



网络公民的 媒介素养教育

陆中恺 著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS



网络公民的 媒介素养教育

陆中恺 著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

网络公民的媒介素养教育 / 陆中恺著. —杭州:
浙江工商大学出版社, 2017.4

ISBN 978-7-5178-2091-8

I. ①网… II. ①陆… III. ①计算机网络—素质教育
IV. ①TP393

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 071375 号

网络公民的媒介素养教育

陆中恺 著

责任编辑 王黎明

封面设计 林朦朦

责任印制 包建辉

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排 版 杭州朝曦图文设计有限公司

印 刷 杭州恒力通印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 9.75

字 数 136 千

版 印 次 2017 年 4 月第 1 版 2017 年 4 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5178-2091-8

定 价 29.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88904970

目 录 CONTENTS

绪 论 提升我国网络公民媒介素养是构建和谐社会的必然要求

第一章 网络公民的媒介素养

第一节 网络公民的概念及组成 / 017

第二节 媒介素养的概念和主要内容 / 036

第三节 我国网络公民媒介素养教育的现状 / 042

第四节 我国网络公民媒介素养教育的突破口 / 048

第二章 学校媒介素养教育的现状

第一节 学校媒介素养教育的现状 / 057

第二节 学校媒介素养教育者的现状 / 072

第三节 学生媒介素养的现状 / 076

第三章 学校媒介素养教育者的媒介素养教育

第一节 学校媒介素养教育者媒介素养的组成 / 083

第二节 学校媒介素养教育者媒介素养的培养 / 088

第三节 高校媒介素养教育者媒介素养培育机制的建设 / 097

第四章 网络公民的媒介素养教育

第一节 网络公民媒介素养的组成 / 107

第二节 网络公民媒介素养的培养 / 120

第三节 网络公民媒介素养教育体系的构建 / 128

附录一 名家观点 / 136

附录二 名人名家 / 147

绪 论

提升我国网络公民媒介素养
是构建和谐社会的必然要求



如果说 21 世纪初人们还处在一个对电脑、互联网无限展望的年代的话,那么今天互联网已经真实地介入了我们的生活和工作。“无纸化办公”、电子商务、无线会议等让电脑和互联网已经成为我们工作、交流、沟通中不可或缺的工具。而网络资讯、网络社区、网上视频、即时沟通、网络游戏等表明电脑、手机和互联网再次渗透到了我们生活中,成为我们与他人交流沟通、休闲娱乐的重要内容和方式。

一、互联网已经成为我国人民生活工作中的重要内容

根据 We are social 这一机构发布的《2015 年全球数字、社交和移动调查报告》,我们整理了关于中国的数据内容。在全国 6.42 亿活跃网民中,社交媒体活跃用户已经达到了 6.29 亿,并且有 5.06 亿重度手机“社交”用户。

2016 年 1 月 22 日,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布了《第 37 次中国互联网络发展状况统计报告》。报告显示截至 2015 年 12 月底,中国网民规模达到 6.88 亿,全年新增网民 3951 万;互联网普及率较上年年底提升 2.4 个百分点,达到 50.3%。中国手机网民规模达到 6.20 亿,同比增长 4.3%。详见图 1:



图 1 我国网民规模和互联网普及率变化

(该图表数据源于《第 37 次中国互联网络发展状况统计报告》)

报告同时显示,我国网民规模继续扩大,但增速逐渐放缓,整体网民规模增

长进入平台期。原因是年轻人和高学历人群的普及率即将触及顶端。见图 2:

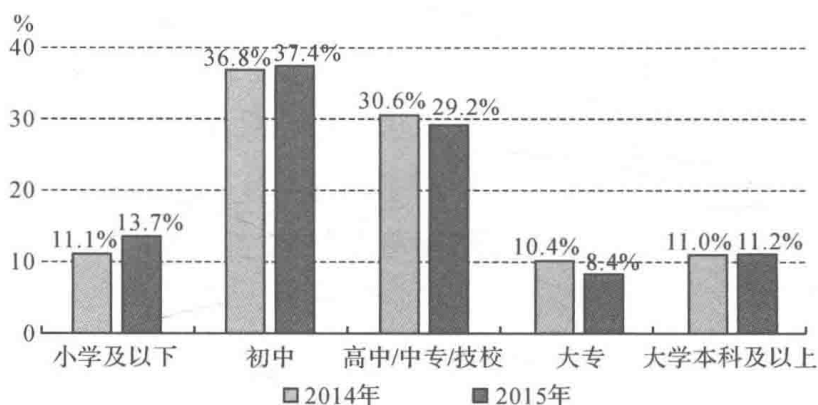


图 2 2014—2015 年各学历人群互联网普及率

(该图表数据源于《第 37 次中国互联网络发展状况统计报告》)

我国网民中具备中等教育程度的群体规模最大,2015 年初中、高中/中专/技校学历的网民占比分别为 37.4%、29.2%。与 2014 年年底相比,2015 年新增加的网民群体中,低龄群体(19 岁以下)、学生群体的占比分别为 46.1%、46.4%,中国网民继续向低学历人群扩散。这说明了目前和今后一段时期我国网民的主力军仍将是学生群体。

2015 年我国网民以 10—39 岁群体为主,占全体的 75.1%;其中 20—29 岁年龄段的网民占比最高,达 29.9%,10—19 岁、30—39 岁群体占比分别为 21.4%、23.8%。与 2014 年年底相比,10 岁以下低龄群体和 40 岁以上中高年龄群体的占比均有所提升,互联网继续向这两部分人群渗透。详见图 3。

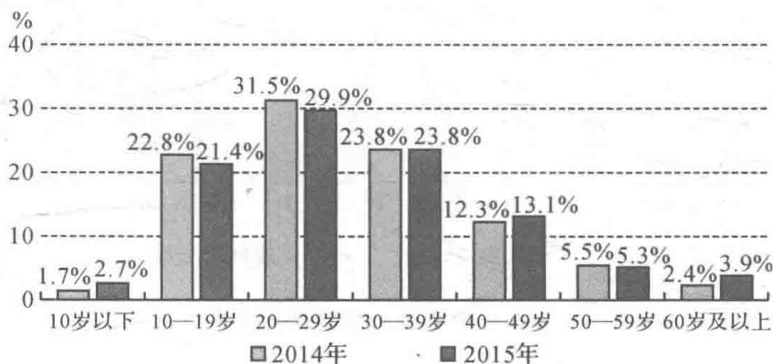


图 3 2014—2015 年我国网民年龄结构

(该图表数据源于《第 37 次中国互联网络发展状况统计报告》)

此外,《中国社交、数字、移动行业数据报告》显示,和 2014 年 1 月相比,全国互联网用户增长了 9%,增速最为明显的是手机上的活跃社交媒体用户,与去年同期相比增长了 26%。而活跃社交媒体用户的增长幅度大幅度减小,只有 1%。中国人通过固定设备上网的时长,达到了平均 3.9 小时/天(这个数据比较居中,菲律宾网民平均每天上网时间达到了惊人的 6.3 小时,此外全球网民平均上网时间为 4.4 小时)。而通过手机等移动设备上网时长为 2.5 小时/天。全年的网页浏览,有 76%来自台式机等固定上网设备,21%来自手机(增长幅度高达 21%),还有 3%来自平板电脑。在各大社交媒体中,微信占据中国社交平台的头把交椅,据调查,近一个月内 30%的民众是其活跃用户。微博屈居第二,占比 25%。第三、第四分别为 Qzone 和腾讯微博。(见图 4)

全国手机用户为 13 亿,普及率达到 95%,其中 79%的手机都是使用的预付费卡;此外,3G 与 4G 普及率已达到 47%,用户在手机上使用社交应用、看视频、玩游戏、应用 LBS 以及使用移动支付功能的渗透率分别为 21%、22%、25%、19%、26%。30%的用户在购买前使用 PC 进行商品信息搜索,37%的用户在 PC 端完成购买行为。25%的用户在购买前使用手机等移动设备进行商品信息搜索,27%的用户在移动端完成购买行为。

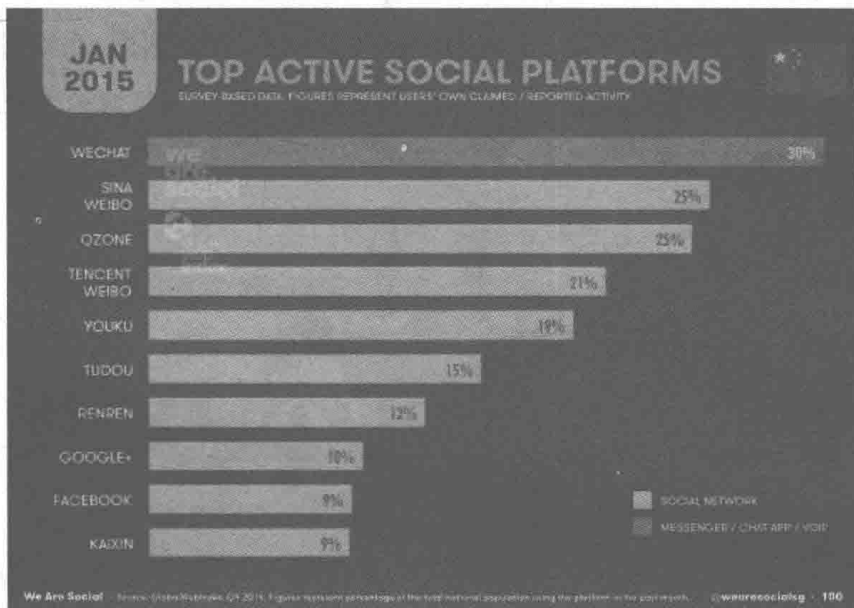


图 4 2014—2015 年我国网民社交媒体使用情况

(该图表数据源于《中国社交、数字、移动行业数据报告》)

综上所述,互联网已经成为我国人民生活、工作中的重要内容,深刻影响着人们的思想观念和生活方式。中国互联网网民的主要人群是年轻人和高学历人群,而学生又是这一人群的主要组成部分。

二、当前我国网民媒介素养堪忧

从上一部分分析推论,由于我国网民的组成结构是以年轻人和高学历人群为主,其中又以学生为主力,我们的互联网内的生态环境应该是相当良好而和谐的。那事实如何呢?让我们看以下三个案例。

案例一:人肉搜索

人肉搜索引擎最早起源于猫扑网,是一个类似百度知道的开放式问答搜索引擎。猫扑网设计了一种虚拟货币叫作 MP,提问方为了获得更快更好的答案常常以悬赏奖励 MP 的方式来吸引他人提供答案。而那些通过提供答案获得 MP 的人被称为赏金猎人。因为该引擎是通过他人来搜索自己搜不到的东西,所以被称为“人肉搜索”。这种搜索方式更强调搜索过程中人对信息的选择性,以及与他人的互动性,大大提高了网络搜索的有效性。可以说“人肉搜索”是利用人来参与选择、提纯、互动、修正普通搜索引擎所提供的信息的一种机制。从某种意义上说,这也是“六度分割”理论(另名为“六度空间”理论)在网络传播中的一种应用,即你可以通过网络的人际联系,找到任何一个领域的专家为你提供任何问题的解决方案。



图5 “六度空间”理论示意图及释义

(该图内容源于百度百科词条“六度空间”理论)

但人肉搜索引擎最早在中国让人记住却是因为一个与知识搜索无关的事件——“虐猫事件”，详情如下：

2006年2月28日，网民“碎玻璃渣子”在网上公布了一组虐猫视频的截图。不久，网友“12ookie_hz”把有关“踩猫”事件的网址放在猫扑网，网友“黑暗执政官”在“天涯社区”上贴出了踩猫女人的照片，做成一张“宇宙通缉令”，让所有网友举报。不少网友自发捐出猫币、人民币悬赏捉拿凶手，连猫扑网官方也将赏金从1000元涨到5000元。2006年3月2日上午10时20分，网友“我不是沙漠天使”在猫扑网上发帖：“这个女人是在黑龙江的一个小城……”他的帖子让事件出现关键性转变。3月4日中午12点，“虐猫事件”的三个嫌疑人基本确定，距离“碎玻璃渣子”在网上贴虐猫组图不过6天时间。此后，还有“铜须门事件”“华南虎事件”“张殊凡事件”“死亡博客事件”“贾君鹏事件”“天价烟事件”“某烟草局长‘性爱日记’事件”……

从事件本身来看，上述较为知名的人肉搜索事件的影响都是正面的，或揭露黑暗，或维护社会道德，或引发社会思考，但在现实中正是由于这些事件的轰动性影响让人肉搜索可能成为另一种形式的网络暴力行为。在社会上“小心我人肉你！”一度成了一句威胁用语。在以上“人肉搜索”事件中的相关当事人不仅受到了相应处罚，其个人隐私也被毫无保留地公布在大众面前，当事人所面对的不仅仅是人们在网络上的口诛笔伐，甚至在现实生活中也遭受到人身攻击和伤害。如果“人肉搜索”使用不正当或过度，就很容易成为网民集体演绎网络暴力非常态行为的一种方式。这样的恶果已经不止一次地向我们展示了“人肉搜索”的破坏力，如全国“反人肉搜索第一案”死亡博客事件：2008年4月17日，一名女白领的“死亡博客”引发网友对其丈夫及父母、第三者的“人肉搜索”，将丈夫及其家人个人信息披露于网络。不堪忍受压力的丈夫将大旗网、天涯社区和“北飞的候鸟”网站以侵犯了自己的名誉权为由告上法院，也使“人肉搜索”由网络现象正式上升为法律问题，成为全国“反人肉搜索第一案”。此后，我国对如何规范“人肉搜索”也进行了法律方面的探索：2009年1月江苏省徐州立法通

过禁止人肉搜索,但揭示官员贪腐不在此限。2010年5月27日,浙江省十一届人大常委会第十八次会议分组审议了《浙江省信息化促进条例(草案)》。

案例二:艳照门事件

艳照门,就是关于艳照的一系列事件,指2008新年伊始,由网友“奇拿”在天涯社区发布的一组关于陈冠希和一些女艺人之间不雅形象的照片,在网上广为流传的事件。这一事件原本只是涉及娱乐圈内部的一些小事,但经过网络传播媒介和网友的广泛关注变成了一件社会事件,并使“××门”成为指代某些不良影响事件的网络热词。事件本身的是非我们不做评价,但在事件发展过程中的一些现象让我们深表担忧。



图6 “人肉搜索”典型事件

(该图表内容源于百度百科词条“人肉搜索”)

一是传媒过度的热捧炒作。从艳照门事件开始,媒体,无论是网络媒体的跟踪报道还是深度评论都持续高强度地关注该事件。所报道、评论的当然是有对社会道德规范的探讨等一些正面的内容,但从总体来看这仅仅是一种眼球经济环境下的谋利行为。原本并不复杂的一件个人私密文件泄露的事件在媒体的关注下成了社会热点关注事件,牵涉出了许多的所谓的“内幕”。有些媒体甚至罔顾职业道德底线肆意传播照片以之来吸引关注。这些行为不仅对于整个社会的道德风尚和未成年人的成长造成了极其恶劣的影响,也让社会上某些人看到了媒体全方位关注所带来的巨大影响力,从而催生了其他形式和个人的“艳照门”事件,让原本偶然的事件变成了某些人不正当竞争和迅速“蹿红”的捷径。

二是未成年人和学生的高调关注。由于学生是网民的主要组成部分,本次

事件民间传播的主力是学生。很多学生不仅自己通过新闻网站、论坛等途径了解该事件信息,还对该事件中的内容进行高调传播。由于这一事件涉及许多该年龄段学生心目中的“偶像”,所以这也成了他们那一段时间中的主要话题。经调查表明:除了对偶像的行为表示失望以外,更多的学生关注的是那些不雅的照片,甚至部分学生认为没有看过这些图片说明已经落伍了。在这些因素的驱使下,他们自觉不自觉地参与了传播不雅照片并且并未觉得已经侵犯了他人的隐私权,还把这些行为当作是自我炫耀的方式,这一事件对世界观、人生观、价值观正在形成中的学生群体造成了负面的影响。

三是我国网络监管和反应的滞后。艳照门事件在我国出现的初期是在“天涯”等国内主要民间论坛中。当时我国禁止传播网络色情信息的规定已经出台,为何我们的网络监管部门反应仍如此迟缓?为何不对该信息进行封杀?当艳照门已经造成广泛影响后才进行制止和处理,这让许多“后来者”看到了一条出名的新的捷径,于是乎,兽兽门、北影门、献身门、东莞技校门……接踵而至。

四是对个人隐私的不尊重。在艳照门事件处理过程中,媒介和公众把事件当中的内容作为批判的重点刻意夸大,使这件网络事件本身被人所忽视——严重地侵犯了当事人的隐私权。当我们在口诛笔伐当事人混乱的私生活的同时,我们默许了网络疯传其照片这样的侵犯隐私权的行为。试想,如果艳照门事件的当事人被发布到网络上的是个人的普通生活照片,那么大家一定会关注电脑维修人员不尊重他人隐私的问题。而今我们的行为是否说明只要是当事人的隐私内容是不正当的,是违反道德的,我们就可以不尊重他的隐私呢?

从宏观来看艳照门事件,我们发现互联网的匿名性和交互性让我们能在虚拟世界中寻求内心的释放和行为的自由。但正因为越来越多的人进入互联网的生活中,所以,在互联网中也开始有社会关系。在这种人与人之间交流的过程中由于缺乏道德的引导和规范,网络中的低俗、庸俗、媚俗的事物也掺杂出现。这些低俗、庸俗、媚俗的事物被某些人或组织利用逐渐蚕食普通人的道德底线,冲击他们的视觉,以达到其获得关注、获得经济利益的目的。

案例三:网络过度关注袭击儿童事件

2010年我国各地发生了多起袭击儿童事件。这一系列事件本是某些人报复社会的突发奇想的结果,目的就是要引起社会的广泛关注和社会舆论力量的

介入。媒体对于这一事件高度关注,并通过各种媒介进行宣传告知,呼吁各地拿出具体措施来预防和避免类似惨剧发生。这原本是正确而且正面的舆论引导方式,但在网络上,尤其是部分论坛中,许多网民出于种种目的对该事件的详细过程和造成的不良影响进行了广泛的传播。这无意中让更多的想要报复社会的人找到了新的更为有效的报复方式。于是类似的惨剧接踵而至。网络上过于详细的事件过程成为某些人的行动参照攻略,而这些事件的影响力更是吸引某些人制造这些惨剧的原动力。

在网络过度关注袭击儿童事件中,我们看到了中国网民对该传播什么,不该传播什么的度还不会把握,对于其行为可能造成的不良后果并不清楚。这些后续的类似事件,从犯罪心理学的角度来分析,属于“犯罪模仿”。这和美国的“校园枪击案”等是类似的,下一个事件的实施者通过媒体获得信息并模仿了这种犯案方式。参与传播的网民只是叙述性的,而没有引导性地进行传播,直接导致了误导性的信息的传递。这与我国网民媒介素养不高的现状有着直接的关系。

总结以上案例,我们可以看到我国缺乏媒介素养的网民在网络互动化传播中被迫扮演了他们所不希望的角色。他们还不具备在互联网和谐生活的能力,他们还缺乏从现象看到本质的分析能力、批判吸收的防范能力、自觉自律的改善能力和真实还原的分享能力。

三、全面提升网民媒介素养的必要性

以上我们所举的例子都是网络媒体传播过程中发生的事件,分析的切入点也是网络媒体,但是我们的网民不仅仅生活在网络中,以上的所有事件如果完全撇开现实中的其他媒介独立来分析也是不恰当的。因为每个人的媒介素养不仅仅体现在一个媒体的使用上,还体现在对待所有媒介传播的信息上,所以我们的媒介素养教育应该涉及的是所有大众传播媒介。既然当前我们每个人都可能脱离大众媒介而独立存在于社会中,那么全面提升我国网民媒介素养是必要的。

1. 提升网民的媒介素养可以使网民在大众传播时代坚持独立的思维能力

著名的传播学学者麦克卢汉认为:从科技决定论的角度看,传播方式在科技的助推下将从改变人开始改变社会。因为在大众传播时代,传媒是人进行社会化最强大、最直接、最有效的工具。传播学中的涵化理论告诉我们,从中长期的效果来看,一个处于大众传媒中的人会对传媒产生依赖性,从而对人对世界的认知和感受,对个人的信仰和价值观,甚至个体行为方式和生活方式产生巨大的影响。古人说“秀才不出门,能知天下事”。但这个天下事是由媒体工作者根据客观事实通过主观判断创作出来的事实,如果长期不加判断地全盘接受媒体这些观点、看法,那么个人的观点和看法就会越来越接近媒体的看法和观点,从而导致失去独立的自我判断和思维能力。尤其是当今我国网络媒体中信息鱼龙混杂,价值观念交锋激烈,很有可能造成我国的网民思维判断混乱。而媒介素养的重要功能就是让网民在纷繁芜杂的媒体信息当中以自身独立的思维方式进行辨识判断,选择性认知和接受。这既是网民的政治素养、科学素养、文化素养提升的必然要求,也是我国公民道德建设的重要组成部分。

2. 提升网民的媒介素养可以促进媒介自我规范提升水平

媒介传播有一个基本概念——受众,即接受信息的人或人群,一般特指接受大众传媒信息不同特质、需求的人。这个理论通俗的理解就是“接受信息的人就是媒体的上帝”。无论是早期受众理论中目标受众、反复重复等观点还是现在分众、“沉默的螺旋”(即人们在表达自己想法和观点的时候,如果看到自己赞同的观点,并且受到广泛欢迎,就会积极参与进来,越发大胆地发表和扩散;而反之,即使自己赞同也会保持沉默。一方意见的沉默造成另一方意见的增势,如此循环往复,便形成一方的声音越来越强大,另一方越来越沉默下去的螺旋发展过程)等理论,都是围绕引导受众更容易接受媒体观点的方向研究的。这让媒体形成了迎合受众的习惯思路,当受众的媒介素养水平不高的情况下,媒介,尤其是大众媒体会为了迎合受众的兴趣而转变信息传播的方向,降低信息传播的作用。当前庸俗低下的某些内容和过度炒作的行为也正是为了迎合部分受众不良的嗜好。著名传播学学者施拉姆曾这样形容受众和媒体的关系:受众参与传播就好像在自助餐厅就餐,媒介在这种传播环境中的作用只是为受众服务,提供尽可能让受众满意的饭菜(信息)。至于受众吃什么,吃多少,吃还是不吃,全在于受众自身的意愿和喜好,媒介是无能为力的。正是这样的关系

使受众的媒介素养水平的高低成为媒介所传达的信息水平和自我规范强度的风向标。

3. 提升网民的媒介素养可以促进网络文明秩序的构建及社会的和谐发展

当前,我国大多数媒体已经市场化,各地市除了部分机关报刊和学术刊物等媒体运营单位还为国有和集体所有以外,大部分的媒体已经走上了企业经营化的道路。尤其是网络媒体,绝大多数都是以营利为目的的。很多网络媒体为了牟利开始放低道德底线,利用低俗、庸俗的内容来实现目的。面对这样的现实,很多网民由于不具备较高的媒介素养,利用网络的匿名性高调关注一些现实生活中不能光明正大关注的信息,进一步强化了这一不良的网络氛围。网民和网络媒体是整个网络媒介的基础。在目前的形势下,只有提升网民的媒介素养才是构建和维护良好的网络文明秩序的基础,才能引导媒体从正途上发掘丰富的网络资讯。我国在《公民道德建设实施纲要》中明确指出,要大力加强基层公民道德教育,积极营造有利于公民道德建设的社会氛围。网民的媒介素养教育正是基层公民道德教育的重要内容,而具备了较高媒介素养的网民也正是营造有利于公民道德建设的社会氛围的核心力量。媒介素养教育在一定层面上可以提高公民使用媒介生产、经营、宣传的能力,可以通过媒体宣扬先进的文化,贬斥低俗的文化,教导受众辨识文化优劣,自觉抵制媒介负面信息和社会不良风气,促进和谐舆论的形成,加强舆论监督的力度,确保社会的和谐发展。

4. 提升网民的媒介素养可以进一步推动文化的传承发展

文化是个很宽泛的概念,可以简单地概括为一个国家或民族的历史、地理、风土人情、传统习俗、生活方式、文学艺术、行为规范、思维方式、价值观念等。当前,文化的传承和发扬离不开大众传媒所营造的社会文化环境。大众传媒通过信息传递不断地记录文化成果,描绘文化特色,再现文化现象,传播价值理念,在中国传统文化传承和向现代社会转型的过程中起到了举足轻重的作用。网络媒介也是文化传承发展的重要媒介,尤其是对于网络生活时间越来越长的年轻一代,其作用更为明显。目前我国的网络文化尚处在起步阶段,网民的媒介素养水平将直接关系到网络媒体的价值取向,也直接影响到我们下一代对文化的传承和接受。著名的传播学者凯里曾经这样来谈文化和传播媒介之间的关系:“不是在空间上扩展信息而是在时间上维系社会,不是传授信息的行为而