

新传媒

NEWMEDIA

2013.2

主办 中国传媒大学
媒体创意研究中心

协办 中国广播电视出版社

主编 宫承波

中国
广播
电视
出版社

人文精神：媒介批评的终极指向

微电影的文化解码

网络信息环境的数字达尔文主义特征探析

《米娜》：一部针对南亚女童问题的动画系列片

学界立场

业界眼光

创新传媒

生态传播

新传媒

2013.2

NEW MEDIA

主办

中国传媒大学

协办

媒体创意研究中心

主编

宫承波

中国广播电视出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

新传媒. 2013 年第 2 期/宫承波主编. —北京: 中国广播电视出版社, 2013. 12

ISBN 978-7-5043-7039-6

I. ①新… II. ①宫… III. ①传播媒介—文集 IV. ①G206.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 263687 号

新传媒 2013. 2

宫承波 主编

责任编辑 王佳 史闻峰

装帧设计 亚里斯

责任校对 谭 霞

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条 9 号

邮 编 100045

网 址 www.cntp.com.cn

电子信箱 cntp8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 廊坊报业印务有限公司

开 本 889 毫米×1194 毫米 1/16

字 数 220(千)字

印 张 13.75

版 次 2013 年 12 月第 1 版 2013 年 12 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-7039-6

定 价 30.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

新传媒 2013. 2

中国传媒大学媒体创意研究中心 主办

中国广播电视出版社 协办

主 编 宫承波

副主编 王建华

编 委 (按姓氏音序排列)

崔蕴芳	成文胜	方毅华	贺 明	金梦玉	蒋海升
李飞雪	李晓霖	刘年辉	刘 萍	凌昊莹	罗 琳
倪 桓	宋培义	沈楚瑾	唐远清	涂晓华	王 佳
王 军	闫玉刚	杨 凡	余小梅	赵光怀	赵云泽
詹 骞	詹新惠	张 丽	张晓红	张晓辉	庄 捷

本期特约编辑

田 园 刘辛未 肖 旻 王维砚

主编絮语

宫承波

小时候，我生活在山东农村。那时的农村流传一句话：是官就比社员强。

那是二十世纪的七十年代，当时的中国实行的是“人民公社”制，下设生产大队、生产小队等，那时的村民均称“社员”。虽然是农村，但当时的生活却很“丰富”：各种会议不断，各类集体活动频繁，大队部的高音喇叭从早到晚播放嘹亮的革命歌曲，村头的“大批判”墙一年四季墨香飘逸，甚至各类文艺活动也很多，有庆祝性的，也有声讨性、批判性的……正是在这些“丰富”的活动中，成就了许多富有时代特色的“人才”——有的锻炼出了演说和组织才能，当上了大大小小的领导；有的挖掘出了文艺才干，成了层次不等的演员、作家；还有的因制作“大批判”墙的需要，而历练成了画家、书法家……也许正是因此吧，许多人至今还对那段岁月偶生怀念——这其实是一种交错的记忆所产生的复杂的感情，因为其中确有成长的喜悦、单纯的笑靥和真诚的友爱，但也有饥寒的肠胃、贫困的无奈和人格尊严被践踏的苦涩……

回想那段岁月，造成当时的状况应当说有多层次多方面的原因，尤其是宏观政治、体制方面的原因，但也有一种很直接的原因，那就是对生产队本职工作“生产”的忽视——“抓革命”不仅未能对“生产”产生有效的促进作用，反而产生了巨大冲击……有一点印象很深刻，就是人们普遍热衷于参加上述的各类“革命”活动，而逃避下地的“生产”劳动，都喜欢当个“官”或“差”——因为只要是“官”或“差”就可以经常参加上述的各种活动，可以脱离“生产”劳动，而且所挣的工分、所得的好处还要明显高于那些出大力流大汗的“生产”劳动者——所以，凡是“官”、“差”，不论大小，对人们都有诱惑力。那些广播员、卫生员之类较高层次的“官”、“差”不必说了，哪怕是看山护林、饲牛养猪的角色，也可以部分地脱离出大力流大汗的“生产”劳动了……于是乎，男男女女们都使出了各种解数而去谋个“一官半职”……

于是乎，田地荒芜，粮食减产，“生产队”逐渐撂荒了“生产”……

历史是何等幽默！几十年过去了，中国的改革开放早已全方位展开，社会的现代化建设也越来越走向深入，然而当年生产队的一幕如今居然还在某些大学校园里堂而皇之地上演……岂不悲乎？！

主编简介

宫承波（1966—），山东章丘市人。山东大学文学（文艺学）博士，中央民族大学法学（民族社会学）博士后。

现为中国传媒大学新闻学院教授、博士生导师，任网络与新媒体（媒体创意）专业委员会主任、媒体创意研究中心主任。目前主要致力于传媒理论、媒体创意及文化创意产业方面的教学与研究。

目录

CONTENTS

主编絮语

宫承波

特稿 Special Reports

- 2 人文精神：媒介批评的终极指向 谢清果

焦点话题 1：微电影研究 Focus

- 14 微电影的文化解码 管 璘
- 20 微电影，更微
——微电影的发展前景浅析 张文圣
- 28 微电影的叙事艺术特征及叙事创意策略探析 梁丽晨
- 32 微电影中的商业价值和文化价值初探 段 然
- 37 浅析 web2.0 时代微电影广告的创意营销 杨舒文
- 42 “番外篇”微电影“别有用心”
——《春娇与志明》系列微电影 李文君
- 53 一个人的地老天荒
——微电影《李献计历险记》的创意分析 肖 旸
- 58 法式温情的悬疑
——微电影《调音师》的创意分析 梁倩禹
- 62 真实的分量
——微电影《郑棒棒的故事》的创意分析 黄 懋

67	记忆深处有个“家” ——微电影《时间门》的创意分析	黄婧嫒 武嘉臻 周诗妤
71	生如夏花 ——美好 2012 大师微电影系列的创意分析	李 昊
76	救赎 ——微电影《旁边的陌生人》的创意分析	郭笑晨
81	金鱼人生 ——微电影《泡芙小姐的金鱼缸》的创意分析	竺怡冰
85	广告微电影《再一次心跳》的创意分析	白 凯

焦点话题 2：创意春晚 **Focus**

92	浅谈演出场域中春晚歌曲类节目创意之混搭现象	林文婷
96	春晚，能不能做减法	白云瑞
100	春晚“老脸”创新之辨 ——从早期春晚看近年春晚的主持创新	陈灏揆
104	浅谈央视春晚创意	温 祺
107	论央视春晚的“四个结合”	孙小咪
111	创意春晚 ——谈春晚“全过程”的场外互动与创意设想	李自涵
114	浅析春晚中器乐演奏类节目的发展与创新	付文卿
117	春晚三十年少儿节目的发展与演变	刘晶晶

新媒体前沿 **New Media Frontier**

124	网络信息环境的数字达尔文主义特征探析	方毅华 李文博
130	浅析淘宝卖家话语元功能的表达方式	赵 雪 敬金超
136	自媒体语境下公民记者的产生机制探究	刘辛未
143	微博爆料 ——公民新闻中“揭丑”报道的传播学分析	李文贤

- 149 一个“复杂中国”的报道者
——对《环球时报》总编辑胡锡进微博的话语分析 刘火雄
- 154 浅析新媒体对新闻专业主义建构的影响 成文胜 高 阳
- 158 传统媒体微博新闻叙事刍议
——以“新华社中国网事”为例 方毅华 孙芙佳
- 165 基于创新扩散理论的政务微博传播探究 陈 晓
- 169 剖析中国社区网站管理模式
——以回龙观为例 陶 丹 袁丽娜

广播电视前沿 Radio and Television Frontier

- 174 广播媒体的时间生态位分离策略探析 田 园
- 178 城市电台发展社区广播的探索
——以北京电台为例 王岚岚
- 184 英国广播公司体制特色下的优势与困局 张学成

文化创意产业研究 Culture Creative Industry Research

- 190 《米娜》：一部针对南亚女童问题的动画系列片 刘 姝 宫承波
- 196 试论动画中的自我认同
——以 2012 年影院动画为例 朱逸伦
- 201 电影中的梦想与青春
——《中国合伙人》、《致青春》的文化解读 萧盈盈
- 206 电影《低俗小说》的后现代叙事艺术解析 王 欢

Special Reports
特稿

人文精神：媒介批评的终极指向

■ 谢清果

5月22日至26日上海大学影视学院的郝雨（郝一民）教授应厦门大学新闻传播学院谢清果老师之邀赴厦门讲学，参与到《华夏传播入门》课程的教学环节。期间，郝教授分别向传播学学子讲授了“中国传统人文精神的原初形态和结构性变异”、“中国媒介批评学的理论体系建构”等专题，引发了学子的热烈回应。现选其要者跟各位读者分享。

人文精神作为媒介批评的基本准则

石井佳绘：人文精神就是要把人放在最重要的位置上，要尊重人的价值。也可以说是一种普遍的人类自我关怀，表现为对人的尊严、价值、命运的维护、追求和关切，对人类遗留下来的各种精神文化现象的高度珍视，对一种全面发展的理想人格的肯定和塑造。它是构成一个民族、一个地区文化个性的核心内容；是衡量一个民族、一个地区文明程度的重要尺度。

媒介批评就是对大众传播媒介的批评，是对媒介产品以及媒介自身作用的理性思考，还有对大众文化的是非、善恶、美丑等问题所作的价值判断和理论鉴别。它最主要的是一种理论思维，依托某种思想理论对媒介进行分析。那么，人文精神内涵和媒介批评的目的很相似，即“价值”很重要。作为一个媒介批评者，从客观理性的角度来批评大众传播媒介的同时，尊重人的价值是

件很不容易的事。不过，无论有多困难，为了保持人们的人文精神和良好的媒介批评，都需要坚持第三者的态度，调和两面。

以人为本，媒介批评的精髓

毛慧琴：我们最先解决的问题是，什么是人文精神。人文精神是一种普遍的人类自我关怀，表现为对人的尊严、价值、命运的维护、追求和关切，对一种全面发展的理想人格的肯定和塑造。人文精神关注的是人类价值和精神表现，蕴含于人的内心世界，见之于人的行为动作及其结果。人文精神的载体在人自身，人文精神的获得必须经过人文知识的内化、整合而变成主体的意识、思想、情感等生命体验和善行。人文精神还是一种创新精神，它通过对现实社会不断地反思、批判和超越，从而不断实现自身解放。而从这样的观点出发，在目前的媒介环境下，人文精神的缺失已成为一个不容小觑的问题。媒介信息为了吸引眼球，获取商业利益，不惜采用一些违背新闻伦理和职业操守的手段。比如虚假新闻，收到消息时不加以确证；“标题党”现象，以大尺度或者耸人听闻的标题博人眼球，与实质内容并不相符；追求剑走偏锋，使媒体内容越发偏离主流文化和思想的轨道。

人文精神的缺失，便从这些现象里暴露出来。以关心人、以人为本、重视人的价值出发的

媒介内容越来越少。新闻业内有一条不成文的规矩是报道负面内容比报道正面内容获取的关注度会更多,对受众的吸引力更大。这种现象不仅表现出媒介本身存在的问题,也体现出在媒体引导下大众对媒介内容的思维方式的变化。

在如今媒介批评一片喧嚣的境况下,我们应更多地从人文精神的角度出发,追求人文关怀,宣扬人性美好,尊重人的价值。“以人为本”这个准则,不应只是一句口号,更应该成为所有媒体贯彻到内容中的精髓。

人文精神作为媒介批评的立场

彭良洪:我认为,把中国传统文化“以人为本”的人文精神视作中国媒介批评学理论体系的核心是有理有据、毋庸置疑的。一方面,现代社会是一个科技发达、物欲横流、媒体泛滥且肤浅化的社会。在这样的社会体系中,工业化大于民主自由化,娱乐性大于思想性,人的自我意识被削弱,人对于自然和生命的尊重也被淡化,娱乐至死的预言似乎离我们越来越近,人正被这个世界一步步非人化,自身迷失其中而浑然不知。《摩登时代》中的卓别林在大工业生产的流水线上日复一日地重复着单调的工作,最后不知不觉地如同机器上的某个零件一般机械地运作着,枯燥地生活着,这种状态下的人无疑是自我意识的匮乏者甚至丧失者。

另一方面,各大媒体中这样的报道层出不穷:轻生自杀行为,令人发指的残酷谋杀事件,什么跳楼服毒自虐、抛尸弃尸分肢解体,纵然惨不忍睹、耳不忍闻,对社会大众来说也早已见怪不怪、习以为常了,这些现象难道不足以揭露世人对自然与生命的漠视吗?因此,建立中国的媒介批评学理论体系,首先须唤醒人的意识,倡导人对自然与生命的尊重。我国传统文化中人文精神的基本立场恰恰是从个人出发,崇尚自由平等和热爱

生命,坚持“以人为本”,所以把人文精神的内核作为媒介批评体系的基本立场和理论建设的灵魂再落实到社会实践中,是重大的明智之举。

批评媒介与批评自己

丹增曲珍:人文精神的主要内涵在于尊重个人经验、维护个体尊严、尊重个人思想。而媒介批评简单说就是批评媒介,实质就是对大众传媒产品以及传媒本身进行的价值判断。

新媒体出现以来,人文精神与媒介批评一直是大家关心的话题,媒介对人的影响是潜移默化的,媒介已经完全融入了我们的生活甚至是我们的血液中,为什么这么说?我们大多数人(尤其是名人)在做什么事情前先会考虑媒介的反应,会不会报道、炒作、夸大影响等,做善事都要有媒介的反馈才会觉得安心。首先我们有权力去批评媒介,可是我们好好想想,这不正是在批评自己嘛;其次我们不能否认媒介对人价值观的影响,媒介可以报道一个人的事迹,从而唤起更多人的共鸣和参与,去做好事或更正自己的想法,影响范围广、影响受众多,更不用说会受到社会道德人士的支持,这样的媒介已经不光是一个载体那么简单了,它已经完全融入了我们的生活。最后,我们作为新媒体的使用者要承认媒介的缺点,不能被表面现象所迷惑,应该看得到光鲜亮丽背后的肮脏以及手段。比如我们常常能看到某某明星被曝光有什么样的癖好,在网上炒得沸沸扬扬,最后当事人出来解释说是谣言、被黑了。媒介背后的操作者无论有怎样的目标,炒作或嫁祸都给社会上的媒介盲从者造成了一定的负面影响,也损害了当事人的尊严。

在现今的媒介圈子和媒介环境下,我们应该持有正确的道德观点,保持清醒的头脑去判断媒介的动能或传播的内容,取其精华去其糟粕地学习或吸收信息。

媒介批评中的人文关怀

秦嫣：在当代中国的现实语境中，一说到“批评”，人们往往会认为就是对某种缺点和错误的指责或抨击，甚至是对某种错误思想、言行的批驳与否定，从而使“批评”一词成为一个否定性概念。实际上，“批评”一词不仅具有这样的政治性含义，而且具有哲学性含义或学术性含义。在哲学或学术的意义上，批评其实是一个中性的概念，指对事物的是非、善恶、美丑、得失的分析、判断、评论。提到媒介批评中的人文情怀，我联想到近年来随着微博的兴起，人们经常就某个热点问题进行讨论，这其中也涉及了新闻行业。新闻走向娱乐化的倾向，是近年来一些媒体经受不了收视率、阅读率、转载率、网络点击率等指标的诱惑，不再重视新闻传播基本原则而盲目追求轰动、影响力的结果。其以夸大编造事实、煽情、炒作作为手段，最集中的表现是“不要准确，只要轰动”，只要能够吸引眼球，只要能够有互联网点击率，只要能够快速提高收视率，就可以肆意歪曲事实、夸大实情，以耸人听闻的标题来吸引公众视线。而一些受众并不是专业的新闻采集者，在接受新闻时，并不了解哪些是真实的，哪些是记者夸大渲染的，哪些又是刻意编造的。在目前的媒体生态下，对于片面和失实的新闻，还缺少媒体和舆论自我纠正、相互纠正的机制。刻意夸大、编造或者刻意遮蔽一部分事实的新闻，不会受到任何追究和谴责；而被误导之后，舆论缺少理性的分析和认知，反而在一些被扭曲的细枝末节上缠绕。最终导致对事实真相的讨论，是“失之毫厘，谬之千里”。

当代人文精神成为牺牲品

林栩如：当代人文精神日益成为牺牲品。当

媒介的眼光开始注意到大众的、平民的角度，这本是好的，因为这意味着“关注民生、体察民情、尊重民意、保障人权”。而身为普通的民众更是喜闻乐见了，这主要体现在媒介上开始有了一些曝光，通过群众的监督实现社会上一些层面的公平，以保障群众本身人身、精神上的利益。

之所以说人文精神成为牺牲品，是因为这样原本一个出发点不错的大众监督，往往成为一些媒介用于拉拢群众、恶意左右大众舆论的手段。他们通过利用群众心理上的弱点，打着“关注人文精神”的旗号，达成宣传自己或炒作或煽动的目的。

举一个简单的例子——“李刚门”。很多人并不会客观地看待这个事件，而会带着许多刻板成见，比如，会想象他肯定是一个贪官，他肯定有着非常硬的背景，他必然道德败坏，不然怎么可能如此嚣张？当一个人有了先入为主的偏见，并过于迫切期待看到某个结果时，久而久之，就可能将这种强烈的期待当成某种既成事实，许多谣言正是迎合人的这种期待而编造出来的，因为是那么符合人们的期待，符合人们所希望看到的结果，于是就被当成真的了。也许事实并非如此，可“期待”使他们愿意相信未曾得到证明的传言，并且借题发挥大谈官民对立、大谈权力腐败、大谈官二代问题、大谈后台问题……

当好的东西反而被利用成为工具，这不可不说是当今媒介传播的一大负面影响。

社会监督者的媒介

徐婷婷：目前，我国正处于经济社会转型期，各种矛盾相对尖锐，公共危机事件频发。在这样的背景下提出从人文精神来讨论媒介批评是很有必要的。例如近日《南方周末》关于“复旦投毒事件”的长篇报道在引人关注的同时，也引起了很大争议。有人认为这篇报道多么生动、

丰富、好看，契合了人们急切想了解“为何会如此”的心理，是优秀的报道。但是，也有不少人认为它违背了新闻伦理与道德规范，是失范的报道。这个时候我们就需要基于人文精神之上的媒介批评来帮助我们思考媒体在事件报道中究竟应该扮演什么角色，该起到什么作用，如何最大限度地履行其社会责任等问题。

媒体是社会的监督者，更是体制改进的倡导者，是推动社会发展的重要动力。人文精神之上的媒介批评可以促进社会对生命、对人性、对中国文化的思考与挖掘，可以极大地提高人们的民族意识、文化素养以及媒介素养。

回归于人文

季程：“人文精神”顾名思义应该以人为本，强调精神。而在当今越来越物质化与商品化的社会上，中国媒体已然缺失中国传统的人文精神，各类充满诱惑性的广告、低俗雷人的影视作品、哗众取宠的娱乐节目，每一样都在取悦与消费大众，大众在娱乐的同时还丧失了最后一丝的反叛与批评精神。中国的媒介需要被反省与思考，需要有人勇敢地站出来批评。

我认为，中国媒介批评应该建立在国外媒介批评的理论上，更应该植根于中国的传统文化，而其中中国的人文精神当是中国媒介批评的灵魂。作家村上春树曾经说过：“我们每一个人都拥有一副脆弱的，但活生生的灵魂。而体制一无所有。我们一定不能任由体制去剥削我们；我们一定不能允许体制独行其道。因为并不是体制创造了我们，而是我们创造了体制。”对于中国的媒介批评，我觉得也应该暂时跳脱出体制的束缚而回归于人本，反思当今中国媒介的缺失，从精神和信仰上建构中国的媒介批评，如同中国传统的人文精神，中国当今的媒体也应当更实际地关注每一个切切实实的生命，作为个体抑或整体构

成的生命，让人文精神中最美丽的一部分薪火相承、生生不息。

媒介是中性的吗？

蒙群：课上，我们讨论到媒介的使用其实是一把双刃剑。这一论点建立的基础是认为媒介本身是中性的，它最终作用的效果终究是好的还是坏的，其实在于人的使用方法或使用目的的好坏上。从这一点来看，媒介是无辜的。如今社会中，人们对手机、网络的依赖，从好的方面来说，可以更方便地获取信息，多方面了解事情的内容；从坏的方面来说，人们因为过度使用媒体，反而形成了对周围生活的漠视。换句话说，我们会明白国家总理在做什么，但不会了解自己邻居的职业。所以在这一点上，媒介的高速发展，人们对媒体的依赖，无形中淡化了人文精神。

根据这一点，倒可以从另一个角度来提出问题：如果说媒介本身是中性的，应该把它作用效果的不同归结于人的使用方法和目的，那么人使用媒介是出于主动的还是被动的呢？同样，我认为这是一个可以同时存在的命题。人们对新闻信息的求知欲会促使人对媒介的使用，但当媒介发展到一定程度时，人会被迫地去习惯媒介，想要摆脱，但会面临着种种困难。此时，是媒介的特性决定了人不能离开它。

所以，对媒介的批判，不应只关注于人们对媒介的使用，还应该包括对媒介本身特性的研究。

反思媒介当审视人文精神

邱云：媒介批评，顾名思义是对大众传播媒介的批评，是对媒介产品的理性思考与反思。随着人类科学技术的不断进步，传播方法也不断进行着革新，广播、电视、网络等大众媒介深入影

响着人们的生活。在法兰克福学派“批评理论”的基础上人们不断审视着传媒与社会的关系，某种意义上说，传媒即文化，媒介作为介质进行着人文精神的传递，同时也是社会文化的重要组成部分。

在《娱乐至死》这部书中，作者认为，媒介在某种程度上建构了人们的思维模式。比如在印刷时代，人们面对铅字与书本更容易进行深入的思考和理解，而在今天，人们面对着电视与网络更热衷于八卦和娱乐，更乐于接受娱乐化的信息而忽视思考的力量。因此，媒介在某种程度上决定着人文精神。

我们在信息爆炸大众媒介高度发达的今天，容易走入“娱乐至死”的困境并且忽视人文精神的内涵。英国BBC出品的迷你剧《黑镜》正是具有媒介批评视角的剧集，它的目的正是让人们反思在高度发达的媒介下，人文精神何去何从？人们应该如何正确地看待和对待媒介？在网络暴民层出不穷、网络暴力频繁出现的今天，反思媒介对于我们生活的影响，以独立清醒冷静的视角去对待媒介，审视人文精神，也应当成为我们生活的一部分。

受众本位在实践中 的偏差与人文精神的缺失

魏柳枝：郝雨教授在题为《中国传统人文精神原初形态及结构性变异》的讲座中提及人文精神的内涵，即包括“人为贵”的核心精神、“从个人出发”的基本立场等。这让我想起传媒中一个很重要的观念：受众本位。受众本位就是指媒介在信息传播过程中，应以维护受众的根本利益为出发点，以满足受众获取多方面的信息需要为己任，以提高受众的思想素质、政治素质、道德素质和文化素质为目标，全心全意为受众服务。

不难看出，受众本位一个很重要的出发点就是以人为本的人文精神。郝教授当时提到，中国传统人文精神在发展过程中发生了结构性异化，以致最终酿成文化大革命等惨剧。而从半个传媒人（传媒学子）的角度出发，立足当下的传媒界，其实中国的人文精神缺失状况也是令人担忧的，这从受众本位在实践中偏差中就不难发现。

受众本位的根本出发点是“人”，但是当下的媒介真的关注“人”吗？一些媒体高举“受众本位”的大旗，在商业化市场化运作过程中，片面地强调眼球效应，为了满足受众的原始欲望和猎奇心理，大量生产毫无营养的雷人节目，大肆报道、捏造、表现暴力、性、丑闻等刺激性社会新闻。当然，我们不能说媒体不关注受众的“需求”，但是需求也有优劣之分啊！只有满足受众的理性需求，才能促进人的成长，这才是人文精神的精髓所在。

当然，人文精神的缺失是社会结构性的问题，并非一朝一夕所能改善的。但是，作为承担了环境监测、社会协调、文化传承等职能的媒介，其力量不容小觑，还是可以大有作为的。

从受众本位的观念出发，我觉得媒体最基本的就是尊重受众的权力，包括知情权、表达权、批评建议权和监督权等。其中，最重要的当属知情权。受众有权要求大众传播媒介提供作为一个社会成员所应获得的种种真实的消息情报，有权及时得知政府、行政机构等的有关公共信息和国内外的重大事件。特别是当有涉及或影响到受众生活和工作的信息，并且要求他不得不作出决定的时候，凡是有意扣留这些信息或者传播假的、歪曲事实的信息的行为，就是侵犯了受众的知情权。

关注人的理性需求，关注人的成长，这才是真正的人文精神，这才是真正的受众本位。

现代媒介当注重商业价值与社会价值的平衡

杨格：人文精神是一种普遍的人类自我关怀，表现对人的尊严、价值、命运的维护、追求和关切。而媒介，在麦克卢汉的思想视野中，不是冰冷的外在化的存在，而是人的身体、精神的延伸。媒介改变了人的存在方式，重建了人的感觉方式和对待世界的态度。因此，媒介理应是饱含人文精神的文化载体。媒介所传递的世界各地的新闻、信息、图片等普普通通的信息流，重组了我们的精神生活和感情生活。

然而，在现代经济突飞猛进的进程中，媒介被商业化席卷到一个误区——媒介开始被商业的利益所主导，而忽视本身所肩负的人文关怀的职责。这一缺失无论在纸质媒体、电子媒体还是新媒体上比比皆是。公众普遍对这一现象感到失望与担心，但面对强大的媒介帝国与利益诱惑却也束手无策。

对于现代媒介来说，人文精神的重建是紧迫且必要的。重建人文精神也并不是否认或取消商业利益的价值测度，这只是为了媒介达到另一层可能的文化高度，是商业价值与社会价值的必要平衡点，防止媒介沦为纯粹的经济动物为金钱逐流，违背其存在的最初目的和媒体人的最初梦想。

媒体作为公共文化事业的一部分，其立足点不能完全扎根于经济之中，而应为媒体市场营造人文主义的氛围，使媒体能以平衡的状态运行，让其在商业化的转型中保持人文精神，真正地发挥正面作用。

以批评性态度看待传播学的本土化与国际化

张艳：郝雨老师提到了传播学的中国化问

题，我想由此展开，谈谈我对传播学本土化和国际化关系的思考。

无论我们是否接受，传播学术是以美国为中心的。在美国，学者们不用讨论本土化的问题，对他们而言，本土就是国际，一切非以美国作为对象的研究都被美国同行归类为“国际传播”，这当中反映出美国学术界的自我中心和盲点。这种倾向在当代美国传播学界也开始反思。

对于理论的总结，比较好的方式就是开展比较研究，通过比较，可以对理论的条件性有更充分的了解，甚至发展出自身的概念体系。在本土化的视野中，我们对西方传播学的态度一直是比较暧昧的。至今仍未摆脱从近代以来所形成的学术倾向，在具体的研究中，或是对西方传播学照单全收，或是所谓“中学为体，西学为用”，只是这“体”、“用”之分到现在未有明确。

在全球化面前，我认为，就文化本身的传播规律来看，近代以来，欧美一直都处于文化中心区，而中国处于文化边缘区，这就是现实。

具体来说，本土化和国际化两种趋势，必然会发生碰撞、冲突，最后走向融合。恰如所谓“师夷长技以制夷”一样，我们的态度应该是开放的、积极的，同时又不忘自己的任务，所以，比较务实的做法是：本土化基本上还需要在继续接纳西方学术思想的基础上进行。但同时必须保持时刻的反省，重视对自己的问题意识、方法论立场、文化观点以及实践态度的关注。一句话，要有独立性和主体性，保持一种批判性警觉。

追求关照中国实践的中国传播学

郑丽珍：传播学是研究人类一切传播行为和传播过程发生、发展的规律以及传播人和社会的关系的学问。传播学是20世纪30年代以来的跨学科的产物，诞生于美国，美国的学者分别从不同的角度探索传播理论，并提出了种类繁多的传

播模式，传播学家运用不同的模式来解释信息传播的机制、传播的本质，提示传播过程与传播效果，预测未来传播的形势和结构等。像美国的拉斯韦尔提出的5W模式、德国犹太人提出的“把关人”概念。之后这些理论很快传到西欧和日本，而传播学在我国从引进到发展只有30年的历史。在这期间我们做得更多的是学习西方的相关理论，学习如何将理论与中国本土情况相结合，谈得比较多的是传播学的本土化。但是，一个西方的理论毕竟是从西方的土壤上生长起来的，与中国实际有着天然的排异性，中国必须要有原创的传播理论。

从传播学目前在中国的发展现状来看，虽然从根基上改变传播学理论、努力构建中国传播理论研究的结构性边界是我们的目标，但是目前能做的是循序渐进：只能努力构筑起其中的一部分，特别是个性特征较为鲜明的部分。

具体来说就是：目前还不能对过去的传播学基本范畴和格局进行比较彻底的颠覆，完全打通传播学研究的新世纪道路。在传统的传播学研究领域里，内容分析、控制分析、受众分析等这些西方理论本身已经比较牢靠，我们很难取得颠覆性的进展，这些节点至少在现阶段不是中国传播研究最需要突破的理论环节。相反，媒介分析、互动网络研究、传播学研究本土化问题、传播学研究方法论、传播学的人文学科基础学科地位研究等问题，或者目前还存在着理论上的重大争鸣，或者有重大的技术性进展，都在理论研究方面留下了大量的空白点，既是当前全球传播学研究中的热点话题，同时也是中国学者最可能取得突破的领域。只有深入分析中国具体情况并有所突破，才会是自然而然的事情。我们不是为了原创而原创，真正能够总结规律、指导实践的理论才是我们所不断努力追求的。

媒介形态批评与网络

祝敬宇：在越来越强调利益与效率的现代社会系统之中，社会上对于人文精神的讨论与实践从未停止。人文精神所强调的“以人为本”、对于个体的尊重、对于优良传统的传承等，在如今越发强调系统理性的社会之中无时无刻不提醒着人们再批判与内省对个人价值的追求。

而媒介批评同样是对现代化媒介、人们的媒介行为、社会乃至整个世界媒介系统与格局的批判与反思。在人文精神的背景之下，媒介批评集中在对生产过程异化了的媒介形态、媒介产品以及大众对于媒介的消费行为异化的批判之上。

人文精神强调个体、个性的解放和选择的自由，然而系统化的媒介生产的确给了人们以选择的自由，却毫无营养，而消费主义文化与媒介在如今似乎紧密结合得天衣无缝，在不间断的媒体流水线生产之后，消费者们也在被迫“强制性消费”，人们在大众媒介上学会了不必须甚至不需要的商品而奋斗、从毫无价值的信息与产品之中发掘出“虚假的娱乐”。

对于现代性的质疑从来没有停止过，人文精神更多的时候像是一个被悉心栽培呵护照料的盆栽，人们围着它陷入一种浪漫的沉思，这沉思关于记忆甚至关于遥远的想象，关于一种理想、理想与乌托邦。在沉思中，现代化的景观被失焦，但盆栽却远不成林，甚至难以回归到真正的土壤之上。

当媒介批评着眼于当今的媒介形态，我想如上文所及，法兰克福的批评家们的思想仍然会锋利无比，但却也禁不住岁月的风化。尽管信息大爆炸、简单粗糙的快餐文化等糟粕仍在网络媒介中横行，但在我看来它的性格是开放、温和的，是具备了人文精神的。信息的不断膨胀要求人们需具备一定的媒介素养，相比于传统媒介，它的

门槛要高出很多,以至于许多人迷失其中,并且抱怨着网络的嘈杂。然而这正是它的性格,它所要求并教会我们的是不断对于自身主动性的开发,在大量信息之中主动去定位有价值的信息。如果还是一味地如同接受传统媒体信息一般被动与麻木,那么自然每一天都会被无价值的信息困扰。在我看来,这是技术对于我们本身的要求,其中包含了思维方式与行为方式,相比传统媒介,我认为网络仍然是相对健康的。另一方面,亚文化在网络的土壤之中更加容易生存,人们的个性更加易于施展,不同价值的你来我往使得参与者有了更加多元的体验。网络搭建起的平台,本能地联结起了亚文化中最重要彼此认知以及认同感,次平台与小圈子不断壮大并且在一定程度上保持着主舞台的活力。然而稀缺的注意力以及参与度仍然是虚拟世界的弊端,从网络中相对的弱联系之中产生价值还需要每一个个体在其中都扮演一定的角色。

媒介批评意在社会进步

商丽丽:根据相关的文献资料,媒介批评就是对大众传播媒介的批评,是对媒介产品以及媒介自身作用的理性思考。媒介批评是社会与公众依据其价值判断对媒介产品及其传播行为的一种社会评价活动。批评者的价值标准将直接影响对媒介的客观评价。

媒介批评的主要目的在于规范媒介行为,提升传播质量,通过培育现代化公民来推动社会进步。媒介批评的目的首先在于规范媒介行为,即通过批评使媒介的传播行为更加规范有序,更加有益于社会与公众的利益和需求。由于受主客观等各种因素的影响,大众媒介及其从业者在其新闻与信息传播的过程中常常会出现一些行为失范现象,像近些年来新闻界一直在反复整治的虚假报道、有偿新闻、低俗之风、不良广

告以及侵权报道等问题,就属于明显的行为失范现象。

我们在对这种失范的媒介现象进行评析时,要明白操作媒介的对象是人,即除了媒介技术作为硬性传播渠道之外,媒介的主体和客体均为入。如今媒介问题频发,更多的原因在于社会评价标准的变化,更加关注眼球经济、新闻娱乐化等,使得媒介内容也逐渐脱离其正常轨道。因此我们除了采取科学的媒介批评手段外,还要关注媒介批评中“人”的作用,提升人的道德水平,培育现代公民的人文精神,通过个体内在的自我约束实现媒介内容的正常化,让人文精神在媒介批评中发挥更大作用。

媒介批评当承认人的欲望

董靖玮:先说人文精神吧。我最有感触的一点是:人文精神强调“精神”,但不否定和排斥物质。这句话让“人文精神”四个字变得实在起来。这与荀子主张的“富民”不谋而合,他说:“不富无以养民情,不教无以理民性。”荀子主张将“去欲”改为“导欲”,将“寡欲”改为“节欲”。荀子强调人文教化要同一定的物质利益结合起来,承认人的欲望。

承认人的欲望难道不是人文关怀的立足点吗?如果连人的欲望都否认、都不敢面对,又怎样去热爱人、尊重人呢?再者,物质也是人文精神得以发展的土壤,人民饥寒交迫之际,生理需求得不到满足,还如何顾及人文精神?立足于物质之上的精神,才不再只是夸夸其谈,而是真正的自我价值实现和精神追求。

再说中国媒介批评。郝教授提出要建立中国化的媒介批评体系,这一点我是十分赞同的。舶来品毕竟不能够很好地贴合中国的传统思维方式和现实情况,只是希望这种原创的批评体系不要束缚了媒介的创新和突破,还是应该保留开放与