

## ■ 追求人与媒介的完美结合

——浅论媒介生态与媒介素养

2006-11-30

作者： 段京肃

关键词： 媒介生态 媒介素养 媒介教育 | 阅读：749次 |

[内容提要] 由于传播媒介的成熟，它具备了影响社会发展、影响人类活动的相对独立的能力。媒介和传播活动都不是社会生活中孤立的东西，媒介不是单纯的一些技术和工具的组合，媒介和传播活动不是完全由人随意支配的、无生命力的东西，追求人与媒介的完美结合是建立理想的媒介生态的关键。通过媒介素养教育为媒介的发展创造良好的社会环境，才能保证媒介和传播活动的良性发展。

[关键词] 媒介生态 媒介素养 媒介教育

### 一、问题的来由

媒介是什么，这是早被政治家、社会活动家、企业家、商人和新闻学、传播学的学者们讨论烂了的问题。从各自不同的利益角度入手，大家都给“媒介”下了不同的定义，这些定义的共同点是媒介视为一种工具、手段、技术。像工业社会所创造的其他千万种机器和工具一样，媒介在很长时间和很多人那儿是没有生命的东西。甚至直截了当的说媒介是“喉舌”、“耳目”，是“纽带”、“桥梁”等。总之，认为媒介是没有生命力的，是供人掌握、驱使的。人充分肯定了自己的作用和力量，将媒介看作是被动的、纯自然的。于是，传播活动就是人利用媒介而展开的，在传播活动中人有充分的自由和支配能力，媒介从来都是被动地适应人的需要和意志的。其实，人们忽视了一个重要的问题，既然人是同包括媒介在内的自然界、自然物生活在一个世界中的，那么“人们就不能脱离人及其社会劳动看待自然。”[1] 同样，也不能脱离自然来看待人的活动，因为“脱离人的一切实践去对自然进行解释，这从根本上讲，只能是对自然的漠视。”[2] 人与媒介的关系正是人同自然的关系中十分重要的一种，无论是研究人的传播行为还是研究媒介，都不能将它们二者分开。其实早在几十年前，就有著名的传播学家突出地强调了人与媒介的关系，麦克鲁汉直截了当地说：“媒介是人的延伸。”何道宽将麦克鲁汉的观点概括为如下的一段话：“媒介与人的关系是相对独立的，反过来对于人的感知有强烈的影响，不同的媒介对不同的感官起作用。”[3] 麦克鲁汉以敏锐的学术目光将媒介与人的关系以最简洁又最深刻的方式进行了描述。遗憾的是，由于社会发展和人的认识的局限性，麦克鲁汉的观点在当时并没有引起人们足够的重视。当社会的发展进入了20世纪的90年代以后，由于以互联网为核心的信息传播新技术和新媒体的大量出现，更由于新媒介在人类社会生活和社会发展中的作用不断明显，对媒介的认识才又一次引起了人们的关注，并提出了许多的新观点和新看法。其中引人注目的观点是传播生态学或媒介生态学。

在我国的学术研究领域中也有学者提出了从传播生态或媒介生态的角度重新研究和认识媒介、认识传播，特别是重新认识传播技术发展与社会进步的关系，认识媒介发展以社会权利和社会控制的关系，尤其是要重新认识媒介本身。有的学者明确提出了“媒介是条鱼”的形象的说法。[4] 重新认识和定位媒介，正在成为学术研究界关注的话题之一。

### 二、 相关的研究

媒介生态学或传播生态学的研究在国际传播学研究领域中历史并不悠久。据林文刚介绍，“自20世纪60年代晚期以来，媒介生态学逐渐发展成为媒介研究的学术领域之一。”[5] 在他的介绍中仍然将麦克鲁汉作为最早提出“媒介生态”概念的学者，但他并没有找到麦克鲁汉提出“媒介生态”这一概念的确切出处。他认为在美国最早提出“媒介生态”概念的是尼尔·M·波兹曼，在1968年的一次演讲中“波兹曼将媒介生态学定义为将媒介作为环境的研究。”从此以后在北美地区逐渐有人介入了对媒介生态学的研究，并逐步形成了一些有意义的成果。有的学者在研究中也早就提出了类似于“媒介是条鱼”的观点。如英国学者戴维·莫利在他的《电视、受众与文化研究》一书中就介绍了学者西尔非斯特所引用的一个关于中国人画鲤鱼的类比：

要画一条鲤鱼，中国画家会提醒你，光是知道鲤鱼的形态，研究它的形态或是理解它的生理结构是不够的。他们告诉我们，也有必要考虑到鲤鱼每天早上寻找食物时穿过的芦苇，它隐藏自己的长方形石头，或是它游到水面时产生的波纹。这些因素并不仅仅是鲤鱼的环境，也不仅仅是它的生长空间，也不是仅供作画取景之用的天然背景。它们属于鲤鱼本身……我们必须这样理解，鲤鱼具有某种力量，影响了世界也被世界影响。

在此基础上西尔非斯特提出了“传播是条鲤鱼”的观点，“也就是说，我们理解传播的前提是在思考和研究中必须整合传播的环境与行为。”[6]

媒介生态学或传播生态学的概念进入中国的时间很短。根据崔保国的研究，“媒介生态学研究在我国的展开，来自于我国传播学者的自觉，不同于传播学研究那样是从海外引进。尽管美国学者开展媒介生态研究和日本学者开展媒介环境研究要

请输入您要搜索的关键词



jn 文章 jn 动态

SEARCH»

■ 上一篇 PREVIOUS

MORE»

- 参与式影像与参与式传播

作者： 韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1] 如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

■ 下一篇 NEXT

MORE»

- 徐召勋对《陆定一的历史遗产》的批

作者： 刘建明 | 2006-11-28

近日偶然上网，发现徐召勋先生在2004年7月对2003年我发表的《陆定一的历史遗产》一文给予质疑（以下简称《徐文》或《读后感》）。我发现，《徐文》同我的文章角度不一样、对陆定一评价的态度不一样，甚至认识不一样……

■ 动态 NEWS

MORE»

- 2009中华传播学会年会论文征稿 2009-01-16
- 浙江大学“亚洲主张：国际传播 2009-01-07
- “环境保护：媒体与NGO的对话” 2009-01-07
- 英国威斯特敏斯特大学中国传媒 2008-12-29
- 2008中国传播学论坛在暨南大学 2008-12-24

比我们早很多年,但我经过研究发现似乎国内的媒介生态研究最初展开并没有什么渊源关系。因此,可以说中国学者的媒介生态研究意识是原发的,而不是引进的。”[7] 媒介生态的研究在中国是不是“原发”的我们没有进行过专门的研究,不敢妄下结论。况且在一个信息传播已经十分发达的环境中,是很难保证一个学者的研究不在某一种下意识的情况下受到来自海外国外学术界的影响的。但有一点是肯定的,即我国关于媒介生态的研究是在21世纪来到以后才展开的。

[8] 并且还没有一种明确的学识思路,正如崔保国所指出的:“媒介生态学在中国作为一个新的学术领域或学科,其研究思路和学科框架都还很模糊,需要深入探讨。”[9] 值得注意的是,近年来先后翻译出版了一些国外的涉及媒介生态研究的学术著作,为我国学界研究和借鉴媒介生态学的成果提供了极大的方便。尤其是何道宽先生对麦克鲁汉、英尼斯、保罗·莱文森等人的著作的翻译和介绍,极大地提高了人们对媒介研究的兴趣。在黄旦教授主持翻译出版的传播·文化·社会丛书中又有了大卫·阿什德的《传播生态学—控制的文化范式》,使我们能比较系统地了解一位美国学者对传播生态研究的成果,必将有益于我国在这一领域的研究深入开展。

### 三、 核心的概念——生态、生态学

对我国传播学界关于媒介生态的研究来说,人们感到比较陌生的恐怕是其核心的概念——生态或生态学。生态学这一概念来自于生命科学领域。为了使读者对此概念有一完整的了解,在此照录《中国大百科全书》中“生态学”条目下的一段文字:

生态学 研究生物与环境及生物与生物之间的相互关系的生物学分支学科。生物的生存、活动、繁殖需要一定的空间、物质与能量。生物在长期进化过程中,逐渐形成对周围环境某些物理条件和化学成分(如空气、光照、水分、热量和无机盐类等)的特殊需要。各种生物所需要的物质、能量以及它们所适应的理化条件不同的,这种特性称为物种的生态特性。任何生物的生存都不是孤立的;同种个体之间有互助有竞争;植物、动物、微生物之间也存在复杂的相生相克关系。人类为满足自身的需要,不断改造环境,环境反过来又影响人类。随着人类活动范围的扩大与多样化,人类与环境的关系问题越来越突出。因此近代生态学研究范围,除生物个体、种群和生物群落外,已扩大到包括人类社会在内的多种类型生态系统的复合系统,人类面临的人口、资源、环境等几大问题都是生态学的研究内容。[10]

学者们套用了生物学的这一概念。“最早将媒介与生态联系在一起的是芒福德,这是非常有前瞻性的行为。”[11] 自那以后,在英尼斯、麦克鲁汉等人的研究中都受到了这一影响。传播学者们也是从生态学研究人类社会与自然的关系的几个角度入手考察传播生态或媒介生态的。如阿什德认为“传播生态指的是情景中的传播过程。传播生态有三个维度:

(1) 一种信息技术, (2) 一个传播模式, (3) 一个社会行为。”[12] 我国学者崔保国认为,“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。”[13] 可以看出,中外学者对媒介生态概念内涵的表述是十分接近的。在许多学者研究媒介生态的过程中,大家共同的认识是,媒介和传播活动都不是社会生活中孤立的东西,媒介不是单纯的一些技术和工具的组合,媒介和传播活动不是完全由人随意支配的、无生命力的东西,媒介同人之间、媒介同媒介之间、媒介同信息之间、媒介同传播机构之间都有极为复杂的关系。有学者则直截了当地宣称:“媒介是条鱼”。[14] 媒介被赋予了活生生的力量,媒介具有了在“江河湖海”中搏击的能力。媒介生态学就是要将媒介和传播活动放在社会发展的大背景中进行考察和研究,寻求媒介作用与社会的活动规律,寻找媒介与人的关系的规律,寻找媒介与媒介之间关系的规律,最终找到人与媒介完美结合的基本规律。

### 四、 媒介与人的完美结合

既然媒介被认为是有生命力的,媒介与社会、媒介与人、媒介与媒介之间有互动关系存在,那么就在媒介与天地的精灵人之间,在媒介与媒介之间,在媒介与社会的发展变化之间产生了许多问题。虽然人们长期以来一直是将媒介作为一种工具和手段来对待的,但同样的工具和手段在不同的人那里却可能有完全不同的表现,即不同的人使用同样的工具或手段所得到的劳动、创造的结果是完全不同的。其中的重要原因之一就是人与媒介、人的创造活动与媒介之间是否取得了认同与默契,媒介的特性和媒介的力量是否被充分展现出来,媒介运行的基本规律是否得到了充分的尊重。媒介生态其实就是传播活动和媒介活动在作为人的整体环境的重要组成部分的情况下的状态。用阿什德的话说就是“我们的关注在于传播的(技术)因素是如何以相当独特的方式影响传播内容的。因此,本质上说,传播生态学意在帮助我们理解社会行为是如何被组织起来为社会秩序服务的。”[15] 阿什德在此十分注意媒介(传播技术)在传播活动中的特殊作用,强调要注意媒介对传播内容的影响,在他的论述中媒介已经是具有生命力的了。阿什德还进一步解释了为什么使用“传播生态”这一概念的原因:“我们倾向于用传播生态而不是传播组织,这有几个理由:第一,生态暗指传播过程和互动的各种关系。第二……某种媒介的特点依赖于特定的要素组合……第三,这种关系不是随意的或完全专断的;这种关系的出现对媒介(技术)的存在和运行是基础性的。第四,生态具有发展的、偶然的和突发的特点相互依赖性表明(传播)过程的任何一部分发生变化都可能会影响到另一些部分。从某种意义上说,生态并不是作为一种(物理性)事物而存在,而是一个变动不定的流动的结构,我们将把它视为一种表述或框架。”[16] 简言之,传播生态或媒介生态就是对媒介活动和传播活动的流动过程及其规律的描述。因为媒介被认为是非物理性的、有生命力的,所以在传播活动中人对媒介的驾驭就不是完全随心所欲的,应该寻找并充分的理解媒介的生命之所在,实现人与媒介的交流。可以说,媒介生态或传播生态是一个复合概念,它包含了内在的和外在的多重意义。外在在上,有前面所讲的传播者与传播对象的关系、媒介与传播对象的关系、传播机构与传播媒介的关系等;内在在上,则有媒介与人的关系。如果人与媒介的关系不能是完全协

调、合一的，那么在传播过程中是很难实现传播者的目的，同样也很难满足以受众为代表的各种社会力量的要求。在中国艺术史上一直有“意在笔先”、“人琴合一”等说法，追求的正是人与媒介、人的思想和行为与媒介的完美结合。

## 五、媒介生态与媒介素养教育

追求人与媒介的完美结合，是建立良好的媒介生态的重要手段。而在人与媒介的结合过程中，人始终是主动的一方，是赋予媒介社会作用与灵气的一方。虽然随着社会的发展和科学技术的进步，媒介的技术含量和自动化程度越来越高，媒介的运转过程中需要人力所做的事情越来越少，但人作为媒介的主人的地位始终没有改变。良好的媒介生态建设的主要任务是要由人来完成的。这一切的前提是人对媒介要有深入的了解和深厚的感情。否则，媒介可能产生的社会作用将大打折扣。美国传播学者约瑟夫·多米尼克曾经说：“人与人之间的传播是一件脆弱的事。当新世纪开始时，技术进步增进了人类传播的速度，扩大了人类传播的影响范围，但……它可能会比以前更加脆弱。”[17] 对于脆弱的原因，多米尼克没有分析，但他所提出的“脆弱”的概念却已经为我们从新的角度理解媒介与人的关系、理解媒介生态的重要性开辟了新路。多米尼克在研究功能分析研究方法时说：“要理解一个事物，最好是考察它是如何被利用的。在大众传播中，这意味着考察受众如何利用他们与媒介的互动。”[18] 人与媒介的互动，这就是我们关注媒介生态、提倡媒介素养教育时所要注意的。在媒介与人的关系中，人始终是处于主动状态的，人是媒介发挥社会作用的主动性力量，无论是对传播者而言还是对接收者而言。但由于各种各样的原因的影响，对受众而言他们掌握和利用媒介的难度更大一些。如道格拉斯·凯尔纳所说：“媒体文化的宏大场面展示了谁是有权有势的，谁是人微言轻的，谁可以实施武力和暴力，谁有不可以，等等。这些场面夸大现有势力的权力并使之合法化，同时向人微言轻的人展示：假如你不服从，就有被监禁或死亡的危险。因而，对那些从摇篮到坟墓一直都沉浸在一种媒体和消费的社会中的人来说，学会如何理解、解释和批判其意义和信息是举足轻重的。”“获得一种对媒体的批判性的读解能力是个人和公民在学习如何应对这一具有诱惑力的文化环境时的一种重要资源。”[19] 这些观点可以解读为：良好的媒介生态必须依靠全社会的力量才能形成，其中媒介的受众实际上是决定媒介生态状况的最重要的社会基础和有生力量。在当今和未来的社会发展中，一个国家、一个地区、一个民族的媒介生态状况在很大程度上取决于受众的媒介素养，取决于媒介人的媒介素养，取决于社会的领导者和管理者们的媒介素养。早在20世纪的40年代，美国著名的《哈钦斯委员会报告》（又名《一个自由而负责的新闻界》）中就对新闻自由实现过程中社会各方面的责任问题进行过详细的讨论，并提出了为保证媒介正常的社会作用发挥社会各个方面应承担的社会责任。报告引用了杰斐逊的名言：“民意是我国政府赖以存在的基础，所以我们首要的目标就是保持这种权利；若由我来决定我们要一个没有报纸的政府，还是没有政府的报纸，我会毫不犹豫地选择后者。但是我必须说明：每个人都应该得到这些报纸，并有能力阅读它们。”[20] 以前我们最为熟悉的是杰斐逊这段话的前半部分，而后半部分并没有得到足够的强调。其实如何使每个人都能“得到这些报纸，并有能力阅读它们”，正是我们所要强调的良好的媒介生态、良好的媒介素养的重要标志。著名的传播学大师施拉姆也在很早以前就说过，“传播事业的社会责任的体现，须有三个方面——政府、媒体和阅听大众同时着力，缺一不可，他要求阅听大众一起培养对媒体的鉴别能力。多一些阅听大众的参与，必将少一些政府机构的干预。”[21]

在今天，国际的媒介环境已经同半个世纪以前大不一样了，无论是媒介的种类、媒介的数量，还是媒介的形式、传播的内容、媒介作用于社会的方式，都有了全新的变化。对世界上的绝大多数人而言，接触媒介已经不是什么十分困难的事情了，甚至有许多人面临的是媒介接触过量的问题。在一些发达国家，学者们早就在为人们化在媒介上的时间过多而犯愁，并试图提出一些解决的办法。如有人曾提出希望政府规定每星期的某一天为“无电视日”。但事实上随着媒介形态的不断变化，人们接触媒介的时间不但没有缩短，反而在不断的增加。但接触媒介时间的增加并不意味着运用信息能力的增加，学者们指出：“今天的问题不是谁拥有特别的信息，而是谁能掌握到达特定的数据存储的通路，是谁能掌握将其转换为可利用的知识的能力。”[22] 在我国，由于正处在现代化媒介的普及过程中，对大多数的中国受众来说，它们面对的是媒介接触时间不够的问题，甚至是能否接触到媒介的问题，还不存在媒介接触过量的问题。但问题的苗头在许多地方特别是经济发达地区已经出现，在一些城市中已经十分明显。近20年来我国政府一直坚持、常抓不懈的以“扫黄打非”为主要内容的文化市场整顿活动，在很大程度上反映了我国媒介市场的问题。在众多问题中，因为媒介数量的快速膨胀和传播内容的无限量增加而导致的受众不适应、无所适从，是重要的问题。如何引导或创造条件使公众掌握科学的接触和使用媒介的能力，是保证媒介正常的发挥社会作用、保证社会进步的重要前提。正如美国学者道格拉斯·凯尔纳所说：“批判性的媒体读解能力的获得乃是个人与国民在学习如何应付具有诱惑力的文化环境时的一种重要的资源。学会如何读解、批判和抵制社会-文化方面的操纵，可以帮助人们在涉及主流的媒体和文化形式时获得力量。它可以提升个人在面对媒体文化时的独立性，同时赋予人们以更多的权力管理自身的文化环境。”[23] 而这种批判性读解能力的获得并不是在自然状态下完成的，需要一种外界力量的介入。道格拉斯·凯尔纳进一步指出：“学生以及其他人都不是生来就懂媒体的，或生来就能批判自身的文化，因而要为他们提供批判的方法和工具，使他们获得力量以抵制现存社会和文化中的操纵性的势力。”通过这种努力，使得受众“得以辨析出深藏在媒体文化文本中的讯息、价值观和意识形态。”道格拉斯·凯尔纳称这一方法为“批判性的媒体教育学”。[24] 实际上我们所提倡的“媒介素养”教育同道格拉斯·凯尔纳所说的“批判性的媒体教育学”具有十分相似的地方。共同的目的是将千千万万的普通受众从长期以来被媒体所控制、所支配的被动状态中解放出来，还原公众同媒介关系的本来面目。“当人们学会了认识媒体文化是如何传达那些令

人难以忍受的有关阶级、种族、性别、性的压迫的再现（进而影响人们的思想和行为）时，它们就能够与媒体文化的作品拉开批判性的距离，从而获得超越其文化的力量。这样获得的力量可以有助于推进一种对社会组织的更为普遍的怀疑，也可以帮助诱导人们参与激进的政治运动，为社会的转型而斗争。”[25] 这些道理不是每一个统治者都感兴趣的，但对于建设国家的民主制度和民主政治却是至关重要的。没有全民文化素质的提高，没有全民精神文明建设水平的提高，没有国家的政治文明建设的显著进步，任何一个国家都无法真正进入理想的王国。

从媒介环境和媒介生态的角度而言，公众媒介素养的提高是从根本上优化媒介生存环境的最广泛的社会基础。因为公众媒介素养的提高，将意味着对媒介活动和媒介所传播信息的鉴别、鉴赏能力的提高，意味着公众的信息吸纳能力和使用能力的提高，也意味着公众对媒介自身的要求将不断提高。为适应公众不断提高的要求，媒介自然要不断地有所调整和发展，媒介与媒介之间的竞争也会更加激烈，在竞争中大家的水平将有整体提高。那些不能适应这种变化和要求，不会随着受众的变化而调整自己的传播行为，不能在新的传播环境和媒介环境众中心塑造自己的媒介，被时代淘汰则是正常的。

注释：

- [1] 欧力同、张伟：《法兰克福学派研究》，重庆出版社，1990年版，第26页。
- [2] 施密特：《马克思的自然概念》，商务印书馆，1988年版，第57页。
- [3] 何道宽：《理解媒介——论人的延伸》中译本第一版序，商务印书馆2000年版，第1-2页。
- [4] 崔保国：《媒介是条鱼：理解媒介生态学》，见《中国传媒报告》，2003年第2期。
- [5] 林文刚：《媒介生态学在北美之学术起源简史》，见《中国传媒报告》，2003年第2期。
- [6] [英]戴维·莫利《电视、受众与文化研究》中译本，史安斌主译，新华出版社2005年版，第212页。
- [7] 崔保国：《媒介是条鱼：理解媒介生态学》，见《中国传媒报告》，2003年第2期。
- [8] 参见崔保国的文章，在文中他所引用介绍的几位学者的成果都是21世纪才见诸于学术期刊的。
- [9] 同上。
- [10] 《中国大百科全书·生物学》电子版，中国大百科全书出版社，1992年版。
- [11] 崔保国：《媒介是条鱼：理解媒介生态学》，见《中国传媒报告》，2003年第2期。
- [12] [美]大卫·阿什德：《传播生态学——控制的文化范式》中译本，邵志择译，华夏出版社，2003年版，第8页。
- [13] 崔保国：《媒介是条鱼：理解媒介生态学》，见《中国传媒报告》，2003年第2期。
- [14] 同上。
- [15] [美]大卫·阿什德：《传播生态学——控制的文化范式》中译本，邵志择译，华夏出版社，2003年版，第8页。
- [16] [美]大卫·阿什德：《传播生态学——控制的文化范式》中译本，邵志择译，华夏出版社，2003年版，第9页。
- [17] [美]约瑟夫·R.多米尼克《大众传播动力学》中译本，蔡骥译，中国人民大学出版社2004年版，第4页。
- [18] [美]约瑟夫·R.多米尼克《大众传播动力学》中译本，蔡骥译，中国人民大学出版社2004年版，第39页。
- [19] [美]道格拉斯·凯尔纳《媒体文化》中译本，丁宁译，商务印书馆2004年版，第10页。
- [20] [美]新闻自由委员会《一个自由而负责的新闻界》中译本，展江等译，中国人民大学出版社，2004年版，第7页。
- [21] 引自[美]施拉姆《大众传播的责任》中译本的译者序（程之行译），远流出版公司1991年版，第5页。
- [22] 刘文富《网络政治——网络社会与国家治理》，商务印书馆，2002年版，第307页。
- [23] [美]道格拉斯·凯尔纳《媒体文化》中译本，丁宁译，商务印书馆2004年版，第2页。
- [24] [美]道格拉斯·凯尔纳《媒体文化》中译本，丁宁译，商务印书馆2004年版，第104页。
- [25] [美]道格拉斯·凯尔纳《媒体文化》中译本，丁宁译，商务印书馆2004年版，第104页。

（责任编辑：）

收藏本文

； 打印本页 ； 关闭窗口 ；

读者留言

用户名： \* 密码： （游客）请在用户名处输入化名，无需密码

邮箱： \* 游客发言需提交邮箱

效验码： \* 请输入：0544

[发表评论](#) 评论内容：不能超过250字，需审核后才会公布，请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2001-2009中华传媒网版权所有 京ICP061016  
Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved