

■ 大学公共课系列教材

大学生媒介素养概论

DAXUESHENG
MEIJIE SUYANG GAILUN

于翠玲 刘 斌◎主 编

DAXUE GONGGONGKE XILIE JIAOCAI



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

■ 大学公共课系列教材

大学生媒介素养概论

DAXUESHENG
MEIJIE SUYANG GAILUN

于翠玲 刘 斌◎主 编



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

大学生媒介素养概论/于翠玲,刘斌主编.—北京:北京师范大学出版社,2010.5
ISBN 978-7-303-10853-4

I. ①大… II. ①于… ②刘… III. ①传播学:教育学—高等学校—教材 IV. ①G206-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第036973号

营销中心电话 010-58802181 58808006
北师大出版社高等教育分社网 <http://gaojiao.bnup.com.cn>
电子信箱 beishida168@126.com

出版发行:北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn
北京新街口外大街19号
邮政编码:100875

印刷:北京京师印务有限公司
经销:全国新华书店
开本:170 mm × 230 mm
印张:19.25
字数:303千字
版次:2010年5月第1版
印次:2010年5月第1次印刷
定价:28.00元

策划编辑:赵月华 责任编辑:赵月华 王 强
美术编辑:毛 佳 装帧设计:毛 佳
责任校对:李 菡 责任印制:李 丽

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话:010-58800697

北京读者服务部电话:010-58808104

外埠邮购电话:010-58808083

本书如有印装质量问题,请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话:010-58800825

主 编：于翠玲 刘 斌

撰写者及分工（按章节顺序排列）：

于翠玲：绪论、第一章

宋素红：第二章、第十二章

秦艳华：第三章、第七章

刘 斌：第四章、第八章

田 野：第五章

周 敏：第六章、第十一章

李明毫：第九章

王颖吉：第十章

目 录

绪 论 如何看媒介这面“镜子”	1
第一节 有关媒介知识的关键术语	2
第二节 媒介素养的含义及其拓展	6
第三节 中国媒介素养教育的特殊环境和 基本思路	10
第一章 书籍	19
第一节 从媒介历史看书籍的文化价值	19
第二节 当代书籍出版的变化	29
第三节 传统阅读的特殊价值	42
第二章 报纸	51
第一节 中国报纸的发展历史	52
第二节 报纸的内容构成与传播特征	58
第三节 认识和利用报纸	67
第三章 杂志	75
第一节 杂志的产生及历史	75
第二节 杂志的传播特征及社会功能	83
第三节 杂志的发展趋势及价值利用	88
第四章 广播电视	96
第一节 广播电视的历史与现状	96
第二节 广播电视的传播特征	102
第三节 广播电视与生活	109
第五章 电影	119
第一节 电影的媒介特征及历史演变	119
第二节 电影产业的运作模式——以好莱坞 为例	126
第三节 解读电影文本	131

第六章 互联网	144
第一节 互联网的昨天、今天与明天	144
第二节 网民特征及网络传播特点	147
第三节 网络媒介素养	150
第七章 手机新媒介	160
第一节 手机新媒介的产生及应用形态	160
第二节 手机媒介的传播特点	167
第三节 手机媒介传播的社会效应及新媒介素养	174
第八章 媒介与经济	179
第一节 富翁钱袋上的装饰——作为商品的媒介	179
第二节 戴着镣铐的舞蹈——媒体运行与管理体制	186
第三节 “讨厌的东西”——媒介与广告	196
第九章 媒介与政治	205
第一节 政治、民主与媒介	205
第二节 政治宣传与舆论引导	211
第三节 新媒介与当代政治变革	218
第十章 媒介与文化	224
第一节 文化传媒化与媒介文化	224
第二节 理解媒介文化现象的多元化途径	231
第三节 媒体奇观与消费社会	239
第十一章 媒介与国际传播	258
第一节 全球化背景下的国际传播	258
第二节 国际新闻传播	265
第三节 国际文化交流	269
第十二章 媒介与传播规范	278
第一节 新闻传播的规范	278
第二节 新闻传播失范现象分析	283
第三节 自媒体时代的传播规范	287
后 记	298

绪 论 如何看媒介这面“镜子”

当今，人们生活在一个充满了多种媒介信息的社会环境中，经常会遇到如何认识媒介特征、如何解读媒介产品、如何分析媒介事件的问题。

先从一个媒介事件说起：在 2009 年中国香港书展上，一批被称为“嫩模”“靓模”的少女模特大出风头，她们出版了自己的性感写真集，还要举行与粉丝见面的签名会。于是，香港网民发起了一个组群，表示“抗议书展垃圾化”和“娱乐圈化”，要求她们“滚出书展”，并很快得到了上万网民的回应和支持，同时也引起了争议。但争议所带来的一个结果是，香港报纸每天的娱乐版头条全是到书展上签售的明星模特动态。据说，某模特一天就卖出了八千本写真，又立即加印一万本。

问题不仅在于对媒介产品（写真集）的评价，还在于如何分析这一事件发展的“媒介逻辑”？香港《文汇报》曾发表评论：“书展在香港已有 20 年历史，一向享有良好声誉。每年书展选择在暑假举行，就是为了方便广大青少年学生选购喜爱的书籍，如果任由靓模写真集等物品在书展喧宾夺主，将诱使更多心智未成熟的青少年追求感官刺激，亦令书展弘扬高尚文化的基调变味”；最后强调“良好的书籍是青少年成长和进步的阶梯，当局有责任加强把关和监管，不宜将靓模写真集或类似作秀活动堂而皇之地摆入书展大厅，令书展文化品格沦落，对青少年造成负面影响。”^① 其实，这篇评论已经提出了媒介素养教育的基本问题：如何抵御媒介产品对青少年的负面影响，同时还可以进一步思考，在人们的观念中书展的特点是什么？香港网民为什么抗议“嫩模”签名会进入书展？而香港报纸为什么会安排在娱乐版的头条报道“嫩模”的消息？这些 20 岁左右的美女“嫩模”是写真集的作者，还是被商业化包装利用的工具？为什么说“嫩模”的行为会对青少年造成负面影响？究竟谁应该担负把关的责任，是家长、学校还是政府管理部门？普通公民（媒介的“受众”）应该具备哪些基本的媒介知识？

有鉴于此，本教材针对大众媒介的传播活动，选择具体案例，介绍有关媒介的基本知识以及研究媒介的理论视角和方法，为在大学推广媒介素养教育提供参考。

^① 《提升书展文化品位》，载（香港）《文汇报》，2009-07-23。

第一节 有关媒介知识的关键术语

媒介知识是媒介素养概念内涵的核心。媒介知识主要来自大众传播研究、文化研究等方面的理论。本教材各章节的内容将涉及相关理论，下面从媒介素养角度，先简单介绍几个关键术语。

一、媒介

关于什么是媒介，加拿大的媒介研究学者麦克卢汉曾提出一个有趣的问题：“鱼是否知道自己是湿的？”而他的回答是“不知道”。鱼的生存是由水来决定的，只有在没有水的情况下，鱼才会感觉到它的处境。人们对于媒介的感觉也是如此，“媒介已经完成渗透到我们的日常生活当中，以至我们经常感觉不到它的存在”，^①更没有深入思考媒介对人们所产生的影响。假如人们选择某一天，一个人待在房间中，断绝和所有媒介的联系，不能收听广播、收看电视，不能使用电子计算机和网络，也没有电话和手机，甚至不能阅读印刷读物，这时人们肯定会强烈地感觉到平时对各种媒介的依赖程度了。

作为大众传播研究的一个基本概念，媒介有两层含义。

其一，媒介是指人类在传递信息、延续文化的过程中所使用的中介、载体、工具或技术手段。麦克卢汉用形象的比喻来概括媒介的特征：媒介是人的（感官或感觉的）延伸。例如，印刷媒介是人的视觉能力的延伸，广播、电话是人的耳朵（听觉）的延伸，电视、电影是人的综合感觉（视觉、听觉、现场感觉）的延伸，而电子计算机是人的大脑系统的延伸等。根据麦克卢汉的媒介理论，人的任何一种延伸，“对整个心理的和社会的复合体都产生影响”。^②或者说，媒介技术的发展必然改变人们感知世界的方式，改变人与人的交往方式以及人与社会的关系（“任何技术都逐渐创造出一种全新的人的环境”^③）。例如，1969年美国宇航员乘坐宇宙飞船在月球登陆。40年后的纪念日，通过电视播放的当年影像，全地球的观众都仿佛看到了月球上的奇特景观以及地球在宇宙中的整体形态。无论是宇航员的登月体验，还是观众的视觉观感，都是

① [美] 斯坦利·J·巴伦：《大众传播概论：媒介认知与文化（第三版）》，刘鸿英译，5页，北京，中国人民大学出版社，2005。

② [加拿大] 马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介——论人的延伸》，何道宽译，21页，北京，商务印书馆，2001。

③ 同上书，25页。

“人的延伸”的最好写照。

其二，媒介也指大众媒介、大众传播媒介。所谓大众媒介“是对以大规模的方式运作，在或多或少的程度上能够触及并影响社会中每一个人的传播方式的简称”，包括人们熟悉的书籍、报纸、杂志、电影、广播、电视等。当今还出现了多种新媒介，如互联网、手机，“这些新媒介和其他媒介的差别主要在于它们更加个性化、多样化并具有互动性”。而那些由专业人员从事大规模运作的专业机构，也被称作大众媒介机构或大众传播媒体，简称媒体，包括出版社、报刊社、广播电台、电视台、网站等。“在一个整合协调的现代社会，经常会存在一个庞大的，通常是依靠大众传播的公共传播网络”。^①

上述媒介概念引出了人与媒介的关系问题。人作为个体，在从童年到成人的社会化过程中，需要不断学习和利用各种媒介工具，来进行信息沟通活动。从认识文字符号、阅读图书开始，到能够使用计算机网络、手机以及未来还会出现的新媒介，人逐渐变成了依赖外在“媒介”而生存（被“媒介化”了）的个体。由于人们接触媒介的机会不均等（各种感官的延伸不平衡），利用媒介的能力不同，人们对世界的感知方式和知识结构便有了很大的差异。

人是在社会结构中生存的群体。“大众媒介最为显著的特征就是它们是被设计出来向众多的人传播的。潜在的受众被视为那些或多或少的匿名消费者的庞大集合体，而传送者和接收者之间的关系也受到这一事实的影响。”^② 大众媒介作为传送者，向接收者提供可以大量复制的媒介产品，这些接收者通常被定义为“受众”，或者具体划分为读者（相对出版物）、听众（相对广播）、观众（相对电视、电影）、网民（相对网络）、媒介消费者（相对各种媒介产品）等。大众媒介的传播活动构成了传播者与大众（主动或被动的受众）的关系，从而提出了值得探讨的理论和实际问题。从大众媒介方面来看，需要“探讨什么样的媒介内容、呈现方式和环境有助于吸引受众的注意力”^③；而从受众方面来看，应该关注人们为什么要使用媒介（动机）、人们如何解读媒介产品的内容、新媒介如何形成了传受互动的关系等问题。因而，“大众传播是大众媒介和受众之间制造‘含义共享’的一个过程”。^④

① [英] 丹尼斯·麦奎尔：《麦奎尔大众传播理论（第四版）》，崔保国、李琨译，1页、8页，北京，清华大学出版社，2006。

② 同上书，35页。

③ 同上书，325页。

④ [美] 斯坦利·J·巴伦：《大众传播概论：媒介认知与文化（第三版）》，刘鸿英译，7页，北京，中国人民大学出版社，2005。

媒介素养注重从个人发展的角度来认识人与媒介的关系,以批判的眼光来看待受众在大众传播中的角色、大众媒介产品的特征及其对人的复杂影响(正面的和负面的),特别是抵御大众媒介的负面影响。

二、媒介现实

人作为个体对现实的感知和体验是相当有限的。中国古代道家人物庄子感慨“吾生也有涯,而知也无涯”^①,只好返回到个人的内心,想象在没有任何人为媒介干扰的宇宙本体中去“逍遥游”了。但是,人们在现实社会中生存,就需要媒介来延伸自己的感官,也需要通过大众媒介来获得更为广泛的社会信息。以新闻信息为例,人们在谈话中会不自觉地用“报纸上说的”、“电视上说的”作为话题或者证据。那么,大众媒介是如何呈现社会现实的?或者说,被“媒介化”的社会环境是否真实呢?这在大众传播研究中是一个非常复杂的问题。

早在1922年李普曼就针对报纸提出了一个重要观点:“新闻媒介是‘外部世界与我们头脑中的图画’之间的桥梁,在论及新闻媒介的这种作用时,李普曼提出了拟态环境的概念。拟态环境是指存在于我们头脑中关于世界的看法。与现实相比,这种看法总是不完整的,并且通常是不准确的。李普曼认为,我们的行为是对这个拟态环境的反应,而并非对真实环境的反应”“今天,虽然我们又有了电视与日新月异的新传播技术,但是问题的实质仍然没有改变。对于公众议程上的几乎所有的事情,公民接触的只是一种二手现实,这种现实是由记者关于事件与局势的报道建构的”。这种理论后来发展为议程设置理论:“新闻每天告诉我们大环境中那些我们无法直接经历的事件与变化。但是报纸与电视新闻,甚至那些编排紧凑的小报或者互联网站所做的事情,远远超过了传达重大事件与议题的范围。通过日复一日的新闻筛选与编排,编辑与新闻主管影响我们对当前什么是最重要的事件的认识。这种影响各种话题在公众议程上的显要性的能力被称作新闻媒介的议程设置作用。”^②

关于媒介与社会现实的联系,麦奎尔介绍了“一种普遍性观点,认为大众媒介以某种方式介入到‘现实’与我们对现实的理解及认识之间”。根据这种观点,“大众媒介受制于正式或非正式的控制,而这些控制正是来自那些为了自己的利益而影响公众对现实感知的机构。媒介本身就是一种机构,有自己的

① (清)王先谦:《庄子集解》,28页,北京,中华书局,2006。

② [美] 马克斯韦尔·麦库姆斯:《议程设置:大众媒介与舆论》,郭镇之、徐培喜译,24页、1页、2页,北京,北京大学出版社,2008。

目标、规则、惯例及控制机制。媒介的目标不一定与社会的主要目标相符，甚至也不与传递某些关于现实的客观‘事实’的目的相符”。总之，媒介的作用并不是中立的。“‘现实’在某种程度上永远是经过选择的，被建构的，永远存在着偏见。这些特别反映出在媒介接触中的不同机会，以及构建现实中的‘媒介逻辑’”。所谓媒介逻辑“这个概念指的是媒介（作为具有文化内涵的技术和正规组织）对‘真实世界’本身以及对‘真实世界’的塑造和建构的影响”。^①

大众媒介对现实的建构，不仅是媒介机构自身运作的结果，还受到外在的政治、经济、文化等因素的控制，“唯物主义的理论观认为文化依附于社会经济与权力结构，无论是谁拥有或控制了媒介，谁就可以选择或限制他们的作为”。^② 媒介环境学派则强调媒介本身的作用，认为媒介“更像是一种隐喻，用一种隐蔽但有力的暗示来定义现实世界。不管我们是通过言语还是印刷的文字或是电视摄影机来感受这个世界，这种媒介——隐喻的关系为我们将这个世界进行着分类、排序、建构、放大、缩小、着色，并且证明一切存在的理由”^③。戴维·阿什德根据新闻报道的偏向，说明1991年的“海湾战争是一个电视的产物”（媒介事件）。^④ 凯利从媒介的“仪式观”角度，强调媒介技术不是单个的机器，“而且是一个文化系统”、各种媒介是相互联系的“一种环境”，因此，“用上电视之后，我们不应该只问过它对收视者的影响，还要过问它对印刷媒介、电影和广播的影响。我们研究媒介对全民的社会影响时，再也不能以一个个分离的单位去思考技术。”^⑤ 也就是说，要综合考察各种媒介之间的关系与平衡，及其对社会与文化的影响。

对于个人来讲，我们需要借鉴传播研究的理论，了解大众媒介是如何建构现实的（受到什么控制）？多种大众媒介如何影响了个人社会化过程以及世界观的形成？或者说不同的媒介对于个人的影响有什么不同？这是媒介素养的基本内容。

① [英] 丹尼斯·麦奎尔：《麦奎尔大众传播理论（第四版）》，崔保国、李琨译，56页、57页、91页、92页。

② 同上书，52页。

③ [美] 尼尔·波兹曼：《娱乐至死》，章艳译，12页，桂林，广西师范大学出版社，2004。

④ [美] 戴维·阿什德：《传播生态学：控制的文化范式》，邵志择译，190页，北京，华夏出版社，2003。

⑤ [美] 林文刚编：《媒介环境学：思想沿革与多维视野》，何道宽译，203页，北京，北京大学出版社，2007。

三、媒介文本

一本畅销书、一篇新闻报道、一部电影、一个网络事件、一档电视节目、一则广告，这些由大众媒介及其特定符号所制造的产品，都是可以解读的具有一定意义的文本，也是研究媒介传播现象的案例。

就像人们要了解什么是文学，就要阅读文学作品的原著；要解读文学作品，就要学习基本的文学理论。媒介研究者选取具有典型意义的媒介文本，根据一定的媒介理论进行解读，使理论与文本相互印证、相互阐发。有关媒介文化研究的理论以及媒介文本分析的案例（如《超级女声》）详见本书第十章。作为普通的媒介受众，人们可以从文化研究的方法获得启示：把媒介内容理解作为一种具有意义的文本，并进一步思考：媒介文本是如何被生产出来的？传播者是如何建构媒介文本的意义的？还要认识到自己不是媒介文本的被动接收者，而是媒介文本的主动解读者，应该具有比较清醒的批判眼光和分析能力，能够在解读媒介文本中获得多方面的知识，分享文化传播的意义。

第二节 媒介素养的含义及其拓展

媒介素养是人对媒介的认知能力，也译作媒介认知。这种能力是作为一个公民应该具备的基本能力，而不是指从事媒介传播和研究的专业特长。

媒介素养的含义是伴随着媒介自身的发展历史而不断得到充实的。在中国古代，一个读书人的基本素养是对文字媒介——书籍的解读能力。中国近代出现了面向大众的媒介——报纸，民间也出现了阅报、讲报活动，以扩大报纸的传播范围。但戈公振在1929年已经指出要对报纸“比较有理解，或者还可以加上批评的态度”，这就需要“使现在每一个国民，都能知道报纸从什么需要而来的，报纸有何种力量，报纸受何种势力的影响”，所以，“对于报纸的目的组织及技术等等，是于公众知识有关的”，也就是“无条件的一种国民必修科”。^①中国现今进入了多种媒介并存，特别是新媒介突飞猛进的时代，人们对媒介的认知范围，必然要从读书、读报，拓展到对广播、电视、网络、手机等媒介的解读能力。正如一本美国教材所说的：“随着非印刷文字媒介的出现，这个定义有必要扩展为‘高水平、有成效地理解和运用任何形式的传播语言的

^① 戈公振：《新闻教育的目的》，见戈公振编：《新闻学撮要》，附录，24页、25页，上海，商务印书馆，1929。

能力’。在特指与大众传播相关的情况下，这种能力被称为媒介认知”。在当今，人们作为“媒介消费者必须培养出一种‘能力’或‘技巧’，以便能更好地对媒介内容进行解释。所以，对我们来说，媒介认知是有效地理解和使用媒介内容的能力”。^①

一、媒介素养的早期概念

1933年英国学者ER·利维斯和他的学生丹尼斯·汤普森在《文化和环境：培养批判意识》一书中，首次就学校引入媒介素养教育的问题作了系统的阐述并提出了一套完整的建议，“力求通过媒介素养教育，使学生免受媒介所传播的不良文化、道德观念或意识形态的负面影响”。^②因而，早期的媒介素养教育，主要从“保护主义”角度，关注媒介文化对青少年的负面影响。

其实，这也是媒介效果研究的一个方面。“早期传播研究的领域主要集中在媒介效果研究，尤其是媒介对于儿童和青少年的影响，而这些研究所关注的是潜在伤害的效果层面。”媒介对青少年的负面影响是如何产生的？一方面来自媒介内容，如电视、电影、网络中的暴力、色情等庸俗低级的内容；另一方面指过度使用媒介所造成的伤害，“‘过度’的媒介使用，经常被认为是一种有害而且不健康的情况（对儿童来说尤其如此），会导致成瘾、与真实脱节、降低社会接触以及偏离教育”。^③如今在中国，青少年沉迷网络游戏现象已经引起家长、学校和政府主管部门的普遍关注。

美国媒介环境学派的学者尼尔·波兹曼被视为美国媒介教育、媒介素养运动的奠基人。他的一个独特视角是：以印刷文化作为比较和衡量其他媒介的标准，强调媒介影响教育，不同的媒介对人有不同的影响。他在《童年的消逝》一书中，详细论述了印刷术如何创造了童年，电子媒介又如何使之“消逝”的。所谓童年和成人的概念是从文化意义上来区分的。只有掌握了文字符号、能够阅读印刷文本的人，才是文化人，也就是成人。儿童不具备这种能力，也就无法了解成人的隐秘世界（特别是儿童不宜知道的信息）。儿童要通过学校教育来识字读书，“促进了高层次的自我控制和延迟的满足感”，并分阶段地了

① [美] 斯坦利·J·巴伦：《大众传播概论：媒介认知与文化（第三版）》，刘鸿英译，56页，北京，中国人民大学出版社，2005。

② [英] 大卫·帕金森：《英国的媒介素养教育：超越保护主义》，宋小卫译，载《新闻与传播研究》，2000（2）。

③ [英] 丹尼斯·麦奎尔：《麦奎尔大众传播理论》，崔保国、李琨译，311页、313页，北京，清华大学出版社，2006。

解成人的世界。但是,电视和其他电子媒介不要求掌握传统的技能,儿童和成人的界限也就消失了,“凭借符号和电子这样的奇迹,我们自己的孩子知道别人所知道的一切,好的、坏的,兼收并蓄。没有什么是神秘的,没有什么是令人敬畏的,没有什么是不能在大庭广众下展示的。确实,无论人们如何评价电视对年轻人的影响,如今的儿童比任何时候的年轻人都要消息灵通”。在这种情况下,家长能做什么呢?他们“最具反叛意义的是努力控制子女接触媒介的机会。事实上,要这么做有两种方法:一是限制子女暴露在媒介前的时间;二是仔细监督子女接触的媒介的内容,并持续为他们提供有关媒介内容的主题和价值方面的批评”。此外,尼尔·波兹曼认为:学校是“所剩的唯一的承认儿童和成人有重要的不同,成人拥有有价值的东西可以教给儿童的社会公共机构”,“学校将以这样或那样的形式成为防止童年消逝的最后的一道防线。”^①学校不能只关注印刷文化,还要“把学校的关怀延伸到一切新形式的媒介,新媒介和环境的变化是不可分割的;换句话说,虽然新媒介的重大影响还在评估之中,如今的趋势却要求,凡是给教育增加现实意义的努力都必须充分考虑新媒介的作用”^②。在当今新媒介逐渐普及,青少年网民越来越多的情况下,尼尔·波兹曼关于“童年消逝”的论断,对人们认识新媒介对青少年的影响,反思媒介教育的责任,仍然具有现实的警示意义。

二、媒介素养含义的拓展

由于媒介技术不断发展,人们生存的媒介环境发生了很大变化,学生接触媒介的经验更为丰富,不同身份的人(如家长和孩子、教师和学生)对媒介文本的解读也有很大差异,所以,仅仅将学生视为媒介传播效果的被动的受害者,这种观点对媒介素养教育来说显然是不全面的。自20世纪90年代以来,英国媒介素养教育的模式逐步超越了保护主义的思路,将目标定位在培养学生对传媒的理解力和媒介参与能力方面。^③中国也有学者梳理了媒介素养教育的发展过程:“从源自精英文化脉络、保护公众免遭不良信息的对抗和免疫式的媒介素养观,转变为对媒介的质疑和批判性思考,并进一步拓展到以公众媒介

① [美] 尼尔·波兹曼:《童年的消逝》,吴燕莲译,126页、138页、212页、213页,桂林,广西师范大学出版社,2004。

② [美] 林文刚编:《媒介环境学:思想沿革与多维视野》,何道宽译,161页,北京,北京大学出版社,2007。

③ [英] 大卫·帕金翰:《英国的媒介素养教育:超越保护主义》,宋小卫译,载《新闻与传播研究》,2000(2)。

参与为核心的研究范式”，并指出“媒介素养并非仅仅教导公众了解媒介信息如何生产，它与现实有何不同，更强调如何使受众成为具有行动能力的现代社会的‘积极贡献者’”“公众主动通过参与媒介表达自我进而参与社会是媒介素养运动的重要目标”。^① 一本《媒介素养概论》介绍了“赋权式”的媒介素养教育模式，强调“由民众积极介入媒介的内容制作并取得发声管道，才是赋权式的媒介素质教育的重点”。^②

显然，媒介素养的含义不是一成不变的。伴随着媒介本身的发展，各国学者关于媒介研究的理论成果、各国开展媒介素养教育的核心理念和教学实践，都会有所进步并充实媒介素养的内涵。例如，美国一本关于媒介认知的大学教材列举了多个定义，其中媒介研究者艾伦·鲁宾提出的定义是：“媒介认知，就是有关对传播的来源和技术、使用的密码、制作的信息以及对那些信息的选择、解释和影响等这一切的理解。”传播学者威廉·克里斯和 W. 詹姆斯·鲍特的看法是：“大多数有关媒介认知的概念包括以下要素：媒介构造现实；媒介有商业动机，也有意识形态和政治倾向；每一个媒介的形式和内容彼此关联，两者各有一套审美系统和规范惯例；受众对媒介的含意各取所需。（1988）”。教材还归纳了媒介认知的七个基本要素：“意识到媒介对个人和社会的影响；了解大众传播的过程；具有分析和讨论媒介信息的策略；对媒介内容是反映当代文化的‘镜子’有所认识；培养和提高对媒介内容的理解力、欣赏力和愉悦感；加强对媒介从业者的职业道德和伦理义务的理解以及恰如其分的、行之有效的制作才能。”教材进一步说明个人在消费媒介内容时，从媒介认知出发，需要掌握几种特殊的才能：“能够和愿意在内容理解上做出努力，给予注意力和筛除噪音；理解和尊重媒介信息所具有的力量；对内容做出回答和行动时，具有把情感上的和理智上的反应区分开来的能力；提高对媒介内容的更高企盼的眼光；具有分类的能力，能够识别混淆在一起的传统媒介形式；无论媒介信息来源有多么可信，对待媒介信息还是应持批判态度以及掌握不同媒介复杂的内部语言 and 了解它所产生的影响。”^③

媒介素养教育的核心理念和知识框架，都是和媒介素养的含义相联系的。

① 陆晔、郭中实：《媒介素养的“赋权”作用：从人际沟通到媒介参与意向》，载《新闻学研究》，2007（92）。

② 毛荣富等：《媒介素养概论》，19页，中国台北，五南图书出版股份有限公司，2005。

③ [美] 斯坦利·J·巴伦：《大众传播概论：媒介认知与文化（第三版）》，刘鸿英译，57页、69页，北京，中国人民大学出版社，2005。

美国媒介素养教育中心提出了媒介素养教育的五个核心理念和五个重要问题。这五个核心理念是：所有的媒介信息都是被建构的；媒介信息是使用一种具有自己规则的创新性语言构建的；不同的人对同一信息的体验是不同的；媒介融入了价值和观点；建构的媒介信息是为了获得利益或权力。五个重要问题是：是谁创造了这条信息？该信息运用了什么技巧来吸引我的注意力？别人与我对于这条信息的理解会有多大的不同？这条信息陈述了或是省掉了怎样的生活方式、价值观和观点？为什么要传递这条信息？^①

总之，在人类进入信息化、媒介化时代之后，一个人从童年到成人的社会化过程，也是一个不断接触各种媒介信息的过程。人们要具备读写能力，需要进行系统学习；人们要具备对各种媒介（包括新媒介）的解读和利用能力，同样需要进行不同程度的培养和训练。目前，英国、美国、加拿大、澳大利亚、法国、德国等国家已将媒介素养教育纳入了全国或国内部分地区大、中、小学的正规课程体系；中国香港和中国台湾也在推广多种多样的媒介素养教育计划。例如，中国台湾地区在 2002 年制定了：“将媒介素养教育视为一种终生学习，并以全民为推广媒介教育的对象”；大学则面对所有学生开设媒介素养教育的通识课程。^② 这为人们在大学推广媒介素养教育提供了可资借鉴的模式和经验。

第三节 中国媒介素养教育的特殊环境和基本思路

.....

一、中国媒介素养教育的特殊环境

媒介素养是一个理论观念，媒介素养教育却是一种实践活动。中国从引进西方媒介素养的观念，到实施媒介素养教育行动，至今不过十多年。

1997 年，中国社会科学院卜卫在《现代传播》第 1 期所发表的《论媒体教育的意义、内容和方法》，被认为是中国最早比较系统论述媒介素养教育的论文。据中国知网的“学术趋势”统计：有关媒介素养的论文数量从 2003 年起呈直线上升趋势。2004 年媒介素养问题成为各界关注的一个焦点：10 月中国传媒大学主办了“信息社会中的媒介素养教育”国际研讨会，后来出版了《媒介素养》论文集。12 月共青团中央、教育部、新闻出版总署等多家单位举

① 蔡帼芬等：《媒介素养》，68 页，北京，中国传媒大学出版社，2005。

② 毛荣富等：《媒介素养概论》，35、37 页，中国台北，五南图书出版股份有限公司，2005。

办了中国青少年社会教育论坛，主题为“媒体与未成年人发展”，设有广播电视、报纸刊物、图书出版、电影音像、网络新媒体、青少年教育等分论坛，发表了《媒体与未成年人上海宣言》。10月1日，复旦大学新闻学院成立了媒介素养小组，创建了第一个专业网站。

中国自改革开放以来，大众传播业呈现了前所未有的繁荣局面，电视、网络、手机等媒体传播现象及其社会影响逐渐成为学术界关注的现实课题。于是，西方传播研究和文化研究方面的著作被不断翻译引进。例如，“传播与文化译丛”（中国社会科学出版社，1999）、“文化和传播译丛”（商务印书馆，2001）、“传播·文化·社会译丛”（华夏出版社，2003）、“世界传播学经典教材”（北京大学出版社，2005）、“新闻与传播学译丛”（中国人民大学出版社，2005）等丛书系列。许多学者在“传播研究”这个多学科交叉的“十字路口”聚集起来，探讨媒介传播、媒介文化、新媒介等方面的问题，已经积累了可观的成果，从而为媒介素养教育提供了理论视角和研究方法。2007年复旦大学信息与传播研究中心主办了“媒介素养与公民素养”主题论坛，其子论题包括：全球传播与媒介素养、世界媒介素养运动的现状与趋势、媒介素养与青少年社会化、媒介素养与公民社会参与、媒介素养与社会变革、媒介素养与教育、新技术环境下的媒介素养理念与实践、媒介文本、媒介生产与媒介素养，研讨的问题更加广泛和深入。

目前全国有数百所高校开办了新闻传播类专业，少数高校已经以相关学科平台课、通识课、选修课等形式，面向非新闻传播专业的学生讲授传播学、媒介素养类课程。2008年，第四届全国高等师范院校新闻传播院系协作会在广西师范学院举行。北京师范大学、南京师范大学、华东师范大学、广西师范学院等30多所高校的与会代表一致认为：高等师范院校的新闻传播专业在培养师资方面具有优势，建议在我国中小学和大学非新闻传播类专业推广媒介素养教育，并就此问题向教育部有关部门提交了建议书。2009年3月北京神州光影文化传播有限公司主办的《青少年媒介素养教育参考》创刊，神州媒介素养教育网随之开通，该刊提出了“以行动影响行动”的口号，介绍了一些中小学教师推广媒介素养教育的活动和经验。

从理论引进、学术研讨，到部分学校开始实施推广活动，媒介素养教育问题已经引起了政府主管部门、新闻与传播研究者、大中小学教师的普遍关注，形成了蓄势待发的局面。然而，从具体操作层面上看，媒介素养教育是一个包括教与学交互作用的复杂过程，有关媒介素养的知识框架、教学模式、评价标准、师资培训等问题，都需要进一步研究和具体落实。由于各种原因，媒介素