

21世纪媒介理论丛书

媒介生态学

媒介作为绿色生态的研究

■邵培仁等著

MEIJIE SHENG
MEDIA

Media ecology

MEIJIE SHENGTAI XUE

MEIJIE SHENGTAI XUE

Media ecology

MEIJIE SHENGTAI XUE

Media ecology

中国传媒大学出版社

媒介生态学

媒介作为绿色生态的研究

邵培仁等著

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介生态学：媒介作为绿色生态的研究 / 邵培仁等著. —北京：
中国传媒大学出版社，2008. 1

(21 世纪媒介理论丛书/邵培仁主编)

ISBN 978 - 7 - 81127 - 097 - 6

I. 媒… II. 邵… III. 传播媒介—生态学 IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 012872 号

媒介生态学：媒介作为绿色生态的研究

作 者 邵培仁等

策 划 欣 文

责任编辑 蔡开松

责任印制 曹 辉

装帧设计 大鹏工作室

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学 出版社 (原北京广播学院出版社)

北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编 100024

电话：86 - 10 - 65450532 65450528 传真：65779405

http: //www. cucp. com. cn

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京京晟纪元印刷有限公司

开 本 670 × 970mm 1/16

印 张 21.25

版 次 2008 年 3 月第 1 版 2008 年 3 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 81127 - 097 - 6/K · 097 定 价：39.80 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

历史转折关头的明智选择

——《21世纪媒介理论丛书》序言

今天的中国,一个发展中的大国形象,已昂然崛起于世界的东方,让人刮目相看。世界惊奇地发现,中国社会面貌光彩焕然,已非昔日可比,这似乎只是弹指一挥间。

回首过去,我们看到了辉煌的成就和灿烂的微笑,同时也看到了艰辛的汗水和坚实的脚步。中国的媒介与传播研究,也与我们的时代同命运、共呼吸,演绎出激越曼妙的交响,我们既取得了累累硕果,也面临着重重挑战。作为一名长期从事媒介与传播研究的中国学者,我亲身体验、感受到了这些年中国学界所走过的不凡历程,可以说是发展与困惑同在,成就与问题并存,我深深体会到祖国给予的坚强支撑,历史带来的巨大机会。

人至三十当是而立之年,而当中国改革开放迎来它的三十周年之际,中国的媒介与传播研究似乎再一次走到了历史的十字路口,正处于前所

未有的困惑与选择之中,面临着“向何处去”的问题。那么,在这一特殊的历史转折关头,中国媒介与传播研究最明智的选择是什么呢?我认为应该是——

第一,要以历史为经,以现实为纬。当一门学科再一次站在十字路口时,最重要的莫过于先静下心来,反思和回顾已经走过的路。我们回顾和总结媒介研究的历史,并不是要沉溺于它、迁怒于它,而是要以史为鉴,从中吸取教训、累积经验,为当下的媒介理论和媒介现实服务。换句话说,我们研究历史,要联系现实,研究现实,承前启后,继往开来,才能使媒介理论有着深厚的历史和现实根基。

第二,要以媒介为经,以社会为纬。新闻是社会的镜子,媒介是社会的大脑。研究媒介需要联系社会,研究社会需要指向媒介。媒介是这一学术研究的起点和终点。因此,研究媒介理论,需要以锐利的学科眼光加以审视和分析,也要用社会的尺度来丈量 and 称衡;要强调媒介理论思维与话语的主导性,也要向更广阔的社会领域延伸和扩展。以媒介为经,可以确保其学术价值和理论意义;以社会为纬,可以落实其社会价值和实践意义。通过媒介研究,推动社会进步和国家发展。

第三,要以规律为经,以意义为纬。规律所在,科学所托。积极探索和揭示媒介规律,是媒介理论研究的基本宗旨和首要使命。作为一门社会科学,媒介理论研究不应该止步于探索和揭示媒介活动中内在矛盾诸方面的联系和斗争的客观法则和必然趋势,还应该突现和彰显这一过程的价值和意义,进而说服人们自觉遵循媒介规律,主动按媒介规律办事,从而进一步支配、制约和优化媒介活动的姿态、现状与趋势。规律、意义和行动共同构成了学术研究的金三角。

第四,要以中国为经,以世界为纬。中国是媒介理论研究的坐标点,而世界则是它的参照系。如果媒介理论研究不同中国特定的历史—社会—文化条件相结合,不在中国五千年民族文化的土

壤上生长出来,不能指导具体的媒介活动,而只是简单地贩卖、照搬和空谈西方媒介理论,那必然会遭到人们的拒绝,甚至反对。但是,要推进媒介理论走出国门、走向世界,同国际学界进行平等的对话和交流,则必须严格遵守学术规范和游戏规则,在坚持中国学术主体性的基础上,使其具有世界元素和全球视野。

正是出于这种思考与选择,我们组织撰写和出版了这套《21 世纪媒介理论丛书》。这套丛书宛如一阁雅集,泛着书香,和着墨韵,透着笔力,跳着新意,凝着理性,闪着睿智,翻阅在手,会让人感到亲切可读,不忍释卷。这套丛书绝不泛泛而谈,更不人云亦云,而是深刻专注于一论,以一个特殊的视角来观照媒介万千世界的复杂性的某一侧面或某一问题,如同透过一个视窗看到了万花筒的一次奇妙变换,或者像是随着一位导游进入一个秀丽壮美的旅游胜地,眼前美景让人不由地击节赞叹。

这套丛书中的每一种著作,都坚持以理论与现实中最迫切需要解决的问题为导向,选准研究的切入口,运用国际学术界最先进的理论与方法,最前沿的思想与观念,着力思考问题产生的原因、路径和影响,以及如何科学、合理地解决问题,努力将问题的研究向深度和广度开掘。同时,丛书作者尽力不受媒介理论研究中传统范式和旧有成果的束缚,面向现实,立足交叉,追踪前沿,聚焦集成,努力把内、外两个学术世界的优点和精华收归己用,并积极探索适合课题对象和内容研究模式、思维方式和理论体系。

这套丛书的作者基本上都是浙江大学传播研究所毕业的博士生,寒窗苦读之后,学术成果斐然。如今,他们当中有的已是教授、副教授,有的已在学术界有一定的知名度。在浙大读研期间,他们利用学校丰富的馆藏资料,阅读了大量的国内外一流的新闻学、传播学、社会学、政治学和媒介学等方面的专著、教材和论文,掌握了一整套先进的科学研究方法和技巧,在通过博士论文答辩的基础上,又积极申报省级以上课题并获得立项,经过进一步深入研究和体系化,最终形成了已达预期目标的科研成果和学术专著。因此,

这些成果和专著不仅符合上述要求,而且具有紧追前沿、观点新颖、内容创新、分析深刻、表述精当等特点,具有相当的理论价值和实践意义。这套丛书的出版在一定程度上可以说是对于这批浙江传播学人呕心之作的一次全面检阅。

我们深知,学术研究犹如探险,人之愈深,得之愈奇。值得庆幸的是,时代在感召着我们不断求索进步,我们所做的,只是承继前辈的脚步往前多迈了一步,仅仅是负起了这代学人应负的社会义务、历史责任,本不该有“探骊得珠”的奢望,但若这套丛书能为媒介理论研究和媒介运营实践起到“抛砖引玉”的作用,能为中国媒介和谐与社会和谐的建设稍尽绵薄之力,又能引起媒介学界和业界人士的一些关注和批评,对于我们来说,就是莫大的荣幸和鼓励了。

邵培仁

2007年12月于浙江大学传播研究所

目 录

第一章 媒介生态学研究的新视野 / 1

第一节 媒介生态学的研究对象 / 1

一、媒介生态学的定义 / 2

二、媒介生态学的研究对象和宗旨 / 6

第二节 媒介生态学的研究内容 / 8

一、媒介作为环境的研究 / 8

二、媒介作为虚拟空间的研究 / 9

三、媒介作为微生态的研究 / 10

四、媒介作为临界点的研究 / 10

第三节 媒介生态学的研究原则 / 11

一、整体优化原则 / 11

二、互动共进原则 / 12

三、差异多样原则 / 12

四、平衡和谐原则 / 13

五、良性循环原则 / 13

六、适度调控原则 / 14

第四节 媒介生态学的研究任务 / 14

一、建立作为绿色生态研究的科学的媒介生态学 / 16

二、为媒介生态设计和规划的正确决策提供科学的理论依据 / 16

三、为信息传播和媒介运营的有序进行提供生态学层面的理论指导 / 17

四、研究解决媒介生态的污染、退化、破坏及其生态保护、
修复和重建等问题 / 17

五、对媒介生态规划、安全、风险进行预测和控制 / 18

第五节 媒介生态学的研究方法 / 18

一、媒介生态学的主要方法 / 19

二、媒介生态学研究的基本特点 / 20

第二章 媒介生态学研究的历史、理论与路径 / 24

第一节 国外媒介生态学的研究历程与主要理论 / 24

一、媒介时空论 / 28

二、媒介人体论 / 29

三、媒介场所论 / 32

四、媒介容器论 / 33

五、媒介情境论 / 35

六、媒介环境论 / 38

七、媒介进化论 / 39

八、媒介依赖论 / 41

九、媒介失控论 / 43

十、媒介控制论 / 45

第二节 国内媒介生态学的研究历程与主要理论 / 48

一、中国传统文化中的生态学思想扫描 / 48

二、中国当代媒介生态理论举隅 / 50

第三章 媒介生态观念论和规律论 / 63

第一节 媒介生态的核心观念 / 63

一、媒介生态整体观 / 64

二、媒介生态互动观 / 65

三、媒介生态平衡观 / 66

	四、媒介生态循环观 / 68
	五、媒介生态资源观 / 69
第二节	媒介生态的主要规律 / 71
	一、媒介生态位规律 / 71
	二、媒介食物链规律 / 74
	三、媒介生物钟规律 / 76
	四、媒介最小量规律 / 77
	五、媒介适度性规律 / 79
第四章	媒介生态种群论 / 82
第一节	媒介生态种群的定义和特征 / 82
	一、媒介生态系统种群的概念 / 82
	二、科学认识与理解种群概念 / 84
	三、媒介生态种群的特征 / 85
第二节	种群密度与种群关系 / 87
	一、种群密度与媒介生态平衡 / 87
	二、种群之间的相互关系 / 88
第三节	人才生命周期与管理循环链 / 89
	一、人才生命周期与媒介的生态调控 / 90
	二、人才选用与管理循环链 / 91
	四、媒介人才的管理原则 / 92
第五章	媒介生态集群论 / 95
第一节	集群的概念和基本特点 / 95
第二节	媒介集群的模式及其识别 / 98
第三节	城市是媒介的集群中心 / 100
第四节	媒介集群的功能和原则 / 106
	一、集群功能 / 106

二、集群的原则 / 107

第六章 媒介生态系统论 / 110

第一节 媒介生态系统的定义与阐述 / 110

一、什么是媒介生态系统 / 110

二、媒介生态系统的认识和阐述 / 111

第二节 媒介生态系统的组成与结构 / 114

一、媒介生态系统的组成 / 115

二、媒介生态系统的结构 / 117

第三节 媒介系统的食物链与食物网 / 118

一、食物链与食物网的关系分析 / 118

二、媒介产业食物链的四个环节 / 120

第四节 媒介生态系统的规划与管理 / 124

一、媒介生态规划的概念及发展过程 / 124

二、媒介生态规划的铁则与主要步骤 / 126

第五节 媒介生态城堡的构想与建设 / 130

一、媒介生态城堡的建筑结构 / 130

二、媒介生态城堡的基本标志 / 133

第七章 环境生态论 / 137

第一节 传播与生态环境的关系 / 137

一、传播对生态环境的依赖 / 138

二、生态环境与生态因子 / 139

第二节 传播环境的特性与类型 / 141

一、传播环境的特征 / 141

二、传播环境的类型 / 142

第三节 地理环境与物理环境 / 145

一、地理环境 / 146

	二、物理环境 / 148
第四节	媒介环境与社会环境 / 151
	一、媒介环境 / 151
	二、社会环境 / 153
第八章	信息生态论 / 157
第一节	信息公平与信息生态均衡 / 157
	一、信息公平是信息生态均衡发展的重要因素 / 158
	二、信息公平的基本表现与践行原则 / 161
	三、平整信息传播与接受的竞技场 / 164
第二节	信息爆炸与信息生态密度 / 168
	一、信息爆炸对信息生态密度的影响 / 168
	二、信息爆炸的生态后果 / 171
	三、应对信息爆炸的个人选择 / 172
第三节	信息匮乏与信息生态平衡 / 174
	一、信息匮乏对信息生态平衡的影响 / 174
	二、信息匮乏的原因 / 175
第四节	信息污染与绿色信息生态 / 177
	一、信息污染的表现 / 177
	二、治理信息污染,建设绿色信息生态 / 180
第五节	信息侵略与内源媒介生态 / 183
	一、信息侵略是对内源媒介生态的挑战 / 184
	二、信息侵略的生态与社会危害 / 186
	三、构筑内源媒介系统的“万里长城” / 187
第九章	符号生态论 / 189
第一节	符号霸权与媒介生态奇观 / 189
	一、后现代语境下的符号霸权 / 189

二、特殊社会语境下的符号霸权 / 192

第二节 符号污染与媒介生态治理 / 196

一、有效信息沟通与符号过程污染 / 196

二、媒介用语失范与语言污染 / 199

三、图像时代与符号污染 / 203

第三节 符号崇拜的当代媒介风景 / 205

一、关于符号崇拜 / 205

二、符号崇拜的原因分析 / 207

三、符号崇拜的负面效应 / 210

第四节 符号迷信与媒介生态紊乱 / 211

一、数字符号迷信 / 211

二、时尚符号的迷信 / 212

三、颜色符号迷信 / 213

四、命名迷信 / 213

第十章 受众生态论 / 215

第一节 传播生态链中的受众现状 / 215

一、受众的存在状态 / 215

二、当前媒介环境中受众的困境 / 220

第二节 受众生态中的弱势群体 / 225

一、少数族裔 / 225

二、同性恋群体 / 227

三、农民群体 / 229

四、女性受众 / 231

第三节 受众生态的合理建构 / 234

一、定位受众的身份 / 235

二、注重受众的媒介素养 / 238

三、注重受众生态的平衡 / 242

第十一章 报刊生态论 / 245

第一节 报刊呈现的生态环境指征 / 245

一、媒介的偏倚与文化的偏向 / 245

二、报刊传播的环境特征 / 247

第二节 报刊在媒介系统中的生态位 / 248

一、保持高速增长,与电视一争高下 / 249

二、门类齐全,自成完整的生态体系 / 250

三、古老,但依然年轻吗? / 251

第三节 报刊的四大生态困惑 / 252

一、生态位策略有失偏颇 / 252

二、核心竞争力定位失误 / 253

三、系统异类:免费报纸 / 256

四、报业集团的整合挑战 / 258

第四节 报刊生态环境的变因 / 260

一、数字化挑战 / 261

二、全球化的挑战 / 264

三、现代性问题 / 267

第十二章 影视生态论 / 270

第一节 影视媒介的生态环境 / 270

一、影视媒介外部生态环境 / 270

二、影视生态循环系统 / 277

第二节 影视媒介生态行为 / 280

一、有限的资源与竞争态势 / 280

二、影视生态景观的地域差异 / 283

三、生态结构与功能 / 285

第三节 影视生态发展策略 / 287

- 一、生态分化策略 / 287
- 二、影视物种的进化 / 291
- 三、“外来物种”的状态和影响 / 294

第十三章 网络生态论 / 296

第一节 网络对人的影响 / 297

- 一、网络改变着人际交往的途径与形式 / 297
- 二、网络影响着人的自我状态与存在方式 / 298
- 三、几种典型的网络心理现象 / 299

第二节 网络生态系统的结构 / 301

- 一、网络生态系统的结构 / 301
- 二、网络生态系统诸要素之间的关系 / 303
- 三、网络生态的发展趋势 / 304

第三节 网络生态平衡与可持续发展 / 305

- 一、网络生态平衡的内涵 / 306
- 二、网络生态平衡的特征 / 306
- 三、网络生态平衡与可持续发展能力的表现及维护 / 307

第四节 网络生态危机与治理 / 309

- 一、网络生态危机的表现形态 / 310
- 二、网络生态危机的原因 / 313
- 三、网络生态危机的治理 / 314

参考文献 / 317

后 记 / 323

第一章 媒介生态学研究的新视野

“在意识形态的天空,生态主义是一颗新星。”^①这是布赖恩·巴克斯特(Brain Baxter)在他的生态政治学著作中提笔写下的第一句话。用生态学原理与方法来研究当代媒介现象和传播问题,被西方传播学者认为是所有社会科学研究方法中的最行之有效的一种方法。

从理论渊源上来说,媒介生态学显然是媒介学与生态学进行学科交叉的产物,或者说是从生态学角度对于传播学和媒介学问题进行重新审视、重新认识的结果。媒介生态研究已经成为传播学研究的新方向,从国外到国内有许多的学者都把目光投向这样一个比较新颖的研究领域。当前的媒介生态研究已经几乎渗透到传播学研究的方方面面,包括方法论、媒介组织、信息传播与接受、受众与文化、媒介政治、媒介管理,等等。因此,媒介生态研究不仅从总体上提供了一种全新的研究方法和一种全新的视野,而且在传播学研究的各个方向都提供了有益的启示和创造性的成果。

但是,就当前的研究成果来看,媒介生态研究还非常散乱,没有焦点,也存在许多的争议,总体来说还是停留在研究层面,而不是一种学问或者成为科学。因此,有必要在当前已有的研究成果的基础上对媒介生态研究进行进一步的理论阐述和知识梳理,真正建立媒介生态学基础理论框架,并使研究进一步深化。

第一节 媒介生态学的研究对象

“生态运动的兴起使我们进一步意识到,所有的事物都是相互联系着

^① [英]布赖恩·巴克斯特:《生态主义导论》,曾建平译,重庆出版社2007年版,第1页。

的,我们应当同我们的总体环境保持某种和谐。”^①媒介作为社会的一个子系统,其构成要素之间、媒介与媒介之间、媒介与外部环境之间也存在着密切的互动关系并保持某种和谐,从而构成了媒介生态的基本样貌和研究的主要对象。

一、媒介生态学的定义

1. 生态与生态学

在英语中,“生态”(ecology)一词源于希腊语“oikos”,原意是“家”、“家园”的意思。这一词语的含义逐步延伸、扩展,“家”被用来指自然界,最终成为是对所有有机体相互之间以及它们与其生物及物理环境之间关系的研究(Ricklefs,1973),成为一个生物学或者说自然科学领域的概念。从辞源学的角度看,生态学(Ecology)源于希腊语“oikos + logos”(原意为“学科”或“讨论”)。Oiko logos 的意思是“对(生物)栖息场所的研究”。

作为专门研究生态现象的生态学,出现于1866年。在这一年,德国动物学家恩斯特·海克尔(Ernst Haeckel)率先提出“生态学”(德文Oikologie)一词,并将其定义为“生态学是研究生物与其环境相互关系的科学。”^②他所指的环境包括生物环境和非生物环境两类。正是在这种意义上,生态学被人们称为“环境的生物学”。由于生态学与经济学(Economics)为同一词源,在词义上有共同点,生态学又被人们称为“自然经济学”^③。

尽管后来又有许多生物学家对生态学的概念从不同角度进行探讨,但均未能超过恩斯特·海克尔的定义范围。因此,我们还是同意这样的定义,所谓生态学(Ecology),就是研究生物和人与环境之间相互关系及其互动规律,研究自然生态系统和人类生态系统的结构和功能的一门科学,研究范围包括个体、种群、群落、生态系统以及生物圈等层次。这一定义的好处是,将人放在了中心的位置,将自然生态系统与人类生态系统同等对待,强调各种生态因子之间的整体互动和平衡发展。

现代生态学已不仅仅是一门研究生物与环境相互关系的学科,而是

① [美]大卫·雷·格里芬编:《后现代精神》,王成兵译,中央编译出版社1998年版,第227页。

② 杨忠直:《企业生态学引论》,科学出版社2003年版,第1页。

③ 卢升高、吕军主编:《环境生态学》,浙江大学出版社2004年版,第1页。