

编者按：媒介理论研究指关于媒介自身效果的理论和人们对于媒介的认识，主要探析媒介在心理、社会和文化上对社会的影响。媒介的发展史是人类发展史的缩影，不论昨昔麦克卢汉“媒介即讯息”的惊世之语，还是今日“渠道为王”的竞争理念，媒介作为平台构建了包含传者、受者、信息、符号的传媒产业群，掌控了传播生态，也使得媒介理论研究在纵深性和宽广度方面具有无限的空间，因此在传播学日益成为中国显学的过程中，媒介理论研究也成为了中国传播学研究的焦点之一。在中国政治、经济、文化和传播技术快速发展的背景下，中国传播学者敏锐地把握了媒介理论这个焦点，自20世纪80年代以来默默耕耘，以至于今天学界不经意间回望之时，中国媒介理论研究成果如此令人惊喜！目前，中国媒介理论研究经历酝酿期、成长期，已进入成熟期。中国媒介理论研究丰富多彩，视角多样，精彩纷呈，既深根于本土，又引领于国际，成为中国传播学之树上的硕果，或将成为世界传播学皇冠上的明珠。

中国媒介理论研究的总结与展望

张健康

摘 要：基于中国知网，将中国媒介理论研究分为酝酿期、成长期、成熟期三个阶段进行中国媒介理论研究的总结和展望，归纳各个期间的媒介理论研究的焦点、亮点并进行述评，试图探析中国媒介理论发展的脉络，为中国媒介理论研究发展提供些微启示。

关键词：中国媒介理论研究；总结；展望

作者简介：张健康，男，教授，传播学博士，硕士生导师。（浙江大学 城市学院，浙江 杭州，310015）

中图分类号：G206.2 **文献标志码：**A **文章编号：**1008-6552（2013）05-0002-011

一、研究概述

媒介理论研究主要指关于媒介自身效果的理论和人们对于媒介的认识，主要探析媒介在心理、社会和文化上对社会影响的研究。在中国政治经济文化和传播技术快速发展的背景下，中国媒介理论研究丰富多彩，视角多样，精彩纷呈。

本文借助中国知网 CNKI（China National Knowledge Infrastructure）这一全球领先的数字出版平台，进行中国媒介理论研究的总结和展望。中国知网是以实现全社会知识资源传播共享与增值利用为目标的信息化建设项目，是中国知识资源高效共享提供最丰富的知识信息资源和最有效的知识传播与数字化学习平台。因此，借助于中国知网的全面权威的成果汇集，本文试图通过探析和发现中国媒介理论研究发展的脉络，并进一步预测中国媒介理论研究的发展趋势，以求给读者提供中国媒介理论研究发展的些微启示。需要特别指出的是，作为总结回顾性文章，本文仅是对中国传播学者富有创建性的中国媒介研究的思想的概括、综述、评价，并由于数据来源和研究方法较为单一，以及中国媒介理论研究成果数量异常庞大，必然会造成本研究的不足。

基于对中国知网的数据分析，我们将中国媒介理论研究分为三个阶段：酝酿期（1988—2001年）、成长期（2002—2008年）、成熟期（2009—今）。酝酿期是中国媒介理论研究的发端期，是一个涓涓细流、缓慢发展的阶段；成长期是中国媒介理论研究的加速发展，从舒缓到高亢，万股细流汇成澎湃江河的阶段；成熟期是中国媒介理论研究的厚积薄发、升华腾飞的阶段。目前，中国媒介理论研究已经经过了酝酿期、成长期，正式进入了成熟期的起步。

二、中国媒介理论研究的酝酿期（1988—2001 年）

中国媒介理论研究的发端可以从 1988 年纪元，典型事件是戴元光、邵培仁、龚炜在兰州大学出版社出版《传播学原理与应用》，这是中国大陆第一本传播学著作。该著作第一次以专门的章节进行媒介分析。这一阶段的中国媒介理论研究偏向宏观性研究，表现在受到系统论、信息论、控制论“三论”的启发。“三论”本身与通讯传播有着内在的联系；而为取得理想的传播效果，媒介系统需要与进行信息的选择和传播的控制，这促使了媒介信息论、媒介控制论、媒介系统论的研究。这个阶段属于中国媒介理论的酝酿期。虽然属于中国媒介理论研究的发端时期，但却如火山喷发前的地壳熔岩，炽烈喷薄，该时期的成果为中国媒介理论研究的后继发展奠定了基础，提供了无限动力。这个阶段的研究关键词是中国媒介理论研究的核心理念，延续至今，引起诸多学者的讨论和热议，促进了中国媒介经营管理的发展、媒介与社会政治经济文化的良性互动发展。

利用中国知网，在 1988—2001 年的时间跨度内，对“新闻传播”+下列表格中的关键词进行“全文+模糊”的高级检索。具体检索结果如下：

表 1

排序	检索关键词	找到研究成果的数量
1	媒介信息	25293
2	媒介系统	16967
3	媒介控制	11490

以“媒介信息”为例该设置检索结果为论文中包括“新闻传播”、“新闻”、“传播”中任何两个关键词，并包括“媒介信息”、“媒介”、“信息”中任何两个关键词的所有符合时间要求的论文。以上数据数量，应该说总体反映了这段时间媒介相关研究的情况。这一检索设置可能会造成相关研究成果不是十分全面，也可能会与其他主题重复，但至少可在巨量的研究成果中窥豹之一侧，达到以木见林的目的。

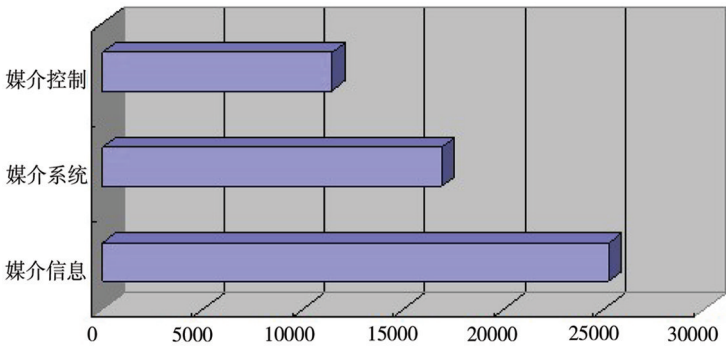


图 1

“媒介信息”成为了这一阶段媒介理论研究的最核心的词汇，是因为即便我们认可“媒介就是讯息”，但是“内容为王”还是与之相辅相成的，是社会对传播内容的关注投影在媒介身上的结果。

（一）媒介信息理论研究

从 CNKI 数据库检索发现，“媒介信息”更像一个偏正词组，也就是说这一部分的研究更多侧重在媒介中的相关信息的研究。媒介信息理论研究的焦点包括媒介文化、互联网信息的可信度、媒介信息素养、媒介信息资源配置、信息媒介等。这块研究数量巨大，但是相对经验性研究多些，并没有深入的理论探讨，这也符合中国媒介理论研究的培育阶段的特征。

举两个例子，反映媒介信息理论研究的特点：一是侧重基于传统媒介特征的信息研究。研究者指出

需要加强对电视媒介自身的特质把握,充分利用电视媒介传递有效信息推进传播效果提升。^[1]二是侧重对新媒体社会影响的信息的研究。研究者认为:随着网络化传播的逐步普及,信息时代无与伦比的传播能力对人类现有的生活方式带来了前所未有的冲击,媒介对于现代社会的政治、经济、教育、人的思维方式以及生存状态产生了深刻的变革意义的影响。^[2]

这个阶段,出于中国传播学学者群体对媒介研究的兴奋,媒介信息理论研究的著作出版出现了一个小高峰,包括《政治传播学》(邵培仁主编,江苏人民出版社,1991年)、《教育传播学》(邵培仁主编,南京大学出版社,1992年)、《传播学导论》(邵培仁著,浙江大学出版社,1997年)、《华夏传播论》(孙旭培主编,人民出版社,1997年)、《知识传播学》(倪延年主编,南京师范大学出版社,1999年)等陆续出版,推进了媒介信息理论研究的深化。

(二) 媒介系统理论研究

用系统的眼光来看待媒介的生存、发展是媒介经营管理的提升,也是媒介理论研究的深化。张咏华于1997年在《新闻大学》发表了《一种独辟蹊径的大众传播效果理论——媒介系统依赖论述评》,介绍媒介系统依赖理论认为媒介是“受众-媒介-社会”系统的有机组成部分。由此可以看出,媒介系统不仅仅有自身内部的小系统,而且包括媒介赖以生存的社会大系统,牵涉媒介生存的各个方面。正因为有这样的宽广视角,媒介系统理论研究可以很好地观照到中国媒介集团推进进程中对媒介集团发展的系统性思维和经营理念的研究。

有机整体就是有机系统。媒介整体论是媒介系统理论研究的一个发达分支,其中特别值得一提的是邵培仁教授提出的整体互动模式。整体互动模式最早见于1991年邵培仁教授在《新闻学》第4期发表的《关于传播模式的思考与构想》,获得学术界瞩目。随后,杜骏飞以《筌路蓝缕,以启山林——略论邵培仁同志的传播学研究实绩》、肖容以《整体互动论:独树一帜的传播模式——略论邵培仁的传播学研究》高度评价该模式的启示性、创新性、科学性,这两篇论文分别被人大复印资料《新闻学》1992年第3期、第4期收录。1995年,邵培仁教授在《新闻广场》发表了《整体的大象:新闻传播社会学的立体透视》,进一步对其整体互动论进行了详细阐述和补充完善,标志着该模式的成熟。在注重模式构建的传播学科里面,模式是传播学者的军功章。邵培仁教授的整体互动模式是中国媒介理论研究酝酿期的杰出成果之一,对中国后继的媒介理论研究,特别是为媒介系统论的发展产生了积极影响。

(三) 媒介控制理论研究

媒介控制理论研究的特色是中国学者对西方媒介理论的批判以及较多地对外国理论的引介。这个阶段国内新闻学界对西方资本主义的媒介民主的虚伪性和媒介控制的本质进行重点揭示和批判,认为西方新闻媒介领域内部的兼并、垄断,使新闻媒介失去了独立的地位、公正的价值观。^[3]在发达工业社会中,大众媒介已成为意识形态,成为维护国家统治的合法性的基础;通过传播上的操纵和欺骗,大众媒介不仅极为有效地清除了社会文化的否定性,最终造就单向度的人和社会。^[4]西方媒介已经成了资本主义的“世俗传教士”,他们采用语言的夸张、滥用和曲解进行“思想控制”和“制造共识”,服务资本主义统治阶级。这段时间,大量媒介理论引入中国,如《预警·审判·挽歌:评布热津斯基的媒介失控论》(邵培仁,《国际新闻界》1996年第5期)等理论的介绍给人对资本主义媒介控制全新的启迪;同时,这些理论也成为国内传播学者深刻批判传播现象的工具。陈力丹从沉默螺旋理论出发,认为媒介塑造的媒介环境控制着舆论;人们依赖媒介感知现实社会,使之无形中受到媒介的控制。^[5]

这个阶段的媒介理论研究,相对局限于传播要素的研究,视界较为狭窄。考察中国媒介理论的研究成果,发现这里的“媒介”研究主要针对的是作为传播技术的媒介的特点分类、媒介的社会文化经济方面的影响力等;但也有不少成果将“媒介”指代组织层面的传播者,这使媒介理论研究由传播技术的内核覆盖到了传播群体的内核,并部分包容了传播内容、受众、传播效果等要素的研究。由此可见,

中国媒介理论研究具有相对广义的内涵。酝酿期的中国媒介理论研究成果虽以论文为主，但也有专著出版。这些专著是中国早期的“武陵渔父”们在发现传播学“桃花源”后“欲穷其林”的探索之作，对中国媒介理论研究无疑具有启蒙意义。但酝酿期中国媒介理论研究的不足也较为明显，不少的传播业界作者的文章属于经验性总结论文，不太讲究研究假设、研究方法、演绎推理、数据论证等，得出结论的信度、效度都较为欠缺，结论深刻性、启发性有待加强。

三、中国媒介理论研究的成长期（2002—2008 年）

2002 年，高等教育出版社出版邵培仁的专著《传播学》，标志着中国媒介理论研究进入了全新的第二阶段——成长期。邵培仁教授在《传播学》中不仅以专门章节进行媒介环境分析，也深入介绍了媒介恐慌理论、媒介崇拜理论、媒介公平理论等理论，形成了通过把媒介研究与日益丰富的社会科学研究成果嫁接的发展取向。这其中构建出来的张力，极富创造力地把中国媒介理论研究从春意盎然的酝酿期推进到了骄阳似火的成长期，形成了中国媒介理论研究的媒介生态、媒介地理、媒介集群、媒介公平、媒介身份、媒介恐慌、媒介时空、媒介崇拜、媒介人种、媒介弱智等领域；其中最显著的成果就是中国传媒大学出版社“21 世纪媒介理论研究丛书”陆续出版。

借助中国知网，在 2002—2008 年的时间跨度内，对“新闻传播”+下列表格中的关键词进行“全文+模糊”的高级检索。检索结果如下：

表 2

排序	检索关键词	找到研究成果的数量
1	媒介身份	35470
2	媒介公平	24584
3	媒介生态	24269
4	媒介时空	23028
5	媒介地理	22333
6	媒介崇拜	9575
7	媒介恐怖	9380
8	媒介集群	3839
9	媒介人种	2224
10	媒介弱智	725

以“媒介身份”为例，以上设置检索结果为论文中包括“新闻传播”、“新闻”、“传播”中任何两个关键词，并包括“媒介身份”、“媒介”、“身份”中任何两个关键词的所有符合时间要求的论文。

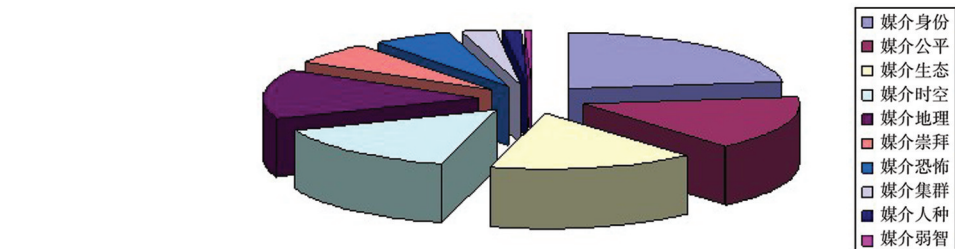


图 2

从数据数量来看,以上10个关键词可以被认为是中国媒介理论研究最为热门的主题词,其中“媒介身份”、“媒介公平”、“媒介生态”是最重要的三个关键词。在人文社会科学大发展的背景下,“媒介身份”是最为热门的媒介理论研究主题词,原因或是在中国特有政治经济环境改革不断深化背景下,媒介作为党的执政资源的再认识和“我是谁”的再思考。社会越发展,公平理念越深入人心,因此大众传播促进社会公平的信念和使命使得研究者对“媒介公平”理论的高度关注。新传播技术的快速发展,媒介市场化的不断发展带来的媒介生态的巨变,促进了媒介生态理论的发展。

(一) 媒介身份理论研究

邵培仁教授指出:媒介身份研究既可以融合传统方法,又有自己的视野、标杆和特点,具有成为一种有效媒介研究方法的可能性、正当性和科学性。^[6]身份既是漂移、多维的,又是统一和整体的;既是给定的,又是被设计和建构的,并且同政治、经济和文化密切联系。媒介身份理论以功能角色理论、拟剧理论、控制分析和整体互动理论为支撑,具有进行整体互动、多维多层、系统全面的研究优势和兼容并包、消解差异的特点。^①媒介身份理论是建立在全景全息视野、规范背景与自组织原则、复杂性思维和以人为本等核心理念的基础上,形成了一个相对完整的当代媒介理解和分析的时空动态架构,^[7]试图面对当代社会的种种变化,把媒介作为具有集体自我意识和反思性的行动者,考察媒介身份形成和各种因素之间的复杂互动关系,因而具有很大的发展空间和很好的发展前景。

随着民主化进程的加快和全球化趋势的凸显,媒体的原有身份被解构和淡化,新身份要求得到表达和尊重。许多媒体在种种角色的矛盾和冲突中尝试着寻找平衡点,希冀在中国现代化快速发展进程中找到自己的身份。^[8]因此,媒介身份理论研究焦点主要集中在:媒体的当下使命及社会责任、媒体身份危机、媒介身份重建等。邱戈是中国媒介身份论的主要学者之一,其代表性成果包括《媒介身份论:中国媒介的身份危机与重建》(中国传媒大学出版社,2008年版)、《媒介身份研究的基本理论架构》(《浙江大学学报》(哲学社会科学版)2007年第3期)、《论媒介身份研究的可能性与科学性》(《现代传播》2006年第3期)、《媒介身份论——中国媒介的身份危机与重建》(中国传媒大学出版社,2008年)等。

(二) 媒介公平理论研究

媒介公平论是试图改变全球信息传播不平衡、不公平状态的传播改革理论。在信息资源已经成为国家经济实力和国际竞争力核心战略资源的大背景下,通过为发展中国家和有特殊需要的地区、群体和个人提供物质手段和信息产品来保护与促进其公平获取、享用信息的权利,以缩小“数字鸿沟”,从而建成包括所有人在内的真正意义上的媒介公平和信息均衡的和谐社会已成当务之急。

邵培仁教授在其《传播学》(高等教育出版社,2002年)中提到了“信息公平论”,随后他发表了《信息公平论:追求建立世界信息传播新秩序》(邵培仁,《浙江传媒学院学报》2008年第2期)一文,指出:要践行和实现真正的信息公平,则必须坚持信息自由原则、信息平等原则和信息共享原则,同时要积极寻求主体能力保障、制度政策保障和伦理道义保障。

媒介公平理论较多研究针对数字鸿沟、知识鸿沟开展讨论。数字鸿沟牵扯到整个社会的贫富差距、信息资源多寡和资金、文化、就业、生活质量等问题,涉及到国家或地区科技参与能力的强弱、经济的增长方式等更深层次的社会问题。数字鸿沟出现的原因包括国际政治经济的不平衡和不合理,一个国家内的不同阶层或不同地区间存在的经济水平之间的差异性,以及公众在传播技能、已有知识储存量、社交范围、信息的选择等社会因素方面的差异。在跨越数字鸿沟问题上,中国应该树立正确的观念,加强政策的落实,理性地消除数字鸿沟;应大力借鉴国际通行的政策,参考他国成功举措,走有中国特色的信息化之路;应积极响应和参与国际组织为缩小和消除数字鸿沟方面的工作,并为建立国际信息新秩序而努力。^[9]

与媒介公平论相关的重要文献还包括:《知识共享机制研究》(罗志勇,北京图书馆出版社)、《以信息公平促进经济社会公平》(朱高峰,《人民邮电报》2005年5月19日)、《信息公平》(蒋永福、刘

① 邵培仁,邱戈,《“我是谁”:论当前中国媒介的身份危机》,中国媒介转型与趋势国际会议,2007年7月18日。

鑫，《图书与情报》2005年第6期）等。

（三）媒介生态理论研究

媒介生态是指在一定社会环境中媒介各构成要素之间、媒介之间、媒介与其外部环境之间关联互动而达到的一种相对平衡的结构状态。随着技术的发展，媒体的形态发生改变，媒体已演化成为一种独特的文化形态，成为文化发展不可或缺的一部分重要内容。生态媒体文化在生态文明建设中具有传播生态信息、进行生态教育和教化、引导生态化的社会消费行为、促使人们生态价值观更新等功能。就媒体自身而言，它的运营也存在生态化的问题，包括媒体管理的生态化、媒体产业的生态化和媒体技术的生态化。^[10]

从现有的文献中，我们可以发现尹鸿教授最早提出“媒介生态”^[11]一词，而邵培仁教授最早对“媒介生态”进行系统论述，提出了颇具影响力的媒介生态的五大观念：整体观、互动观、平衡观、循环观、资源观^[12]。随后，有研究者以“竞争与合作、融合与创新、共生与互补”为内涵对媒介发展的生态规律进行深入探究。随着研究的深入，学者们的媒介生态研究触角逐渐延伸，从媒介生态看政治生态、中华媒介生态文化史、媒介生态位、媒介生态和谐原则、媒介科学发展等。

《中国传媒报告》是“媒介生态”研究的重要杂志，其分别在2003年第四期、第五期连续开辟“媒介生态研究”专栏，发表一系列国内外学者在媒介生态方面的重要研究成果，其中包括《媒介生态学在北美之学术起源简史》、《刘易斯·芒福德与科技生态学》等。这批论文的发表，推动了我国媒介生态理论研究的深入。

值得一提的是，2004年以来我国媒介生态研究专著的枝繁叶茂。一本是华夏出版社2004年出版的由邵志择翻译的美国人戴维·阿什德著的《传播生态学——控制的文化范式》。该书立足于信息技术和传播对社会活动的渗透与控制，关注信息技术和传播对受众的影响。另外一本是浙江大学出版社2004年出版的由支庭荣著的《大众传播生态学》，该书将大众传播生态学界定为基于生态学的大众传播学，主要研究大众传播活动与环境之间的关系。张国良的《社会转型与媒介生态实证研究》（上海交通大学出版社，2007年）采用实证研究的方法，观察我国最近20多年来社会转型与媒介生态的变化。廖少炫的《媒介生态环境的实地调查》（中国传媒大学出版社，2008年）以珠江三角洲地区的城市电视台为研究对象，通过实地调查研究如何借助中国传媒市场的新形势积极采取措施来改善城市电视台的媒介生存状况，实现城市电视台的健康发展。邵培仁等著的《媒介生态学——媒介作为绿色生态的研究》（中国传媒大学出版社，2008年）一书是我国媒介生态研究的一颗闪亮明珠，该书不仅全面、系统、深入地论述了我国的媒介生态思想，而且建立了科学完整的媒介生态学体系。^[13]

从我国的媒介生态理论研究回顾发现，目前国内关于媒介生态的研究主题，或是直接将生态学理论应用于媒介问题的研究；或是从不同角度研究媒介生态的个案或宏观研究；或是以媒介生态为研究视角和研究框架，探讨各种媒介问题。可以看出，我国的媒介生态研究更多地侧重在媒介内源性生态的研究上，重点讨论的是媒介业务、媒介经营管理。这种以媒介为中心的、偏向微观层次的研究，与以人类为中心的、偏向宏观层次的西方媒介生态研究，有着显著的差异。这说明：一是我国的媒介生态研究借用了“媒介生态”的概念之壳，装入了中国化的理论之核；二是侧重媒介业务、媒介经营管理的研究也是与当前中国急速发展的媒介集团化的背景分不开的。

（四）媒介时空理论研究

不同的社会培养不同的时间观念。人类的时间观念在经历了自然时间、钟表时间两个阶段后，正在向新型的以瞬间性、零散化与无序性为特征的“媒介时间”过渡。这种新型时间观念将对社会发展与人类生活产生深刻的影响。^[14]新媒介正在重塑时空结构，一方面帮助受众形成把握世界的感觉框架，另一方面，媒介正在“以时间消灭空间”，令我们对时间和空间的传统概念产生内爆。新媒介带来空间感觉的变化，建构私人空间、便利公共空间与私密空间的自由切换，营造虚拟社区。^[15]

媒介时空论者推举电子媒介对时间的重构，如“媒介使用时间”、“广电媒体对日常生活时间之建构”、“新闻报道与时间概念”、“媒介偏倚”、“传播学之时空理论”等概念，从历史角度研究时间观念

之变迁,重视电子媒介对新时间观念之塑形,大大增加了媒介时空研究的理论性与自主性。李蓉认为,媒介化时间的涌现与时间化媒介的膨胀,构成了后工业时代媒介与时间的复杂关系。媒介化时间带给人们以便利,也带来了新的遮蔽与异化。对这一挑战的应答方式之一是进行有效的媒介素养与认知教育。^[16]媒介时间观念的形成,使得媒介本身成为一种仪式,不仅强化了媒介作为“社会中心”的神话,同时也改写了当代人对于媒介、自我、群体与社会的认知与感受。^[17]

这个阶段,媒介时空理论研究的代表性作品还包括:《“用时间消灭空间”:电子媒介时代的速度文化》(梅琼林、袁光锋,《现代传播》,2007年第6期)、《“公众空间”的特征及其在三种媒介形态上的比较》(吴旭,《国际新闻界》,2008年第9期)、《城市空间、视觉媒介与女性形象——中国当代影视女星青春形象的历史渐变》(路文彬,《文艺争鸣》,2006年第5期)、《自媒体与公共空间的再转型》(殷俊,《国际新闻界》,2008年第9期)等。

(五) 媒介地理理论研究

城市中的媒介与地理互动关系是媒介地理学的一个重要研究领域。媒介地理理论研究人类同媒介、地理的相互关系及其互动规律,关注地理因素对媒介形态的影响以及媒介对地理样本的建构。从媒介地理学的学科渊源来看,它发端于文化地理学;在研究方法上,举凡实证研究、批判研究、质化研究与量化研究等是媒介地理学常用的研究范式。

媒介地理学者认为:密集的媒介城市带形成媒介的地理集群和能量积聚,媒介在地理上的集群具有磁吸、整合、优化、发散等功能。^[18]方玲玲博士将媒介地理学作为一种观察的视角去审视城市景观,媒介是反映城市的镜子,也是城市的组成部分。^①一方面,媒介对于地理要素的新闻报道和信息发布的数量多少与该地理要素内在的某些城市功能密切相关;城市媒介在地理要素的信息传播、形象展示、历史记录以及唤起集体记忆方面发挥着重要的作用;^[19]另一方面,通过呈现、浓缩、凝视、影响、突破、创造等方式,媒介空间参与奇观地理的塑造,^[20]媒介与地理之间有着内在的一体性,我们所有的地理观念,更多的是媒介帮助我们建构起来一个“虚拟环境”。我们对地理乃至对民族国家的判断和认识,从来都是依赖媒介(文学的、新闻的、图像的等等)的描述。媒介帮助我们建构起来一个“虚拟的实体”和“想象的共同体”;大众媒介作为这种“想象”的中介,它提供了一种共同阅读的“仪式”。^[21]

代表性的论文还包括:被人大复印资料《新闻与传播》2006年第4期全文复印的《论媒介地理学的发展历程与学科建构》(邵培仁、潘祥辉,《徐州师范大学学报》2006年第1期),以及《媒介地理学:行走和耕耘在媒介与地理之间》(邵培仁,《中国传媒报告》2005年第3期)、《论媒介地理学的正当性、科学性和学术坚守》(邵培仁,《杭州师范学院学报》2006年第5期)、《论中国媒介的地理群集与能量积聚》(邵培仁,《新闻大学》2006年第3期)等。作为最新研究视野,媒介地理研究还涉及公路电影的地理再现、城市带媒介发展的对策与路径、城市带的媒介改革与发展、当代中国不同区域的电视文化、广告业地理景象、韩剧热播、电脑与网络、中国戏曲地理景象、地理环境因素与媒介的相互作用等的研究。

(六) 媒介崇拜理论研究

在现代性视野下,现代人已无法自拔于对媒介的盲目崇拜。传播学者层层剥离出话语崇拜、符号崇拜、收视崇拜,分析消费崇拜、偶像崇拜、镜头崇拜的媒介崇拜等主要形式和类型;借助于批判理论和视角,揭示现代“媒介崇拜”的实质。

媒介崇拜理论研究者指出:大众传媒对现代社会生活的影响日益显著,除了满足我们日常的信息需求之外,大众传媒也提供给了我们大量的人物形象。受众将大众传媒中的人物当作真实人物做出情感和认知的反应,即准社会交往(parasocial interaction)。^[22]樊葵博士是媒介崇拜理论研究的重要学者,其于2007年在《当代传播》发表《论媒介崇拜》及其《媒介崇拜论》(中国传媒大学出版社,2008年)一书中指出:媒介崇拜是现代人与大众传媒之间需要警惕的异态关系;要走出媒介崇拜的误区,

① 方玲玲·《媒介之城》,浙江大学博士论文,2007年1月。

必须提高媒介素养，掌握理性的、批判性的媒介使用能力。

媒介崇拜理论的代表性论文还包括《青年偶像崇拜的媒介批判》（赵华、曹青，《新闻窗》2007年第4期）、《大众传媒对大学生“运动明星崇拜”的影响》（王慧琳，《中国青年研究》2006年第7期）等。

（七）媒介恐怖理论研究

媒介恐慌论源于世界恐怖主义日益膨胀的威胁和媒介世界浓厚的暴力氛围。媒介理论研究者从建构媒介恐慌定义入手，梳理媒介恐慌相关的传播学理论，借鉴国外的道德恐慌模式，结合对具体问题的分析形成了中国大陆媒介恐慌的进程模式。

大众媒介具有放大事件效果的功能，这一点是恐怖组织所熟知的。他们所实施的恐怖袭击主要目的是制造出媒介事件，然后借助西方媒介的报道引起世界的关注，通过这种方式实现他们的政治目的。西方的大众媒介是被利用的工具，是恐怖主义媒介逻辑的真正执行者。^[23]邵培仁教授认为：鉴于恐怖主义和媒介之间经常具有一种相互提供养分的倾向，媒介要确保不被恐怖组织利用，就必须以国家安全和社会稳定为首要考量，坚守社会责任、专业精神和职业道德，自愿遵守面临恐慌或恐怖事件时的报道原则，愿意以相互体认、相互理解的态度与危机处理者合作互动，以向公众提供全面、真实、安全、平衡的信息。^[24]

这个阶段媒介恐怖理论研究的论文还包括：《以风险社会的视角看媒介恐慌的三个层次》（谢婧，《东南传播》2008年第4期）、《中国大陆媒介恐慌的形成机制研究》（罗里顺，浙江大学硕士论文，2008年第4期）、《论在新闻把度中消解媒介恐慌》（邵静，《新闻实践》2008年第10期）等等。

（八）媒介集群理论研究

随着中国媒介市场化的推进，集群化是中国媒介产业应对外来竞争及内部产业升级，整合优化资源，解决重复浪费、同质竞争问题，调整和优化产业结构，增强整个媒介产业的可持续发展能力的基本途径。^[25]

为推进中国媒介产业集群的发展，媒介理论研究者聚焦于揭示媒介产业有明显的集群发展特征，提出媒介产业发展应该从“集团”到“集群”跨越的构想和战略性选择；从媒介融合形态形成的动因进行分析，厘清了媒介融合集群产业价值链的概念和内涵，针对媒介融合集群产业价值链存在的问题和缺陷，提出了一系列可行策略。

媒介集群理论研究相关论文包括《论媒介产业集群的竞争优势》（陈艳彩、曲红，《当代传播》2006年第11期）、《媒介产业集群的生成与优化》（周云倩，《视听界》2007年第1期）、《媒介产业集群发展模式探析》（陈艳彩，《新闻爱好者》2008年第7期）等。

（九）媒介人种理论研究

袁靖华博士最早回溯了传播人种学研究的发展历史与整体面貌，梳理了传播人种学的研究框架、研究对象、研究特点等；并结合当下新技术革新时代人类传播活动的不断延展，讨论了传播人种学在受众阐释群体、想象性电子社群、网络虚拟社群等方面的最新研究趋势与理论发展前景。^[26]

西方媒体人类学认同、性别和国家主体建构、生产者与受众及在地化研究等研究的焦点也是中国媒介人种理论研究的重要方向，而“本土契合性”、“直觉的合拍”、“用文化持有者的内部眼界”、“在地化研究”、“地方性”等概念，应是中国媒体人类学研究在具体的研究进程上的一种探寻和思考。^[27]

2008年，海阔博士出版《媒介人种论——大众传媒与中国现代性研究》以多种视角将不同时代的大众传媒置于特定的语境下，通过对其主导群体特征的考察，重新梳理意识形态、生产系统、社会结构等因素与大众传媒的关系，深化了媒介人种理论的研究。另外，相关的研究还有《活跃的边缘：国际传播人种学研究统计分析》（海阔，《中国传媒报告》2005年第3期）、《媒体与受众人种学研究的进阶》（李春霞，《中国传媒报告》2005年第4期）、《人种学研究与数字化媒体》（顾宁，《中华文化论坛》2003年第2期）、《全球化背景下移民传媒的文化建构作用与生存空间：基于传播人种学的角度》（方玲玲，《中国传媒报告》2005年第3期）等。

（十）媒介弱智理论研究

媒介弱智论者认为：结合当前的媒体现状和这个话语具有的洞察力，把“媒体弱智”归结为三个特征：媒体缺乏独立品格、节目的儿童化和幼稚化、讯息的反智倾向。研究者从确定的分析界线和社会化视角出发，指出媒体对政府和市场具有双重依赖性，抱有儿童化的受众观，时代的精神病态是产生“媒体弱智”的主要社会文化成因。^[28]

电视娱乐节目是媒介弱智理论研究者重点批判的对象。邵培仁、潘祥辉在《论中国电视娱乐节目的困境与出路》一文中提出：电视娱乐传播的流行已成为世界性的风潮，与此同时，娱乐遮蔽了电视的文化认知功能、教育功能和审美功能。中国电视娱乐节目经过十余年的发展走进了娱乐至上的怪圈，对快感的追求替代了对美感的追求。娱乐节目文化内涵的缺乏以及创新能力的不足使得娱乐传播陷入困境。只有从受众的文化趣味层次入手，对低文化层次趣味与电视庸俗化之间存在的“庸俗互动”关系进行系统分析，才能有效控制电视庸俗化现象。^[29]

媒介弱智相关研究成果还包括：《新闻舆论监督庸俗化的表现及解决途径》（张海明，《湖州师范学院学报》2004年第10期）、《娱乐新闻的庸俗化和对策》（吕丽，《视听纵横》2005年第10期）、《论“窥视癖”的幻觉快感——电视文化庸俗化的心理根源》（祁林、黄灿，《广播电视大学学报》哲学社会科学版2006年第2期）、《大众传媒庸俗化本质下的儿童视角》（郭炳朋，《青年记者》2008年第7期）等。

这个阶段的媒介理论研究，充分吸收了中国社会科学的发展，极大地扩大了研究视界。媒介理论的研究真正站在了社会文化层面，并实现了媒介理论研究与社会政治、经济等深刻变动的互动发展，因而在各领域产生了积极的意义和广泛的影响。这个阶段的特征，一是在研究取向方面，积极对接多个相关学科领域，构建媒介理论研究的张力，成果的启发性、深刻性极大提升；二是研究成果从论文向专著发展，这也是一个从量变到质变的转化；三是研究方法的加强，在数据论证基础上得出的结论给传播行业以及社会各界的理论借鉴参考作用大大提升。成长期的成果令人瞩目，硕果辈出，但其中的不足或是与其他社会科学嫁接过程中存在“两张皮”的现象，改进的最有效方法抑或是加强不同学科之间学者的研究合作，推进合作基础上的双向对冲研究，即不仅从媒介的角度研究媒介地理，而且从地理的角度研究地理媒介；不仅从媒介的角度研究媒介人种，而且从地理的角度研究人种媒介，从而更有效推进媒介理论研究中真正消化吸收相关学科的精华，实现水乳交融。

四、中国媒介理论研究的成熟期（2009—今）

之所以把2009年起界定为中国媒介理论研究的成熟期，是因为这一阶段出现了研究队伍、集大成者、代表性著作等。

中国媒介理论研究最聚集的地方是浙江大学。该校传播研究所是传播学“浙江学派”的总部所在。浙江大学自身汇聚了一批在国内深有影响、具有很高造诣的传播学者，如邵培仁、吴飞、李岩、李杰等等。浙江大学凭借着自身的影响力和牵引力，带动着浙江传媒学院、浙江工业大学、浙江工商大学、浙江大学城市学院、浙江大学宁波理工学院等高校的理论研究。与此同时，浙江大学传播学和新闻学博士研究生在导师们的影响下，也纷纷将媒介理论研究作为自己的博士课题研究对象，在分支领域内不断创新，取得了丰硕的成果。经过多年的发展，在中国媒介理论研究方面颇有建树的“浙江学派”已经初具规模和影响力，是国内传播学发展中不可小觑的力量。

集大成者当之无愧推邵培仁教授。正是在邵培仁教授的领导下，“浙江学派”兴起和发展，并在中国媒介理论研究方面硕果累累。作为领军人物，邵培仁教授凭借着其澎湃的学术热情、敏锐的学术洞察、开阔的研究视野，亦是中国媒介理论研究方面的最多产学者。当然，邵培仁教授在培养和带领“浙江学派”方面的贡献，更是其对中国传播学研究，特别是媒介理论研究的最大贡献。

中国媒介理论研究集大成的著作为两本，一本是《媒介理论前沿》（邵培仁，浙江大学出版社2009年版），另一本是《媒介理论前瞻》（邵培仁，浙江大学出版社2012年版）。这两部姊妹媒介理论研究专著以媒介理论为聚焦，以学术前沿为指标，通过宏大构架、多维视野和立体思维，对媒介生态、媒

介地理、媒介身份、媒介融合、媒介仪式，以及媒介安全、媒介正义、媒介霸权、媒介暴力、媒介建构、媒介框架等等 37 种媒介理论和媒介研究进行了全面勾勒和客观介绍，对其产生的根源、呈现的样态、发展的轨迹、研究的特点和未来的走向作了全方位、多层面的分析和研究，探讨了各种媒介理论与媒介研究在当下可能面临的新机遇、新挑战，以及可能具有的新优势和新功能，提出了一系列新颖、精辟的见解和观点。同时，《媒介理论前沿》和《媒介理论前瞻》还对全球传媒学界公认的 8 种 SSCI 来源期刊进行了量化分析，意在从另一角度和层面向学人介绍传播学科或媒介理论的演进过程、生存现状和发展态势。这两部著作汇集了“浙江学派”媒介理论研究的核心成果，成为了中国媒介理论研究的最令人瞩目的成果。

中国传媒大学出版社出版的《21 世纪媒介理论研究丛书》是中国媒介理论研究最重要的专著集合。该丛书从 2008 年开始陆续出版，截止 2013 年 7 月完成出版，共 13 本，其中在我们界定的成长期内出版的为 6 本，在我们界定的成熟期出版的为 7 本。具体如表 3 所示：

表 3

序号	书 名	作 者	时间（年）
1	媒介生态学：媒介作为绿色生态的研究	邵培仁	2008
2	媒介崇拜论：现代人与大众媒介的异态关系	樊 葵	2008
3	媒介身份论：中国媒介的身份危机与重建	邱 戈	2008
4	媒介人种论：传媒、现代性与民族复兴	海 阔	2008
5	媒介转型论：从第五代、第六代导演看中国当代电影的商业化转型	刘 阳	2008
6	媒介品牌论：基于文化与商业契合的核心竞争力培育	陈 兵	2008
7	媒介融合论：信息化时代的存续之道	徐 沁	2009
8	媒介舆论学：通向和谐社会的舆论传播研究	邵培仁	2009
9	媒介愿景论：社会转型时期的媒介组织管理	袁靖华	2009
10	媒介地理学：媒介作为文化图景的研究	邵培仁	2010
11	媒介认同论：传播科技与社会影像互动研究	刘 燕	2010
12	媒介空间论：媒介的空间想象力与城市景观	方玲玲	2011
13	媒介安全论：大众传媒与非传统安全研究	何镇飏	2011

该套丛书学理性、系统性强，延续第二阶段的多视角研究，发展和深化了包括媒介融合论、媒介舆论学、媒介愿景论、媒介地理学、媒介认同论、媒介空间论、媒介安全论等媒介理论的创新性研究，产生了极为广泛的影响，为中国媒介理论研究赶超世界学术前沿提供了指引和典范。与前面两个阶段相比较，以媒介理论专著为主导是中国媒介理论研究成熟期的一个重要特征。

从 2009 年算，中国媒介理论研究的成熟期属于刚刚开始阶段，是中国媒介理论研究真正走向成熟、走向繁荣的阶段。经历近 30 年的酝酿、成长，培育起来的研究队伍、领军人物和集大成的著作汇成了中国媒介理论研究成熟期的标志，也预示着中国媒介理论研究非常美好的明天。

五、中国媒介理论研究的展望

展望中国媒介理论研究的发展未来，首先中国媒介理论研究将更多基于中国文化的研究并倍增多元研究视角。在全球化背景下媒介快速发展的信息时代，媒介文化已经是与中国政治、经济、文化一体化紧密相关。媒介是社会系统的一个有机组成，脱离社会系统讨论媒介不会有太大的意义。中国媒

介理论研究会越来越紧密地与中国特有的文化、当下的关注相结合,与中国政治经济体制改革相伴,与媒介经营管理体制改革相随,以理论引导实践,从实践中探索理论,不断创新,推进中国媒介理论研究的不断成熟。

其次,数字媒介发展将促进中国媒介理论研究的变革性繁荣。在当下传播技术快速发展的时代,媒介的发展改变了社会结构,促进了人们思维方式和生活方式的变迁。正是在这样一个“媒介即讯息”的时代,中国媒介理论研究将会进一步快速发展。变革性繁荣可能将在几个层面开展,一是媒介传播要素层面的理论变革,即数字媒介与传播者、传播内容、受众、传播效果等因素的研究,这个媒介要素的媒介理论研究会吸引传播业界经营管理人士的聚焦、讨论和探索;二是媒介在社会文化、政治和经济等影响层面的理论变革,这个社会系统的媒介要素研究,更多会吸引传播学界和政府官员等的注意力。

第三,研究方法的不断成熟,与国际接轨。随着一批留学归国新闻传播学者的加入,带来更多国际研究色彩的研究方法,包括研究假设、研究设计、演绎推理、数据论证等。在此基础上,中国媒介理论与国际学界互动、国内行业互动将进一步加强,在国际发出中国声音,在国内发出学界声音,进一步实现中国媒介理论研究的繁荣发展。

好比拉满弓射出箭的飞驰,好比十年磨一剑的闪耀,中国媒介理论研究的思想必将不断发扬光大,成为中国传播学,乃至世界传播学的明珠。

参考文献:

- [1] 陆晔.现代社会的重要信息载体:对电视媒介特质的传播学思考[J].电视研究,1994(3).
- [2] 石义彬,纪莉.论信息时代媒介的权威性[J].广西教育学院学报,1999(6).
- [3] 尹韵公.美国垄断资本对新闻传播媒介的操纵[J].新闻战线,1990(4).
- [4] 邵培仁.媒介即意识形态——论法兰克福学派的媒介控制思想[J].浙江大学学报:人文社会科学版,2001(2).
- [5] 陈力丹.媒介对舆论的社会控制机制——沉默的螺旋[J].国际新闻界,1998(2).
- [6] 邵培仁,邱戈.论媒介身份研究的可能性与科学性[J].现代传播,2006(3).
- [7] 邱戈.媒介身份研究的基本理论架构[J].浙江大学学报:哲学社会科学版,2007(3).
- [8] 邵培仁.重建和谐统一的“媒介身份”[J].青年记者,2006(13).
- [9] 邵培仁,张健康.关于中国跨越数字鸿沟的瓶颈与对策[J].浙江大学学报:人文社会科学版,2003(1).
- [10] 杨立新.媒体文化的生态觉醒与生态媒体文化发展[J].渤海经济瞭望,2008(9).
- [11] 尹鸿.电视媒介:被忽略的生态环境——谈文化媒介生态意识[J].电视研究,1996(5).
- [12] 邵培仁.论媒介生态的五大观念[J].新闻大学,2001(冬).
- [13] 邵培仁.媒介生态学——媒介作为绿色生态的研究[M].北京:中国传媒大学出版社,2008:1.
- [14] 卞冬磊,张稀颖.媒介时间的来临——对传播媒介塑造的时间观念之起源、形成与特征的研究[J].新闻与传播研究,2006(1).
- [15] 王萍.手机媒介传播:弥漫于空间——对手机媒介建构的空间结构的探析[J].西南民族大学学报:人文社科版,2007(10).
- [16] 李蓉.后工业时代的媒介与时间[J].西南交通大学学报:社会科学版,2008(12).
- [17] 石义斌,熊慧.媒介仪式、空间与文化认同:符号权力的批判性观照与诠释[J].湖北社会科学,2008(2).
- [18] 邵培仁.论中国媒介的地理群集与能量积聚[J].新闻大学,2006(3).
- [19] 廖卫民.城市媒介的地理印记与文化认同:对多伦多的媒介地理学分析[J].新闻记者,2007(3).
- [20] 汤浩.媒介地理学视野下的传媒奇观[J].西南交通大学学报:社会科学版,2008(2).
- [21] 邵培仁.论媒介地理学的正当性、科学性和学术坚守[J].杭州师范学院学报,2006(5).
- [22] 章洁,詹小路.媒介人物与中学生偶像崇拜——兼谈偶像崇拜与榜样学习的区别[J].现代传播,2006(6).
- [23] 邵志择.恐怖主义与西方媒介的关系[J].新闻记者,2006(5).
- [24] 邵培仁.媒介恐慌论与媒介恐怖论的兴起、演变及理性抉择[J].现代传播:中国传媒大学学报,2007(4).
- [25] 桂世河,莫梅锋.集群化、整合化、生态化——中国媒介产业发展的三大趋势[J].编辑之友,2006(1).
- [26] 袁靖华.试论传播人种学的研究框架与发展趋势[J].浙江传媒学院学报,2008(12).
- [27] 李飞.西方媒体人类学研究简述[J].社会科学,2006(12).
- [28] 邵培仁,邱戈.媒体弱智:是社会咒语还是媒体现实[J].浙江学刊,2006(1).
- [29] 郭光华,刘琼.从受众文化趣味看电视“庸俗化”的深层内因[J].湖南城市学院学报,2004(1).