

# 中国媒体身份平衡的内涵及其构建

邱戈

(浙江大学传播研究所, 浙江杭州, 310028)

**摘要:** 当前中国媒介暴露出许多的问题, 根本原因在于全球化、市场经济和技术革命等新力量打破了媒体结构过去的自洽平衡状态, 使之出现了身份危机, 亟待重建。因此, 应把中国的广大民众的信息交流和文化传播平台作为媒体的核心认同, 并以此为中心容纳和结构其他因素, 形成一种开放的身份和谐状态。在此基础上, 采取一些具体的办法和措施来保证其实现。

**关键词:** 中国媒体; 身份危机; 身份和谐

**中图分类号:** G206

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1672-3104(2008)05-0700-06

转型期的中国媒介出现了一些问题, 比如过于媚俗的娱乐化倾向、失职、行为越界和权欲膨胀等等。原因在于一些新的力量开始出现并发挥着越来越强大的作用, 打破了过去那种相对平衡的媒介身份结构, 导致媒介产生了一种身份的合法性危机, 才会出现传播失范等多种问题<sup>[1]</sup>。回到过去是不可能的, 应急处理也不是长久之计, 要想治本, 必须面对新的现实情况重建媒体生态和谐和身份平衡。

## 一、构建中国媒体身份的可能性

### (一) 关于媒体身份构建的设想

关于媒体身份的构建存在许多的构想。首先, 是希望以政治属性为中心构成媒介身份整体, 但是这种构想存在危机。媒体新生的经济属性不一定能被辖制在政治律令里, 反而可能成为“规制捕获者”, 化为己用。市场经济特有的自发性会带来很大的冲击, 并且呈现上升的趋势, 从而使媒体自身在一定的程度上产生一种向经济属性认同的倾向。更加重要的是, 原来完整“人民伦理”信仰体系已经受到巨大的破坏。过去的辉煌既是今天的基础, 同时也可能是一种难以承担的重负。在这种情况下, 政治中心构想可能难以实现。

第二个构想, 是采取以市场经济和私人所有为中

心的美国媒体身份模式。这种媒体身份模式在中国具有一个最大的现实基础, 那就是我们对市场经济体系和理念广泛的接纳, 还有全球市场化进程作为强大的后援。但是, 当前要想在中国完整地移用这种美国模式是困难的: 政治传统不同、整个媒体文化也不一样、具体的社会历史环境存在巨大差异, 在美国建立的自由和责任媒介信仰体系并不完全符合中国对媒介人民和正义立场的期望。

第三个构想, 是采取英国 BBC 的模式, 依靠政府法令来保证媒体的独立运作。但是 BBC 仅仅是一个媒体集团的模式, 而英国还存在并不断地在涌现出各种私有的媒体形式。BBC 本身也已经陷入严重的信仰危机<sup>[2]</sup>, 其权威性和影响力正日益弱化。同时 BBC 过于明显的贵族精英倾向有碍于其服务大众, 也不适合中国的政治环境、文化传统和当前的实际情况。

此外, 还有“事业单位, 企业化管理”这种双重角色模式。但是这实际上是一种中庸拼接的结果, 无法弥和各种角色冲突和反映在媒体中的各种矛盾, 导致了媒体身份危机的出现, 注定是一个临时和短暂的媒体身份模式。<sup>[3]</sup>

因此, 当前存在的主要构想和现实形式或许提供了重要的资源和参照, 但是都无法单独建构中国媒体的身份整体。

### (二) 中国媒体完整统一身份建构的可能性

收稿日期: 2007-12-06; 修回日期: 2008-03-19

基金项目: 浙江省科技规划基金项目“大众传媒文化身份与规制研究”(06JDCB003YB)

作者简介: 邱戈(1975-), 男, 湖南衡阳人, 浙江大学助理研究员, 博士后, 主要研究方向: 传播理论。

当今社会变化越来越快，几乎是以一种加速的形式向前发展着。因此，主体要面临更多的力量和其他因素的影响，导致自我的分裂和冲突。基于这种情况，新的后现代立场甚至认为，在当代，种种自我虽然仍然共同存在，却变得无法兼容，不能被整合。完整自我因此变成错位、无中心的，无法统一。然而，米德认为：“构成或被组织成为一个完整自我的各个不同的基本自我，是与作为整体的社会过程的各个不同方面相呼应的那个完整自我的结构性的各个不同方面；因此完整自我的结构性反映了完整的社会过程。”<sup>[4]</sup>这实际上指出，针对一个特定的社会过程，必然会存在一个整合其他基本自我的相对统一的身份形式。

就中国媒体的现实情况来说，我们更加认同米德所提出的身份观。那就是，虽然存在着各种影响因素，但是也必然存在着一个相对统一的媒体身份整体以对应中国社会现代化发展的整体过程。首先，那种极端的后现代理论提出的主体死亡和身份中心消解以及无法统一、无可挽回的碎片化，也许在高度发达的西方世界具有一定的现实性，但是并不能用来描述中国的主要情况。也就是说，中国的绝大部分地区还远未完成现代化，后现代仅仅是极少数人的自我想像而已，而中国起码还能够辨认出整个社会一个比较长期的整体目标：国家和民族的现代化。

其次，关于后现代的破碎身份观非常可疑地对应于当前保守的新自由主义思想，后者强调市场的盲目力量的至高无上，认为在任何情况下都不应该干预市场。他们所依据的就是这种后现代哲学中无力的人学观，还有神秘的先验论以及极端系统论中对人的主观能动性的彻底怀疑和排斥。他们实际上是要求我们相信，人类不可能把社会作为完整的实体，在政治上施加有效的影响。我们被告知，急速变化着的世界已经丧失了方向感、目的感和整体感，并最终破坏了个体认识他或她的需求、知道他或她如何才能行动的能力<sup>[5]</sup>。在当前这个充满混乱和茫然的时代，这种意识形态是最危险和阴险的，放弃了自己的努力的人群是最好的被统治者。也正是这种理论使发展中国家在面对西方的强势压迫中缴械：既然资本主义市场经济的力量和他们已经获得的强势地位基本上是一种不可挽回的历史事实，而失去了身份和方向感的人们又失去了判断和行为能力，最好的策略就是逆来顺受。它的荒谬性和反动性显而易见。

因此对中国媒体来说，一个完整统一的身份是可能的和具有现实依据的，同时在如此复杂和不平等的世界环境中也是必须的。那么如何建构一个相对完整

统一的中国媒体身份呢？

## 二、中国媒体身份平衡重建的三个重要原则

重建中国媒介的身份和谐有三个原则：

### （一）身份平衡的标准

在当代社会已经出现了巨大变化的情况下，要想建构一个比较稳定的身份平衡，需要考虑以下因素。

#### 1. 准确定位

一个机构(人)要想获得身份的平衡统一，必须确立一个认同的中心，这样才能体现出身份确认中的差异原则，并体现一个机构(人)的独特个性，从而在社会各种构成因素中保持一种独立的品格。该机构(人)才能以此认同中心作为基本内核整合其他“基本自我”，形成一个比较完整的身份特征，并在一段比较长的时期内保持相对的稳定性。

#### 2. 融合“他”“我”

身份的构成涉及关于“他”“我”之间复杂的关系，拉康指出儿童的“镜像阶段”在形成自我意识中的重要性，而自我意识恰恰是在“他者”的观照下形成的<sup>[6]</sup>。对于媒体来说，重建身份平衡的状态，就是要以其存在的物质现实和丰富及宝贵的历史财富为自我的基础，努力吸收并融合各种新的“他者”因素，构建一个身份整体。

#### 3. “是”与“应该”的统一

根据斯图亚特·霍尔的看法，身份既是“是”，同时也是“应该”，这两个方面是合二为一的。实际上，这在他我关系中也体现出来了，“我”被当做“是”的话，那么“他”就是一种应该，是对“我”提出的要求。从历史的角度来看也是如此。如果身份的过去和传统的因素构成其所“是”，那么新的情况和变化就是一种“应该”。身份的内在结构也提出了同样的要求，现实基础为身份提供“是”的因素，理想价值则为身份提供了应然的要求，两者统一才能建构完整的身份整体。

#### 4. 结构和谐

这要求身份构成的各种因素能够在某种统一的原则下消弭矛盾，和谐共处。这包括身份的主导因素和次要因素之间的等级体系、各自的边界、作用的方式。最突出的体现在，身份的现实性因素和理想价值能够相互支持无间，共同维系一个身份整体。

#### 5. 体系开放

从系统的角度来说，要维持一个系统的长期稳定

的运转,那么这个系统必须是相对开放的,向着他者开放,向着未来开放,这样才能获得外部的新能量和新的信息,保持一种弹性和动态的平衡状态。

当然上述原则是一种理想状态,对于中国媒体来说,事情并非如此简单,还有必要考虑中国媒体的现实情况,这也构成特定环境中媒介身份平衡的最重要的原则之一。

## (二) 中国媒体的现实情况

首先是中国的国情。中国是一个发展极端不平衡的国家,还处在实现国家和民族现代化的艰难历程中,特别是内陆地区和农村实际上处在一种漫长的现代化发展之路上,混乱、贫穷和困境成为人们的日常状态。这是媒体建构自己完整身份的社会背景。

其次是中国媒体的身份危机状态。在中国社会转型期,媒体的身份整体还没有建构起来,处于一种严重的身份危机状态,主要表现为媒体的“是”与“应该”之间的断裂。媒介从内容、风格、体制到结构等方面都出现了文化的断裂,中国媒体的现实状况与中国媒体对自己的认同之间出现了巨大的裂缝。也就是说,媒体行为上的权益化倾向<sup>[7]</sup>与媒体对“自我”的“人民”认同之间并不同一,同时这种状况也被媒体充分地意识到。这导致中国媒体不但无法完成自己的社会任务和职责,而且可能危害到社会正常运转。因此,中国媒体的建构必须重点考虑怎样弥和其文化断裂的现状,获得一种整体的平衡状态。

## (三) 身份建构中的立场

从人的角度来看,个人的身份危机就在于其现实的处境、生存状况以及日常行为与他(她)对自己的认知和期望不一致。身份出现了危机,当然会要求重建。办法有三个:

一是完全认同现实,放弃对自己的理想和期望,以避免在现实和理想的张力中自我崩溃。

二是退回到对自己的理想认知中,生活在封闭完美的心理世界中,自我欺骗或者忘记现实的处境,逃避严酷的现实带来的压力。

上述两种方法都可能会出现。首先完全认同于现实,意味着失去了理想,如果个人的现实处境是痛苦的,那么这种认同是一种认命,并放弃改变自己处境的可能性;如果个人的行为和生存状态是危害性的,那么将导致行为愈加恶劣,破罐子破摔,产生更加严重的危害性。而关于理想化的自我欺骗和封闭,往往是暂时的,现实的力量总会穿透虚假的自认,给人的心理和精神以致命的打击。同时这种方法也是完全缺乏建设性和没有前途的。

三是清醒地认识自己的处境,反思自己的行为,去除自我认知中过于虚幻的成分,使对自己的认知落到现实的基础上。同时,保持自我认知的一定的理想价值和未来的期望,反抗不利的现实状况,务实地行动,由此来改变自己的现实处境和行为方式,促其向更好的方面变化,以期重新获得新的身份平衡。这才是比较积极和真正具有现实意义的办法。这也恰是中国媒体身份重建的基本立场。

## 三、中国媒体身份平衡的内涵

基于上述的身份建构原则和中国媒体的现实情况,笔者认为,和谐平衡的中国媒体身份应该包括以下内涵。

### (一) 重申“中国”立场

这种立场包括:中国是一个具有特定的地理边界和历史事实的实体;这一实体目前有基本稳定的政治体系和国家管理机构作为组织保障,而且有几千年丰富的历史传统和文化内涵作为精神和信念支柱。三个方面的因素综合在一起构成中国媒体的实体性基础。

这样定位具有充分的现实依据。中国作为一个民族国家是一种现实存在,可以保证这种媒体身份获得一个相对长久和广泛认同的实体基础,以维持自己的稳定性和长期性。民族国家的定位也是中国媒体身份涵盖面的一种扩大,因为国家认同将使媒体能够突破来自狭隘的政治和经济的束缚,而进入一个更加广阔的身份空间。

民族国家的媒介身份定位既是我们有组织和策略地介入全球化进程的重要中介,又是全球化可能产生的负面影响的有力屏障。全球化趋势在很大程度上是一种西方中心主义,中国实际上处于被动地位,如果失去自己的立场,必然成为别人的附庸。而“国家是惟一能够保护人民免受无法控制的混乱或不能调整的暴力侵害的政治机构”<sup>[8]</sup>。因此,国家和几千年的优秀文化作为天然抵制场,在我们汇入全球化的潮流时,有利于保护我们的利益,减少全球化的负面影响,保持我们的特色,从而真正走向世界。

当然,民族国家的身份认同的影响也并非全是正面的。它很可能带来极端民族主义的危险,而且可能产生一些自我封闭和孤立主义的倾向,甚至极权形式。而且更加严重的是,民族国家具有一定程度上的空洞性,很可能被各种力量所控制,并为他们以国家的名义所进行的危害国民利益的行为提供合法性保护。但这是我们在当前极端复杂和不平等的世界格局下自存

所必须承担的风险之一。对于媒体的国家身份可能被利用作为实现特定利益集团和少数人利益的工具和合法性保护伞的问题，我们可以通过进一步具体化国家的内涵来避免。

## （二）“民众”媒体

要建立媒体作为社会公器、最广大民众卫士的主导地位。这里的民众概念不同于机构或者制度为了自己的利益所虚构和想像的“人民”或者“观众”等抽象的集体概念，而是人民理念的具体化，它所涵盖的是一些具体的、形形色色的、最广大的民众。鉴于强势对弱势固有的优势处境和对社会资源的支配能力的不同，它应该更加偏向于下层比如农民，弱势群体比如民工等无法或者难以保护自己应有利益的群体，保持着对强势机构和群体的足够警惕，站在一个公平和正义的社会立场上。这样的媒体身份认同中心既是中国具体国情的要求，同时也是一种信念，能够为媒体的存在提供充分的合法性。

这样的媒体身份定位是对媒体国家身份内涵的具体化，即我们所说的国家应该是最大多数民众的国家，而不是少数人的国家。这决定了媒体作为最广大人们利益代言人、弱势群体关注者身份的现实基础。因此，媒体的这种身份认同可能避免媒体成为纯粹的政治工具，有利于限制作为国家重要基础和象征的现实政治体制和政府体系对国家权力的滥用。对政府行为进行一定的监督、评价，向政府提出合理化建议，以促使其向更好的方向发展，有利于弱势群体权利的保护，防止他们成为政府某些并不合理政策的牺牲品。<sup>①</sup>

这样的身份认同有利于遏制来自于媒体市场经济属性无穷的获利欲望。作为市场主体，媒体有可能利用政治资源、文化资源以及一切可资利用的资源为最终的利益服务，中国当前的环境使这种情况更加恶劣。有了社会公器这样的价值认同标准，无疑将在一定程度上为媒体的盲目的经济行为提供相应的平衡。

这样的身份定位也有利于维持社会安定。反映民声、表达民意，不但可以安抚民情，保护民众利益，在一定程度上实现公平和正义。这有利于社会长治久安，也为媒体在复杂国内外环境中找到自己的方向。

最后，媒体的民众认同为媒体的存在提供了充分的合法性依据，是使媒体身份能够完整统一的重要伦理纽带。民众认同是媒体能够对政治经济压力保持独立性的关键，同时这种认同也为媒体的存在提供了重要的合法性依据。因为媒体失去了民众基础，也就失去了其存在的价值和意义维度，这将导致媒体的身份危机。

## （三）信息传播与文化沟通的公共平台

不管在任何时候，人们都应该在媒介政策、制度特别是媒体自认中坚持媒体作为一个相对自由的社会信息交流平台和社会文化传播机构的中心地位。也就是说，从社会结构性要求来看，媒体既不完全是以获利为首要目标的生产企业，也不是一个社会直接干预者，它对社会的影响和力量主要应该通过一种信息方式和文化的传播来间接实现。这种中心认同是在反对把媒体作为一个纯粹市场经济的企业，也是反对一种单纯的政治工具界定。媒介有着自己特殊性的信息性和文化性。

对于广大民众来说，大众传媒几乎是他们了解外部世界的主要信息通道、文化娱乐方式，并由此成为社会文化的主导传播者和建构者。同时，媒体提供的各种社会信息是民众能够由认识社会到参与社会生活，并有目标地实施自己的民主政治权力的最重要的保障之一。因此，媒介更多的是以信息方式为广大民众提供社会化的重要通道。成为一种信息载体和文化传播中介也是民众对媒体的主要期望。

因此，不管是从什么角度和期望出发，媒体的中心认同都应该是以一种信息的方式参与到社会活动过程中来，这是媒体在社会结构中的主导位置和角色，是媒体认同的社会边界。

上述三种认同中心从不同角度共同建构了中国媒体身份核心。国家认同是在全球化的背景中提出的，相对空洞；民众认同是对国家内涵的具体化；而信息方式的认同又使上述两种身份能够获得一种具体的社会化形式。这种有机统一还表现在媒体的内在结构上，国家和信息方式构成了媒体身份的实体性因素，民众认同则给媒体提供了意义的源泉和合法性保护。

## 四、批评与办法

上述中国媒介的身份设计可能会面临一些批评：比较空洞，这主要来源于民族国家概念的空洞；过于理想化了，缺乏可操作性；容易被误解和利用。因此我们需要通过提供一些具体可行的措施来充实身份设计的空洞性，规避可能出现的种种风险。

解决问题的最根本办法，当然是创造媒体的现实存在与媒体的自我认同完全一致的社会环境。也就是说，媒体的亲权力行为最终能够和媒体的民众认同及理想价值完全一致。

在中国，国家的最现实和直接的代表者就是而且只能是政府。政府和民众不是天然同一，它的同一性

有必要在不同的时期内获得证明。最好的证明就是充分实现政治民主化,使广大民众的政治意愿和心声能够获得一个顺畅的表达空间和通道,使民众的意见成为政府行为的真正依据。这样,实际上受制于政府的媒体,才能获得真正的最广大民众的国家内涵,真正实现其身份的现实状况与自我认定之间的同一。

具体的措施主要包括人民代表大会的民众表意机制得到完善。为民众提供更多的表达机会和通道,除了信访、调查和情况汇报以外,在当代社会中能够作为这样一种最佳表意方式的是大众传媒。也就是说,政府应该充分利用大众传媒使各种政策、方针和政府行为被广大民众知晓和理解,保证足够的信息透明度,同时保证民众也能够通过媒体反馈自己的意见和看法。

提供制度和法律保证,建立一套相对完整的新闻与传播法律体系和制度体制,既给大众传媒一定的自由度,又能够确定其责任,从法律上保证大众传播成为民意表达和交流的自由平台。

还有,民主化的政府对市场经济进行适当调控,对全球化进行有组织的吸纳与屏蔽,能够充分表达民众意愿和符合民众的利益。进一步深化媒体改革,建构一个真正适合中国国情的媒介规制,等等。

除了上述这些比较长远的系统规划,当前我们应该做的具体事情有:

### (一) 媒介教育

首先是媒介从业人员的教育。他们是媒介行为的主体,除了媒体技能培训,还要有专业精神、职业道德和公众意识的教育,并具有一定的批评意识和反思能力,进而获得一种独立的品格。这样才有可能通过他们的媒体实践使媒体获得一种真正的理想价值。

其次是媒介素养教育。在大众传播活动中,公众的接受不仅仅取决于媒介的内容和形式,而且还取决于公众对媒体的认知。由于媒体固有的权威和优势地位,可能导致公众处于一种极其被动的处境,由此产生“无知的受众”“儿童般的受众”。加强对公众的媒体教育,不但有利于公众了解媒体的特征,处理好与媒体的关系,更利于积极利用媒介,帮助自己成长、学习、工作和生活,成为主动的观众。对于媒体来说,主动和清醒的、具有一定批判能力的观众将有助于媒体正向身份的建构。清醒的公众不会落入媒体的快感陷阱,也不会甘心成为无名的沉默群体,他们会运用自己的媒体认识,真正介入媒体产品的生产,并表达自己的真实声音,迫使媒体认清其身份根基所在。这也是媒体能够保持民众认同并最终保持身份平衡的最重要因素。

### (二) 媒介批评

媒介批评主要由一些学院、研究机构、媒介批评者以及媒体自身来承担。这种批评不是对于媒体的敌意攻击。作为与媒体相对的“他者”力量,督促媒体认清身份定位,切实承担起自己的使命和责任。同时,媒介批评本身也能够起到教育大众的作用,使民众不再成为盲目的接收者,而能具有一定的辨识能力,能够对媒体的不良行为进行抵制和监督,督促媒体调整行为偏向。

### (三) 建立独立的媒介监督组织

这种组织应该有别于政府的管理监督机构,也不仅仅指媒体从业人员组成的协会性组织。它应该是一种新的监督源,是一种民间组织,依靠媒体固定捐款,或者从媒体的利税中获得部分经济支持。这个组织将评估媒体的行为,讨论媒体应有的社会公共利益的表现标准,注重弱势群体和少数及边缘群体利益,监督媒体的行为失范现象。

### (四) 保持部分的非赢利性媒介的存在

其经济解决办法可以是多元的,如政府拨款、捐款或者BBC的经济实现方式。这实际上是防止市场经济逻辑渗透到所有媒体,并提供一个重要的参照、示范和多元的可能性,以保证公共利益的实现。

### (五) 体制改革和建设

中国必须有一个比较完善的媒体体制来保证身份设计的蓝图实现,这是重点,同时也是难点。有学者提出中国传媒制度要解决如下问题:“(1)媒介的创办权(产业准入资格的界定);(2)不同类别传媒的组合结构方式与竞争原则;(3)传媒在社会运作结构中的基本角色规定;(4)传媒在社会环境中的政治、经济和文化运作的基本规则与底线。”<sup>[9]</sup>为此,有学者提出了“双轨制”<sup>[10]</sup>;有学者则认为应该用“资本联姻”模式取代当前的“权力嫁接”模式<sup>[11]</sup>;还有学者提出政府规制的法制化、制度化<sup>[12]</sup>;等等。但是这些设想没有具体化,也没有获得实践的证明。因此,我们应该面对现实,以一种更加广阔的思路继续寻找媒体体制形态的最佳方案。

### 注释:

① 政府力求体现人民的利益,但是具体的政府行为,特别是由具体的个人来实现的政府行为本身就可能违背其良好的愿望和初衷,损害人民利益,因此对具体政府行为的监督就显得尤为必要。

### 参考文献:

[1] 邱戈. 媒介身份论: 中国媒体的身份危机与重建[M]. 北京:

- 中国传媒大学出版社, 2008: 184.
- [2] 吴靖. “中立·客观·独立”: 媒体神话背后的合法性危机[C]//程曼丽. 北大新闻与传播评论(第一辑). 北京: 北京大学出版社, 2004.
- [3] 邱戈. 论媒体的双重角色模式及其危机[J]. 西南交通大学学报(社会科学版), 2006, 7(6): 87-92.
- [4] 乔治·H·米德. 心灵、自我与社会[M]. 赵月瑟译. 上海: 上海译文出版社, 1992: 127-128.
- [5] 拉雷恩. 意识形态与文化身份: 现代性和第三世界的在场[M]. 戴从容译. 上海: 上海教育出版社, 2005: 210.
- [6] Jacques Lacan. *Ecrits: A selection* [M]. New York: W.W.Norton & Company, 1977: 1-7.
- [7] 黄智诚, 李少南. 香港的政治传播研究[EB/OL]. 中国新闻研究中心, <http://www.cddc.net/shownews.asp?newsid=4987>, 2003-09-07.
- [8] 三好将夫. 全球经济中的抵制场[C]//王逢振. 2001 年度新译西方文论选. 桂林: 漓江出版社, 2002: 19.
- [9] 喻国明. 变革传媒: 解析中国传媒转型问题[M]. 北京: 华夏出版社, 2005: 25.
- [10] 李良荣. 关于中国新闻媒体的双轨制[C]//李良荣自选集——新闻改革的探讨. 上海: 复旦大学出版社, 2004: 15-25.
- [11] 喻国明. 去碎片化——传媒经营的新趋势[J]. 视听界, 2005, (4): 21-23.
- [12] 胡正荣. 广播电视媒介政府规制的制度化研究——中外广播电视媒介规制比较分析[C]//媒介的现实与超越——胡正荣自选集. 北京: 北京广播学院出版社, 2004: 154.

## Connotation and method of reestablishing China's media identity

QIU Ge

(Communication Research Institute, Zhejiang University, Hangzhou 310028, China)

**Abstract:** In these days, many problems emerged in China's media and the fundamental reason lies in the breaking of balance of media's configurations which are brought about by globalization, market economy and technology revolution, etc. Under this condition, identity crisis emerged and need reestablishment. Confronted with the situation, the author proposes a realistic idea such as the real condition of Chinese media which take information and culture communications as the essential self-identity. As a centre, it contains and combines with other factors, and then forms an open identity harmony. The author advances some detail solutions and methods to assure it's realistic and practical.

**Key Words:** Chinese media; identity crisis; identity harmony

[编辑: 苏慧]