

从新媒介传播时代的诞生 观基础科学研究的传播策略创新

汤书昆

(中国科技大学科学传播研究与发展中心, 合肥 230026)

[摘要] 基础科学的成果表达与传播范式以严谨、系统、完整的语言逻辑著称, 并据此形成了科学共同体的专业语言, 成为传统公众传播中最具精英话语权的表达领域。当代, 新媒介传播技术促成了新媒介传播时代的诞生, 公众的知识获取呈现出与强结构化、强线性化大不相同的解构性特征。科学共同体与基础科学研究成果的传播如何走近, 以适应新交流表达平台的大规模人群而避免话语优势的丧失, 已成为一个不能回避的战略发展命题。

[关键词] 新媒介传播 基础科学 创新

[中图分类号] N4 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-8357(2012)05-0055-04

Science Communication Strategy Innovation of Basic Science Disciplines in an Era of Web 2.0

Tang Shukun

(Development Research Center of Science Communication in USTC, Hefei 230026)

Abstract: The illustration of the achievements for the basic science disciplines is made in a rigorously logical and systematical manner, through which the professional term of science community has come into shape, becoming a channel for the social elites to have themselves expressed in the traditional science communication. In modern times, the newly emerging media help to facilitate the birth of new communication era, the ways for the public to gain access to the science information in the web era are characteristic of deconstruction quite different from the previously traditional ways which gave emphasis on strong construction and linearization. How to make the relations between science community and basic science research more interlinked, and how to make it adapt to the new communicating platform in which a huge number of people have themselves expressed to avoid the demise of the dominance of the discourses has become an unavoidable topic of strategic significance.

Keywords: new media; communication; basic science discipline; creativity

CLC Numbers: N4 **Document Code:** A **Article ID:** 1673-8357(2012)05-0055-04

收稿日期: 2012-08-10

作者简介: 汤书昆, 教授, 中国科技大学科学传播研究与发展中心主任, 中国科技大学人文与社会科学学院执行院长,
Email: sktang@ustc.edu.cn。

1 新媒介的当代类型及进展轨迹

所谓新媒介时代，无疑与新媒介产品是一个既关联而又有差别性语义刻画的概念。从传播媒介演化的视角看，以报纸、书刊、广电为标志的传播媒介形态代表着近现代传播的稳态形式，其特征是线性化与单向性传递、结构化与系统化语言表达，等等。虽然在长达百余年的演化进程中也有非常多的创新与变迁，但媒介表达的基础模式并未解构。

当代新媒介时代的诞生始于互联网的诞生及社会化运用，这是一种解构性质的传播媒介形态跃迁，虽然这一跃迁才刚刚发生(以1992年互联网商用化为标志)，但却实质性地开启了媒介表达的新时代，我们能够看到的是：交互式与多向性传播、碎片化与自由组接式语言表达成为新媒介时代初期的核心特征，并且正以极强的力度改变传统媒介的工作习惯与表达工具体系。

另外一个细分的演化阶段是发生在新媒介体系内部的：从1992年互联网商用化开始，新媒介时代的第一波是由桌面电脑(加笔记本)与互联网构成主架构，即桌面互联网阶段；而从21世纪第一个十年的中后段开始，以智能移动终端(智能手机与Ipad等)的迅速主流化为标志，新媒介时代短短数年即已进入移动互联网阶段。下面是新媒介时代的进展轨迹的图表描述。

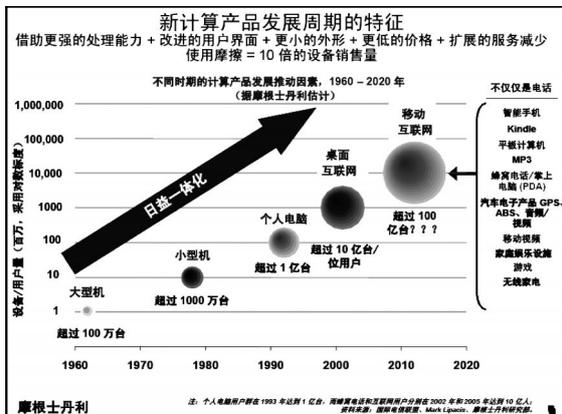


图1 新媒介时代的工具系统演化轨迹

从上述的当代新媒介传播演化进程来看，一系列的数据均反映出在处于现代化发展中

阶段的中国大陆区域，完全新构的传媒平台系统也已占据了主流并引领着社会生活与专业交流的转型。

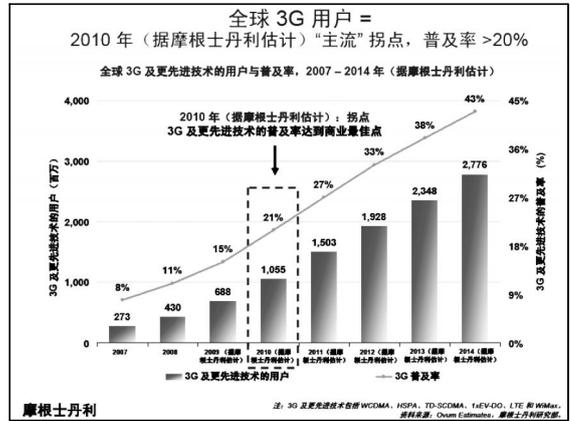


图2 新媒介时代的3G用户演化图景

3G普及率的拐点因地区而异
 西欧+北美 = 2007-2008年，世界其他地区 = 2010-2014年
 (据摩根士丹利估计)

各地区的3G接入与普及率, 2007-2014年 (据摩根士丹利估计)

地区	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014	
	用户数(百万)	普及率	用户数(百万)	普及率	用户数(百万)	普及率	用户数(百万)	普及率	用户数(百万)	普及率	用户数(百万)	普及率	用户数(百万)	普及率	用户数(百万)	普及率
西欧	7,911	17%	12,724	25%	205,962	38%	299,220	54%	381,422	67%	448,691	77%	495,686	85%	549,615	92%
日本	72,680	88.4%	88,434	91%	101,320	91%	110,823	96%	116,581	98%	126,463	99%	123,217	99%	124,770	100%
亚太(除日本以外)	50,163	83.5%	83,514	91%	151,192	91%	295,230	92%	482,911	95%	693,995	98%	918,063	99%	1,135,626	100%
北美	53,307	20%	83,460	29%	116,575	38%	145,683	46%	177,451	54%	204,835	61%	231,271	67%	260,575	74%
东亚	8,785	19.9%	19,918	40.9%	40,944	72.3%	72,321	130.2%	120,291	139.9%	139,960	166.2%	166,288	199.9%	199,977	249.9%
中东与非洲	5,781	18.4%	50,409	7%	91,085	165.5%	165,564	239.8%	239,805	309.2%	309,251	383.2%	383,238	479.9%	479,977	599.9%
南美和中美洲	3,126	9.2%	21,875	4%	40,448	7%	59,107	10%	80,087	12%	100,027	15%	122,258	17%	144,428	21%
总计	273,469	8%	429,739	11%	688,278	15%	1,054,810	21%	1,503,397	27%	1,927,837	33%	2,347,804	38%	2,776,058	43%

图3 新媒介时代移动智能媒介的初期分布图景

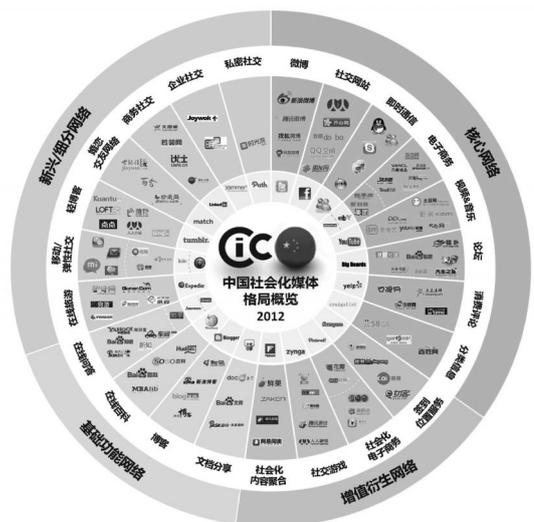


图4 中国社会化媒体的当前类型概貌图

据艾瑞咨询的统计数据显示，2011年中

国智能手机出货量达 7 210 万部，增长率为 103.1%，移动终端智能化趋势明显。2011 年中国互联网用户数达到 3.56 亿，并且艾瑞预计其数量将于 2015 年左右超过桌面互联网用户数，请看根据艾瑞咨询与 CNNIC 数据分析组结构而成的图示（如图 5 所示）。

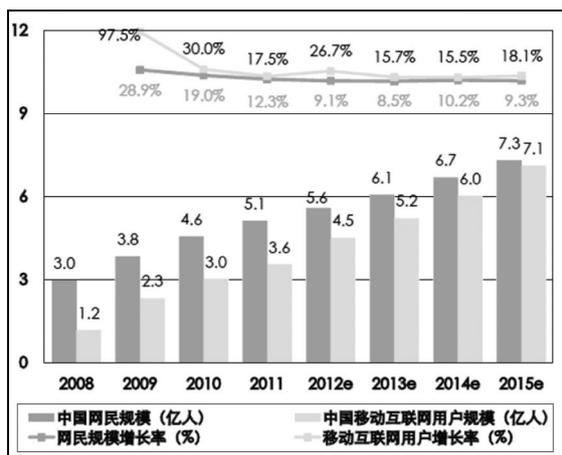


图 5 2008—2015 年中国桌面和移动互联网用户规模变化图

用户规模作为一个行业发展的基础，在移动互联网发展初期显得尤为重要，用户基数已经成为决定行业发展的重要因素。

2 基础科学研究传播立场与逻辑思路

基础科学研究是社会公众与学术界传统认为的严谨表达领域，与传统媒介时代的平台支持相协同，体现出相当鲜明的自循环表达倾向，具体可归纳如下：

(1) 特征：以深度学习形成知识集成，并以完整的学术理性逻辑的系统表述见长。

(2) 形式：通常以专业杂志、学术论文及教材（专著）形式呈现。

(3) 主领域：科学共同体内部的小群传达（面向专业群体表达）。

(4) 补充领域：科学知识面向公众的传统形态宣导，包括报纸新闻、影视、报告会等。

基础科学研究成果的传播依托上述表达集成支持系统而确立了历史性的声望，并依靠科学共同体专业小群的内循环的深度交流而维系精英地位，而共同体及专业小群以外

的广大人群因处于交流话语权的极度弱势而认同基础科学家表述方式的绝对权威性。

但是，新媒介时代到来后人群交流认知与获取信息知识习惯发生了大规模的变化，挑战形成的表征如下：

(1) 大规模人群的浅阅读与碎片式交互集合形态的知识获取。例如，以中国内陆 2011 年微博人群为例，几乎只有 2 年时间，从无到有的参与者已达 2.5 亿。

(2) 传统线性单向式传播媒介的边缘化与衰落，美国报业协会 2011 年发布的行业预测：2016 年前，美国的纸质报纸将全部转型为数字格式的新媒介形式，否则将会全部走向消亡。如《纽约时报》、《华盛顿邮报》这样的代表性报纸均陷入日益亏损的局面而难以为继。

(3) 网络学习与全球开放课程体系涌现后，无限便捷带来组合与搜索式知识获取习惯的流行，正统的学校式讲授模式面临严峻挑战。

那么，在新媒介传播急风暴雨般对学术界引以为傲的表达范式形成冲击的情境下，基础科学研究群落在社会演化中的态度是相当纠结的，思考的问题主要有以下几点：

(1) 坚持科学共同体内细分专业群体内部传播是维系学术生命的基础，失去这一点则精英科学将落到地面上。

(2) 如何创造新的机制与表达方式进入新媒介交流空间是不能回避的新世界命题，错过了这一历史节点将会在新世界里流失鲜活生命力。

(3) 科学家与技术专家新媒介表达与交流的技能和素养指标的新要求（包括制度设计、评价指标设计等），已成为科学共同体提升新世界工作能力的关键性指标。

(4) 科技传播工作者的新培育模式思考，如何培养出能在新媒介交流空间高效传播基础科学的历史知识与创新知识。

3 基础科学领域可能存在的演化风险挑战与思考

(1) 科学共同体固守学术传播的既有范式而在新媒介公众认知中衰落与边缘化，即导致

公众对科学的疏离。

(2) 科学共同体在面向新社会空间时创新表达方式的滞后,不能发育出适应碎片化传播集合的获取与创新知识的方式,而失去在“平坦的世界”里的优势地位。

(3) 在中国,或许面临转型期强势科学共同体代表性机构话语权削弱的压力,而一些名

不见经传的新型机构则可能获得公众新科学生活的中心地位。

因此,基础科学群体在新媒介时代的传播策略可以回到如下的起点问题:基础科学研究的科学传播如何走进已习惯于新媒体方式交流及学习的人群?

(责任编辑 张南茜)