

消解与重构

——媒介文化对不同社会群体的观念及行为变迁的影响

XiaoJie Yu ChongGou MeiJie WenHua Dui BuTong
SheHui QunTi De GuanNian Ji XingWei BianQian De YingXiang

朱庆好 著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

消解与重构

——媒介文化对不同社会群体的观念
及行为变迁的影响

朱庆好 著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

消解与重构：媒介文化对不同社会群体的观念及行为变迁的影响 / 朱庆好著. — 杭州：浙江工商大学出版社，2013.5

ISBN 978-7-81140-795-2

I. ①消… II. ①朱… III. ①传播媒介—文化—研究
IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 103805 号

消解与重构

——媒介文化对不同社会群体的观念及行为变迁的影响
朱庆好 著

责任编辑 柯 希 蒋红群

责任校对 何小玲

封面设计 王好驰

责任印制 汪 俊

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排 版 杭州朝曦图文设计有限公司

印 刷 杭州杭新印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 13

字 数 187 千

版 印 次 2013 年 5 月第 1 版 2013 年 5 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-81140-795-2

定 价 36.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88804227



前 言

媒介文化是基于大众传播媒介而形成的文化景观。随着媒介技术的发展,媒介已经成为文化聚合、传播的主要渠道,媒介文化也逐渐演变成当今社会的主流文化形态。大众媒介作为文化的主要发展平台,不仅为人们提供了丰富的文化资源,改变了人们的生活模式、行为准则、思维方式、情感体验等,而且也构建着人们的生活常识、价值理念和伦理原则。媒介文化就像一张无形的网,无处不在,无时不在,影响深远且广泛。在这样的背景下,媒介文化理所当然地成为文化研究领域里的热点话题。

媒介文化研究一直是一个跨学科的研究领域,涉及哲学、文化学、政治学、社会学、心理学等学科。不同研究方法和理论体系会有不同的研究模式和研究成果。一直以来,我国的媒介文化研究主要受英国文化学派和法兰克福学派的影响,其研究的理论依据也多半来自西方社会。西方媒介文化的研究成果为我们的前期研究提供了历史经验,但我们不能拘泥于西方的研究范式。面对不同的时代背景、不同的理论来源等,我们需要学会消化吸收并融会贯通,寻找我们的研究特色。这是媒介文化研究应当努力完成的任务,否则我们的媒介文化研究将很难摆脱远离实际的弊病。

表面上看,大众传播媒介只是引发了文化传播方式的变革,实际上,从更深层次上看,由于电子传媒的迅速发展,媒介不仅从根本上改变了人类的文化生存环境,同时也改变了内在于人的精神世界。所以,“媒介文化具有广泛推行社会价值规范与建构社会价值

意识的社会功能”。作为文化模式的重要组成部分,媒介文化对人的行动发挥着塑造、引导、建构等作用。但是不同社会群体存在着不同的职业特点,以及基于职业特性而形成的不同的社会角色、价值追求、生活需要等,这在某种程度上会导致媒介文化对社会群体的影响在程度和方式上存在差异。

基于这样的考虑,我们将社会活动主体按照职业特点分为作家群体、学生群体、采编群体、教师群体和农民群体作为考察对象,着重研究媒介文化对不同职业群体的观念及行为变迁的影响。这里要讨论的影响既包括原有行为、规范、观念的消解,也包括新的职业准则、职业意识的建构。

之所以选择作家群体、青年学生、采编人员、教师群体和农民群体,我们认为,因为职业的原因,这五大群体与媒介文化的接触距离最近,受影响的程度也最大。社会活动从某种意义上说就是职业活动。因而,从职业特征的角度剖析媒介文化对于不同社会群体的影响,以及由此带来的职业理念、职业行为的变化,有助于观察媒介文化社会影响的深度和广度,对于媒介文化消极影响的规避以及对于其积极作用的倡导才可能有的放矢,而不至于盲目。

在立场选择上,鉴于媒介文化成分及社会影响的复杂性,我们坚持与媒介文化保持距离,以科学、客观、冷静的态度,秉承批判的态度和立场,对媒介内容和媒介现象的复杂成分层层剥离,冷静分析,既不轻易颂扬也不盲目否定。

关于媒介文化对人的观念及行为变迁的影响,从20世纪80年代起我国学者就开始关注。最早研究此问题的是陈崇山等学者。20世纪90年代,以陈崇山为组长的课题组针对大众传播媒介对受众现代观念形成的影响展开了大范围的实地调查,取得了丰富的研究成果。他们认真而扎实的研究为以后的研究者提供了很好的思路选择和研究参考。此后,研究群体日益壮大,研究角度日新月异,成果也逐渐增多。

与前人相比,本书最大的特色和价值在于,我们根据我国社会的实际特点,将研究对象分为多个群体加以观察,将媒介文化对人的影响和他们的个人因素连接起来,从职业发展变化的角度来观察职业行为、职业理念与媒介行为之间的互动关系。我们分别考察了作家群体主体意识、青少年社会意识、教师自我意识、采编群体职业意识等在媒介文化影响下的种种变化。从微观层面具体考察了媒介文化的社会影响,既有对媒介文化积极作用的肯定也有对其负面影响的批评。在前人研究基础之上有了新的突破,形成自己的研究思路,提出了新的观点。

全书共分为六章。第一章对媒介文化的发展历程、媒介文化的基本特性进行了阐述,并对媒介文化的社会影响方面的研究进行了回顾。

第二章分析了媒介文化环境中的文学特点以及当前媒介文化环境中的文学创作形态,重点分析了媒介文化对作家主体意识的解构。

第三章主要论述了网络时代新闻采编行为与理念的变化、媒介文化对采编人员新闻意识的侵蚀,探讨了采编行为的引导与调整。

第四章围绕媒介文化环境的虚拟性与复杂性、青年学生媒介接触现状、媒介文化与青年学生的社会意识几个主要问题展开了论述。

第五章集中讨论了媒介文化对农村社会生活的影响、媒介文化对农村青少年的影响、媒介文化与城市农民工的关系等重要问题。

第六章主要论述了媒介文化环境中的教学特点、媒介文化背景下教师的社会角色变化、媒介文化对教师自我意识的影响等问题。

近几年媒介文化研究面临着徘徊不前的局面,如何另辟蹊径,将媒介文化研究向纵深推进成为学术界的共识。此外,媒介文化研究的理论体系最早来源于西方国家,如何推进媒介文化研究的本土化等问题也一直困扰着学界。希望我们的研究能够拓展媒介文化研究的深度,并进而推动媒介文化研究的发展。

目 录

第一章 媒介文化的兴起及其特性	1
第一节 媒介文化概述	1
第二节 媒介文化的基本特性	9
第三节 媒介文化的社会影响	16
第二章 媒介文化与作家群体	33
第一节 媒介变化对现当代文学的影响	33
第二节 当前媒介文化环境中的文学创作	43
第三节 媒介文化对作家主体意识的解构	52
第三章 媒介文化与采编群体	64
第一节 网络时代新闻采编行为与理念的变化	64
第二节 媒介文化对采编人员新闻意识的侵蚀	72
第三节 采编行为的引导与调整	86
第四章 媒介文化与青年学生	96
第一节 媒介文化环境的虚拟性与复杂性	96
第二节 青年学生媒介接触现状分析	103
第三节 媒介文化与青年学生的社会意识	111
第五章 媒介文化与农民群体	128
第一节 媒介文化对农村社会生活的影响	129



第二节	媒介文化对农村青少年的影响	139
第三节	媒介文化与城市农民工	146
第六章	媒介文化与教师群体	161
第一节	媒介文化环境中的教学特点	161
第二节	媒介文化环境中教师的社会角色变化	168
第三节	媒介文化对教师自我意识的影响	178
参考文献	189



第一章 媒介文化的兴起及其特性

第一节 媒介文化概述

一、媒介文化的兴起

对于我国媒介文化兴起与发展历史的追述,学界一般都将目光锁定在 20 世纪 80 年代。那个时期是中国社会变革的初期,长期的思想及文化禁锢挤压了多元化的文化发展和需求空间。改革开放打开了国门,各种文化成分和社会思潮蜂拥而至,文化的转向和社会的变革交织在一起,使人们的社会生活产生了巨大变化。在经济和媒介技术发展的双重推动下,媒介文化以迅雷不及掩耳之势成为社会文化的主体。不过那时“媒介文化”这个学术语尚未出现,代之而起的是“大众文化”“流行文化”。之所以用这样的名称而不是用“媒介文化”主要还是因为人们只关注文化本身,而没有意识到媒介在整个文化传播过程中起到的作用。

20 世纪 80 年代首先掀起的是港台流行文化潮流。当时媒介并不发达,信息载体主要是广播、电视、报纸、杂志等。给人们生活带来巨大冲击的也主要是由这类媒体传播的大众文化。以邓丽君为代表的港台流行文化通过广播、电视、磁带、杂志等传输到大陆并在大陆盛行是那个时候的标志性事件。在当时被称靡靡之音的港台

流行歌曲激起了民间文化沉寂已久的激情。《霍元甲》《上海滩》等电视剧热播时万人空巷的情景至今让人感叹不已。邓丽君、罗大佑、张明敏、徐小凤等一大批流行歌手以或旋律优美或柔情似水的歌曲给听惯了革命歌曲的人们带来别样的心灵体验。琼瑶缠绵悱恻的言情剧更是迷倒了无数的痴男信女。录音机、霹雳舞、蝙蝠衫、喇叭裤、长头发等成为那个时代的标志性装扮和大众文化符号。

人们在一片争论声中享受着流行文化的狂欢和盛宴。狂欢之后，人们渐渐回归平静，开始理性地梳理 80 年代的流行文化现象。

对于 20 世纪 80 年代兴起的港台流行文化，有人不屑一顾，有人嗤之以鼻，更有人将之定性为资本主义的意识形态，称之为“靡靡之音”。查阅《现代汉语词典》(第六版)，靡靡之音指颓废淫荡、低级趣味的乐曲。但是不可否认的是那时的港台流行文化俘获了一代人，影响了大陆文化发展潮流，有人甚至给予了高度的评价，认为那个时候流行文化的影响力是自五四以来中国社会尚未有过的文化现象。

本土媒介文化真正崛起并大行其道恐怕要从 20 世纪 90 年代算起。

进入 20 世纪 90 年代，中国经济发展突飞猛进，电视、广播、报刊等行业获得了长足的发展。其一，在电视业方面，电视机开始大量普及，电视网络技术蓬勃发展使有线电视网络深入城市的每户家庭。在我国政府推行的有线电视“村村通”政策的扶持下，乡镇村落也有了丰富的电视节目，甚至偏远山区都有了现代媒介的存在。电视也因此走进了千家万户并成为拥有率最高的媒体。其二，在报刊业方面，市场经济制度逐步确立之后，媒介运行环境发生变化，商业利润开始对媒体的发展产生作用。各省市晚报、都市报如雨后春笋，此外报刊纷纷扩版，大量周末版、专刊、新闻周刊繁荣一时。其三，在广播方面，交通广播的崛起表现得最为突出。城市新闻频道的开发使广播获得了新的发展空间。其四，伴随媒介技术的飞速发



展,互联网、手机等新兴媒体发展迅速,广泛地进入人们的日常生活领域,并且体现出后来居上的态势。现在,电视、网络已经成为人们日常接触与使用得最多的主流媒体。

媒介的繁盛除了经济与科技的发展以外,更重要的是社会变革和新闻观念更新带来的直接后果。

社会变革因素主要是社会主义市场经济的推行。市场经济的确认与大力推行加深了人们对新闻媒介商品属性的认识,各界人士逐渐达成共识:一方面作为政治立场和意识形态的生产与捍卫机构,媒介具有政治性;另一方面报社向读者出售新闻版面及各类专刊副刊,报社还向广告主出售报纸的广告版面,供他们宣传自己的产品和服务。因而新闻媒体又具有商业属性。在这个原则指导下,媒介文化生产开始像其他商品一样参与市场竞争,自此,中国媒介文化进入高速发展及繁荣阶段。到20世纪90年代中期,电视台自办节目迅速增加,从播出时间延长到制播分离;报纸趋向综合类与生活化,扩充版面以满足市场需要;图书业注重选题和策划;杂志以改变定位来适应市场。这一行为带来的直接后果是媒体竞争力的极大增强和媒介文化的繁荣,新闻事业获得了长足发展。

观念因素主要是新闻观念的变化。新闻理念上的发展与创新使新闻报道在政治立场与民间诉求上找到了很好的切入点。媒介商品属性的确认带来了新闻传播理念上的变化。人们开始意识到媒介不仅需要提供新闻,同时还需要提供娱乐和信息服务以满足读者需求、吸引读者、抢占市场份额。强调新闻的可读性、可看性,追求新闻传播贴近生活、贴近读者逐渐成为媒体的自觉行为。于是,以往高高在上的媒介和普通读者站在了一起,吸引了大量的受众,新闻媒介也因此获得快速发展。有研究者指出,从20世纪90年代初期开始,“无论是作为物质形态的印刷技术、电子传输,还是作为观念层面的新闻理论、大众传播理念、文化理念都在迅速地发展和

更新。”^①可以说,没有哪个时代的媒介能像今天这样产生这么广泛的影响力,引起这么激烈的争论。媒介技术的发展为我们构筑了一个全新的现代文化环境,“在这一新环境里,人类的生活方式发生根本的转变:新的都市、新的交往方式、新的社区、新的消费方式、新的娱乐方式、新的教育方式、新的情感方式、新的婚姻家庭关系、新的工作方式、新的价值观念,一切都是新的,古老的、传统的、过去的都在逐渐消失、退场或成为艺术品”^②。

广播、电视、电影、网络、手机以及报纸杂志等现代媒介,尤其是电视及网络媒介几乎已经覆盖了我们所有的文化生活。在强大的技术进步和宣传技巧的推动下,它们对人们的思想、观念进行了全面的解构。无所不在的媒介文化俨然已经成为当代人精神生活的主体。所谓的精英文化、主流文化似乎已经被边缘化,其生存空间被媒介文化一再挤压。

从人类传播发展历程来看,传播大致经历了口头传播、文字传播、电子传播阶段。每一种传播技术的发明和应用都带来了传播体系的颠覆性变化。梳理媒介发展历史,我们会发现每一种新媒介的诞生都会破坏已有的文化范式,建构新的文化范式,开启新的文明时代。而且人们对世界的认识、理解以及情感表达等都与媒介紧密相连。于是乎,人们的生活方式和行为模式随着媒介的变化不断变化着。所以,媒介作为传播介质的变化不仅是文化传播工具的更替,更重要的是带来了人们日常生活、价值观念、意识形态领域的变化。

传播手段的更替伴随的往往是文化的转型。在这个背景下,媒介文化研究逐渐成为文化研究热点。其更深层面的原因在于电子

① 蔡敏:《20世纪90年代中国传媒文化的转型》,《中山大学学报》(社会科学版)2003年第1期。

② 陈默:《媒介文化重构人类生存新环境》,《解放军艺术学院学报》2005年第1期。



媒介文化给人们的精神文化带来了重大影响,它从根本上改变了人们的文化生活环境,并借由此改变了人们的生活状态。“如今,媒介文化在不知不觉中瓦解着人们传统积淀下来的农业文明与工业文明所信奉的理念和价值观,构造了全新的信息化时代的日常生活模式和意识形态,重新塑造了关于我们自己与他人的观念,产生了我们关于周围世界新的价值观、情感体验与思维方式”^①。媒体种类的不断丰富以及媒体给整个人类社会带来的巨大影响让更多的人将目光和研究的焦点集中到了媒介文化身上,媒介文化研究如今也渐渐成为显学。

二、媒介文化的概念

越来越多的研究者已经意识到,媒介文化已经不是“媒介+文化”那样简单了。媒介文化创造了一个全新的文化环境。“它对人们的情感、价值观、日常生活以及对世界的理解产生着潜移默化却深刻的影响,建构着社会意识形态;它不断地利用新技术为人们呈现当代社会生活的绚丽景观,更为重要和关键的是‘它把传播和文化凝聚成一个动力学过程’,将每个人裹挟其中,随其浮沉”^②。鉴于媒介文化的巨大影响,一些目光敏锐的研究者摒弃偏见,将目光转向了媒介文化研究领域。其中有不少学者对媒介文化的概念进行了阐释。

不过,在阐释媒介文化的具体内涵时,研究者往往会陷入困境。因为媒介文化本身是一个非常宽泛、庞杂的概念。其外延和内涵并不是那么清晰明了。研究者只能从各自的研究重点和研究需要出发给出相应的解释。从目前来看,主要有如下几类。

一种说法认为媒介文化是大众文化的延续,是大众文化的核心

① 刘振怡:《试论媒介文化的冲击和影响》,《北方论丛》2006年第4期。

② 柴焰:《中国当代媒介文化的深度解读》,《文化与诗学》2010年第2期。

和主体。“所谓媒介文化,内涵侧重于媒介在当代社会所引发的信息方式和生活方式的变革,主要指 20 世纪五六十年代以来蓬勃发展的、以现代传媒和电脑科技为支持的、以金钱资本为动力的、以饱含资讯和价值的光电影像或虚拟互动为主要内容的大众文化产品,及其外围性的生产、传播与消费活动”^①。这个定义基本上把媒介文化等同于大众文化概念。大众文化一般被理解为工业社会阶段,以大众传媒为载体的文化形态,具有商业性、平面性、复制性等特征。20 世纪 80 年代末至 90 年代初,大众文化研究开始在中国学界兴起。最初,学者们主要借助法兰克福学派的“文化工业”理论对大众文化进行措辞严厉的批评。他们站在精英主义和主流文化的立场上,对大众文化的商业化、标准化、模式化等特征进行了批判。此后以金元浦、潘知常等为代表的学者对大众文化研究进行了反思,他们认为大众文化在中国的出现和繁荣有其自身的历史必然性,其存在有合理的一面,并呼吁学界正视大众文化在当前的积极性、正面性功能,引导大众文化走向健康、正确的道路。将媒介文化视为大众文化的核心的学者还认为媒介文化研究是对大众文化研究的超越。“正是因为媒介领域的大众文化——媒介文化研究生机勃勃的理论活力,才促成对传统大众文化理论的不断超越和扬弃,这正是大众文化理论在新的媒介条件下富于实践精神的合理发展”^②。

有学者注意到了媒介文化的商品属性,并从媒介产品的生产过程入手对媒介文化进行了定义。“所谓媒介文化,就是媒介产品所表征的意义及其受众的解读,它包含着从文化产品的生产、文本的呈现到文本的接收、运用这样一个过程。这实际上就是文化视域的媒介传播的一个既封闭而又开放的循环往复的过程,它几乎无所不包。因为其产品的生产就必然与社会的政治、经济结构和文化环境

① 陈雪虎:《走向媒介文化研究》,《北京师范大学学报》(社会科学版)2004 年第 2 期。

② 刘水平:《作为媒介文化的大众文化》,《云梦学刊》2004 年第 4 期。



相关联,而文本涉及新闻、广告、影视娱乐节目及媒介其他的符号产品,其接收又涉及受众及其社会、文化背景”^①。关注媒介文化的生产、销售、流通和消费过程,强调的是媒介文化的文本呈现过程,即从商品生产与销售的角度定义媒介文化。这个角度可以让研究者更多地关注作为商品的媒介文化所具有的文化产业属性。让人们看到作为特殊商品的媒介文化在内涵及影响方面的复杂性。

另有研究者注意到了媒介文化的社会影响力。“所谓媒介文化,实质上是通过媒介产生的文化和文化产品,尤其是通过文化产品传播文化、价值观念、生活方式等等”^②。媒介文化的影响力已经远远超越了人们的想象,对传统文化模式的冲击也是前所未有的。媒介文化的提出并不是对文化的简单分类,“它强调的是文化的媒介呈现方式,强调的是媒介形态对社会文化所产生的决定性的影响,即不同的媒介导致文化沿着不同路径演进”^③。这个定义不仅仅关注媒介文化的技术层面,更主要的是关注媒介文化带来的社会效应。

必须承认,给媒介文化下定义是困难的,而且有时候吃力不讨好。所以也有学者从媒介文化的特征入手采取描述性的方法予以定义。“从构成上看,媒介文化是电台、电影、报纸杂志、网络等诸种系统的组合;从表现上看,媒介文化是一种综合人的视觉和听觉的视听文化;从运作上看,媒介文化其产品就是商品,目标在于受众,媒介文化完全采用市场化的运作模式;从技术上看,媒介文化也是高科技的文化,调用最为先进的科学技术特别是现代传播技术,将

① 秦志希、夏冠英、徐小立、刘建明:《“媒介文化研究”笔谈》,《武汉大学学报》(人文科学版)2005年第4期。

② 马冬:《文化批判视阈内的媒介文化》,《北方论丛》2006年第5期。

③ [加]伊尼斯:《传播的偏向》,何道宽译,中国人民大学出版社2003年版。转引自蒋原伦:《媒介文化十二讲》,北京大学出版社2010年版,第3页。

文化和科技以新的形式和结构融为一体”^①。此类定义让人对媒介文化的基本构成一目了然,但其缺陷在于没有揭示媒介文化的深层次意义。

除了中国学者的定义之外,一些国外媒介文化研究者也给媒介文化下过不少定义,这里略作转述。作为当代文化的主角,媒介文化因其复杂与庞大,以至于成了一个众说纷纭的话题;美国学者道格拉斯·凯尔纳在《媒体文化》一书中将媒体文化概括为三重含义:第一,媒介文化(产品)制作;第二,是媒介文本;第三,是文化文本的接受和运用。英国的雷蒙德·威廉斯在其《文化与社会》一书中提出“文化是社会生活方式”的观点,认为文化是在社会实践和交往中经多方面的协调互动而生成的。费克斯在此基础上更倾向于从消费实践角度看待媒介文化,他认为媒介文化是动态的,对消费者而言,有相对自由的空间。在法兰克福学派看来,媒介文化是典型的异己力量,并不具备提升人精神的作用,反而还以虚假的自由和本质的反民主的特性误导大众,让大众沉醉于单向的感官享受中。后现代主义则将媒介文化视为一种全新的文化,并已植入日常生活的中心。在鲍德里亚看来,媒介文化是一个超现实的“拟仿”世界,并使一切真实失去稳定性,也就是说,它能颠倒真伪、消解意义,最终促使人们不断产生变换的、不确定的需要。^②

虽然研究者将当前的媒介文化和早期兴起的大众文化相提并论,但是媒介文化已经远远脱离了早期大众文化肩负的文化启蒙和娱乐大众的社会职责,而且在人们生活中扮演着越来越重要的角色。“它是信息和知识的传播载体,维系着整个社会的政治、经济、文化等各种活动,承担着社会意义与主流价值建构、引导的功能。传媒的这种固有属性,使它构成了文化不可或缺的一个重要部分。

^{①②} 易崇英、康国卿:《媒介文化的价值与构建原则》,《新闻界》2009年第3期。

传媒文化,或者说媒介文化、媒体文化,在当今社会日益成为强大的精神力量”^①。媒介文化在网络的加入之后,插上了科技的翅膀,显示出比以往任何时候都强大的影响力,无论在意义解读还是在文本呈现方面都与之前以广播、电视、报纸为载体的媒介文化有很大不同,但相同的是它们表现出来的商业性特征以及与社会变化的密切关系。

第二节 媒介文化的基本特性

不可否认,媒介文化与以往任何形式的文化形态都是不同的。“媒介文化是大众传播时代一种新兴的文化形态,泛指由当代传媒技术所引发的文化景观”^②。这一新兴的文化景观首先是由先进的传播技术引发的,新兴媒介传播技术彻底改变了文化的传播方式,改变了文化的存在形态,使之呈现出与以往完全不同的内在个性。

一、媒介文化的技术性特征

从技术层面来看,媒介文化也是一种技术性文化。回顾传播学发展的历史进程和脉络,我们能够比较清楚地看到技术与媒介文化的内在联系。印刷术的发明催生了文字传播,无线电技术的发展带来了广播的兴盛,摄影和电子通讯技术的发展给我们带来了电视媒介,信息技术的发展又让网络走进了文化领域,走进了我们的生活。因此,每一次技术进步都推进了传播的发展。事实上,正是现代科学技术为媒介文化的批量生产提供了重要的技术手段才使媒介文化在技术的支撑下获得了发展。不过,媒介文化在技术推动下获得

^① 陈伟军:《传媒文化内蕴与价值流向探析》,《学术论坛》2010年第11期。

^② 洪念德:《媒介文化效应分析》,《北方论丛》2005年第6期。