

# 现代信息与传媒产业的外部性

李永平

(西安石油大学 人文学院, 陕西 西安 710065)

**摘要:** 现代传媒产业的生产、信息传播在自身利益的追求以及与社会互动中影响了他人的福利, 出现了外部性。一般来说, 类似于媒介这类公共产品, 私人的或媒体集团自身的利益和公共利益不一致时, 就会存在外部性。由于信息传媒业迅猛发展, 对它监管的步伐明显滞后, 其负外部性没有得到有效约束, 使这一改变人类生存状况的产业的正外部性受到遮蔽, 因此, 要加强对信息传媒产业的监管, 强化其正外部性, 消除其负外部性。

**关键词:** 信息传播; 外部性; 市场失灵

中图分类号: F49

文献标识码: A

文章编号: 1671-6248(2004)01-0076-04

## The externalities of modern information and medium industry

LI Yong-ping

(School of Humanities, Xi'an Shiyou University, Xi'an 710065, China)

**Abstract:** The production of modern information and medium affects others' welfare. In consequence of this, the externalities emerged. In general, let's put the medium production as an example, when there exists any deference between the interest of any private or a medium group and the interest of the public, the externalities come into being. With the swift developing of information and medium industries, the control of them lag behind obviously. Their negative externalities were not controlled efficiently, which covers the positive externalities of these industries that changing human's existing status. Whereas, the government and medium group should strengthen the control of information medium industries and their positive externalities to eliminate their negative ones.

**Key words:** transmission of information; externalities; market fail

在大众传播过程中, 媒介权利主宰着社会信息的筛选和加工, 并通过报纸、出版物、广播、电视、电影、多媒体、互联网(New Media)等媒介, 对社会信息进行生产、表现和传播。媒介对人认识世界、把握世界的作用越来越大, 它不仅空前的扩展了人们的认识视野, 逾越了信息沟通的空间障碍, 极大的促进了现代化的步伐; 同时, 高度发达的大众传媒甚至会使人社会视野发生变形、改变, 物质技术属性对人的社会认识、社会评价、社会行为打上深刻的媒介烙印。在某种意义上信息筛选的标准、信息的解读方式、信息传播的权重左右了社会判断和社会行为。法兰克福学派的主要创始人霍克海默在《科学及其

危机札记》中明确提出科学技术既是生产力, 又是意识形态的思想。作为生产力的信息技术的科学深入社会组织, 形成控制人和自然的力量, 从而迎合了社会统治的需要, 科技将成为统治的合理性手段。于是“技术的合理性”转化为“统治的合理性”。哈贝马斯断言的科学技术是“新的意识形态”, 科学意识形态化后不仅造成话语霸权而导致多元文化的丧失, 而且造成人文理想的丧失。

大众媒介的运营形成一种无形的权力, 其权威性是受传者对它的认同程度, 受认同的权力有变成“新的意识形态”的危险。注意力经济成为许多媒介发展产业经济的基本模式或思路, 在传媒产业经济

收稿日期: 2003-06-10

作者简介: 李永平(1971-), 男, 陕西彬县人, 西安石油大学<sup>①</sup>人文学院讲师, 陕西师范大学文学博士生, 主要从事文学与文化传播研究。  
©1994-2015 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. <http://www.cnki.net>

中,注意力成为媒体经济增长的最重要、最活跃的因素,成为媒介产业的核心竞争力。1996年Intel前总裁葛鲁夫称:“整个世界将展开争夺眼球的战役,谁能吸引更多的注意力,谁就能成为下个世纪的主宰。”<sup>[1]</sup>的确,在海量信息存在,众多传媒企业的运营的情况下,媒体竞争的焦点是争夺注意力,吸引更多眼球,形成良性运营,吸纳广告,实现生产、交换、分配消费者注意力资源的过程,正是媒体赖以生存的信息资源,攫取无度或失去基本的规则,也会给社会良性互动造成障碍。

## 一、现代信息与传媒产业的负外部性

现代传媒产业的生产、信息传播在自身利益的追求以及与社会互动中影响了他人的福利,出现了外部性。一般来说,类似于媒介这类公共产品,私人的或媒体集团自身的利益和公共利益不一致时,就会存在外部性。如果是生产或消费中收益外部化的表现,也称“正外部性”(Positive Externalities)。如果生产和消费使生产者或消费者以外的社会成员遭受损失而他们却无法为此得到补偿,这是成本的外部化,或称“负外部性”(Negative Externalities)。外部性(Externalities)是市场失灵的主要表现之一。如图1所示,DD线为某产品的需求曲线,它与消费者的边际效用曲线相一致,SS线为生产者的供给曲线,它由生产者的边际生产成本决定,市场均衡价格和产量分别为 $P_1$ 、 $Q_1$ 。如果该产品在生产的同时对社会价值系统产生不良影响,甚至危害社会,那么就存在着外部成本,如图1MEC线所示,SS曲线代表真实的供给曲线,SS与SS'线之间的距离为边际外部成本。三角形 $E_0AE_1$ 的面积反映了社会边际收益不足以补偿社会边际成本而带来的效益损失。<sup>[2]</sup>

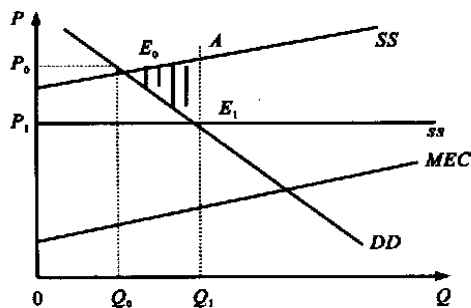


图1 外部成本及其效率损失

从媒体本身来讲,大众传媒的空前繁荣在某种意义上,成为一种“异化”的力量,人们越来越借助媒介来了解外界,媒介营造的“仿真环境”成为一种实质意义的新的异化力量,“媒介真实”代替了社会真

实。生存在“媒介环境”中的当代人,变的远离“真实”生活,失去批判精神和超越维度。媒介自己的现实利益及其产品制约着人的主体性的发展,支离破碎的媒介信息与五颜六色的媒介产品渐渐迷惑了现代人的双眼,他们习惯于轻软的“表层娱乐”,而不再追问“深层意义”。媒介在其间一方面“异化”着他者,一方面不知不觉经历着“自我异化”,丧失了作为社会准“公器”的责任和良知。

从传播的社会作用来讲,其“负外部性”主要是媒介为赚取商业利润有意识的迎合部分“文化消费者”的低俗需要,一味的媚俗煽情,淡化文化传播中的道德性、审美价值、思想深度、终极关怀等内涵,其表现包括以下几方面:

### 1. 感官刺激

一部以南京大屠杀为背景的电影《五月八月》,竟被炒作成“第一部揭露中国女性被奸杀的南京大屠杀电影”,这张宣传画就贴在当年国人惨遭屠杀地点之一的南京水西门附近某影院门口。这种以感官刺激为卖点,刻意进行赤裸裸的商业炒作的行为引起了南京市民的强烈愤慨。中国同胞遭受屠戮、民族饱受屈辱的惨痛历史在某些利欲熏心的人眼里都成为搞笑的“卖点”,还有什么“资源”不可以开发以吸引眼球。

### 2. 哗众取宠

目前众多的历史剧的戏说中,随意虚构人物,人物性格的形成和故事情节的发展不符合生活逻辑,小姐一会儿知书达理,温柔多情,一会儿大打出手,俨然一武林高手,满是哗众取宠的噱头。个别历史剧细看,实际上胡拉乱扯,按导演的意思硬塞进去“英雄救美”、“武林侠女”、“悬念公案”、“皇权至上”、“清官情结”、“艳遇”、“宫闱秘史”等内容,几乎囊括了宋元话本、戏剧以来所有有卖点的主题,针对专家的批评,某导演扬言要气死历史学家。

### 3. 庸俗和低级趣味

此前,《美丽的大脚》上映时,某影院门口的海报以“煽情”、“激情”、“偷情”等字眼,把这部反映贫困地区教育、文化为主要内容的优秀影片炒作地面目全非。尤其是随着“数字媒介”(Digital Media)的崛起,强调以受众(消费者)为导向,而不再以新闻文本与故事(产品)、或新闻机构与人员(生产者)为导向来理解新闻运作和发布(生产),经济产业的牵引使网络色情、性和暴力在网络传播中随处可见,以至于本应是获取信息的网吧,却不得不把未成年人拒之门外。就此,法国著名社会学家塔尔德(G. Tarde, 1898)曾这样

说:“色情和诽谤已经成为哺育报刊的一对乳房和危害青少年的精神鸦片”。

#### 4. 暴露隐私

一些媒体在报道真实和现场感的掩护下,毫无遮拦的写实甚至放大暴力、恐怖、色情以及社会的阴暗面,满足受众的偷窥欲望,人文关怀淡漠。2002年12月初,影星林青霞的母亲在台北跳楼自杀,闻知噩耗,林青霞请警方先用白布盖上母亲遗体,以免母亲死亡的惨状曝光。然而林青霞的眼泪并不能阻止记者的镜头。内地的多家网站和媒体在转载这一新闻时也不加选择,刊登了死者衣衫不整的死亡现场照片。一些名人的隐私也在媒体上公之于众。童大焕在“高枫事件中媒体的集体偷窥”一文中这样评价媒体对高枫私生活的报道:“和读者联手加入了一场隐私集体偷窥运动……至于当事人的生死、疾病本身,以及他的权利、尊严及其亲友的感受,媒体和受众已经无暇顾及。”

也有一些媒体以反腐败为名义,“专挖丑闻”。如媒体在报道“五毒书记”张二江时,着眼点更多的集中在“嫖”上,喋喋不休的着力渲染张与108个女性的淫乱史;更有甚者,个别不负责任的媒体以“走一路嫖一路”为标题,专写宫闱秽事;报道“湖南第一贪”蒋艳萍的发迹、堕落史时,个别媒体也将目光更多的聚集在蒋的“勾引”史上。这种化沉重为轻浮、变严肃为庸俗的不良倾向,其着眼点已大大背离反腐败的警示意义,变成了哗众取宠的噱头,正如司徒雷先生所言:“媒体在生存焦虑(和人一样)的驱动下往往会淡化责任感(包括政治的、社会的、道德的),而走向一条‘纯粹娱乐’的小路上。这本无可厚非,甚至也是需要的,但如果作为公众媒介,无原则地向商业屈膝,挑逗人们的媚俗心理,那无异于自绝于人民,自绝于时代。”<sup>[3]</sup>

5. 网络传播和交往使现实的道德实践关系呈现出无序化和不确定性

具体表现为人与人之间的人际关系的淡漠、情感的疏远、心灵的孤独等。网络以海量的信息把人的主体性消解为“网虫”、“看上去很美”,但实际上自我迷失,丧失了人的自由、信仰、尊严和意义,变的不知所措,人云亦云。从某种意义上说人的价值的给定是在有限的系统中才能得以体认的,而网络无限制的放宽了人的活动范围,实际上直接挑战了人的存在意义。正如弗洛姆所说:“由于失去了他在一个封闭中的固定地位,他也就失去了生活的意义,其结果是,他对自己和对生活的目的感到怀疑……。”

种他人无价值和无可救药的感觉压倒了他。天堂永远的失去了,个人孤独的面对这个世界——象一个陌生人投入一个无边无际的陌生世界。新的自由带来不安、无权力、怀疑、孤独及焦虑的感觉。”<sup>[4]</sup>

#### 6. 媒介参与煽动政治斗争与种族冲突

2003年12月8日的《光明日报》在第四版刊载了这样一篇文章“媒体煽动仇杀,责任人受到重判”,报道了在1994年卢旺达大屠杀中利用媒体煽动暴力的卢旺达前政府新闻官员——卢《千丘广播电视》RTLM的负责人纳西马纳和报刊总编辑纳泽、卢旺达外交部原高级顾问、RTLM电台主要创办人巴拉亚维萨。三人的罪名是“大屠杀,策划实施大屠杀,政治煽动和直接参与大屠杀。”1993年8月4日,“卢旺达爱国阵线”同卢旺达政府在坦桑尼亚阿鲁沙签署和平协议并结束了内战,但RTLM电台却不断污蔑和平协议,对联合国和比利时蓝盔部队进行攻击;1994年4月6日胡图族总统死于空难以后,RTLM电台开始播出煽动屠杀图西族的节目,后在100天的大屠杀中,RTLM电台每天号召在哪里寻找和杀死图西族和温和派胡图族人,使100万人惨遭杀戮,媒体在这里成为种族清洗的帮凶,扮演了极不光彩的角色。

## 二、现代信息与传媒产业的正外部性

从传播的社会作用来讲,媒介这类准公共产品,利益的外溢会带来效率损失(三角形 $E_0AE_1$ 的面积),其“正外部性”如图2所示。但特殊的是,一般的生产中技术溢出产生的正外部性因专利保护而使外部性内在化,而媒介的利益溢出因承揽生产商的广告服务而使外部性内在化。

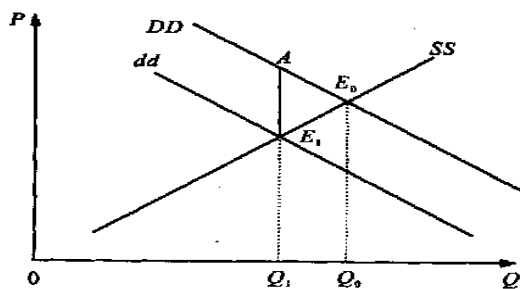


图2 准公共产品供给中的效率损失

信息与传媒的“正外部性”包括以下几个方面:

#### 1. 大众媒介权利对公共权利的监督和制衡

在社会生活中,媒介权利不仅维护着各种公共权利的社会形象,证明着公共权力的合法性和合理性,而且大众媒介权利对其他权力形成一定的压力。

媒介权力对政治权力的监督和制衡主要是对各级官员为官行为合法性与合理性的监督。媒介作为社会监督的一种途径,客观上起到了对公共权力的制衡作用。这种公开原本隐蔽的越轨或违规事实的媒介权力,发挥了一种“信息通道”的职能,使公共事务信息和老百姓的知情权之间的信息不对称缩小,减少信息屏蔽,赋予公众以参与监督行政事务的资格和能力,正所谓,腐败止于阳光。一些国家出台旨在遏制腐败的法律称为“阳光法”,大概原由就在这里。

#### 2 大众媒介权力对公众思想的制约权

任何一个社会都需要坚持主流意识形态,倡导民族精神和社会思想。同时自觉抵制各种反人类、反科学、反社会、无政府的邪恶意识,所以媒体要教育启蒙,对公众不合理的思想给予必要的限制,实现一定程度的控制,才有利于社会进步。

#### 3 对品牌经济形成中的作用

各种媒体以传播的信息优势参与塑造了一大批的品牌企业和商品,在企业经济实力的增长及跨文化传播中作用不可低估。

#### 4 网络促进了全球文化的传播和交流

网络是人类历史上第一个真正意义上的全球性的文化传播媒介,网络技术的数字化使人类文化的交流突破了时空的局限,使文化传播展现出新的层次、新的状态和新的境界。如网络出版直接挑战现有的出版格局,大大降低购书成本,并大幅度的提高阅读、查询、互动能力。在基于网络传播的泛传播时代,任何个人和机构都能够主动的利用网络媒介跨时空搜索,获取个人化的信息,出版内容的制作也可以跨媒体、跨设备、跨标准中进行,“泛网络出版”能够使文本、音频、视频、图像等新鲜素材通过纸张、网络数据流等多种媒介同时传播,实现任何时间、任何地点、任何人、任何设备的个性化出版过程,具有传统的出版业所无法比拟的独特的技术优势和出版优势。<sup>[1]</sup>对文化的广泛的、多媒体的传播有着不可估量的影响。

网络传播拓宽的现实的社会交往领域,彻底改变了基于血缘、地缘、业缘关系的人际交往方式,突破了基于权力、地位、职业和利益的狭隘的人际交往范围,实现了最大范围的国际化。网络传播的交互性特点,为人类不同国别、不同种族、不同领域和不同形态的文化交往开辟了广阔的前景,同时也为人类的行为、思维乃至社会结构注入了新的内容和形式。

#### 5 网络促进了文化资源在全球的流动和重组

网络不仅推动了信息社会的历史进程,促进了社会经济结构和生产体制的变革,大大提高了人类物质文明水平,而且还大大丰富了人们精神交往内容,改变了人们的思维方式,造就了现代人的精神面貌。

#### 6 网络传播对传播本身的影响意义更大

网络一举扭转了前传播时代群体对群体或群体对个人信息霸权,真正成为了具有现代民主观念的传播工具,网络面前人人平等,甚至组织机构和个人的信息传播权力的平等,网络在某种意义上也直接挑战了组织结构对个人的话语霸权,它以松散的平民社团状态挑战权威,成为极权的天敌,民主的温床。网络不专属任何人,是工具理性胜利后生成的“公共领域”,但还需要价值理性的约束。

#### 7 信息与传媒产业的高度发达,促使信息社会的形成

信息社会就是后现代社会,正是信息与传媒产业的高度发达促成了社会制度、形态的根本变迁,使人类历史的面貌焕然一新。

### 三、结 语

由于信息传媒业迅猛发展,对它监管的步伐明显滞后,其负外部性没有得到有效约束,使这一改变人类生存状况的产业的正外部性受到遮蔽,因此,要加强对信息传媒产业的监管,强化其正外部性,消除其负外部性。

(1)对信息传媒的负外部性的约束要靠职业道德和法律。“己所不欲,勿施于人”等道德规范,《记者新闻采访工作条例》等法律条文要落到实处。

(2)利用外部性的内在化鼓励信息传媒的正外部性。媒体和生产商、经销商结合,经营电子购物或电子商务、赞助播出等。

(3)加强政府的适当管制,消除负外部性。

#### 参考文献:

- [1] 张 雷. 注意力经济[M]. 杭州:浙江大学出版社, 1999.
- [2] 樊勇明. 公共经济学[M]. 上海:复旦大学出版社, 2001.
- [3] 杨春棣. 媒体的大德[N]. 新快报, 2002-11-05.
- [4] [美] 弗洛姆. 逃避自由[M]. 哈尔滨:北方文艺出版社, 1987.
- [5] 杜骏飞. 弥漫的传播[M]. 北京:中国社会科学出版社, 2002.

[责任编辑 杨彬智]