

媒介化研究:理论溯源与研究路径

顾烨烨 莫少群

【摘要】本文立足于媒介社会角色的转型,对媒介化研究进行了理论溯源与历时性梳理。研究发现,媒介化研究既植根于齐美尔、吉登斯等人的思想结晶,又吸收了现象社会学、符号互动论等多种理论传统,逐渐形成了以夏瓦为代表的制度化与以克罗兹、赫普等为代表的社会建构两大研究路径。其中,制度化路径将媒介视为一种独立的社会机构,强调媒介逻辑的重要性;社会建构路径则更关注具体的传播情境与传播实践,突出媒介自身的形塑力。但随着数字技术的不断更迭,社会迎来深度媒介化阶段,两大研究路径也逐渐相互开放与融合,学者们试图克服原有的结构/能动的二元对立,发展出一条媒介化研究的中间道路。

【关键词】媒介化;制度视角;社会建构视角;深度媒介化

【作者简介】顾烨烨,南京师范大学新闻与传播学院博士研究生;莫少群,南京师范大学新闻与传播学院教授。

【原文出处】《全球传媒学刊》(京),2022.4.143~162

20世纪70年代以来,以互联网和现代数字技术为代表的信息技术飞速发展,使得媒介在社会中的地位发生了转变,即从一种与文化和社会机制相互分离的存在转变为一种引发社会机制与文化进程发生变化的自变量。这种转变反映在学术话语中,就是媒介与传播研究从“中介化”向“媒介化”的转变。21世纪伊始,以夏瓦(Stig Hjarvard)、隆比(Knut Lundby)、克罗兹(Friedrich Krotz)、库尔德利(Nick Couldry)、赫普(Andreas Hepp)等学者为代表的“媒介化研究团队”已在欧洲大陆渐露雏形,他们敏感地捕捉到媒介在社会和文化的转型中日渐重要,并开始自觉反思媒介与社会的关系。近年来,国内与媒介化相关的研究层出不穷,但鲜有研究深入考察媒介化研究兴起的社会与文化背景。基于此,本文从媒介社会角色的转型出发,对媒介化研究进行了思想溯源与历时性梳理,并概述了各时期主要研究者的贡献,以期推动国内相关研究的进展。

一、从语言到新媒体:媒介角色的社会转型

人类的传播活动经历了口语传播、文字传播、印刷传播与电子传播四个主要阶段,随着媒介技术的

不断更迭,媒介也逐渐居于社会与文化变革的核心位置,并不断推动各社会领域的转型,媒介化研究的兴起便是学者对媒介社会角色进行深入探索的结果。

(一)前媒介化社会阶段:媒介的“工具性”角色

在人类传播时代的早期,媒介作为信息载体,扮演着传输信息的工具性角色。在口语传播时代,只能通过讲家史、神话、传说、唱歌等形式传播相对稳定的社会价值观(理斯曼,2002),声音的转瞬即逝使得文化与知识的传承难以为继,于是记忆成为口语社会的关键(林文刚,2007)。在以口语文化形成政法秩序的周朝,随着统治疆域的不断扩大,政权与制度的权威性再难通过口语传播来维持,因为口语社会强调通过“聚会”来维系情感并建构共同体。孔子曾提出“正名”以维护周礼的等级制度但无疾而终,这表明口语文化的失序无法以口语文化的方式解决(魏建国,2019)。摆脱这一困境的路径便是文字媒介。竹简的出现使得秦实现了“书同文”,其意义不仅在于统一文字形体,更在于统一官府文书、法律文本的格式、程序、文体、称谓等(臧知非,2014),从而建立一种新的政法秩序,形成一种帝国治理。在大洋

彼岸,书写系统在诞生之初被作为记账与立法的工具,逐渐形成完善的字母系统,不仅为希腊化时代带来了首个阅读的大众(麦克高希,2003),推动了知识民主化的进程,也使得古希腊得以抵御东方帝国的侵略,不至于走上绝对权威的君主制和神权政治(伊尼斯,2003a)。

口语向文字的转型,使得文字成为政治与宗教的合法性基础。但是,由于成本及效率等原因,文字媒介通常只是政府、宗教以及贵族的专属品。在汉代,只有有名望的家族才能拥有竹简并世代相传,这是因为古代书本必得传抄,一片书简只能写二十来个字,而要抄一本书,必得不远千里寻师访求(钱穆,2005)。而在西方,用拉丁文抄写的《圣经》成为基督教统治民众思想的工具。一方面,《圣经》篇幅庞大,一本《圣经》的抄写需要耗费一位传教士将近一年的时间;另一方面,教会对圣经的抄写规定十分严格,只有神职人员才具备此资格,于是所有的教育与传播只能在教会机构中进行。因此,教会成为中世纪知识传播的垄断者(骆正林,2020)。这一时期虽然出现了布告、新闻信等文本性媒介,但功能单一而突出,即服务于政治宣传。无论是从内容还是形式上而言,这些文本性媒介都是政府用来巩固自身政权合法性以统治民意的“工具”,政府有着完全的话语权,普通大众几乎无法接触到文字媒介,形成了一种单向的信息传播模式,这种情况一直持续到15世纪印刷术的普及。

(二)媒介化社会第一阶段:媒介的“中介性”角色

15世纪中叶,古登堡改进了印刷术,印刷工人则随着瑞士和法国对美因茨的洗劫而散落在欧洲各地。16世纪德意志商业中心出现的手抄报、17世纪初荷兰的《新闻报》以及18世纪大量发行的报纸,都意味着新的技术赋权成为流动的社会资源(达尔,2012)。报纸的诞生使得民意的汇聚与表达成为可能,改变了“市镇会议式”的旧民主形式,公民逐渐开始参与政治生活,监督政府工作。由此,原本由政府主导的单向信息传播模式也得以改变:1830年,英国的下议院会议开始允许记者旁听;1834年,英国在火灾后新建的议会设立了记者专席。这些措施都在政府与公共舆论之间架起了一座桥梁。在中国古代,

最迟到宋仁宗时代,信息已经开始借助印刷媒体传播(内山精也,2005):邸报取代进奏院状成为宋代最重要的官方传播媒介;小报问世,逐渐成为全新意义上的民间传播媒介;书院萌芽于唐发展于宋,南宋理学家魏了翁创建的鹤山书院藏书高达10万卷,甚至超过中央秘府藏书(王晓龙、司学红,2007),其传播形式更类似于组织传播。

促使这种单向传播模式发生转变的还有广播与电视的普及。20世纪20年代,广播与电视相继诞生,与报纸共同构建了一个大众传播时代。罗斯福通过广播进行的“炉边谈话”大力推动了其新政的推行,1960年肯尼迪与尼克松的首场电视辩论永久改变了美国大选。接踵而至的是广告的泛滥与消费主义的盛行,新的传播媒介与现代广告的结合催生出新的符号消费以唤起大众的购买欲望,由它所造就的“景观社会”和“超现实”的消费场景,将人们湮没在符号和影像的消费海洋之中(莫少群,2005)。随之改变的不仅是受众群体的扩大,还有传播主体、传播方式以及受众的信息接收习惯的改变(段慧子,2015)。这一时期,媒介与传播研究的两大传统——效果范式(即“媒介对人做什么”)与受众研究范式(即“人们使用媒介做了什么”)也逐渐成型(Hjaevard,2014)。受格奥尔格·齐美尔《货币哲学》与安东尼·吉登斯社会思想的影响,学者将这两大研究传统称为“中介化”研究,强调媒介是一切人类传播与互动活动的中介,是两个相互区分的元素、成分或过程之间的连接(伍静,2011),这种以媒介为中介的社会交往与互动被视为现代性的表现之一(潘中党,2014)。

(三)媒介化社会第二阶段:社会的“媒介化”趋势

1946年,世界上第一台通用计算机在美国宾夕法尼亚大学诞生。20世纪70年代,微机处理器的问世使得电子计算机应用愈发广泛。20世纪80年代,网络技术开始飞速发展;90年代初,随着互联网和互联网浏览器的普及,互联网成为大众传媒的一员。21世纪初,具备交互性和用户生成内容等特质的社会化媒体平台得以形成。2000年,博客成为个人分享与展示自我的平台。2005年,社交网站开始流行,微博、地理定位分享网站和视频图片分享网站也风生水起。随后,Facebook、Twitter、微信等逐渐盛行,

成为最主要的社交媒体。近年来,数字技术的发展使得人们进入大数据时代,人工智能、虚拟现实等技术手段不断革新,信息传播呈现出“裂变式”模式,全球的各个领域都在沿着互联网逻辑演化,所有的层级结构都在向开放、分散的网络结构转型(喻国明、马慧,2016)。

这似乎印证了卡斯特在其《网络社会的崛起》中所说的“信息化社会”的到来,他指出媒介对个人与集体更偏向于塑造而非决定功能(卡斯特,2003),强调当前信息技术的流动与既定的社会机制之间是一种动态的相互影响的关系(戴宇辰,2018),而非单纯的技术决定社会。也许是卡斯特这种由“信息社会”转向“信息化社会”的过渡赋予了研究者们新的灵感。研究者们逐步意识到媒介已经渗透社会生活的各个方面,我们不应该再将媒介与文化和其他社会制度分开考虑,它对当代文化和社会的结构转型至关重要(夏瓦,2020)。2008年,列文斯通在其就职演说中指出了社会的“媒介化”趋势,认为媒介化是日常实践和社会关系日益由中介技术和媒介组织所形塑的元过程(Livingstone,2009)。媒介不再被视为一种静态的、稳定的社会机制,而是被视为一种引发社会结构变迁的动态性过程。在2008年编纂出版的《国际传播学百科全书》(The International Encyclopedia of Communication)中,Gianpietro Mazzoleni已经尝试为“媒介化”下定义:从广义上来说,媒介化社会指代了这样一种趋势,媒介影响扩展至社会以及社会生活的各个领域,在诸如政治、文化、经济等各种社会机制中,都能察觉到媒介逻辑所产生的影响与效力。从这个意义上来说,“媒介化”研究的出现是学者对媒介社会角色转变作出的理论回应。

二、从齐美尔到吉登斯:媒介化研究的理论溯源

“媒介化”是20世纪80年代以来社会变迁的显性现象,也是近年学界的理论热点之一。从已有文献来看,有关媒介化的研究在21世纪初才逐渐增多。但是,从这些学者的观点来看,其思想来源常常可追溯至齐美尔、吉登斯等人的研究。

(一)社会交往关系的现代性转化:齐美尔的媒介思想

作为现代思想的中心人物,齐美尔虽未过多提

及“媒介”一词,但其思想仍有许多涉及媒介研究的核心议题,这些思想为后来的学者理解媒介的“中介性”角色帮助颇大,并成为媒介化研究的重要理论来源之一。齐美尔对媒介化研究的主要思想贡献有二。其一是他的形式社会学思想。他将社会看作各种交往形式的总和,认为个人的属性只有通过合作、竞争等特定交往方式才能转变为社会现象。在他看来,路、门、桥等具象事物都不再是一般意义上的存在,而是在分离中建立连接的媒介:它们通过建立连接和制造分离来建构各个传播主体之间的相互关系,传播与交往活动便是建立在此之上,这种思想为后世理解媒介提供了新的灵感。其二便是货币哲学思想。货币不仅促发了交换方式的转变,更导致了社会层面上人与人之间关系的根本转变(张昱辰,2018)。大众媒介有着与之相似的“中介性”:报刊、广播、电视等新媒介自诞生便被冠以“民意代表”的称谓,并将个体与个体、个体与社会之间的关系重新整合。在大众媒介这张无形的网络之下,时间与空间的壁垒被打破,每个个体充当着传播网络中的一个节点,最终汇聚成庞大的社会交往体系。于是媒介拥有了与货币一样的“纯粹的工具”的意义,在齐美尔这种“纯粹形式”中,媒介也如货币一样,被视为现代关系基础性变革的中介形式之一(郭恩强,2018)。

齐美尔的社会思想在后期的“媒介化”研究中印记颇深。大卫·阿什德(David Altheide)吸收了齐美尔的形式社会学思想,并与罗伯特·斯诺(Robert Snow)一起将形式社会学与传播研究相结合,提出了“媒介逻辑”这一概念,被视为“媒介化”研究的灵感来源。吉登斯则受到货币哲学思想的启发,对齐美尔的部分思想作了深入挖掘与阐释。这些思想都为后期“媒介化”研究的形成提供了坚实的理论基础。

(二)吉登斯对齐美尔思想的再阐释

吉登斯受齐美尔货币哲学与列维·斯特劳斯(Claud Lévi-Strauss)交往方式思想的启发,将货币视为一种交往和转化的媒介(郭忠华,2009),认为正是它打破了时空限制,为互不相识的人建立联系并进行交易,现代社会才由此得以展开。在其对现代性的论述中,大众媒介是现代性不可或缺的动力之一,是时空的抽离与重组机制,它将社会关系从有限的地方性场

景中剥离出来,从而能够跨越广阔的时空距离去重新组织社会关系(陈嘉明,2006)。吉登斯将媒介视为现代性与全球网络的核心,认为媒介的自身形式与可再生产性使得现代性得以全球化(吉登斯,2011)。

此外,吉登斯的结构化理论也影响深远。他认为结构是循环往复卷入社会系统再生产中的各种规则和资源(吉登斯,2011),他所强调的个人与社会的关系超越了涂尔干、韦伯等人思想中结构与个人的二元对立,认为结构具有双重性,它同时充当行动的中介及结果,并且实现了时空的融合,因为行动既建构了社会结构,社会结构又是行动得以实践的条件。在此基础上,吉登斯提出了行动结构层次观点,强调对行动的反思性监控、行动的合理化过程以及行动者的动机和动力。他试图避免传统社会理论中主客体分离的二元对立观点,认为人类社会的独特之处在于其实践活动的反身性,强调主体的反思与自反。

吉登斯的观点对后来的研究者们影响深远。社会学家汤普森(John B. Thompson)就吉登斯所强调的大众传媒对时空与社会交往的影响作了进一步阐释。传播学者格雷厄姆·默多克(Graham Murdock)吸收了吉登斯对现代性的认知,认为媒体是现代性的中介。结构化理论被夏瓦所借鉴与吸收,提出了“制度逻辑”的概念,并与“媒介逻辑”相融合,最终形成了“媒介化”研究的制度化传统。

三、从媒介逻辑到制度逻辑:媒介化研究的制度化路径

随着媒介在社会变革中的影响日益加深,学者们逐渐意识到原有的“中介化”研究已经无法跟上日新月异的社会发展。阿什德与斯诺立足于齐美尔的形式社会学,强调媒介形式的优先性,试图寻找一种新的媒介研究范式,以启示后人。

(一)媒介逻辑:媒介作为社会的先验形式

齐美尔的形式社会学似乎从理论上赋予了强调媒介形式的合法性。1979年,阿什德和斯诺首次提出了“媒介逻辑”这一概念,并将其定义为“社会生活的扩展序列特别是某些社会制度逻辑受到媒介形式的影响”,这种影响是相互的,社会的各个制度都因媒介逻辑而相互作用。媒介逻辑强调媒介形式的优先性,认为应该开展一种由媒介本身所引起的社会

制度化变革的分析(Altheide & Snow, 1992)。换言之,媒介根据自身的“媒介逻辑”对经验性材料进行有选择的呈现,最终形成一种社会现实,在这个意义上,媒介是建构社会的一种框架性存在。不仅是媒介,其他社会机构也会按照媒介逻辑来进行运作,如报刊的写作必须以新闻价值和新闻写作格式来进行。

肯·阿斯普(Kent Asp)从新制度主义的视角出发,试图将媒介逻辑这一概念立体化,即将媒介视为一种独立存在的制度,而非一种简单的生产过程。阿斯普也最早指出了政治生活媒介化的趋势,即政治体系不仅在很大程度上受到大众传媒对政治报道的影响,而且还自我调节以适应大众传媒的需要(Asp, 2014),具体表现为政治家试图通过个人化或极端化的媒介表现来博取受众关注。瑞典学者 Stromback 总结了媒介逻辑影响政治媒介化进程的四个阶段,国内学者孙少晶则在此基础上推演出了媒介化社会演变的四个阶段。

Esser(2013)将媒介逻辑归纳为三点:专业主义、商业主义以及媒介技术,指出媒介逻辑动态中存在着稳定。夏瓦(2014)也从这一视角发展了媒介逻辑这一概念,他指出逻辑是一种描述整个制度或相对狭小的文化和社会领域的特定运作机制的方式。总的而言,媒介逻辑指的是媒介制度性的和技术性的运作模式,包括媒介如何分配物质性的和符号性的资源,以及如何在正式的和非正式的规则下运作(Krotz, 2007),它提醒人们一个既定的现实:某些特定的社会领域在依照媒介的系统性规则呈现事实,只有厘清这些规则才能进一步理解媒介在社会中的角色。

(二)媒介化:对媒介的重新定义

在媒介化研究的早期,“中介化”与“媒介化”曾被视为截然不同的概念,前者聚焦于静态的稳定的传播本身,而后者强调一种动态的历史性过程,随着讨论的深入,一种共识逐渐形成,即媒介化是对中介化研究的补充与深入,它以中介化为基础(王琛元, 2018)。在 Esa Valiveronrn 看来,媒介化这一术语是模糊而缺乏严格分析性的,它只能笼统地概述媒介日益增强的影响力(Valiveronrn, 2001)。

夏瓦等几位学者聚焦于媒介在历史演变中对社会文化的线性影响。夏瓦将媒介化视为文化和社会

与媒介逻辑不断相互匹配的过程; Rothenbuhler (2009)则认为媒介化是一个“使得许多社会空间中的生产活动与运作机制逐渐受到媒介逻辑的影响”的过程; Schulz则描述了媒介引发的社会变革的四个过程:扩展(或译为延伸)、替代、融合、适应。

Jesús Martín Bar-Bero 和 罗格·西尔文斯通(Roger Silverstone)则关注的是媒介与社会文化的互动关系。尽管他们二人出于文化差异使用的是“中介化”一词,但其论述与上述学者的“媒介化”有殊途同归之意。西尔文斯通将“中介化”视为意义的生产与再生产,受众的参与则是不连续非对称的,以此来理解传播是如何改变社会文化环境以及参与者之间的互动关系; Jesús Martín BarBero 则认为中介化是传播实践与社会运动乃至多元文化或社会发展阶段的接合。

基于上述讨论,赫普和克罗兹一起为媒介化作了一个定义,即批判性地分析媒介与传播的变迁和文化与社会的变迁之间相互关系的概念(Hepp & Krotz, 2014a),这一观点获得了学界多数学者的认同。

(三)制度主义视角的媒介化研究

1. 延森(Klaus Bruhn Jensen):概念的界定性与敏感性

布鲁默(Blumer)(1954)曾提出“界定性概念”与“敏感性概念”,前者指的是通过对概念的属性或固定指标的清晰界定,来描述对某类对象来说具有共性的内容;后者则指一个引导理论和实证研究的探索性工具,它能够给予概念的使用者在处理经验事例时一种一般意义上的参考和指导。基于此,延森将主流媒介化定义置于其中加以考察,认为夏瓦与库尔德利的“媒介化”概念属于界定性概念,因为前者强调“制度”,而后者强调作为霸权的媒介化。

同时,延森提出了自己对敏感性媒介化概念的三个设想:作为社会结构的媒介化、作为技术动量的媒介化以及作为嵌入式传播的媒介化(Jensen, 2013)。他认为媒介以一种中介的形式参与实践和社会的建构,沿用了休斯(Thomas P. Hughes)技术体系的概念,将媒介视为推动社会发展的一种技术体系,并提倡将媒介置于情境中加以考察。这种设想带有浓厚的技术哲学取向,它通过去除媒介实体的限制,打开了媒介化研究的边界和想象力,达到了在技术的时代

变动中保持敏感性的可能。基于此,延森等(2017)认为“媒介化”这一概念的定义应更具有包容性,即“关于当代社会与文化的一个共识性甚至是基本常识性的特性描述”。

2. 夏瓦:制度逻辑

在夏瓦看来,大众媒介的发展有三个主要阶段:第一阶段是19世纪政党报业的兴起,此时的媒介为其它机构所控制,编辑也大多是政党的附属品;第二阶段是20世纪广播的诞生,媒介逐渐具备了文化机构的特征并与其他机构保持距离,逐步面向民众;第三阶段是1980年以来媒介产业与社会的结构性变迁,媒介逐渐从文化机制过渡到媒介机制,市场导向迫使媒介将更多的注意力集中到受众身上,从早期的“传者操纵”变为“用户操纵”,媒介制度开始逐渐成型。

为了进一步阐释这种机制,他吸取了吉登斯对结构的定义,认为媒介作为一种独立的社会机构,具有规则和资源配置两个主要特点:首先,媒介本身受规则制约,这些规则部分是用以约束媒介自身的行为,另一部分则适用于其他机构;其次,媒介掌握的资源与权力使得其它机构不得不遵循媒介所制定的规则(Couldry & Hepp, 2013)。至此,“媒介逻辑”与吉登斯的“结构化理论”得到了完美融合,“媒介化”正是指其他社会机构遵从于“媒介逻辑”而发生的历史性转变。

不仅如此,夏瓦(2004)区分了不同层面的媒介化:第一种是强意义上的媒介化,即社会或文化活动(诸如工作、休闲、游戏等)中的核心要素采取了媒介的形式;第二种是弱意义上的媒介化,即社会或文化活动受到媒介环境的影响。而媒介对社会的影响主要通过两个方面来实现:一方面,媒介是所有机构运作的一个组成部分,对其他机构的运作产生着或多或少的影响,比如它对政治和宗教生活的介入;另一方面,媒介又具有一定的自决权和权力,因为媒介掌握着一定程度的交往资源与分配。

将媒介视为一种独立的社会机构是夏瓦媒介化观点的核心论点,这种制度主义视角关注的重点是媒介制度与其他制度(如政治、经济制度)之间的关联,考察在相应历史时段内,其他制度是如何跟随媒介逻辑发生改变的。基于此,许多学者进行了一系列个案研究:夏瓦在《文化与社会媒介化》一书中

考察了政治、宗教、游戏、惯习等活动的媒介化过程;Synne Skjulstad 聚焦于线上时尚产业的媒介化过程,认为媒介的介入影响了时尚产业的进展;Andre Jansson 则认为旅游与媒介共享同一逻辑作用于社会生活。库尔德利、赫普(2013)总结了将媒介视为一种社会机构的研究路径,指出媒介的制度化使得其他非媒介形式逐渐具有了媒介表征,并且使其在寻求这种媒介表征的过程中不得不遵从媒介逻辑,他们将这种研究取向称为“制度化传统”。

四、从批判到建构:媒介化研究的社会建构路径

制度视角固然为媒介化研究打开了新的视野,但随着实践与认识的深入,许多学者开始对这一研究路径进行反思与批判,并尝试从社会、文化立体的、整体的角度来研究媒介化过程。这些学者引入了芝加哥学派的符号互动论、伯格(Peter Berger)和卢克曼(Thomas Luckmann)的社会建构理论、拉图尔(Bruno Latour)的行动者网络理论等多种理论,从而使媒介化研究上升到技术哲学的高度,这种研究路径被称为“社会建构传统”。

(一)对媒介化研究“制度化传统”的批判

随着研究深入,制度视角逐渐暴露出自身的弱点。第一,制度视角的媒介化研究似乎有“技术决定论”之嫌,因为“媒介似乎可以以‘自身的偏向’来影响和决定社会发展的方向”(伊尼斯,2003b);第二,其对媒介逻辑的强调似乎过于线性和单一化,但是正如克罗兹所说的,媒介逻辑不可能脱离具体的语境而独立存在,所以媒介逻辑应该是具体的和历史的;第三,作为中层理论,制度视角的媒介化研究只能考察作为制度的媒介与其他制度之间的相互关系,而无法探究微观层面的变革或者是以其他形式存在的媒介对于个体的影响,如以技术形态存在的数字媒介。

学者对制度化路径的批判体现在他们对“媒介逻辑”的批判之中。库尔德利(2014)认为阿什德与斯诺提出的“媒介逻辑”涉及诸多概念的混淆,比如实际的媒介表征格式以及对媒介权威和重要性的评估,并提出多种疑问,比如是否每种媒介都有自己的逻辑。隆比则指出阿什德与斯诺二人的“媒介逻辑”更接近“格式”而非齐美尔所说的“形式”,因为对媒介的考察应该立足于具体的传播实践而非探讨作为

总体的媒介逻辑(Lundby, 2009)。赫普也持此观点,他从行动者网络理论与社会建构理论出发,聚焦于媒介的形塑力:物质化与制度化(Hepp, 2013)。

这些学者的讨论是极具价值的洞见,同时凸显了媒介的影响如何通过社会互动的实践产生以及再生产的问题。换言之,对“媒介逻辑”的批判和反思成为媒介化研究社会建构传统的逻辑起点。这些学者将媒介化视为社会和文化现实建构的动态性过程,旨在“关注交往建构的现实是如何在特定的媒介进程中展开,同时,特定媒介的某些具体属性如何对现实社会的建构过程产生情境化的‘影响’”(Couldry & Hepp, 2013)。

(二)社会建构视角的媒介化研究

进入21世纪的第二个十年,立足于对制度视角特别是媒介逻辑的反思,媒介化研究逐渐形成了第二种研究传统:社会建构传统。学者们基于符号互动与社会建构的角度思考媒介化,强调传播主体与媒介之间的过程性互动,认为媒介可以帮助人们改变社会的建构方式。

社会学家伯格和卢克曼的社会建构理论是传播学中建构主义的直接理论来源。作为舒茨(Alfred Schutz)的亲传弟子,他们将舒茨深奥、晦涩的现象学理念转译成主流社会学术语,并试图整合韦伯的社会行动理论与涂尔干的社会作为外在事实的思想。他们在《现实的社会建构》一书中开宗明义地指出:实在是由社会建构的。这种建构具有集体性,个人的经历只有通过分享并在社会结构中得到了解,才能具有客观性,进而成为社会现实的一部分。而媒介作为传播手段,恰好为人们提供了建构社会的一种方式。

符号互动论这一名称是社会学家布鲁默创造的,但其核心思想来源于米德(George Herbert Mead)的互动论思想。米德将自我视为“主我”与“宾我”的结合体,后者来自于他人的态度与评价,而自我的社会性与开放性则来自于互动与对话。符号互动论认为“人们根据事物对于他们所具有的意义而对这些事物采取行动,这些意义来自于人们之间的社会互动,通过人在应付他所遭遇的事物时所进行的释义过程而被把握和修正”(Blumer, 1969)。戈夫曼(Erving Goffman)吸取了符号互动论的某些主要观点,在此基

础上提出了角色理论,梅罗维茨(Joshua Meyrowitz)则将角色理论与媒介理论相融合,提出“中台”这一概念,他指出电子媒介形成了一种类似“中介”性质的空间,个体由此可以与社会结构相勾连。

如果说社会建构考察的是宏观的社会互动,符号互动则侧重的是微观层面。在媒介化理论这里,这二者得以合二为一,共同开启了社会建构视角的媒介化研究。总体而言,有诸多学者从社会建构的角度对媒介化进行了思考,主要代表人物有库尔德利、克罗兹、赫普、舒尔茨(Winfried Schulz)等,其主要思想分述如下。

1. 克罗兹:“元进程”理论

克罗兹最先提出“元进程”这一术语来形容媒介化这一事实,其关心的并非是一种逻辑是否从媒介迁移到了其他的社会过程,而是与媒介相关的传播实践。元进程是一种“理论性地描述和解释特定经济、社会、文化方面和实际变化程度的结构”(Krotz, 2007)。媒介化与“全球化”“商业化”“个性化”等“元进程”一样,影响着民主、社会、文化、政治及其他相关条件,是现代化的推动者。只有将世界视为一种长期发展的产物,才能理解不断变化的世界及其未来的形态。克罗兹指出了媒介化的基本趋势:媒介数量及其主题将大量增长,媒介传播网络尤其是互动媒介将更大限度地作用于社会生活,并由此引发社会关系、结构、文化方面的变迁。因此,媒介化是一个历史性的、不间断的长期过程。

克罗兹从三个维度对传播研究进行区分:作为人类基本实践的传播、中介化的传播研究以及社会和文化生活的媒介化形式。由此,克罗兹提倡将媒介化置于特定的语境中进行考察,以描绘媒介传播变革与社会变迁之间的全景式图景。他试图借此来突显媒介并非是一种脱离社会情境的独立性存在,媒介化也并非如制度化传统所说的那样对其他社会制度或机构有一种强迫性压制,而是两种制度在特定的社会情境中相互作用共同建构一种新的历史情境。元进程为学者研究媒介化提供了一种宏观的结构化视角,它让学者们意识到媒介化过程必然是坎坷波动的,但是来自文化与意识形态的对立和排斥仍然是元过程的组成部分(Jansson, 2014)。

2. 舒尔茨:媒介化对人类传播行为的建构过程

舒尔茨试图从一个更加广义的范畴来考察“媒介化”,他既承认“媒介逻辑”的强大穿透力,又承认“媒介化”过程中存在着传播行为的相互融合。他认为“媒介化”来自于媒介的三大基本功能:传播功能、符号功能以及经济功能,并且与传播媒介及其发展相关。

在此基础上,舒尔茨总结了由媒介引发的社会变革的四个发展过程。第一,扩展(也可译为延伸),即媒介技术扩展了人类的沟通能力。媒介使人们的传播行为克服了时间与空间的局限性,并通过提高逼真度、生动度或审美情趣等提高了人类的传播能力,增强了传播行为的表现力。这与麦克卢汉“媒介是人的延伸”的观点不谋而合。第二,替代,即媒介部分或完全替代了社会活动和社会制度,并改变了它们的性质。以游戏为例,电子游戏的出现使得传统意义上的实物玩具走向衰落。这让越来越多的人意识到,不仅非媒体的活动采取了媒体形式,传统的传播模式也日渐式微,如电子邮件大大降低了纸质信件与面对面交流的频次,观看电视压缩了家庭互动的的时间。第三,融合,即媒体活动不仅延伸和(部分)取代了非媒体活动,也使得它们开始相互融合。随着媒介的使用成为个人生活和社会生活的一部分,媒体对现实的定义与社会对现实的定义开始逐渐融合。第四,适应,即其他社会制度或机构开始依照媒体的运作方式从事生产和交往活动。如政治角色开始适应媒体系统的规则,试图增加自身的宣传,同时必须接受自主权的削弱(Schulz, 2004)。

以上四个过程不是相互排斥,而是共同组成了一个复杂的过渡过程,这些过程互有交叉又有各自的侧重点,但集中体现了后现代社会中媒介对社会生活的日益渗透(侯东阳、高佳, 2018)。舒尔茨致力于强调媒介化不是简单的因果逻辑,将世界分为自变量与因变量,而是立足于动态性视角来考察由媒介变革引发的社会变迁过程中各个制度或系统的互动过程。

3. 库尔德利:媒介元资本

库尔德利与赫普将现代社会的媒介化分为机械化、电子化和数字化三个阶段,并且尤其看中数字媒介对社会和主体的建构作用。库尔德利认为,要想进一步思考媒介对社会组织的影响,必须将社

会过程与具体的实践场域相联系,而具体的场域中,具体的资本形式也至关重要。

在克罗兹那里,媒介化这一过程横跨了不同场域,于是库尔德利引入了布尔迪厄(Pierre Bourdieu)的“场”概念和“资本”概念,将当今社会看作由无数具有相对自主性的小世界的集合体,每个小世界都是一个有自身逻辑和必然性的独立场域。资本则是“一种铭写在客体或主体结构中的力量,一条强调社会实践的内在规律的原则”,资本的不同类别实际上就是“在差异化和自主化的过程中形成的某某场域发挥作用的某些特殊权力”(布尔迪厄,2004)。媒介机构则以“元资本”形式对具体场域中的资本产生影响,借助“元资本”,媒介对其他权力形式施加影响。整个媒介场的元资本越大,具体场域里与媒介相关的资本就越显著。至此,“媒介化”这一一般概念具有了较为具体的译解:“在具体场所里,资本、权威和权力如何被媒介元资本转化”(库尔德利,2014)。这让我们更好地理解,在广阔而高度分化的空间里,媒介中心神话是如何设置和维持的。

在库尔德利的个案研究中,“媒介化”是一种新的交流情境,并由此产生了媒介实践的多种类型,如搜索、视频展示,这使得媒介使用者拥有更多的机会参与公共活动。随着媒介普及程度的不断加深,个人已经无法脱离媒介去融入正常的社会生活,因为媒介的配置与使用已经成为社会的基本配置,如电脑化办公和手机支付功能。因此,媒介化研究还必须将媒介置于具体的情境来考察。

4. 赫普:形塑力、媒介化世界、传播型构

赫普对媒介化研究的主要贡献主要有以下三点:

一是对媒介形塑力的关注。赫普(Hepp,2013)认为克罗兹的元进程并未考虑到媒介的形塑力,即媒介对传播方式施加一定的压力,通过“制度化”与“物质化”两个环节构成。“物质化”思想源于拉图尔的“行动者网络理论”,拉图尔认为可以改变事物存在状态的都可视作行动者,人类与物的关系并非简单的决定与被决定的关系,物或者对人类行为起决定作用,或者通过赋权等方式影响人类行为。基于此,媒介不仅是“信息的自然渠道,还是特定语境中表征社会、参与社会的制度化形式”(王琛元,2018)。

“制度化”则来源于伯格和卢克曼的社会建构思想,伯格和卢克曼认为,制度产生于惯习化行为的典型化行动,而媒介便是通过塑造惯习化的互动方式来形成制度。每一种新技术形态的媒介产生都会带来互动方式的变化,如电话改变了报刊的单向传播模式,网络媒介的诞生使得多人互动成为可能。在“物质化”和“制度化”相结合的视角下,媒介化考察的是媒介对传播和互动行为的建构与影响。在整合了克罗兹的研究成果的基础上,赫普将传播划分为四种类型:直接传播、互动媒介传播、大众媒介传播和虚拟媒介传播。

二是赫普与克罗兹引入现象社会学与符号互动论,共同提出了“媒介化世界”的概念。在现象社会学中,日常世界不仅包含自然世界,也包含人所处的社会和文化世界;在符号互动论中,媒介世界有着无处不在的通信网络,并且可以拥有无数个规模不一且相互交织的小世界。基于以上两种理论,赫普与克罗兹认为媒介化世界既是现象社会学中所说的日常世界,又具有符号互动论中世界的特点。它是社会生活世界的结构化碎片,具备特定的主体间的知识库存,特定的实践与文化(Hepp,2014)。立足于这一层面去理解,媒介化变得具体化:使用者处于特定的社会背景基于特定意图使用媒介,媒介化研究也得以从实证分析出发以获得不同的理论基础,来理论性地解释媒介如何作为一种元进程与社会文化相互交织,从而获得一个关于当前媒介化的更普遍的理论。

三是对“媒介化世界”进一步具体化,立足于媒介的形塑力提出“传播型构(communitive figuration)”这一概念,以期从历时性和同步性的角度将媒介化研究“再次理论化”。赫普以社会学家埃利亚斯(Norbert Elias)对“型构”的理解为基础提出传播型构这一术语,将社会视为由个体组成的关系网络,认为当前的“媒介化”并非是与某一特定种类的媒介相关,而是指“社会与文化的各个领域都在同时通过各种媒介进行传播型构”(Hepp,2013)。具体而言,传播型构指的是“横跨多种媒介的传播过程中存在的模式,该模式对传播行为具有框定作用”(Hepp,2014),主要由四部分组成:作为结构基础的行动者丛(constellation of actors)、对个体行动起导向作用的主题框架(thematic

framing)、指代具体传播实践模式的传播形式(forms of communication)以及包含了每个传播型构中所有媒介的媒介集合(media ensemble)。

如图1所示,赫普认为历时性的媒介化研究更加简单明了,即通过调查媒介化进程中不同时间点的传播型构并加以比较。同时还需要辅以同步性的媒介化研究,因为媒介化并非单一的线性过程,而是具有“爆发点”的波动过程,这为深入分析某一种传播型构提供了可能。通过这种历时性与同步性的媒介化研究,学者可以更准确地描述媒介对社会的塑造作用。

5. 深度媒介化:媒介化的新趋势

在最新的研究中,赫普(2020)认为数字化使社会进入了“深度媒介化”阶段,这种深度媒介化并“不仅来自技术生产与用户推动,它还来自行动者对未来的设想,是一个高度动态化的多层次过程”。在这一阶段,算法、数据以及人工智能对我们理解“媒介化”至关重要,它使得一些过去与媒体无关的实践正在变为媒体实践。但尽管如此,意义与意义建构仍然是社会建构视角的核心问题。在“深度媒介化”时代,各种传播实践都与数字基础设施相互交织。库尔德利与赫普立足于物质现象学,将深度媒介化视为一个递归转化的过程。“递归性”来源于逻辑与计算机科学,指的是“规则被重新应用于生成它们的实体之上”(Couldry & Hepp, 2017)。基于此,赫普强调了媒介的物质性特征,这与制度化视角遥相呼应。

这似乎体现了近年来两大研究传统互相开放的趋势。一方面,制度化传统的倡导者对媒介化进行了重新思考。如夏瓦借鉴了布尔迪厄的“场域”理论,将包括媒介在内的社会制度视为一个有自主和内部

结构的社会领域,并根据行动者所处的位置来对媒介进行评估。同时,夏瓦也指出,这个场虽有一定自治性但并非完全自治,它受到其他场域的影响。因此,“媒介在各场域不断增长的他律中扮演着至关重要的角色,并借此挑战了场域的自律。媒介化的程度可以根据各自场域的自律在多大程度上被削减得以衡量”(夏瓦,2020)。另一方面,社会建构传统的学者们也认为从制度维度来审视媒介化是有必要的。它可以帮助我们厘清媒介化发生作用的过程以及社会与文化是如何依赖媒介运行的(Krotz & Hepp, 2011),如此便能从社会建构的角度凸显制度的必要性。

简言之,“社会建构”视角的媒介化研究主要强调两个方面:首先,它将媒介置于人类的传播实践中加以考察;其次,它提倡将媒介置于特定的社会情境中进行分析。这一类的学者将媒介化视为社会和文化现实建构的动态性过程,认为媒介化这一术语旨在关注交往建构的现实是如何在特定的媒介进程中展开,同时,特定媒介的某些具体属性如何对于社会现实的建构过程产生情境化的影响。

五、结语

“媒介化”作为近年来欧洲传播研究的关键词,是对“中介化”研究的补充与深入,并逐渐形成两大研究传统:制度化传统与社会建构传统。制度化传统植根于齐美尔的形式社会学与货币哲学,将媒介化视为社会机构在“媒介逻辑”影响下历史性的转变过程;社会建构视角则是对制度化传统进行批判性反思的结果,它融入了现象社会学、符号互动论、知识社会学等多种视角,聚焦于媒介对社会文化生活的动态性建构。

近年来,国内学者也对“媒介化”进行了诸多探

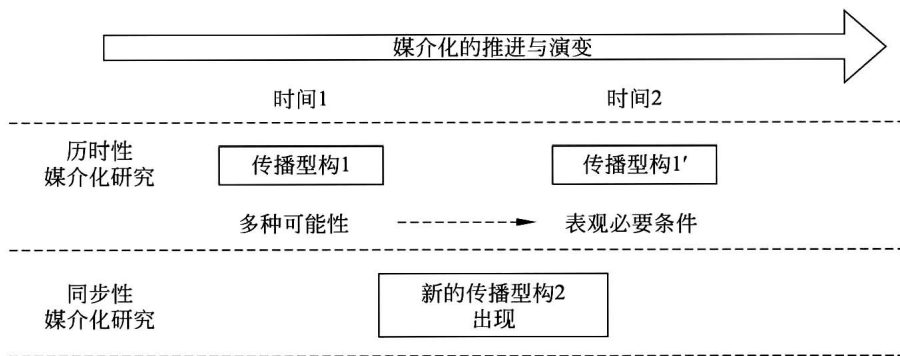


图1 历时性与同步性的媒介化研究(Hepp, 2013)

索,大致可分为三类。一是植根本土的媒介化研究,认为媒介化社会的形成来自于媒介技术的不断演化、受众的信息需求以及现代社会信息环境的“环境化”三种逻辑(张晓锋,2010)。二是对欧洲媒介化研究的梳理与介绍。唐士哲认为,媒介化研究重新定位了媒介与社会的关系,以往被忽视的媒介科技、物质性等因素得以被重新审视;戴宇辰(2016)认为他们“准确地把握到了当前传播与社会之间关系的新变革,从而确立了以媒介为中心的社会本体论考察”。三是对媒介化研究进行溯源。胡翼青、王焕超(2020)认为其思想渊源缘起于20世纪70年代那场“回到人”的社会科学革命”,并指出媒介化研究“通过社会制度与个体实践两个层面对媒介的影响过程进行动态分析”。此外,具体场域的媒介化也不能忽视:新闻场域这个概念已经完全被媒介场域所覆盖,这极大地强化了媒介元资本,并大大增加了媒介场域对其他场域的他律能力(胡翼青、郭静,2019)。

综上,每种理论或研究范式都诞生于特定的社会语境,但在数字媒介带来的“深度媒介化”这一趋势下,“媒介化”研究仍然可以给予中国的传播学者充分的学术养分与思考灵感。尽管国内的媒介化研究刚刚处于起步阶段,但已经不乏对媒介化理论进行批判与反思之人。如杨馨(2020)立足于政治经济学,认为媒介化“带来了一种弥散的‘普遍剥削’”,呼吁受众寻找“顺应”或“反抗”媒介化之外的第三条路径。而总体来看,“媒介化”作为一种新的蓬勃发展的研究范式,其研究成果必然远不止于此,也必将为重新构建传播研究框架提供崭新的视角和理论起点。

参考文献:

- [1]安东尼·吉登斯(2011):《现代性的后果》(田禾译),南京:译林出版社.(原书 Giddens, A.[1990].The Consequences of Modernity. UK: Polity Press.)
- [2]陈嘉明(2006):《现代性与后现代性十五讲》,北京:北京大学出版社.
- [3]大卫·理斯曼(2002):《孤独的人群》(王崑、朱虹译),南京:南京大学出版社.(原书 Riesman, D.[1961].The Lonely Crowd. London: Yale University Press.)
- [4]戴宇辰(2016):走向媒介中心的社会本体论?——对欧洲“媒介化学派”的一个批判性考察,《新闻与传播研究》,第23卷第5期,47-57页.

- [5]戴宇辰(2018):媒介化研究:一种新的传播研究范式,《安徽大学学报(哲学社会科学版)》,第2期,147-156页.
- [6]段慧子(2015):当代媒介传播范式变迁之考察,《传媒》,第7期,70-72页.
- [7]郭恩强(2018):在“中介化”与“媒介化”之间:社会思想史视阈下的交往方式变革,《现代传播》,第40卷第8期,67-72页.
- [8]郭忠华(2009):权力、结构与社会再生产——安东尼·吉登斯专访,《国际社会科学杂志(中文版)》,第26卷第2期,68-73页.
- [9]哈罗德·伊尼斯(2003a):《帝国与传播》(何道宽译),北京:中国人民大学出版社.(原书 Innis, H.[2007]. Empire and Communication. Toronto: Dundurn Press.)
- [10]哈罗德·伊尼斯(2003b):《传播的偏向》(何道宽译),北京:中国人民大学出版社.(原书 Innis, H.[1999]. The Bias of Communication. Toronto: University of Toronto Press.)
- [11]胡翼青、王焕超(2020):媒介理论范式的兴起:基于不同学派的比较分析,《现代传播》,第42卷第4期,24-30页.
- [12]胡翼青、郭静(2019):自律与他律:理解媒介化社会的第三条路径,《湖南师范大学社会科学学报》,第48卷第6期,128-135页.
- [13]侯东阳、高佳(2018):媒介化理论及研究路径、适用性,《新闻与传播研究》,第25卷第5期,27-45、126页.
- [14]克劳斯·布鲁恩·延森、曾国华、季芳芳(2017):界定性与敏感性:媒介化理论的两种概念化方式,《新闻与传播研究》,第24卷第1期,第113-125-128页.
- [15]罗伯特·达尔(2012):《论民主》(李风华译),北京:中国人民大学出版社.(原书 Dahl, R. A.[2015]. On Democracy. London: Yale University Press.)
- [16]林文刚(2007):《媒介环境学——思想沿革与多维视野》(何道宽译),北京:北京大学出版社.
- [17]骆正林(2020):传媒技术赋权与人类传播理念的演变,《现代传播》,第42卷第2期,55-63页.
- [18]莫少群(2005):20世纪“西方消费”社会研究述略,《淮阴师范学院学报(哲学社会科学版)》,第27卷第2期,183-188页.
- [19]麦克高希(2003):《世界文明史》(董建中、王大庆译),北京:新华出版社.
- [20]曼纽尔·卡斯特(2003):《网络社会的崛起》(夏铸九、王志弘等译),北京:社会科学文献出版社.(原书 Castells, M.[2000]. The Rise of the Network Society. New Jersey: Wiley Blackwell.)
- [21]内山精也(2005):《传媒与真相——苏轼及其周围士大夫的文学》(朱刚译),上海:上海古籍出版社.
- [22]尼克·布尔迪厄(2004):《国家精英》,北京:商务印书馆.
- [23]尼克·库尔德利(2014):《媒介、社会与世界:社会理论与数字媒介实践》(何道宽译),上海:复旦大学出版社.(原书 Couldry, N.[2012]. Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice. UK: Polity Press.)
- [24]钱穆(2005):《中国历代政治得失》,北京:生活·读书·新知三联书店.
- [25]潘中党(2014):“玩转我的 iPhone,搞掂我的世界!”——探讨新媒体技术应用中的“中介化”和“驯化”,《苏州大学学报(哲学社会科学版)》,第34卷第4期,153-162页.

- [26]施蒂格·夏瓦(2020):《文化与社会中介化》(刘君、李鑫、漆俊邑译),上海:复旦大学出版社.(原书 Hjarvard, S.[2013]. *The Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge.)
- [27]王琛元(2018):欧洲传播研究的“媒介化”转向:概念、路径与启示,《新闻与传播研究》,第25卷第5期,5-26页.
- [28]王晓龙、司学红(2007):宋代书院教育,《河北大学学报(哲学社会科学版)》,第4期,80-82页.
- [29]魏建国(2019):中国古代“文字文化形态”政法秩序建构的历程与意义——媒介变迁视角,《法学评论》,第37卷第5期,187-196页.
- [30]伍静(2011):《中美传播学早期的建制史与反思》,济南:山东人民出版社.
- [31]杨馨(2020):媒介的“下沉”与奠基——媒介化社会的政治经济学批判,《新闻界》,第2期,60-68页.
- [32]喻国明、马慧(2016):互联网时代的新权力范式:“关系赋权”——“连接一切”场景下的社会关系的重组与权力格局的变迁,《国际新闻界》,第38卷第6期,6-27页.
- [33]张昱辰(2018):论西美尔的媒介思想及其当代启示,《现代传播》,第40卷第5期,69-74页.
- [34]臧知非(2014):从里耶秦简看“书同文字”的历史内涵,《史学集刊》,第2期,27-31页.
- [35]张晓锋(2010):论媒介化社会形成的三重逻辑,《现代传播(中国传媒大学学报)》,第7期,15-18页.
- [36]Altheide, D. L. & Snow, R. P.(1979). *Media logic*. Beverly Hills: Sage Publications.
- [37]Altheide, D. L. & Snow, R. P.(1992). *Media logic and culture: Reply to oakes*. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 5(3), 465-472. doi: 10.1007/BF01423902.
- [38]Asp, K.(2014). News media logic in a new institutional perspective. *Journalism Studies*, 15(3), 256-270. doi: 10.1080/1461670X.2014.889456.
- [39]Blumer, H.(1954). What is wrong with social theory?. *American Sociological Review*, 19(1), 3-10. doi: 10.2307/2088165.
- [40]Blumer, H.(1969). *Symbolic interactionism: perspective and method*. Englewood Cliffs.
- [41]Couldry, N. & Hepp, A.(2013). Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. *Communication Theory*, 23(3), 191-202. doi: 10.1111/comt.12019.
- [42]Couldry, N. & Hepp, A.(2017). The continuing lure of the mediated centre in times of deep mediatization: Media events and its enduring legacy. *Media, Culture & Society*. doi: 10.1177/0163443717726009.
- [43]Esser, F.(2013). *Mediatization as a challenge: media logic versus political logic*. Palgrave Macmillan UK.
- [44]Hepp, A.(2013). The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the mediation of everything. *European Journal of Communication*, 28(6), 615-629. doi: 10.1177/0267323113501148.
- [45]Hepp, A.(2014). Communicative figurations. *Researching cultures of mediatization*. In *Media Practice and Everyday Agency in Europe*(pp. 83-99). Bremen: edition lumière.
- [46]Hepp, A. & Krotz, F.(2014a). *Mediatized worlds: Culture and society in a media age*. London: Palgrave.
- [47]Hepp, A. & Krotz, F.(2014b). Mediatized worlds—Understanding everyday mediatization. In *Mediatized Worlds*(pp. 1-15). London: Palgrave. doi: 10.1057/9781137300355_1.
- [48]Hepp, A. & Breiter, A.(2018). *Communicative Figurations: transforming communications in times of deep mediatization*. Springer Nature.
- [49]Hepp, A.(2020). *Deep mediatization*. New York: Routledge.
- [50]Hjarvard, S.(2004). From bricks to bytes: The mediatization of a global toy industry. In Bondebjerg, I. & Golding, P.(Eds.), *European Culture and the Media*(pp. 43-63). Bristol: Intellect.
- [51]Hjarvard, S.(2014). Mediatization and cultural and social change: An institutional perspective. In Lundby, K.(Ed.), *Mediatization of Communication*(pp. 199-226). Boston, Berlin: De Gruyter Mouton. doi: 10.1515/9783110272215.199.
- [52]Jansson, A.(2014). Indispensable things: on mediatization, materiality, and space. *Mediatization of Communication(Handbooks of Communication Science)*. doi: 10.1515/9783110272215.273.
- [53]Jensen, K. B.(2013). Definitive and sensitizing conceptualizations of mediatization. *Communication Theory*, 23(3). doi: 10.1111/comt.12014.
- [54]Krotz, F.(2007). The meta-process of mediatization as a conceptual frame. *Global Media & Communication*, 3(3), 256-260. doi: 10.1177/17427665070030030103.
- [55]Krotz, F., & Hepp, A.(2011). A concretization of mediatization: how mediatization works and why mediatized worlds are a helpful concept for empirical mediatization research. *Empedocles European Journal for the Philosophy of Communication*. doi: info:doi/10.1386/ejpc.3.2.137.
- [56]Lundby, K.(2009). Introduction: mediatization as key.
- [57]Livingstone, S.(2009). On the mediation of everything: ICA presidential address 2008. *Journal of Communication*, 59(1), 1-18. doi: 10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x.
- [58]Rothenbuhler, E. W. (2009). Continuities: communicative form and institution, in Lundby, K. *Mediatization: concept, changes, consequences*. New York: Peter Lang Publishing Inc.
- [59]Schulz, W.(2004). Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*, 19(1), 87-101. doi: 10.1177/0267323104040696.
- [60]Skjulstad, S.(2009). Dressing up: The mediatization of fashion online. *Science Mosaic*.
- [61]Valiveronen, E.(2001). From mediation to mediatization: The new politics of communication science and biotechnology. *The Politics of Public Issues*, Helsinki: Department of Communication, University of Helsinki.