

■ 解读文化与传媒的互动关系

2002-01-01

作者：皇甫玉蓉

关键词：文化与传媒 | 阅读：245次 |

文化既是一个人文概念，又是一个地域概念，在一定意义上也是一个经济概念。如何挖掘区域文化资源，构建良好的区域经济环境，是新闻传媒产业所应承担的历史责任。同时，现代社会，文化与传媒产业作为信息经济发展的重要综合指标，已愈来愈显示出强大的核心竞争力。如何认识和协调文化与传媒产业发展的互动关系，使区域人文环境有效地转化为人文资源优势，建构文化与传媒经济发展的有效模式，推动地区经济健康、持续发展是一个十分有意义的话题。

那么具体来说，文化与传媒之间存在一种什么样的关系呢？共栖而存，既冲突又和谐。仅此一句足以概括现代传媒与文化之间的关系。文化包含了人类生活的各种层面，它提供了了解及引导人类行为的规则。而传播属于人类行为的一种，文化影响了传播行为，无疑地，传播本身就属于文化范畴。同时，文化也是经由人类的传播行为才得以延续传承。文化的一个特性便是超稳定性，而实现其超稳定性的一个主要手段便是传播的持续和不断扩大。文化与传播之间的关系相当密切，并且相互影响。在现代经济领域，传媒作为一种朝阳产业，已显现出强大的生命力。但传媒产业所获得的较大发展与其所依存的文化资源日益深厚不无关系。

一般来说，在长期的历史演进中，每个地区都会形成自己的文化积淀。这些深厚的文化积淀“虽然不具备现代传播覆盖全球的快速与同步，却可以避免共性文化同步覆盖所导致的文化个性的消失，得以更多保存原生文化的真实性真情真趣。”其独特的文化资源成为该地区现代传媒经济发展的有利条件。因为，一般来说，多样性的文化自然要求多样性的表现形式与其相对应。这对于我们的传媒产业的市场细分和定位有着指导意义和作用。然而，事实是，很多时候我们并没有充分发挥文化多样性的优势，而导致了人文资源在现代产业运营中处于边缘化。同时，文化的多样性在某种时候也表现为区域性，并由此丰富了传媒内涵，进而形成自己的特色。

传媒与文化的有机融合将有助于区域经济的发展。这是因为，经济的发展取决于劳动者的素质的提高，而劳动者素质的提高又取决于文化的传播，而传媒却又正好是文化传播的载体。学者陈冬季在他的《地域文化与经济贫困》一文中指出：“地域经济贫困往往与地域文化有着密切的渊源关系。在现在的整体改革中，文化的变革明显滞后，尤其是在一些经济贫困地域中特有的文化传统、文化体制、文化形态与文化环境，仍然犹如一副‘沉重的翅膀’，抑制着这一地域的经济腾飞。”未来学家约翰·奈斯比特认为，“在信息经济社会里，价值的增长不是通过劳动，而是通过知识实现的。”对于一个地区来说，知识技术与人力资本的提高离不开一定的文化底蕴。尽管传统文化有深厚底蕴，但有待进一步开发。作为传媒产业，其信息的传播效果与手段对知识的推广和人力资本的进步有极大影响，从而在某种程度上左右了经济发展。在现代传播领域，“新闻传播活动作为人类社会特有的活动，必然会受到人类新闻传播观念的影响。新闻传播观念是人类从事新闻传播活动的思想前提和理论基础，它决定着新闻传播活动的初始动机、表现形态、发展过程和期望结果。”传播观念是文化观念的一种形式，而悠久的传统文化没有很好地融合传播观念，两者的失衡将造成传媒产业和区域经济的相对滞后和发展缓慢。

西部大开发，着眼点在于加快西部地区环境的全面改善与经济繁荣。一是加强基础建设，培育良好的经济环境；二是依托科技，努力改造自然环境，利用自然资源并转化为经济优势；三是发掘西部文化底蕴，大力开发人文环境，促进区域经济发展。三者之间互相影响，共同构成一个有机的区域环境。如何通过扬弃，重新构建一种与区域人文环境相适应的生存与发展模式、观念与行为模式，使文化有效转型得以实现是传媒产业应该思考并落实在具体的实践中的！“人们以何种生产方式生产、以何种经营方式经营、以何种消费方式消费，都同他们的文化背景直接相关。”所以，挖掘传统文化中的丰富资源，构建一种具有现代性的生活理念，营造一种凝聚和激励人的社会氛围，是现代传媒应该承担的历史使命。传统文化中尽管存在着许多与现实社会、自然环境及时代发展要求不相适应而被称为落后的东西，但它的文化底蕴有存在的合理性和积极成分，尤其是它的文化内核具有极强的超稳定性。因此，传统意义上的文化的现代化转型不是与历史的割裂，而是一种扬弃的传承。传承的方式是深入发掘其内涵，融入现代文化内质，吸纳现代文化信息，增强其在当代社会条件下的适应能力。

（文章来源：光明网）

（责任编辑：）

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 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 >>

• 当收视率碰上电视台

作者：楊美玲 | 2002-01-01

在各電視台對收視率調查爭議不斷的時，我們也注意到，當節目以收視率略勝零點零一、二的些微差距而領先他台時，便出現電視台主管切蛋糕、發獎金、大肆宣傳慶祝的場面，可見電視台對收視數字又愛又恨的情結。零點零……

■ 动态 NEWS

MORE >>

- 赵月枝教授获批长江学者讲座教 2009-10-18
- 国际青年影像季2009-2010 2009-10-18
- 2009互动电视（中国）峰会通告 2009-10-18
- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03

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: 0424

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