

探析自媒体时代对社会价值观的影响

□汪 頔

[摘要]近年来,随着科技的飞速发展与人们自身媒介素养的提高,“自媒体”在现代人的生活中扮演着越来越重要的社会角色,形成了自媒体背景下典型的几种价值观,因此,我们应该认真理清自媒体的概念和特点,阐述“自媒体”背景下形成的社会价值观,并深入剖析自媒体来临对个体、社会和政治领域造成的深远影响。

[关键词]自媒体 媒体人 价值观 去中心化

[中图分类号]G20 [文献标识码]A [文章编号]1671-0029 (2013) 01 (下) -0044-04

一、自媒体时代的到来

1. 自媒体的概念与发展现状

2003年7月,克里斯威理斯和谢因波曼共同发表的关于“自媒体”的学术研究成果被美国新闻学会媒体中心所发行,并且赋予了“自媒体”一个非常严格的定义:“自媒体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。”

自媒体是指基于电子化和现代化为传播措施,以个人为服务对象,以提供具有公开性或私密性信息的生产、共享、传播、积累为目的的传播者,其具有自主化、平民化、私人化和普及化的性质。自从自媒体出现,人们拥有了不同渠道的话语权,使得过去以“主流媒体”为主的渠道慢慢地被弱化,人们有了从不同渠道获取信息的途径,能够独立自主完成对事物的判断。与专业媒体团体不同的是,自媒体是以普通大众为主体,以“点对点”的传播方式展开信息传播的一种行为,其一举打破了过去“点对面”的传播概念。与自媒体概念相似的理论——“媒介即信息”,最早出现在上个世纪,由闻名世界的传播学家麦克卢汉首先提出。

2. 自媒体的发展现状与趋势

自媒体中的主要传播媒介——互联网从虚拟走向现实,已经深刻地改变了我们的生活。互联网发展迅速,2011年,网民平均每周上网时长为18.7个小时,网民数量达到5.38亿,互联网普及率为39.9%;手机网民规模达到3.88亿,手机上网比例增长至72.2%。

新媒体颠覆了传统的媒体概念,它是一个集合了多种功能的在线生活平台,更是一个足以代替真实感知的超级媒体,有以下发展趋势:首先,媒体的表现力更丰富,内容形式更多样、互动性、表现力更强,娱乐化功能比重增加,经历了4个发展阶段的传播媒介,分别为口传媒体,印刷媒体,电子媒体,网络媒体。传统媒体加速数字化,与新媒体融合加剧,媒体不再有新旧之分,而是跨媒体合作,媒体的娱乐属性越来越强,表现力越来越丰富。海量内容和多元化应用,再有,海量内容使得用户注意力进一步被分散,如2011年底,当当书量887,124本,卓越书量1,035,716本,网络游戏市场规模是电影市场的4倍。最后,互联网社区发展使用户获取资讯的来源和方式改变,社区交友、在线视频等社会化媒体成为了用户获取资讯的重要来源,转贴、feed等人际分享模式则成为获取资讯的新方式。Web2.0和SNS的兴起,打通了内容提供到内容发布的环节,用户原创内容在突发新闻事件的报道中屡占先机。

3. 自媒体时代的特点

作为新媒体中目前最具代表性的一种表现形式,“后现代主义”、“解构主义”、“碎片化”、“去中心化”现象非常显著。日常生活中的手机、微博、SNS、博客、维客、播客等,都具有“自媒体”的特性。要研究自媒体对社会价值观影响,首先梳理一下自媒体的传播特点。

(1) “自媒体”与生俱来的后现代烙印

随着后现代主义的到来,现代人的交往方式和信

息传播模式发生了巨大变化,而最重要的一个表现就是语言的表达已经达到了效率或者“述行性”的层次,其主要原因在于全社会电脑化的发展。然而,被誉为众多信息流的汇集地——社会,确保意义对噪音的最大比值无疑是它的主要目标。因而,一种由来自不同声音组成的博弈随即展开。这是一种对抗于元叙述的“小”叙述状态。与其首尾对应的的是传统社会的精英话语,然而这一种方式的优势也慢慢地被削弱。如今,由于话语权得到了解放,人们之间的信息交流得到了前所未有的自由,提高了人们信息交流的参与性和主动性,彰显了人们的个性交流。“传者”或“受者”已经不再能割裂开来,每个人都是媒体人,他们作为参与者贯穿在整个交流过程之中。然而,这也意味着以大众为主体的新的传播方式的来临,即自媒体时代的降临。

(2) “草根媒体”带来平等开放

社会正从机构向个人过渡,个人正在成为“新数字时代民主社会”的公民,是互联网上内容的所有使用者和创造者。很多学者将自媒体称为“草根媒体”,这便突出自媒体的公民参与性。所有人都能够利用网络创建属于自己的自媒体传播途径,比如,建立网络博客,建立网络电视或者网络电台,不管你是从事什么工作还是对某种事物抱有何种态度,基于自媒体下,你都将拥有平等的权利。数字技术的进步使得交互的时滞越来越短,自媒体的出现,打破的时间和空间的局限,无论你在何处,处于何时,你都能够管理自己的“媒体”。由于自媒体的信息传播速度非常快,从而极大程度地提高了信息的时效性。

(3) 人际传播基础加强自媒体人的用户黏性

自媒体传播尽管属于大众传播,但是它是以前人际传播为基础,在这个自媒体网络中,人们可以按照一定的方式将具有不同属性的人划分为不同的群体,例如可以按照兴趣、地域、职业、教育背景等属性划分。而由于建立自媒体的信息必须是可靠、诚信和真实的,因此有助于评价体系和联络体系的建立,同时,这也大大增加了自媒体的用户使用数量。然而,通过高科技的应用,不论是距离上还是时间上的问题都可以迎刃而解,并且能够使得信息传播到全球每一个角落。而基于真实人际传播,作为自媒体的“信源”的个人基于利用信任关系拓展自己社会性等动机,增加了扩散信息的主观意愿,网络社区不但提供了发表观点的平台,同时可以分享、转发欣赏的文章、喜欢的音乐,爱好等内容。以此累积、使用并管理个人通过自媒体所建立起来的社会资本。

(4) 强调自主原创,形成“浅薄”与“过载”的态势

信息会以“病毒扩散”的方式迅速复制和传播。好比如麦克卢汉说过的话,庞大的地球就像成为了一个“地球村”,提高了信息的时效性和范围性。但是,自媒体的自主性“Anytime Anywhere Anyway”强调从以用户为中心,基于用户自身的渠道和方式,通过网络自由地个性地发表自己的立场,相比于传统媒体,自媒体对用户的发布信息的要求更偏向于原创性。因此,在信息海量无限传播的同时,可谓是喜忧参半。自媒体刚出现的时候,部分传播者发布信息因缺乏目的性,任意妄为,缺乏思考而造成大量垃圾信息的出现,从而导致网络信息的泛滥和超负荷。基于个体生产的网络内容也出现了深度不够等问题。

二、自媒体时代典型价值观的形成动因

1. 自我表达需要

“个人整合”主要由四个方面组成,分别是信心的提升、稳固性的提高、身份地位的提升和可信度的增强。然而这四个层面符合了马斯洛需要层次中其中第四个层次——“尊重的需要”。自尊是人内在的基本性质,其可以分为自由、成就、信心等。而所谓的尊重是别人对自己的评价,例如获得身份地位,得到别人的信任、得到威望等。从某些方面上看,权力动机是影响获取他人尊重的因素之一,权力需求高的人会为自己处于一个有影响、有控制力的地位而感到满足。人们常常把一些关于自己的信息或者自己内心的想法和感情透露给别人知道,这一过程我们称为自我表达,在心理学上,可以称之为自我表露。一般来说,一段友好的人际关系也是交往双方通过自我表露过程慢慢积累发展而来的。目前人们热衷及时的“自媒体”将自我“表露”地淋漓尽致。造成自媒体的传播速度这么快,主要是两个因素起作用,第一个因素是网络媒介自身就具有快捷性,而第二个因素是网络的信息接受者具备模仿性。当一个人受到了无法控制的社会刺激下,比如他人的情绪、观点等,造成自己也不自觉地产生相似的情绪、观点等行为,我们称之为模型效应。而造成模仿效应产生的因素可能是来自社会的宣传,也可能是对榜样的学习,也有可能是从众心理的影响。

2. 求异心理需要

与传统媒体相比较,传统媒体的传播权只掌握在一部分人员身上,而自媒体的传播权则是更多地分布给了传播者,即普通大众,从而打造了一种开放式的、多元

化的、复合式的新传播方式。自媒体出现后,一方面使传统媒体的“议程设置”效果变弱,另一方面增强了普通大众对信息发布的使命感,同时也提高了他们内在的满足感和认同感。从本质的角度看,人都会存在一种自我肯定的内在需求。“无论明里暗中都要表现出‘我’与他人的差别来。总想把自己从人群中分离出去,成为独立与他者的特殊存在。这是人性的意义重要方面,也是经常被埋葬起来,难以见到的方面。”我们称之为求异心理。而自媒体便是以一种另类的、前卫的方式出现,人们愿意接受与追求这一传播方式,在一定程度上,是为了满足其自恋心理和得到荣耀感。我们不能去否定这些,因为正是基于此,每个个体所创造的一隅天地才构建出如此丰富多彩而又自由开阔的自媒体网络社区。

3. 人际交往的需要

人性是人的最基本属性,而社会性是在人性的基础上发展出来的,在社会活动中,与人相处是无法避免的。用动机的角度来看,渴望得到他人的喜爱、支持和接纳是每一个人内心的基本需求,因此人们寻找与他人联系。在人们接触的第一个人际圈子,也是人生当中最小的圈子,那就是由亲人与亲密朋友组成的圈子。在这里,我们得到的是一种稳定的、持久的关系,能够满足我们对温情、归属感、关爱、安全感等情感的需求。在人与人之间的相处中,无意之中增加了人们的知识和经验,同时也熟习了人类的行为准则,这对形成一个有个性化和社会化的社会人有积极的促进作用。正是有这种需要,自媒体便应运而生,它不但可以满足与熟人联系的需要,还可以帮助人们认识新的朋友,从某种角度上看,还节省了人际交往所需的成本。国内的学者以SNS平台针对用户的动机和行为做研究,证实“社交网站用户的动机主要为以下几种:维持人际关系、信息分享和消遣娱乐。在这几个主要的动机中,维持人际关系被视为他们使用社交网络主要原因。”

三、自媒体时代来临的影响

自媒体的来临将彻底扭转个人与社会在传播领域里的传统关系,自媒体具有言论发布自由、扩散范围广的特点,是深受普通大众所热爱的媒体渠道。自媒体的应用,不但可以提升人们的主观意识、参与意识和独立意识的能力,还对社会的结构重构和个人行为的重塑产生了举足轻重的作用。

1. 自媒体改变了人们的思维方式

自媒体的高速成长,对人们的思维方式也产生了一定程度的影响。超文本阅读方式是自媒体中的一种功

能,人们在此不再需要受到逻辑的、理性的、线性的影响,而是看重基于自己内心的抉择。“用户不再用一种线性的、一页页、一行行的方式,而是以直觉的、联想的方法将信息链接起来。超文本培育了一种由直觉和联想的跳跃所激励的学问”。超文本阅读方式有优点也有缺点,至于优点,其确实能够给用户带来极大空间的选择。而缺点是会使人们的感知功能逐渐弱化或丧失,基于网络空间冲浪的主体却“没有停泊的锚,没有固定的位置,没有透视点,没有明确的中心,没有清晰的边界”。超文本与传统文本相比较,最大的劣势在于文本内容太过于单调,而且带有随意性和松散性。所有的信息技术都会带来一种智能伦理。印刷图书帮助人们进入聚精会神的状态,从而促进深度思维和创造性思维的发展。相对的,互联网鼓励人们蜻蜓点水般地从多种信息来源中广泛采集碎片化的信息,这是一套速度至上、效率至上的伦理——如此说来,互联网正在按照自己的面目改造我们。我们对扫描和略读越来越得心应手,但同时正在丧失的却是专注能力、沉思能力和反省能力。

2. 自媒体使个体的主动性提高

让用户同时拥有信息发布和信息接收的功能,这是自媒体深受用户喜欢的原因,从而有助于自媒体的交互性功能效果达到最佳,并且利于其快速、简便地成长。自媒体的诞生,直接影响了信息源的传统架构,消除了用户意识控制的弥漫性,再一次塑造有关个人信息源的文化价值。另外,基于电子、数码产品的普及,人们只需要通过使用电子设备就可以轻易的获取所需信息并传播出去。比如,2008年11月,孟买发生的恐怖袭击当中,一位妇女通过使用推特(Twitter)发布了大量现场的照片和信息。从这里可以看出,人们通过自媒体这样一种传播方式,由文字、图片等元素组合成的内容,结合自身个性的表现方式,通过网络将独家的信息传播到世界各个角落。然而,某种程度上看,这已经不单单是一种个人的传播行为,而是带有社会责任感的传播行为。值得重视的是,自媒体作为一种自由传播工具,使其在政治生活领域中拓展了人们话语权的渠道,使得言论自由在最大限度上和最普遍的范围内得以实现,使民主在一个侧面、一个范围内得到实现。

3. 自媒体消解了传统社会的文化边界和价值垄断

自媒体的出现有弊也有利。而自媒体的弊在于形成了传播“去中心化”效应,其主要作用于三个方面,第一对于价值判断和文化边界的消弱,第二多元的文化生态的形成。前者造成的影响是人们对于价值的取向和判断面临文化混乱困难,后者造成的影响是多元生态圈

的形成会使整个社会价值体系出现向多极化分化现象。因此,对于核心价值体系的维护工作中重中之重。而最后一个影响的弊端就是造成权威的消弱,自媒体形成的网络环境中,每一个人都可以是信息的发布者,不再是传统被动的接受者,每个人都掌握着自己的话语权,成为话语主体,“对于何时、为何、与何人交换何种信息,用户们能进行非中心化的、分散的、直接的控制”。然而,由于自媒体是基于网络为载体,因此在很大程度上已经不再受空间地域限制,“在信息方式中主体不再固定于绝对时空的某一点上,不再拥有一个物理、确定的、能够由理性地估测其利弊得失的制高点”。

4. 自媒体对政治的深远影响

自媒体的诞生,不单单是一场信源革命,还对政治进步起到巨大的推动作用。它是媒介实现民众化道路的里程碑,它是民众争取拥有自己话语权力的开始,它是缩短精英与民众距离的起点,它是实现传播平等的起始。自媒体的出现,为我国的政治信息公开化提供一个契机,为民众与政府高层提供交流的平台,也为政府高层监督基层政府提供了民意参考。自从自媒体应用后,官民之间的对话变得畅通无阻,而传统失效的情况也极少发生。由此推出,实现了自媒体,必会提高政治信息的透明度,而决策质量也有所改变,对于社会管理有着重要的推动作用。

总之,现代人的需求与行为不仅会改变网络技术的走向,还会影响现实世界的传播方式与意识形态。自媒体对传播方式引起的变革仅仅是一个起点,其对价值观的影响,会越来越具有向公共性领域发展的趋势,在二者的不断调试和相互促进中,使人类社会不断向前推进。

(作者单位:复旦大学社会科学基础部)

参考文献

- [1]邓新民.自媒体:新媒体发展的最新阶段及其特点[J].探索, 2006 (2) .
- [2]利奥塔.后现代状况——关于知识的报告[M].长沙:湖南美术出版社, 1996.
- [3][美]迈克尔·海姆.从界面到网络空间[M].上海:上海科技教育出版社, 2000.
- [4][美]马克·波斯特.信息方式[M].北京:商务印书馆, 2000.
- [5][美]马克·波斯特.第二媒介时代[M].南京:南京大学出版社, 2000.
- [6]董璐.传播学核心理论与概念[M].北京:北京大学出版

社, 2008.

[7]沙莲香.社会心理学[M].北京:中国人民大学出版社, 2008.

[8]吴风.网络传播学——一种形而上的透视[M].北京:中国广播电视出版社, 2005.

[9]李普曼著.阎克文、江红译.公众舆论[M].上海:上海人民出版社, 2002.

[10]郭庆光.传播学教程[M].北京:中国人民大学出版社, 1999.

[11]钟逸.自媒体时代,危机传播中的议程设置[J].新闻世界, 2011 (1) .

[12]张莹.浅析自媒体的特点[J].科教文汇, 2008 (02) .

[13]邓香莲.新媒体环境的信息传播特征[J].编辑学刊, 2011 (02) .

[14]王南江.浅析政府机关在网络舆情应对工作中存在的问题及改进建议[J].公安研究, 2010 (05) .

[15]中国互联网络信息中心.2011中国网民社交网络应用研究报告[R].北京:中国互联网络信息中心, 2011.

责任编辑:张硕