

## 信息时代要追求媒介生态平衡

作者：李莉

[内容摘要] 社会经济、政治、文化的发展使得媒介的地位被凸显出来，越来越多的人开始关注媒介，媒介的市场化运作、媒介的经营管理、新闻工作人员的行业自律……研究者渐渐发现，媒介的存在与发展不是孤立的，它与整个社会在一定阶段的政治、经济、文化等的发展息息相关，就是所谓的媒介存在于一个媒介生态环境中，好的环境能促进媒介的健康发展，恶劣的环境则不利于媒介的发展。所以要学会用整体的观点去研究媒介的发展状况，处理好媒介生态中各因素之间的关系，追求媒介生态的平衡。

[关键词] 媒介生态 界定 主要因素 重要意义

泰普斯科特与卡斯頓在《范式的转变：信息技术的前景·引言》中提到：每天都有许多事情发生在我们的周围——从读晨报开始，直到看完夜间新闻。这些世界上令人吃惊的变革，深入地渗透到我们的工作和生活之中，无情地抹去旧的印记。而在几年前、几个月前、甚至几周前，这一切还是那么不可思议。新型的开放与竞争既富含机遇，又布满艰险荆棘，展现在人类、国家、企业以及每个人面前。每当读到一系列触目惊心的标题，人们往往会感受到自己心灵的巨大震撼：接下去究竟会发生什么？自从20世纪90年代开始，随着中国大的经济环境的发展变化，人们对社会信息的需求量骤增，报纸、广播、电视、网络、杂志等媒介在信息传播活动中凸显出来，日益成为人们日常生活中不可缺少的信息交通工具。2002年中国入世，这虽然对中国的传媒领域没有产生即刻的影响，但这种影响是潜在的，是早晚要显露出来的。同时，随着互联网技术的发展，它引起了信息传播的新革命，媒介、人们、社会面对史无前例的大信息量、高时效性、高度的互动性……应该何去何从……在这个发展变化的过程中，社会、媒介、受众为了彼此适应，都发生了探索性的变化，高明的远见和策略性的规划有时候不一定会带来理想的结果，所以不断尝试，抓住机会，保留作用良好的部分，修正或放弃作用不好的部分，也许更合时宜。对于传媒来说，尤其作为有中国特色的新闻传媒，在发展的道路上，主要靠自身的摸索，没有现成的模式可以套用，所以在发展的道路上难免走弯路，但如果换个视角看，也正是在为将来的发展积累经验。

媒介的发展变化、社会的发展变化、受众的发展变化之间不是孤立的，它们相互联系、相互影响，共同构成一个客观的生态环境，这个环境就是媒介生存与发展的生态环境。只有保持健康的媒介生态环境，媒介才能健康发展，同时推动社会的健康发展。最近几年，由于媒体竞争的加剧，有些媒体不顾社会效益的首要地位，盲目追求经济效益，结果导致假新闻、有偿新闻、黄色新闻等不良现象的抬头，污染了媒介生态，对社会（主要是对政治、经济等的影响）、媒体、受众等都造成不良的影响。所以，要促进社会主义现代化建设的健康发展，就必须保持媒介的生态平衡。

### 一、媒介生态的历史渊源及其界定

美国威廉彼德森大学的林文刚在《媒介生态学在北美之学术起源简史》中对“媒介生态”的学术起源问题做了如下阐释：从最初的学术背景来看，“媒介生态”一词最早是由加拿大媒介理论家和哲学家马歇尔·麦克卢汉（H. Marshall McLuhan）在20世纪60年代提出的（Lum, 2000a）。现在很难确定麦克卢汉如何提出“媒介生态”一词的确切起源。但是，根据其诸多著述，通常认为他创立这一表述方式是将其作为一种比喻，来帮助理解传播技术和媒介对文化在深度和广度方面所

起到生态式的影响。直到20世纪60年代晚期，当尼尔·M·波兹曼（Neil M. Postman）在纽约大学（New York University）拓展媒介研究课程时采用媒介生态这一术语后，它才转变为代表一种媒介研究中，用于正式学术领域的专有名词。所以，从这个意义上讲，虽然麦克卢汉是首位将媒介生态一词作为比喻的学者，但波兹曼却是首位将媒介生态命名为媒介研究中一块正式学术领域的学者。也就是从20世纪60年代开始，在波兹曼的学术领导下，再加上诸多对此持有共同兴趣的学者、思想家等的贡献，媒介生态学开始作为媒介研究的崭新领域而逐渐成型。

E·M·罗杰斯在《传播学史：一种传记式的方式》中提到：任何涉入一条新的河流的人都想知道这里的水来自何方，它为什么这样流淌。同样的道理，当我们意识到我们客观地存在于媒介生态中时，我们就会不由自主地想知道：媒介生态是怎么来的，媒介生态为什么会是这样存在着的……

## 1、关于生态（学）

要认识媒介生态就必须先明确什么是生态（学）。以下是对生态（学）的几种界定性的看法：

A、生态概念是由德国生物学家海克尔于1866年在《普通有机体形态学》一书中提出的。他指出：“我们把生态学理解为关于有机体与周围环境关系的全部科学，进一步可以把全部生存条件考虑在内。”其最初的含义是指研究生物之间及生物与非生物环境之间的相互关系的科学。可见海克尔当时下的概念包含的内容还是十分的宽泛。①

B、所谓生态，它通常是指在一个生物群落及其生存发展的系统之中，各种因素的相互关联制约所达到的相对的平衡结构。②

C、生态学是研究有机体与环境的学科，是一种“研究关联的学说”，我们用生态学的考察方式能克服“从个体出发的、孤立的思考方法，认识到一切有生命的物体都是某个整体中的一部分。”③

从上述的各种说法可以看出：生态（学）强调的是生物与周围环境的整体关联。

## 2、关于媒介生态

概念是逻辑思维的起点，任何判断、推理、演绎、归纳、立论、反驳无不以概念的准确清晰为前提，概念混乱必然导致逻辑混乱以至整个理论表述的杂乱。所以有必要对媒介生态的概念进行明确的界定。在对生态（学）的概念有了初步了解的基础上，再来理解媒介生态的概念就不难了。同样地，对媒介生态的解释不一，但其中的灵魂却是一致的，无非是在强调，媒介是与其生存的社会大环境紧密联系在一起：

A、借用生态学中有关“相互关联制约”的机理和相关性的系统研究方法，传播学者们通常将“媒介生态”界定为某一特定时代中媒介各构成要素之间、媒介之间、媒介与其外部环境之间相互关联制约而达到的一种相对平衡的结构。媒介生态包含诸多因素，主要是一定时代的政治文化氛围、经济发展水平、社会生活形态和媒介本身的属性、话语立场、人文精神以及受众方面的教育水平、文化境界、身份背景等等。④

B、完整的媒介生态系统包括两方面的因素，即媒介因素（报刊、广播电视、电影、出版、音乐制作等等）和环境因素（政治、经济、文化教育、自然资源、技术等等）。⑤

C、媒介生态系统的基本构成要素是媒介系统、社会系统和人群，以及这三者之间的相互关系和相互作用。媒介是活的生物，生存在适合其生存、发展、繁衍的生态环境之中。媒介生态研究，就是对媒介生态系统，对媒介、社会与受众人群及其关系的研究。媒介生态是由多个媒介环境组成的，媒介与个人之间的互动构成了受众生态环境；媒介系统与社会系统之间的互动关系构成了媒介

现在有人将媒介生态的概念等同于媒介环境的概念，实际上这两者之间是有差别的。邵培仁在《传播学》中指出：媒介环境是指大众传播机构在运作管理中所呈现出来的一种整体气氛，是由大众传播活动全体参与者的行为方式聚合后形成的一种习惯模式。它的培养与形成，是媒介与社会在过去长期的信息传播和人际互动中逐步形成的，分为积极的媒介环境与消极的媒介环境。媒介生态与媒介环境虽然不是完全相同的概念，但它们的所指有相通的地方，也就是像有写学者所说的，它们有交叉的地方，称媒介生态为媒介生态环境更科学。

## 二、影响媒介生态的主要因素

“一只蝴蝶今天在北京扇动翅膀，也许就会改变纽约下个月的天气”，“蝴蝶效应”启发我们，看似风牛马不相及的事物却往往存在着紧密的联系。在人们有意识地提出“媒介生态”概念之前，它已然已经存在，人们对它的关注，只是说明人们已经开始意识到这个“生物圈”中各种“生物”的关系。

正如前面所述，构成媒介生态的因素很多，但从宏观的角度来看，媒介生态的状况主要是由政治、经济、文化等因素与媒介的相互作用、相互影响决定的。在这个生态圈中，各个要素是互相影响的，也就是说，媒介的状况会影响经济、政治、文化的发展；同样地，经济、政治、文化的状况也会影响媒介的发展。

### 1、政治、经济因素与媒介的关系

马克思说过，报刊按其使命来说，是社会的捍卫者，是针对当权者的孜孜不倦的揭露者，是无处不在的耳目，是热情维护自己自由的人民精神的千呼万应的喉舌。毛泽东也曾说过，报纸的作用和力量，就在它能使党的纲领路线、方针政策、工作任务和工作方法，最迅速最广泛地同群众见面。邓小平也表示，要使我们党的报刊成为全国安定团结的思想上的中心。报刊、广播、电视都要把促进安定团结，提高青年的社会主义觉悟，作为自己的一项经常性的、基本的任务。江泽民的态度是，我们的宣传思想工作，必须以科学的理论武装人，以正确的舆论引导人，以高尚的精神塑造人，以优秀的作品鼓舞人，不断培养和造就一代又一代有理想、有道德、有文化、有纪律的社会主义新人，在建设有中国特色社会主义的伟大事业中发挥有力的思想保证和舆论支持作用……

在我国，我们除承认新闻事业的社会属性外，还承认了新闻事业的阶级属性，即承认新闻事业代表一定阶级的利益并为其服务。新闻媒体必须担当起党的耳目喉舌的功能。另外，最近几年还承认了新闻事业的产业属性。

从这几十年新闻事业改革发展的大体方向可以很清楚地看出政治、经济因素对媒介发展的影响：

第一阶段是从1979年初到1982年，在这个时期，党的十一届三中全会召开，开始了改革开放，相应地，新闻事业也处于拨乱反正的时期，否定了假大空的新闻观念，强调了新闻真实性的原则，强调新闻工作必须遵循新闻传播活动的自身规律。

第二阶段是从1983年到1986年，在这个时期，主要是在响应贯彻十一届三中全会的精神，把经济建设作为了中心方向；在新闻改革中开始引入信息要领，以完善新闻事业自身的功能机制，信息灵敏、信息量大成为新闻媒介的自觉追求，同时还促进了经济建设的发展。

第三阶段是从1987年1989年上半年，这个时期，新闻界系统而全面地提出了舆论监督问题。

第四阶段是从1989年下半年到1991年底，在一些主管部门的调控下，新闻界处于反思与整顿阶



段，重新确立了党报党性原则的权威。

第五阶段是从1992年到1995年，1992年邓小平同志的南巡讲话对中国的经济发展具有划时代的意义，随之新闻事业的属性得到明确，即在承认了它的上层建筑属性外，还承认了它的产业属性。

……

事业性单位企业化经营政策的出台……媒介的经营管理成为关注的热点。

……

所以，媒介行为的发展变化与整个社会的政治、经济发展的大体趋势是相一致的。

另外，从微观层次上来看，仅仅通过2004年国家广电总局出台的部分政策就可以看出媒介与政治经济等之间的互动关系：

国家的政治经济发展绝对不允许媒介的发展离开为其服务的轨道，一旦出现偏离的趋势，行政命令会立即将其纳入正轨，例如，12月3日，国家广电总局向各省、自治区、直辖市广播影视局（厅）及中央电视台发出《关于立即停止播放“恐惧斗室”广告片的通知》；12月21日至22日在海南省博鳌举行的全国广播影视工作会议上，国家广电总局明确表示：今后不再批准组建事业性质的广电集团，原因是作为喉舌性质的电台、电视台组建的事业性质的广电集团，容易与社会上一般理解的产业集团的概念相混淆……但同时也要看到，在大多数情况下，行政的干预显得有些滞后，都是在问题出现后，才有政策的回应，例如，总局下发《关于加强广播电视谈话类节目管理的通知》，《面罩》的播出被叫停；国家广电总局公布了我国首部《中国广播电视播音员主持人职业道德准则》和《中国广播电视编辑记者职业道德准则》，除了强调主持人在工作、生活中要保持良好形象外，《准则》还规定，播音员、主持人不得将自己的名字、声音、形象用于任何带有商业目的的文章、图片及音像制品中……

在我国，要维护良好的媒介生态，新闻媒体就要以“三个代表”重要思想为指导，贯彻十六大精神，充分发挥喉舌作用，充分反映先进生产力的发展，反映科技进步，反映改革开放以来各条战线所取得的巨大成就；进一步弘扬先进文化，倡导文明、进步的价值观、生活观，反对陈规陋习，促进社会主义精神文明建设。充分发挥宣传主力军作用，通过生动鲜活、形式多样的宣传报道，把全国广大人民群众的精神凝聚到全面建设小康社会的奋斗目标上来。⑦

## 2、文化因素与媒介的关系

改革开放以来，特别是党的十三届四中全会以来，社会主义文化建设取得了巨大成就。文化基础设施建设成就显著；精神文化产品生产快速增长，质量提高，群众文化生活日益丰富；对外文化交流空前活跃。但对外开放与入世，也使得中国的本土文化面临着国外文化资本、文化产品和价值观念的严峻挑战；高新技术、数字技术、网络技术也使得文化不再有国界……对于媒介来说，文化因素或者具体地说，受众的文化状况是与之息息相关的。现在的受众具有丰富的个性色彩，他们有较强的分辨能力，“枪弹论”很难再奏效，“议程设置”也很难完全去控制受众……在信息网络遍布全球、各种信息充斥人们视野的今天，媒体宣传已不再是简单的单项传播。媒体只有真诚地为受众服务，才能在受众心目中占有重要地位，具备公信力和权威性，从而在激烈的竞争中立于不败之地。因此，媒体要坚持以受众为本。

以前是媒介传播什么，受众就被动地接收什么，媒介很少考虑受众的真正需要；而现在，媒介如果只一味地按照自己的意图去传播新闻，不考虑受众的真实需要，那么媒介就会失去受众市场，因为在这个媒介繁荣的年代，受众的选择很多，新闻市场已经开始向买方市场转变。所以，媒介应

该充分了解受众的文化需求，以受众的需求为中心发展新闻事业。当然，要考虑受众的需求，需要把握度，避免一味迎合受众的需求而导致低俗、假新闻等的泛滥。

实际上，文化因素与媒介的关系很简单。媒介要对现存的各种性质的文化有一个全面的认识与了解，分析出：哪些文化是对受众有益的，大力宣传之，哪些文化是不值得称道的，正确引导之。同时，媒介要认真地考察受众的文化状况，努力满足受众日益增长的文化需求。受众整体素质的提高也主要依托于新闻媒介的传播内容。所以受众文化水平与媒介的宣传发展策略是相一致的。

### 三、媒介生态平衡的重要意义

研究表明，当读者处于混乱的文化环境（风俗习惯不同、语言符号各异等）和恶劣的接受环境（教室和桌椅破旧，编码序列不适当、无组织，噪音干扰）之中时，会导致其知觉辨别不良，出现理解偏差，阻碍智能发展……<sup>⑧</sup>可见，环境对人的影响很大。

得弗勒和鲍尔·洛基奇认为，如果撤开环境，单纯地孤立地观察各个具体媒介，那么观察再细致，也无法理解当今社会大众传播系统的整体，因为媒介的历史大于其各个部分之和，任何媒介的产生和发展都深深地植根于一系列独特的社会、经济和政治环境之中。为什么报刊媒介在将近一个世纪中一直发展缓慢？为什么电影经过快速发展之后又跌入低谷？为什么电视、电脑能很快席卷全球？这都与环境的特点和状况有关。今天的大众传播已成为我们的体制结构的一个中心部分，既是政治体制、经济体制的一部分，又是文化体制、教育体制、家庭体制的一部分。媒介的生存与发展已经无法抗拒环境对它的全面渗透。<sup>⑨</sup>所以保持媒介生态平衡至关重要。

媒介生态的平衡，需要社会的政治、经济、文化与媒介、受众之间的互相协调。这几者之间一旦出现不协调的现象，媒介生态就会失衡，随之，整个社会的发展就会受到影响。

最典型的媒介生态失衡的案例就是非典。“SARS”病例在广州市的发现之所以能引发爆炸式的流言，关键在于国内主流大众传媒未能建立起畅通的信息供给通道，另外，短信、网络等电子工具的催化作用，使得广东省流言四起，一时间“生化武器”、“瘟疫”等各种传言不脛而走；同样，由于缺乏媒介及时有效的舆论信息引导，流言所形成的反向舆论圈的巨大张力，使人的集体行为发生某些变异甚至是混乱，使社会产生失控现象。在广东省随即波及相邻的福建、湖南省份的抢购风潮，就是人们在面对“SARS”病情以及而后“物资短缺”流言时，所表现出来的盲目“从众心理”的行为反应。尽管之后广州大众传媒的高效率的新闻宣传“战役”平息了流言，使信息供求机制趋于平衡。但之前各媒体暂不报道，逐级向上请示“报道口径”，而导致事态发展变化更加复杂和难以控制的做法是值得新闻工作者重新考虑和借鉴的。<sup>⑩</sup>

媒体在维护媒介生态平衡方面也做出了很多的努力，例如，中央电视台新闻频道的创建，24小时新闻滚动播出，增加了新闻背景分析和新闻评论力度以及直播驳倒量，开创了中国电视发展的新篇章；少儿频道的开播，意味着中央电视台已经有14套开路播出的电视节目。2003年3月20日至4月20日，第一、四、九套节目持续一个月的美国对伊拉克战争报道，快速反应，全方位、多角度、立体式、滚动递进报道战事，始终以第一时效引导舆论，实现了中国电视新闻的新突破，第一、四、九套节目的收视率较以往分别增长了10倍、28倍和8倍。

还有，新闻报道方式明显改进，根据中央关于改进会议和领导同志活动新闻报道的要求，自2003年“两会”报道起。《新闻联播》等栏目坚持“三贴近”的原则，遵照新闻宣传规律，重点改进会议和领导同志活动报道过多过长的的问题，使对内对外宣传有效提升了新闻报道的实效，受到中央领导和广大观众的充分肯定。尤其是《新闻联播》栏目改进成效显著。体现了严格控制会议时长、改进编排方式、明显增大信息量等特点……

综上所述，保持媒介的生态平衡，不仅能够促进媒介本身的繁荣发展，还能够促进整个社会经济、政治、文化的发展，所以信息时代要追求媒介生态平衡。

参考文献:

①参见: 紫金网, 《生态理论: 一种新的新闻舆论观》, 作者: 沉一明;

②参见: <http://211.147.4.132:20000/42/2004-6-11/5@780.htm>, 《试析电视媒体生态环境的整合——从FLASH与电视媒体的联姻谈起》, 作者: 林曦;

③出处: 德: 汉斯·萨克塞著, 文韬、佩云译《生态哲学》, 东方出版社1991年第1版, 第7页;

④参见: <http://211.147.4.132:20000/42/2004-6-11/5@780.htm>, 《试析电视媒体生态环境的整合——从FLASH与电视媒体的联姻谈起》, 作者: 林曦;

⑤来源: 中国新闻研究中心, 《公共政策变迁和媒介生态循环》, 作者: 骆正林;

⑥参见: 《当代传播》, 2004年第2期, 《从媒介生态角度论媒介的广告自律》, 作者: 何镇飏;

⑦参见: 《2004年中国中央电视台年鉴》, 第17页;

⑧参见: 《传播学》, 第235页, 邵培仁 著, 高等教育出版社;

⑨参见: 《传播学》, 第234—235页, 邵培仁 著, 高等教育出版社;

⑩参见: 《从“非典”看媒介的生态系统(下)》, 作者: 吴畅畅。

注释: 本文的很多思想借鉴了以下著作:

1、《网络传播学——一种形而上学的透视》, 吴风 著, 中国黄檗电视出版社;

2、《传播政治经济学》, (加拿大)文森特·莫斯可 著, 华夏出版社;

3、《传播学》, 邵培仁 著, 高等教育出版社;

4、《全球最具影响力的20部商业书》, 玉鹏、玉娇 编译, 海南出版社;

5、《2004年中国中央电视台年鉴》。

(作者: 中国传媒大学/新闻传播学院2003级研究生)

[返回首页](#)

来源: 紫金网 (2005/3/15)  
阅读: 1294 次  
日期: 2005-03-17

[【 双击滚屏 】](#) [【 评论 】](#) [【 收藏 】](#) [【 打印 】](#) [【 关闭 】](#) [【 字体: 大 中 小 】](#)

上一篇: 免费报纸: 补缺细分市场 改变传统报业格局

下一篇: 熊澄宇: 新媒体与文化产业

>> [相关文章](#)

- 从传播效果看女性主义在广告中的缺失
- 流行：引领广告的一面旗帜
- 《媒体的问题：二十一世纪美国的传播政治》
- 关于媒介经济的若干问题
- 外国媒体与我国司法的关系
- 2004年-2005年中国文化产业形势分析与展望
- 新世纪中国城市电视媒体的机遇和挑战
- 一把尺子量出伯仲来——齐鲁晚报·生活日报科学考核体系的建立实施

### 发表评论




点 评:  字数0

用户名:  密码:

- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

备案号/经营许可证号：蜀ICP备05000867号

设计开发：阮思聪 QQ: 54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛：阮志孝、阮思聪. All Rights Reserved .