

# 新技术、新传播模式和新思维范式

周树华,张雪莹

(阿拉巴马大学传播与信息学院,美国 阿拉巴马)

**摘要:**分析近期社交网络上的传播事件可以发现,媒体世界正在发生翻天覆地的变化,大众传播研究范式也在发生转变。研究范式的转变根植于社会转型,并随着传播技术的发展与时俱进。传播技术不仅更新了信息传播的方式,更在哲学层面上改变了传播世界。因此,传播学的研究也应该跟随思维范式的转变而改变,具体可以从思维、概念、方法等三个方面来思考这些变化。

**关键词:**新媒体;移动媒体;传播技术;传播模式;社会转型;思维范式

**中图分类号:**G 206.2

**文献标识码:**A

**文章编号:**1000-260X(2017)05-0143-05

古希腊哲学家赫拉克利克(Heraclitus)曾经讲过,人生唯一不变的是变化。在社会中有些变化是渐进的、和风细雨的;而有些则是剧烈的、地震式的。而后一种变化就是当今媒体世界正在经历的。现代科技的发展带来了互联网、社交媒体和虚拟现实,它们正在以前所未有的速度更新着传播方式。媒体内容的生产和消费发生了翻天覆地的变化,每一天都在挑战着世人的神经。我们可以从最近的几个传播现象透视这种变化。比如,美国总统特朗普使用 Twitter 与公众互动,圈粉无数。据美国公共广播 NPR 报道,2016 年总统竞选开始之前,特朗普 twitter 账户有 1300 万粉丝。到 2017 年 1 月中旬特朗普入主白宫的时候,粉丝数已经涨到 2100 万。截至本文写作的 2017 年 8 月,粉丝数字更是涨到了 3600 万。特朗普本人对 Twitter 的传播效果十分满意,赞其管用,并称自己使用 Twitter 全是因为传统新闻媒体报道失实,使得舆论对自己不利。幸好 Twitter 给他提供了与公众直接沟通的渠道。其实特朗普并不是第一个 Twitter 的用户,也不是第一个使用 Twitter 的总统。然而和 2013 年 1 月奥巴马将自己的 Twitter 账号交给某非营利组织管理相对照,特朗普从不掩饰对 Twitter 的热爱。他亲热地将 Twitter 称为由自己编辑

并且 24 小时出版发行的报纸。尽管美国主流媒体批评川普发布的消息充满对自己的夸耀和对对手的冷嘲热讽,但这些丝毫不能扭转其圈粉数量上升的趋势。事实上,作为美国总统,特朗普的 Twitter 传播并不应该被看作是他的个人行为。据美国媒体报道,特朗普在 Twitter 上攻击波音、通用电器和福特公司的言论已经鼓动了其它 Twitter 用户在 Twitter 上对这些公司进行言论攻击,其宣传后果真实可见。

特朗普对 Twitter 的使用至少说明了以下几点:媒体内容不再由少数垄断渠道传递给大众;新媒体可以将内容瞬间传递给千家万户;媒体讨论已久的“守门人”制度土崩瓦解了。

再比如 2017 年 4 月发生的美联航空警拖拽乘客事件,甚至将传播风暴刮到了中国的社交媒体上。4 月 9 日美国联航快运 3411 号班级计划于美国中部时间 17 点 40 分从芝加哥飞往路易维尔。在全体旅客登记后,航班忽然宣布因为联航要运送内部员工,需要请 4 名乘客离开本次航班,改乘后边的班次。机组向愿意离席的乘客提供 400 美元代金券和当天的酒店住宿,可是没有人愿意自动离开。机组将代金券提供到 800 美元后仍然没有人主动站起来。这时机组宣布随机抽选 4 名乘客并要求他们离开。

收稿日期:2017-05-30

**作者简介:**周树华,国际中华传播学会副会长,阿拉巴马大学传播与信息学院教授,主要从事媒体效果、信息认知与国际传播研究;张雪莹,阿拉巴马大学传播与信息学院博士,主要从事新媒体与健康传播研究。

其中被抽中的是美籍越南裔旅客杜德成,自称是医生,次日需要出诊,拒绝离席。美联航随机请出空警上机将杜先生带离航班。在这个过程中使用了暴力拖拽手段让这个乘客头部受伤。这个过程被同机旅客拍下来并上传到网络,迅速引起全美甚至全世界网民的大讨论。美联航CEO奥斯卡·穆诺滋在10日发表第一份道歉声明,对事件轻描淡写,并在公司内部邮件中表示支持涉事的机组人员。可是他的声明和内部邮件很快被传播出来,使得网民愤怒升级。数以千计的网民联名呼吁他引咎辞职<sup>[1]</sup>。因为受伤的乘客是亚洲面孔,社交媒体上也见证了华人的义愤填膺。比如说,一名华人留学生在白宫“我们人民”网站上发起“华人生命很重要(Chinese Lives Matter)”的联名签署请愿,要求政府介入调查。短短三天就有20万人连续支持。新浪微博话题页面“美联航强制乘客下机”吸引了4.8亿次浏览关注。虽然后续报道指出受伤的乘客是越南裔,仍不能扑灭中国网民的怒火<sup>[2]</sup>。为此美联航CEO奥斯卡·穆诺滋不得不再次发表声明公开为暴力驱客道歉,并在18日联航季度营利电话会议中表示,这次事件来自中国的旅客反应特别激烈。他已经跟中国领事馆官员会晤,表示在即将进行的中国访问期间,向当地的旅客道歉说明。一个普通乘客的遭遇迅速演变成一场有关种族歧视的讨论,可见社交媒体传播的力量。社交网络传播的迅捷和高效是不分国界和种族的。

当Facebook在2004年2月4号上线时,它只是哈佛二年级大学生扎克伯格和几个小伙伴的一个奇思妙想。而短短的13年时间,社交媒体已经深入到社会的方方面面。大到一个国家的政治风向,小到每个普通人的喜怒哀乐,都和社交媒体上的更新时刻相连。当今的人们可以不读报纸不看电视,却很难和Facebook、Twitter、微信脱开干系。智能手机已经走进了低消费群体,成为人类身体、思想和感情的延伸。可以想见,未来随着无线互联网服务的价格变得愈加低廉,覆盖更加广泛,人们获取信息的便捷程度将得到无限延伸。在线观看、多媒体观看,增强现实和虚拟现实的体验正在成为媒体使用的主要形式。这些新的媒体互动的方式将彻底地改变新闻、广告、公关等传统媒体行业的经营方式。十几年间媒体世界已经发生了翻天覆地的变化,重新思考媒体和传播学的研究范式也就势在必行。因此通过本文,笔者想讨论下面的几个问题:什么是思维研究范式?我们对媒体的思维范式是否需要不断更新?如果需要新的思维范式,那么这个新的思维范式有哪些特点?传

播学的研究新范式具体该是什么样子?另外,研究范式的转变对媒体、教育和研究者有何启示?

关于思维范式,托马斯·昆(Thomas Kuhn)在1963年发表的“Structure of Scientific Revolutions”当中指出各领域科学研究都是由一系列的理论前提和假设所引领的。这些前提假设即构成了科学研究范式。当研究范式改变的时候,就会导致整个研究系统的改变。不仅研究的问题发生了变化,新的研究方法也将被创造来解决新的问题<sup>[3]</sup>。在人类历史的发展进程当中,社会和生活的变化给我们的思维范式带来了几次重大的转变呢?托夫勒(Toffler)“The third Wave”提出了三次浪潮学说<sup>[4]</sup>,很好地说明了这种范式的改变。第一次浪潮是农业社会的出现,人类告别采集和狩猎的生活,进入新石器时代,采用定居农耕的生产生活方式。在农业社会人们生活在大家庭里,以家庭为生产单位,主要的交通工具是牛马这样的畜力,传播方式则限于口口相传。第二次浪潮开始于西欧的工业革命,工业革命的成果逐渐传播到全世界,推动了社会变迁。核心家庭(nuclear family)取代了传统的大家庭,生产的权力由家庭交给组织。火车的出现极大地提高了物理交通的速度。一切的生产规模都扩大了;生产是大工业生产,分配是大规模分配。消费、教育和娱乐方式也都按照批量的模式。大规模杀伤性武器产生,世界规模的大战也产生了。在社会组织形式上出现了“官僚体制”,人们要处理的关系也不再是朝夕相处的人群了。需要分配的资源不仅是实物,还包括物质以外的时间和关系资源。第三次浪潮又被称作后工业时代社会。Toffler认为1950年代开始,多数国家就已经开始了从第二浪潮社会到第三浪潮社会转变的过程。他称第三次浪潮是“信息时代”。在这个时代信息取代能源成为主要的生产驱动力,飞机和汽车取代火车作为更灵活迅捷的交通工具。在传播领域发生的重大变化,即是大众传播逐渐被新媒体和数字媒体所取代。如果说Toffler的三次浪潮学说在提出之时还是个假说,那么如今媒体的发展正在将他的诸多设想变成现实。

在两次社会浪潮之间的传播学研究又经历了怎样的范式转变呢?在“Milestones of Mass Media Research”一书中,Lowery和DeFleur(1988)指出<sup>[5]</sup>,几十年间大众传播经历了三次重大的范式转变。而每一次的范式转变都带来研究问题和研究方法的改变。首先,大众传播产生在第二次社会浪潮期间。第一个范式建立在消极观众的前提假设上:媒体观众规模

巨大,但他们每个人都被被动地接受媒体灌输给他们的内容。媒体内容就像一个有魔力的子弹击中受众并产生直接效果。第二个媒体效果的研究范式转而关注媒体对认知的影响,因此被称为认知范式。在这个范式下的研究关注感官刺激如何影响意识、信念、态度、价值、记忆、思考和行动。之后在1970年左右,产生了第三个传播研究的范式,研究者认为符号系统(symbol systems)(譬如语言和媒介信息传递出的社会共识(shared meanings))和人类行为相关。因此这个研究范式被称为意义(meaning)范式。这个范式鼓励研究者寻找媒体对社会的长期影响。对个体来说,这种影响既可以由内而外也可以是由外而内的<sup>[6]</sup>。也就是说,从行为、认知模式到意义模式,不同范式下的研究者关注的问题都是不一样的。

Lowery 和 DeFleur 的关于大众传播研究范式的看法被很多学者所接纳。正如 Hall(1982)指出<sup>[7]</sup>,大众传播跟随大众社会的变化而产生出现。欧洲1700年代出现的商业文化逐渐侵蚀传统文化和价值,到1800年代使得社会学者不得不直视资本主义社会生活当中人际关系的转变。这个时期的欧洲社会学者在观察和实证研究当中关注的是大众媒体的直接效果。第二个研究范式产生于1940年代并在1960年代取得主流地位。这个研究范式产生在美国,强调用社会研究的方法研究个体行为变化,并提出“谁”(控制分析 control analysis)说了什么(内容分析)、跟谁说(受众分析)、产生了什么效果(受众效果)的公式。第三个阶段的研究范式则转向意识形态,并根植于语言学 and 结构社会学,而文化则提供了观察和划分世界的新视角。

从研究范式转变的讨论我们看到,传播现象的研究是和社会发展和传播技术的发展与时俱进的。Johannes Gutenberg(1394-1468)在欧洲发明移动印刷术之前,文化的生产和传播只能依靠口口相传,并因此局限于一乡一县。移动印刷术的出现让文化和思想成为大众消费品,让文化思想得以走出本土,走向全国乃至世界。在那之后的几百年间,人们见证了报纸、电报、广播、电视和互联网的产生和发展。每一次传播技术的升级都不仅提高了传播速度,更是刷新了世人的感官体验和交流方式。更重要的是,技术更新在哲学层面上改变了传播世界。现在和将来的这些传播技术使传播的民主化成为可能,并提供各种新式方法来分配信息。它们有以下特点:

1. 媒体的受众变成了媒体用户。从前“受众”的概念是工业时代大众媒体的话语。彼时信息源相对

单一,而今单一方向的传播和收听变成互动交流。新媒体的使用者不再是消极和抽象的“大众”,而是被无数内容渠道划分出来的“小众”以及自媒体的持有者。在网络和社交媒体上,每个用户都有发出声音的渠道,使得交流从传统大众传播的一对多的单向传播变成了双向的多对多传播。新媒体实现了言论的民主和平等。

2. 传播的焦点从媒体转向了内容。从前观众对于内容的选择依赖媒体平台的“信用”和“名声”,从纽约时报、BBC到联合新闻网和中央电视台,人们关注的重点永远是最有话语权的媒体。而如今观众对媒体的选择依赖内容,谁的内容最有权威、最有效果,用户就关注谁。内容成为媒体用户关注的焦点。

3. 媒体平台全面合流。在传统媒体时代,报业经营纸媒,电台经营声音,电视负责视觉传播。而今不管是哪种传播方式都可以在网络媒体上实现。媒体人才需要对各种传播技术样样精通。这也是当今高校传播教育的新重点。

4. 媒体内容的发布从固定周期到每时每刻。新媒体技术降低了生产成本,因此不再受限于传统媒体生产周期的限制。从前周报就是一周一报,日报就是每日一报,而现在的信息传播争分夺秒,随时更新。

5. 媒体平台和发布作者规模的膨胀带来了信息爆炸。信息再也不是稀有产品。阅读从线性变成立体。从前大众媒体观众每天不外乎看一到两份报纸,收听几个广播节目,观看十几个电视频道。而如今在社交媒体上每一个朋友都是独立的信息来源,而每一个网络信息都加载着通往另一条信息的链接。公众号、隐形广告、移动媒体、网络游戏、人们的生活已经被媒体内容覆盖。令人头疼的问题不再是信息短缺,而是如何在爆炸的信息量当中找到价值。

6. 随着自媒体的出现,传播的内容不再有编辑把关。当新闻不再是编辑部的产物,虚假信息甚嚣尘上是必然的结果。现在已经出现了专门生产假新闻的网站,并利用社交网络扩大传播蛊惑人心<sup>[8]</sup>。每个人都可以发表和传播信息。譬如,美国中情局认为美国2016年总统大选期间俄国间谍制造了一系列的假新闻来操纵选举。为了抵制假新闻,Facebook和Google都各自与事实调查公司进行了合作。虚假新闻给新媒体时代的新闻从业者提出了挑战。这些挑战也足以让媒体和新闻教育从业者深思。

7. 从前的信息都是从上到下由权威传达到大众,而现在的信息时代重要的技能是如何获取知识。只要方法正确,没有找不到的知识。如今的信息不是

从上往下分配的,而是由用户从下至上接触到的。

8.信息传播从单向到互动。单向的传播没有反馈。单向传播关心的是如何达到宣传效果。如今互动传播成为常规,信息源和信息用户互动使得信息用户成为了主动接纳的发起人,对信息的感知因此更加具体和亲切。

9.信息从线性到多链接传播转变。从前电视台和报纸的消息都是单次传播,没有扩展阅读或至少有后续报道。而现在网上的信息随时随地都可以添加链接,用户可以根据自己的兴趣点击学习。

10.与上一点相关的,超链接使信息从数据发展成为知识。从前一个新闻就是一个故事,现在的信息不再孤独,信息之间有相连。一个故事的方方面面都可以做成链接,因此大数据中看到的信息是全景下的体现。

从新媒体的这些特点中我们可以看到,现在的媒体生态、媒体技术和媒体操作都进入了一个新的范式。新的时代,新媒体的产生使人们对信息、生活、社会都有了新的可能,产生了新的思考。最简单的例子,移动媒体的产生使我们对货币应用有了全新的体验:现在人们出门连现金都不需要携带,支付宝、微信支付和掌上银行大大方便了人们的出行。我们对生活的体验,人际之间的关系也因为微信网游等软件而改变。服务行业也因为社交媒体平台的出现而改变了经营方式。比方说,不同国家的医生护士可以在同一时间为病人会诊。对传播学者来说,范式的巨变正在提供给我们各种机会和前所未有的挑战。

传播学研究因为思维范式的改变而产生的变化可能是非常深远的。我们可以从思维、概念、方法等方面来思考这些变化。

从思维上,传统的实证方法讨论数据与理论之间的关系,通过观察收集数据,寻找数据的特征,总结数据的表现,再运用逻辑推理将结论升华为理论。另一方面,以理论为依据,演绎可能发生的现象和数据的表现方式。也就是说实证的研究遵循逻辑归纳推演的两个方向。可是,如今新技术的发展正在颠覆这种科学方法。比如谷歌翻译,并不是使用传统的分析句子结构,分清主谓宾和语义的准确性,而是利用海量搜索系统来找到最佳的翻译。谷歌的假设和前提是大部分的答案在世界上已经存在,只要机器足够强大,搜索的速度够快,那么答案就可以找到。

传播学中经典的概念也因为新媒体的到来需要重新定义。例如“大众传播”、“守门人”、“议程设置”、“人际传播”这些概念,我们全都要重新审视。“大众

传播”中大众的同质性、被动性和数量都不再成立。新闻的“守门人”的提出本来是因为探讨话语权,认为媒体精英为主流社会的价值观、传统和意识形态起到了举足轻重的作用。现在当每个用户都可以不经过主流媒体而从各种渠道获取信息时,这个概念包含的权力就小多了。几十年前媒体统一发声,对某一问题关注就可以设定媒体议程,但现在媒体分众了、破碎化了、议程的设置也就不再集中在主流媒体上了。

在新的范式下,传统的研究方法也受到巨大冲击。比方传统的调查和内容分析,所用的抽样方法是争取以最小的成本获得最可靠的科学数据。而现在大数据的普及和机器智能的出现,完全可以不用抽样获取数据,而以大数据克服抽样误差。

可以看到,我们的传播环境、传播过程、传播方式和传播效果都会因为新技术而更新。新媒体的运作规律需要重新设置、重新定义、重新思考。传统的前提假设被推翻后需要迅速建立起新的前提假设、新的操作方法和研究方法。而这一切都来自新的思维范式。变化是让人不安的,但变化也是进步的先决条件。在媒体高速发展的今天,只有在思想上先走一步才可以不为变化所制,而是反过来预测变化、思考变化、引导变化。

#### 参考文献:

- [1] 徐剑梅,刘阳.新华社.白官称美联航暴力逐客“令人困扰”,美联航承认驱客非因超售 [EB/OL].Retrieved 24 August 2017,from [http://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_1660290](http://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_1660290).
- [2] BBC. United Airlines: Chinese and Vietnamese Anger at Passenger Removal[EB/OL]. Retrieved 24 August 2017, from <http://www.bbc.com/news/world-asia-china-39562288>
- [3] Kuhn, T.S. The Structure of Scientific Revolutions [M]. Chicago: University of Chicago Press,1963.
- [4] Toffler, A, & Alvin, T.The third wave[M]. New York: Bantam books.1981.32-33.
- [5] Lowery, S, & DeFleur, M. L. Milestones in mass communication research: Media effects [N].USA:Longman Publishtrs, 1995.
- [6] Potter, W. J, Cooper, R, & Dupagne, M.. The three paradigms of mass media research in mainstream communication journals.Communication Theory,1993,3(4):317-335.
- [7] Hall, S. The rediscovery of ideology: Return of the repressed in media studies [M].Cultural theory and popular culture:A reader,1982.11-41.
- [8] Watts &Weisburd. How Russia dominates your Twitter feed

to promote lies (And, Trump, Too).The Daily Beast[ED/OL].  
Retrieved 24 August 2017 from <http://www.thedailybeast.com/how-russia-dominates-your-twitter-feed-to-promote->

lies-and-trump-too, 6 August 2016.

【责任编辑:周琍】

## New Technology, New Communication Mode and New Way of Thinking

ZHOU Shu-hua, ZHANG Xue-ying

(College of Communication and Information Sciences at University of Alabama, Alabama, US.)

**Abstract:** Starting with the communication incidents on recent social media, this paper discusses tremendous changes in media and probes into the transformation of mass communication mode. Changes of communication mode are ingrained in social transformation, and advance with development of communication technology. Communication technology not only updates the way of information dissemination, but also changes dissemination world at philosophical level. Therefore, study of communication should changes along with the transformation of thinking mode. These changes can be probed into from three aspects: thinking, concepts and approaches.

**Key words:** The new -media; mobile media; communication technology; communication form; social transformation; way of thinking

~~~~~  
【上接第 138 页】

## Ideological Criticism of Female Images in the Internet -mediated Era: A Cultural Pragmatics Perspective

MAO Yan-sheng<sup>1</sup>, HE Gang<sup>2</sup>

(1. Department of Foreign Languages, Harbin Engineering University, Harbin, Heilongjiang, 150001; 2. English Department, East China Normal University, Shanghai, 600026)

**Abstract:** Taking a cultural pragmatics perspective, the paper is aimed at exploring the three-dimensional challenges in different layers of cultural system confronted by female images and ideology in the Internet medium era, with female deixis in cyberspace as a case. Firstly, it is found that female deixis suffers from the expansion of the signified through the lens of surface culture system, which reveals that the ideology of females is making a swift shift from absolute certainty to relative uncertainty. Secondly, some linguistic violence is found to spring up behind female deixis with regard to the veins of deep culture system, reminding the inspection of ideology of taking a multiple-dimension analysis of pragmatics rather than a solely semantic route. Thirdly, the suppression of pragmatic expectancy is obvious in the use of female deixis in public cyber space in terms of core culture system, which manifests that it is necessary for the guidance of ideology to get rid of the overdue reliance on linguistic contexts and take the cultural contexts into account for betterment.

**Key words:** Internet-mediated era; female deixis; ideology; cultural pragmatics; The network of Pragmatics; Network language violence