

信息在现代媒体中的传播和异化

摘要 随着新媒体时代的来临，人们对待资讯的态度也伴随信息传递方式的多元化而改变。与原始社会充满人情且多为单向度的口耳相传相比，现代媒体的传播方式更具全民性。舆论导向的单一主观正在向百家争鸣演变。

本雅明曾在《机械复制时代的艺术作品》中提出复制技术的进步，使得艺术品的“灵韵”消失。其实艺术品作为人类传递的信息中最为璀璨的那部分，与信息具有本质上的同源关系，两者都是由人创造出来的，创造的过程即改变了其本原，两者都有接收者/欣赏者。本文探讨了，媒介在现代媒体传播中地位，造成信息失真和异化的可能原因，以及愈发便捷的全民信息传播方式对现代生活带来的影响。

关键词 信息传播；现代媒体；传播；异化

1 媒介载体

媒介载体早在机械复制时代，就被加冕为王。麦克卢汉给出三个著名的概念：“媒介即信息”、“媒介是人体的延伸”、“电子媒介是人类中枢神经系统的延伸”。那么，继报刊、广播、电视之后，以互联网为主要载体，以 PC 或移动终端等设备为硬件依托的新媒体会带给我们什么呢？

1.1 从“仪式感”到“碎片化”

由于传播形式和载体功能的限制，传统媒体传递信息的过程往往充满仪式感，无论是阅读纸媒还是听广播、看电视，都需具备特殊的时间、地点和情绪。而具备便携性和广泛互联性等特点的现代媒体超越了一切，民众可以随时随地发布和接收信息，信息传递时的仪式感被随机、随意性所取代。

在只有口语没有文字的早期部落时代，人们通过口耳相传交流信息，此时的口语具有至高无上的权威和魔力，人们对信息也表现得极为尊重和信任。

当印刷术被普及时，信息传播的格局发生了重大改变，“传播廉价化”使瓦解了严格的阶级区分，带来了“社会规模传播”，并最终使文化流向大众。随之而来的，是思想的创新和新兴资产阶级的进步。

随着数字化时代的到来，我们拥有了比机械复制时代更为迅猛的传播速度、更加丰富的传播形式、更多元化的传播内容。这时，信息在传播中的仪式感已消失殆尽，走下神坛变成了可供全民创作及享用的资源，并最终导致个人化社会的形成。当然，伴随着稀缺性与神秘感消失的，还有我们对待信息的信心和耐心。

1.2 从“媒介为王”到“媒介是人的延伸”

麦克卢汉曾以传播方式的更替将人类文明重新划分为三个阶段：口耳传播时代、文字印刷传播时代和电子传播时代。在他看来，媒介形式远比媒介内容重要得多，媒介形式的更新直接促进了人类思维习惯和生活方式的革新。

麦克卢汉曾将人们沉浸在报纸所提供的信息流中这一行为比喻成泡浴缸，他的本意是强调媒介的渗透性和劝服效果，“大众媒介使人避免了度日如年、百无聊赖、无所事事之类的感觉”。但从今天的文化生态来看，这种效果正好相反，现代媒体带给我们的，正是这种“百无聊赖、无所事事之类的感觉”。网络媒介所带来的信息膨胀更是名副其实的泡泡浴。一旦我们对其的需求超出简单的娱乐，需要寻找一些真正有用的信息时，就会发现媒介要么已不具备信息甄别的功能，要么本身正在制造垃圾信息，漫无头绪和茫然失措的资讯焦虑症就此开始席卷我们。