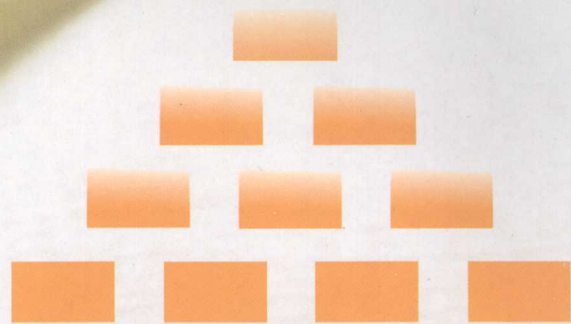
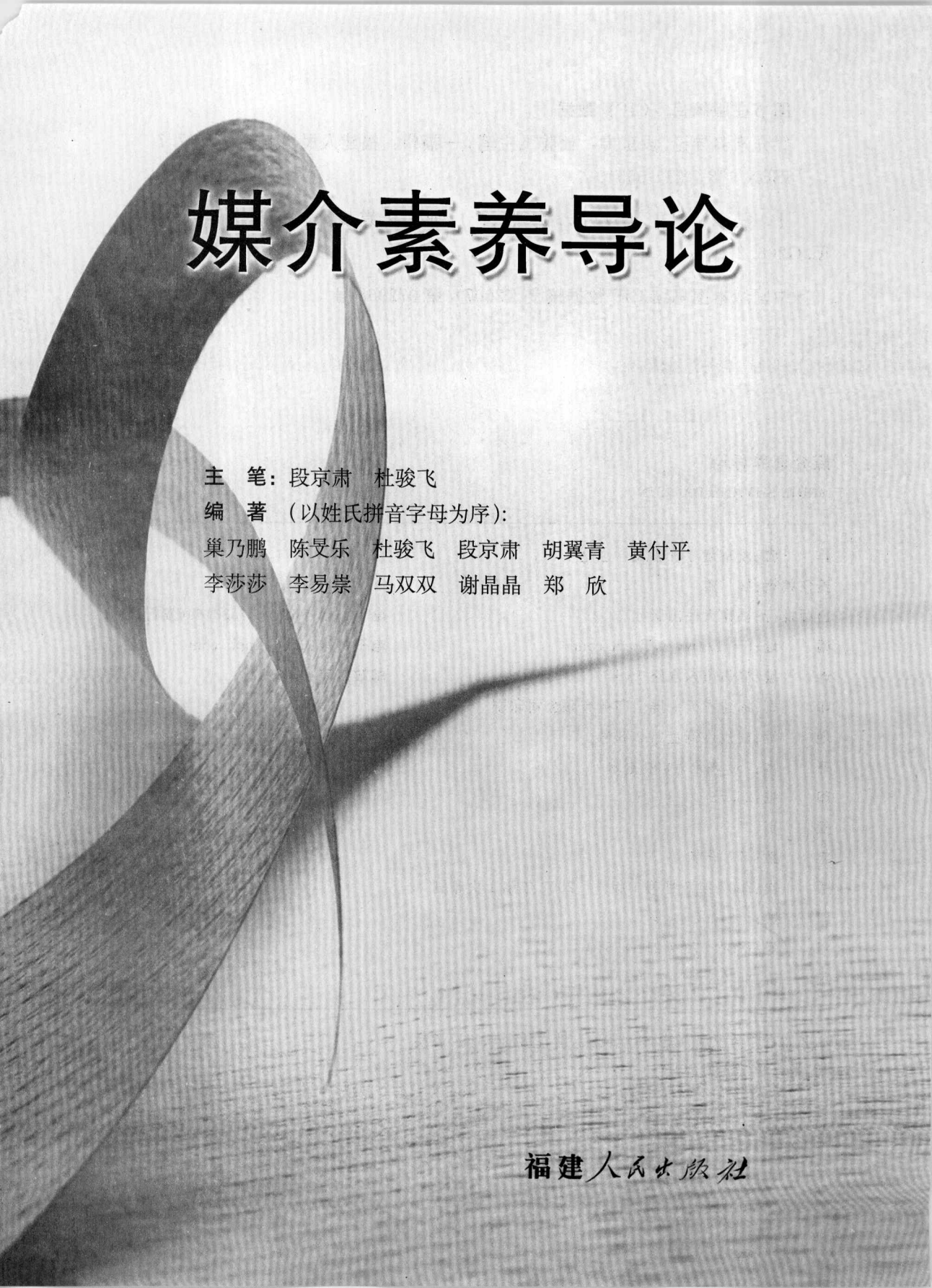




媒介素养导论

段京肃 杜骏飞 等著

福建人民出版社



媒介素养导论

主 笔：段京肃 杜骏飞

编 著 （以姓氏拼音字母为序）：

巢乃鹏 陈旻乐 杜骏飞 段京肃 胡翼青 黄付平

李莎莎 李易崇 马双双 谢晶晶 郑 欣

福建人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介素养导论/段京肃, 杜骏飞主笔. —福州: 福建人民出版社, 2007. 7

ISBN 978-7-211-05510-4

I. 媒... II. ①段... ②杜... III. 传媒媒介—职业道德—研究

IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 072968 号

媒介素养导论

MEIJIE SUYANG DAOLUN

作 者: 段京肃 杜骏飞 主笔

责任编辑: 魏 芳

出版发行: 福建人民出版社

电 话: 0591-87533169(发行部)

网 址: <http://www.fjpph.com>

电子邮箱: 211@fjpph.com

地 址: 福州市东水路 76 号

邮政编码: 350001

印 刷: 福建省天一屏山印务有限公司印刷

地 址: 福州市铜盘路 278 号

邮政编码: 350003

开 本: 730 毫米×990 毫米 1/16

印 张: 25.75

插 页: 2

字 数: 477 千字

版 次: 2007 年 7 月第 1 版 2007 年第 1 次印刷

印 数: 1—1000

书 号: ISBN 978-7-211-05510-4

定 价: 38.50 元

本书如有印装质量问题, 影响阅读, 请直接向承印厂调换

版权所有, 翻印必究

目 录

CONTENTS

绪 论	1
第一章 什么是媒介素养	10
第一节 媒介素养的基本概念	10
一、媒介：天使还是魔鬼？	10
二、媒介的意识形态化带来的问题	13
三、媒介素养概念的提出	16
四、媒介素养的词源和定义	17
第二节 作为终生教育的媒介素养	20
一、通过媒介的学习	20
二、以批判、学习的心态对待媒介	20
三、媒介素养与终生学习	23
第三节 教育目的：成为主动的阅听人	25
一、阅听人的概念和要求	25
二、如何理解和利用媒介信息	26
第四节 媒介素养教育的现状	29
一、发达国家的媒介素养教育	29
二、媒介素养教育的观念发展：以英国为例	31
三、国内媒介素养研究和教育现状	36
第五节 当代大学生媒介素养的培养	38
一、大学生媒介素养教育的重要性	38
二、大学生媒介素养的现状和问题	39
三、大学生媒介素养培养的基本方法	40
第二章 媒介与媒体	53
第一节 理解媒介	53
一、何为媒介	53

二、媒介的发展史	57
第二节 常见的大众传媒	65
一、报纸	66
二、广播	68
三、电视	70
四、互联网	71
五、杂志	72
第三章 媒介的数字化与数字化媒介	74
第一节 媒介的数字化进程	74
一、电视媒介的数字化进程	74
二、报纸媒介的数字化进程	77
三、广播媒介的数字化进程	79
四、期刊媒介的数字化进程	81
第二节 认识数字化媒介	83
一、数字化媒介的特点	84
二、几种类型的数字化媒介介绍	86
三、了解数字鸿沟	92
四、数字化媒介的未来发展	94
第三节 使用数字化媒介	97
一、网络新闻的阅读与理解	97
二、在线数据库的简单介绍	99
三、搜索引擎的使用	100
四、其他数字化媒介的使用	102
第四节 数字媒介素养教育	104
一、数字化媒介素养教育的基本内容	104
二、数字化媒介素养教育的核心：人格主体重塑	106
三、数字化媒介素养中的能力结构调整	108
第四章 媒介与信息环境	112
第一节 媒介对人类生存的渗透	112
一、基于媒介的学习	113
二、基于媒介的工作	114

三、基于媒介的娱乐	116
四、基于媒介的情感与交往	117
五、基于媒介的社会动力学	118
第二节 信息环境的实在与虚拟	120
一、何谓信息环境？何谓虚拟？	120
二、符号和文本的先天缺陷：信息描述的两重性	124
三、一起来做“完形填空”：信息感知的两重性	124
四、信息交往的两重性	126
五、实在效果和虚拟效果：信息效用的两重性	127
第三节 三色眼镜：媒介的不良信息与青少年成长	128
一、黑色眼镜：媒介暴力	128
二、黄色眼镜：媒介色情泛滥	132
三、灰色眼镜：偏见与歧视	133
第四节 媒介的负效用与社会心理危机	135
一、盲区与鸿沟：知晓权与信息不对称	135
二、现代“紧箍咒”：信息过载与信息焦虑	137
三、意见市场的失范与意见焦虑	139
四、文本的陷阱与信息诱导	141
五、媒介权力的滥用与信息强制	142
第五节 网络信息环境下的生存	143
一、海量信息下的生存	143
二、虚拟交往中的生存	144
三、面对网络游戏的生存	145
四、面对越境信息流的生存	147
五、网络信息环境下如何正确生存	147
第五章 媒介与经济	150
第一节 媒介的商品属性	150
一、媒介作为商品	150
二、媒介市场	156
第二节 媒介的商业化：经济对媒介的渗透	161
一、媒介商业化的表征	162

二、商业化的贡献与局限	163
第三节 媒介对于国民经济的积极意义	168
一、作为信息产业组成部分的大众传媒业	169
二、传媒在社会生产中的催化功能	170
三、传媒在日常消费中的推进作用	173
第六章 媒介与政治	178
第一节 大众媒介中的政治信息	178
一、政治信息的基本内涵及其采集原则	178
二、传媒中政治信息的影响因素	182
三、从“两会”报道看传媒中的政治信息	184
第二节 传媒与政治社会化	188
一、大众传播的政治社会化功能	188
二、大众传媒在政治社会化中的作用	189
三、政治社会化的媒介策略	192
第三节 大众传媒与政治的互动	194
一、政治对大众传播媒介的影响	194
二、大众传播媒介对政治的影响	197
第七章 媒介与社会文化	202
第一节 大众传媒中的社会新闻	202
一、社会新闻的含义和特征	202
二、被异化的社会负面新闻	203
三、如何正确解读与处置社会负面新闻	205
第二节 大众传媒与当代社会文化	206
一、传媒与流行文化	207
二、传媒与消费文化	209
三、传媒与大众文化	212
第三节 新媒体与未来社会	215
一、社会发展进程中的传媒变革	215
二、迈向未来的传媒社会	217
第八章 媒介的全球化与跨文化传播意识	225
第一节 全球化与跨文化传播	225

一、全球化的来临	225
二、了解跨文化传播	229
三、媒介与跨文化传播	231
第二节 媒介的全球化	235
一、媒介集团的全球化扩张	236
二、媒介全球化背景下强势文化的冲击	241
三、中国媒介在全球化浪潮中的应对	243
第三节 理解全球化中的跨文化传播	245
一、国际影视大片的文化传播内涵	246
二、动画片的文化传播内涵	250
三、广告的文化传播内涵	253
四、全球化时代跨文化传播意识的养成	254
第九章 如何解读新闻信息	259
第一节 新闻的生产	259
一、什么样的信息可以成为新闻	259
二、新闻从哪里来	261
三、新闻采集的过程	263
四、新闻加工的过程	268
五、新闻把关与把关人	271
第二节 如何解读新闻文本	272
一、新闻主题	272
二、新闻题材与新闻体裁	276
三、新闻事实与背景	277
四、新闻图片	278
五、音频、视频新闻文本	280
六、网络新闻文本	280
第三节 新闻的属性及其发展趋向	282
一、新闻的互文性	282
二、新闻的联动性	283
三、新闻的全时性	285
四、新闻的多源性	286

五、新闻的个人性·····	287
第四节 新闻世界里的不同理念·····	289
一、权威主义的理念·····	289
二、新闻自由的理念·····	290
三、社会责任的理念·····	290
四、发展的理念·····	291
五、民主参与的理念·····	291
六、前苏联新闻业的理念·····	292
第五节 解读新闻背后的利益导向·····	292
一、新闻背后的社会公益·····	293
二、新闻背后的商业利益·····	293
三、新闻背后的阶层利益·····	294
四、新闻背后的国家利益·····	295
五、新闻背后的意识形态·····	296
第十章 广告素养·····	300
第一节 广告的制作流程探析·····	300
一、广告的目的：商业效益·····	300
二、广告是如何做出来的·····	303
第二节 广告的社会影响力是如何发挥的：强制性消费意识的灌输·····	316
一、消费意识·····	316
二、广告如何塑造消费意识·····	317
第三节 如何正确理解广告·····	322
一、正确理解自身的真实需求·····	322
二、把握广告中的合理信息·····	323
三、欣赏广告艺术的形式·····	324
四、广告创新、创异思维·····	325
第十一章 娱乐信息素养·····	328
第一节 人为什么要娱乐·····	331
一、人类精神追求的不可或缺·····	331
二、当代人迷恋娱乐活动的可能·····	336
第二节 娱乐信息的本质·····	341

一、娱乐信息的理念：快乐原则	341
二、娱乐信息的表达：感官刺激	346
三、娱乐类信息并不娱乐的制作流程	348
第三节 正确理解不同类型的娱乐信息	351
一、正确理解体育类娱乐信息	352
二、正确理解故事类娱乐信息	357
第十二章 如何面对媒介	363
第一节 个人如何面对媒介	363
一、信息时代的个人媒介意识	364
二、个人接触媒介时的应有心态	365
三、如何与记者打交道	366
四、接受媒体采访时的注意事项	368
五、如何争取媒介的关注	372
第二节 组织如何面对媒介	374
一、现代社会组织与媒介的关系	374
二、组织与媒介交往的原则与技巧	375
三、危机时期的媒介关系	379
四、网上公关时代	384
第三节 媒介活动中个人权利的维护	388
一、信息传播中个人的权利	389
二、个人维护权利的方式	393
第四节 媒介活动中个人隐私的保护	394
一、隐私与隐私权	397
二、我国现行法律对隐私权的保护	397
三、大众传媒侵犯隐私权的方式	398
四、如何防止个人隐私被侵犯	399
后 记	402

绪 论

世纪之交，往往是人类社会发生重大事件和变化的机会。当告别 20 世纪、迈进 21 世纪的时候，人们对新的世纪充满了期待，并从不同的角度为 21 世纪描绘了美妙的前景。特别是以数字新媒介为核心和主要标志的信息传播技术迅速发展以后，大家都对未来全新的社会形态、生产方式、生活方式寄予了无限的希望，并用不同的词汇来表达对未来世纪的理解。我国将其定义为“信息社会”。^[1]

许纪霖在一次演讲中提出，目前正在普及的互联网带来的是人类历史上自“印刷文化”以后的“第二次文化革命”，表面上看，我们迎来的只是一种新的传播技术，但是“从文化史的研究方面来看，任何一种技术的改变，都会带来一场非常大的文化革命”。“我们日常生活乃至文化生活中，出现了一个互联网平台，这个平台给文化带来的冲击，今天才刚刚开始。”^[2]正因为互联网带给人类社会的变化和对传统文化的冲击“才刚刚开始”，所以人们对 21 世纪充满了期待。在此之前则早有学者从“数字化生存”、“信息社会”、“知识经济”等不同的角度对 21 世纪的社会发展进行了研究。但随着新媒介的不断进步，人们的各种研究和描绘似乎始终无法真正反映变化的现实。

不论 21 世纪人类社会将会出现什么样的变化，传播媒介都是社会发展和社会生活中的主角之一。因为“媒介是文明形式的重要决定因素”^[3]。学者认为：“在 21 世纪，传播的用途变得更大了！不论我们是不是在职业场合，是和家人、朋友或我们所爱的人在一起，与学校、公司的同事在一起，还是与陌生人在一起，能否有效地传播都对我们所维系着的关系起着至关重要的作用。”^[4]在研究未来社会的变化时，“尼葛洛庞蒂教授在他的《数字化生存》中宣称，人类社会已进入了‘比特’的时代，正以‘信息 DNA’重建世界，媒介革命的横空出世带来的生存新定义，无限宽带创造的人类新空间，产业大变革建立的地球新秩序，虚拟现实的人性化界面，以及后信息时代的数字化生活方式，等等，足以让人类豪迈地迈入‘乐观的年代’，安享曼妙绝伦的‘数字伊甸园’。”^[5]对媒介和媒介在未来将会创造的奇迹，人们的期望不可谓不高。

另一方面,媒介又将更加实在地存在于我们每一个人的身边。班尼特说:“谈到21世纪,人们认为这将是技术融合的时代,文字、图像、声音集成在某些设备上,可翻译,可储存,可编辑,可编程,而这些设备也模糊了电视、电脑和电话之间的区别。”^[6]信息的生活和物质的生活将通过技术和设备有机地结合起来,人类将进入一种崭新的生活状态。

| 影响历史进程的瞬间 |

人类信息传播的历史长河中,曾经留下许多辉煌的瞬间。

1844年5月24日,美国华盛顿联邦法院会议大厅里,人们团团围着一张大桌子,观看画院院长莫尔斯先生用手敲打一个小装置。宽阔的大厅里,只听得见一阵“滴滴答答”的轻微响声。

不一会儿,莫尔斯面带微笑地站起身宣布:“我们刚刚向61公里外的巴尔的摩发去了一封‘信’。就在过去的4900分之一秒钟,巴尔的摩已经收到了我发出的这句话。”说到这里,莫尔斯停顿了一下,激动地挥舞手臂,提高嗓门接着说:“上帝创造了何等的奇迹!”

——这就是人类社会发送的第一份电报。

1875年6月2日,美国波士顿近郊一栋旧公寓,亚历山大·贝尔和助手沃特森还在进行着试验。经过两年多艰苦的试验,制成的这两部粗糙的电话样机,被他们分别安装在相邻的两个房间里,中间用导线相连。

天色渐渐黑了下来。贝尔等着沃特森走进另一房间后,关上门窗,准备进行通话。由于心情紧张,一不小心,他把蓄电池给打翻了,硫酸溶液顿时溅到了他的腿上。

“哎哟!”他痛得失声叫了起来,“沃特森先生快来呀!我需要你!”

正捧着听筒等待的沃特森,此时清晰地听到了从电话传来的第一个声音——也就是人类社会第一次以电话方式传送的信息:“哎哟!”

1969年10月29日,美国加州大学洛杉矶分校雷纳德·克兰罗克教授,命令他的助理坐在电脑前,戴上耳机,以便通过长途电话与数百里远的斯坦福研究院保持联系。

克兰罗克教授要求通过互联网首先传送5个字母“LOGIN”(登录)。晚上22点30分,助理激动地在键盘上敲入第一个字母“L”,然后对着麦克风喊:“你的电脑收到‘L’了吗?”

“是的，我收到了‘L’。”耳机里传来斯坦福研究院电脑操作员的回答。

“你收到O了吗？”“是的，我收到了‘O’，请再传下一个。”

突然，仪表显示电脑出现了故障。世界上第一次互联网络通讯试验，仅仅传出了两个字母“LO”。克兰罗克教授幽默地说，“LO”代表“喂”（Hello），是我们对同行的问候。可人们后来却说，“LO”应该是美国习惯用语“嗨，瞧一瞧！”就像是街头小贩的吆喝声。

无论是莫里斯的“上帝”还是贝尔的“哎哟”，他们实现的都只是人与人之间的通讯；而互联网先驱们传送的吆喝声，却是第一次在电脑与电脑之间进行的远程通讯。

来源：叶平：《互联网络传奇》，天津教育出版社2001年版。

实际上，自从进入20世纪以后，人类就生活在极其复杂的信息环境中。以大众传播媒介为核心的信息交流活动，无时不刻不在影响着人类生活的所有方面。英国学者认为：“媒体对于受众来讲，具有权威地位。这源于受众对媒体的依赖和信任。这使得媒体成为社会中一股潜在的独立力量，而且，这种力量近来似乎变得越来越强大。”^[7]在一个人的一天中、一生中，都不可能逃脱媒介的控制。尽管媒介是由人创造的，可是当媒介发展壮大而成为具有独特力量的社会因素时，作为创造者的人却往往不得不在媒介面前低头。美国学者斯坦利·巴伦说得非常形象：“媒介已经完全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，媒介对我们产生的影响就更不在话下。媒介向我们传递信息，给我们提供娱乐，使我们兴高采烈，让我们烦恼困惑。媒介改变我们的情绪，挑战我们的知识，侮辱我们的理智。媒介经常把我们变为最高中标者的廉价商品。媒介给我们下定义，为我们塑造现实。”^[8]在很多情况下，如果没有媒介，人们甚至不知道该如何介入社会。

请看一位省委书记的一天生活节录：

我每天7点开始工作。

第一件事，打开电视机，看早间新闻。

一般先看中央电视台（新闻），再看河南省电视台（新闻）。

我会特别注意两方面的情况，一是党中央、国务院有什么重大的工作部署，二是各地特别是我们河南省有什么重大的事情发生。

然后就进入工作状态，处理大量的文件、信息和各种大事。但这时候，我办公室的电视机也是开着的，并始终放在中央台的新闻频道上，这是我多年来养成的工作习惯……

我一般晚上在6点50分下班,用10分钟时间回到家,一边吃晚饭一边看看7点钟中央电视台的新闻联播……

工作间隙我也会了解网上的信息,河南商丘的李学生在浙江温州勇救小孩牺牲的事情,我就是第一时间在网上得到的消息。^[9]

作为一个有大量特殊信息渠道的高级领导人,仍然将大众传播媒介和网络媒介摆在工作和生活中的重要位置上加以对待。甚至位置更高的领导人,例如国务院总理,也经常关注公共传播媒介,并经常依据公共传播媒介提供的信息发出相关的工作指令。其实,在现代社会中,一个国家的领导人无论有多么完善的情报系统,也无法将社会中流动的信息完全地、毫无遗漏地掌握,公共传播媒介系统是重要的信息来源。

· 三任总理给《焦点访谈》的题词和赠言 ·

1997年12月29日,李鹏总理视察中央电视台,他特意来到《焦点访谈》演播室,欣然挥毫题词:“焦点访谈,表扬先进,批评落后,伸张正义。”



图络-1 朱镕基担任总理时视察《焦点访谈》并题词

图片来源:南方报业网,作者:孙杰

1998年10月7日,朱镕基总理专程来到中央电视台与《焦点访谈》的编辑、记者座谈,并郑重赠言:“舆论监督,群众喉舌,政府镜鉴,改革尖兵。”

2003年8月26日,温家宝总理自上任以来第一次视察中央电视台,在

《焦点访谈》演播室赠言：“与人民同行，与祖国同在，与世界同步，与时代同进。”

姑且不论社会的精英们利用媒介做了些什么，即使是对普通人而言，媒介也已经渗透进了我们生活的全过程。下面是一位大学生的自述：

早上去上课的路上总是听着 MP3，即便教室离寝室也就 10 来分钟的路程；课上，用 U 盘拷贝笔记或者用录音笔录下老师上课的一字一句；朋友在一起喜欢用手机拍照；为了每天更新网络日志的需要，数码相机成了必备的“武器”；寝室的电脑，不是查阅学习资料就是播放着热门的韩剧；而到了晚上，完成图文并茂的网络日记，回复评论成了习惯……自己无法想象没有这些数码产品的生活会是怎样。就好像有时我忘了带数码相机出门，就会懊恼不已，觉得丢失了一次记录自己生活和心情的机会。^[10]

新时代开风气之先的大学生，是当代最新媒介的积极使用者，在他们身上体现的是在全社会即将普及的现实。根据鲍海波等人所进行的研究，“调查结果显示，大学生使用媒介呈‘复合化’趋势。近 2/3 的大学生日常通过两种以上（含两种）媒介了解新闻和信息。大学生经常从一种媒介了解新闻和信息的人占 30.8%，而从两种及两种以上媒介中了解新闻和信息的人数占 69.2%，其中使用三种媒介的 28.4%，使用四种媒介的占 17.1%，使用五种及五种以上媒介的为 11.3%。这表明，当代大学生已逐步摆脱依靠单一媒介渠道获取信息的状态，他们逐步具有了与立体式传媒网络相匹配的立体式、多渠道获取信息的素质”^[11]。

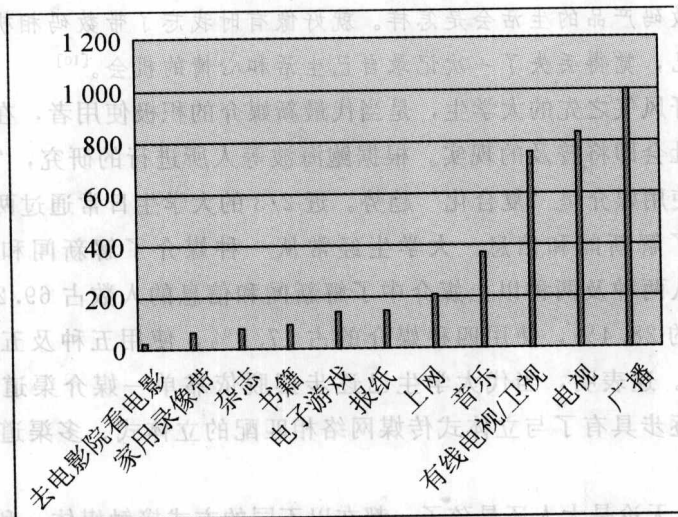
在今天，无论是大人还是孩子，都在以不同的方式接触媒体、利用媒体、欣赏媒体、依赖媒体，在不同的场合中人们将媒体称之为青少年甚至成人的“第二课堂”、“第二块黑板”。越来越多的人将媒介作为解决自己生活中所遇到问题的朋友与希望，向媒介投诉成为目前社会中一种十分普遍的现象。人们希望大众传播媒介和新媒介能够在自己的未来生活和工作中继续发挥重要的作用。

当然，也有人 against 大众传播媒介持有敌意，从报刊的“黄色新闻”到电视的“淫秽暴力镜头”，再到目前令许多人上瘾的“网络游戏”，来自媒体的困扰也曾深刻地影响人们的健康生活。关于媒体的负面作用，尽管人们制订了许多的防范和改进措施，但仍无法达到理想的控制状态。还有些人，对媒介充满了怨气与恐惧——比如某些有问题的官员，“不怕汇报，就怕上报（纸）”就是他们形象的写照。

喜欢也罢，讨厌也罢，事实上媒介每天每时都在左右人们的兴趣与爱好，媒

介为人们的生活提供了一个又一个的话题，假如有一天世界上突然没有了媒介，生活将会变成什么样的，我们无法想象。

虽然现代社会中的每个人都有可能认为自己才是命运的主人，但在面对媒介的时候，正如学者们所说的，“每个人都有可能不受媒体内容的影响去作决定。但是不断出现的新证据对这一理论开始提出质疑，研究证明，也许媒体在决定人们态度改变方面影响有限，但在决定人们应该知道什么和应该怎么去想方面却显现出很强的力量。”^[12]甚至有人说：“如果我们告诉公众这只猫以何种方式跳跃，公众对这只猫的关注程度将大大提高。”^[13]

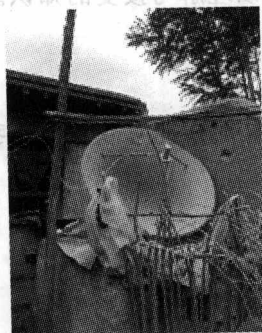


图绪-2 目前大学生的媒介接触情况

资料来源：黄梦佳：《E时代消费，我做主》，《文汇报》，2006年1月26日。

不仅仅是大学生，在社会的其他各个层面，人们都同媒介有非常密切的关系。中国的众多家庭，给予媒介突出的地位，例如，许多家庭是将电视机放在家中最醒目的位置的，人们每天都投入相当的时间在媒介活动上。

即使是在偏远的山村，现代化媒介的影子也随处可见。图绪-3 拍摄于甘肃省古浪县黄羊川镇的农家。在这个国家级的贫困县中，这种能够接受外国电视节目的卫星地面天线随处可见，每天晚上农民都会阖家围绕在电视机周围津津有味地收看那些离他们很远的地方传来的节目。



①



②

图绪-3 甘肃省古浪县黄羊川镇农家几乎都安置有卫星地面天线

美国学者斯坦利·巴伦在他的著作中提供了一组数字，可以使我们知道在世界第一媒介大国的美国，普通的公众与媒介之间的关系状态：

无论我们怎样看待大众传播过程，我们都不否认，我们生活中相当大的一部分时间与大众媒介有关。就拿一个典型的星期天晚上为例，3700万美国人观看一个黄金时段的电视节目。现在98%的美国家庭中有电视机，80%以上有录像机，一个典型的美国家庭每天的电视开机时间为7个半小时以上，有2/3的人每天花些时间收听广播。万维网以每天出现730万张新网页的速度增长；全美国的少年儿童中有98%使用过电脑，其中有32%每周上网时间起码为5个小时，他们中有55%与外界的交流不是通过电话，而是通过因特网来进行的。2001年，美国电影院的票房总销售额为14.9亿美元。全世界每年在电子游戏软件上的花费是200亿美元，而美国人在娱乐性媒介上的花销要超过他们花在购买衣服和健康保健上的钱。一个人平均每年消耗在大众媒介上的时间为3700小时——相当于其工作时间的65%。^[14]

媒介在社会发展过程中到底扮演什么角色？不同的人有完全不同的结论。在新闻学、传播学、社会学、政治学、文化研究等众多的研究领域中，学者们对媒介有无数的解读方式；在政治斗争、军事斗争、国际关系等领域中，政党、政府和各种利益团体也赋予媒介各种自己所期望的社会功能。高等院校成批量地培养着专业的新闻传播人才，他们以规范的媒介行为从事职业化的媒介活动。对于媒介，他们都有自己特殊的解读方式。

然而，现有的学术化的解读方式和结论，对于非专业的普通人而言，要么过