- [3] 马克·波斯特. 第一媒介时代[M]. 范静哗,译. 南京:南

京大学出版社,2000.

- [4] 周丹. 调查性报道:纸媒在新媒介环境中的起航之帆[GB/OL]. [http://media. people. com. cn/GB/192301/192373/192374/18233728. html](http://media.people.com.cn/GB/192301/192373/192374/18233728.html).
- [5] 吴国盛. 科学走向传播[J]. 科学中国人,2004(1):10-11.
- [6] 张礼建,何巧艺. 论科普传播内容与传播方式的关系[J]. 高等建筑教育,2013(2):139-142.
- [7] 黄时进. 受众主体性的嬗变:媒体变革对科学传播受众的影响[J]. 新闻界,2007(5):58-59.
- [8] 吕媛媛. 科技传播现象的伪科学现象分析[D]. 大连:大连理工大学硕士学位论文. 2009.
- [9] 秦元海. 论科学精神[D]. 上海:复旦大学硕士论文. 2008.
- [10] 张凯,解安.“V”言耸听背后的监管“难题”——从薛蛮子嫖娼被拘说开去[J]. 人民论坛,2013(9):67-68.
- [11] 尼尔波兹曼. 娱乐至死[M]. 章艳,译. 广西:广西师范大学出版社,2013.
- [12] 陈鹏,刘星河. 新媒体时代的科学传播[J]. 理论视野,2012(4):16-18.
- [13] 宋怀时. 科学共同体在科学活动中的作用[J]. 自然辩证法研究,1985(5):12-16.
- [14] 李黎,孙文彬,汤书昆. 科学共同体在科普产业发展过程中的角色与作用[J]. 科普研究,2013(8):17-26.

Since We-media era “transmission and audience integration” mode of science communication

WANG Meng

(School of Public Affairs, Chongqing University, Chongqing 400044, P. R. China)

Abstract: Since the We-media as a reflection of public science communication science communication phase communication tools used, changing the general public science communication in the past the role of passive acceptance stage, the formation of “transmission and audience integration” of science communication mode. “transmission and audience integration” mode of science communication not only usher in a new situation, which greatly promoted the spread of two-way interactive science; same time as the public’s own good and bad science literacy, scientific knowledge and inadequate reserves, since the era of science communication media, the emergence of new predicament. In this paper, the research background from the media age, pointed out from the field of science communication media problems: “pseudo-science” spread, Big V and dissemination of misleading the public pan-entertainment, on the basis of analyzing the causes of these problems, from the public, the government and the scientific community of the three angles proposed solutions to the problem.

Keywords: media; integration; science communication; public

(编辑 王宣)