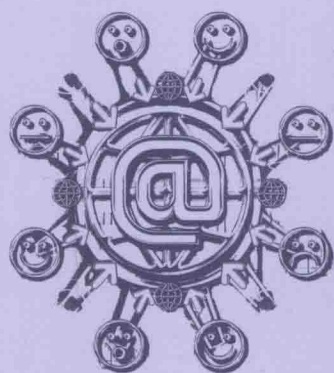




媒介素养十四讲

Meijie Suyang
Shisi Jiang

吴玉兰◎主编

北京大学出版社



媒介素养十四讲

吴玉兰◎主编



北京大学出版社



图书在版编目(CIP)数据

媒介素养十四讲/吴玉兰主编. —北京:北京大学出版社,2014.9

ISBN 978-7-301-24778-5

I. ①媒… II. ①吴… III. ①传播媒介—高等学校—教材
IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 222800 号

书 名: 媒介素养十四讲

著作责任者: 吴玉兰 主编

责任编辑: 谢佳丽

标准书号: ISBN 978-7-301-24778-5/G · 3892

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博: @北京大学出版社

电子信箱: ss@pup.pku.edu.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62753121

出版部 62754962

印 刷 者: 三河市博文印刷有限公司

经 销 者: 新华书店

650 毫米×980 毫米 16 开本 23.5 印张 349 千字

2014 年 9 月第 1 版 2014 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 45.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子信箱:fd@pup.pku.edu.cn

目 录

第一讲 媒介素养概述 / 001

- 第一节 媒介素养的内涵 / 001
- 第二节 媒介素养教育的基本内容及意义 / 006
- 第三节 媒介素养教育的发展历程 / 012
- 第四节 当代大学生媒介素养的培养 / 015

第二讲 大众传播功能认知 / 021

- 第一节 大众传播概述 / 021
- 第二节 大众传播的社会功能 / 029
- 第三节 社会文化转型与媒介功能新认识 / 037

第三讲 媒介机构与媒介制度 / 045

- 第一节 媒介机构的构成 / 045
- 第二节 中外传媒制度的比较 / 059

第四讲 媒体理论认知 / 069

- 第一节 新闻价值与新闻选择 / 069
- 第二节 记者的权利与职业道德 / 076
- 第三节 受众特点与媒介定位 / 082

第五讲 传统媒体认知 / 087

第一节 印刷媒体 / 087

第二节 广播媒体 / 093

第三节 电视媒体 / 100

第四节 网络媒体 / 104

第六讲 新媒体认知 / 111

第一节 手机媒体 / 112

第二节 社交媒体之微博 / 120

第三节 社交媒体之微信 / 133

第七讲 新闻采访认知 / 141

第一节 新闻采访的程序 / 141

第二节 新闻采访的方法 / 157

第三节 新闻采访的实施 / 168

第八讲 新闻写作认知 / 177

第一节 新闻写作的特点 / 177

第二节 消息的构成与典范案例解读 / 179

第三节 通讯的构成与典范案例解读 / 194

第四节 特写的构成与典范案例解读 / 208

第九讲 电视访谈类节目认知 / 212

第一节 电视访谈类节目概述 / 212

第二节 电视访谈类节目制作要求 / 220

第三节 电视访谈类节目案例解析 / 230

第十讲 电视娱乐节目认知 / 239

第一节 电视娱乐节目概述 / 239

第二节 电视娱乐节目制作要求 / 250

第三节 电视娱乐节目案例解析 / 256

第十一讲 舆论与舆论引导认知 / 263

第一节 舆论概述 / 263

第二节 网络舆论及引导 / 269

第三节 网络舆论引导案例解析 / 281

第十二讲 危机报道认知 / 292

第一节 危机与公共危机管理概述 / 292

第二节 危机报道概述 / 298

第三节 典范公共危机报道案例解析 / 305

第十三讲 广告生产与消费 / 322

第一节 广告概述 / 322

第二节 广告的诉求方式与传播策略 / 329

第三节 经典广告案例解析 / 335

第十四讲 电影生产与欣赏 / 341

第一节 电影概述 / 341

第二节 电影制作与欣赏 / 353

第三节 经典电影案例解析 / 361

后 记 / 371

第一讲 媒介素养概述

我们大多数人常自以为对媒介所知甚多。我们每天与书报杂志、广播电视等媒介有无数次接触,对当红影视作品如数家珍,能够熟练使用网络、手机等新媒介来为自己寻找所需的信息……很显然,我们中的大部分人在媒介使用上达到了相当纯熟的程度。但事实上我们对媒介的认知水平仍然停留在较低水平,媒介往往在不经意间影响了我们的信息接触习惯,影响甚至改变了我们的生活习惯、思考以及行为模式。提升我们的媒介素养,我们才有能力逐步“摆脱”媒介对我们的影响与支配,才能更好地使用媒介来实现自己的目标,而非被媒介所利用以实现媒介的目标。

第一节 媒介素养的内涵

伴随着 20 世纪以来大众媒介影响力不断扩大,媒介对受众,尤其是儿童与青少年受众广泛而深远的影响开始引发关注。大众媒介在商业利益驱动下所提供的与日俱增的暴力、色情、低级庸俗的内容不断消解精英文化,误导社会公众,并对儿童与青少年受众的成长产生种种负面影响。为此,我们需要提高广大媒介内容接受者尤其是青少年人群对媒介内容的辨别、防御乃至抵制能力,即受众自身的媒介素养。

一、媒介素养教育的提出

早在 1933 年,英国学者利维斯及其学生汤普森就在所著的《文化

与环境:批判意识的培养》一书中,首次提出了在学校教育中加入媒介素养教育内容的建议,意图在于保护本国传统文化、语言、价值取向和民族精神的顺利、完整传承,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。

欧美发达国家和地区都对此问题给予了高度的关注,并相继将媒介素养教育纳入正规学校教育大纲。但在我国,目前的学校教育仍将培养学生的传统素质如读写能力等作为教育的核心,绝大多数学生都处于被动接受各类媒介信息的表层信息阶段,这显然是远远不够的。高质量的媒介素养教育能帮助我们的下一代掌握必要的媒介知识与能力,懂得如何正确接触、使用媒介信息,学会区别、判断、欣赏和运用媒介,从而更有效地学习、更健康地成长。

二、媒介素养教育的必要性

首先,在媒介技术、信息生产与传播高度发达的今天,大多数人对媒介、媒介信息以及媒介生产经营的认识与使用仍然存在很大的不足和误区。普通人每天面对着来自不同媒介渠道、数量巨大、品质良莠不齐、传播方式无孔不入的媒介信息的包围往往显得无所适从。由于个体能够从现实世界中获得的信息与经验极为有限,媒介几乎成为人们最为信赖的知识、经验和信息来源,很多人会不自觉地受到媒介信息的影响而改变自己的思维角度、价值取向乃至行为模式,这种状况在仍然处于身心成长发育阶段的青少年身上体现得尤为突出。他们往往认为媒介所呈现的就是真实的外部世界环境,过于轻信媒介信息内容,盲目追随媒介炮制的最新时尚,对于充斥于各类媒介中数量惊人的负面内容抵御力极弱。中国青少年研究中心副主任孙云晓曾说过:“不良媒介的报道,实际上给未成年人制造了一片他们难以逾越的沼泽地。”^①在现今媒介几乎无边的传播影响力下,海量信息和无遮拦的传播让青少年感到力不从心,侵害青少年权益的报道几乎每天见诸报端,而很少有媒介意识到这个问题的存在和严重性,更无从谈起社会公众对媒介的批判与抵制,这样的现状实在是令人担忧。

^① 黄冲:《媒体不良报道影响青少年,青少年更容易犯罪》,载《中国青年报》2009年8月17日。

其次,媒介化信息尤其是新媒体信息内容如今已然进入新生代人群的意识形态,对此国家和政府却缺乏有效的管理途径。在网络媒介逐步成为青少年的主要信息来源的现状下,传统文化与价值日渐远离青少年人群的文化消费和信息选择的范围,而由网络文化所衍生的新的文化价值取向开始主导青少年的意识形态。一方面,新兴媒介所呈现的意识形态、价值取向都在全球化的影响下日益向欧美等影响力更大的媒介靠拢;另一方面,媒介生产者为了更大的商业利益而大量生产挑战社会风俗道德价值底线的媒介产品,这无疑让媒介素养教育成为青少年教育中迫在眉睫的一环。

再次,媒介生产者与媒介消费者之间存在着不平等关系。在媒介竞争日益激烈的今天,媒介机构对信息的提供往往以受众需求为参照,一味地追求商业利益,而将社会利益、文化利益置于次要考虑。

第四,媒介信息获取已然成为一种日常生活的必然组成部分,媒介信息接收成为人们一日三餐之外的“第四餐”。人们对媒介信息的摄入有时已达到一种病态的程度,过度沉湎于媒介接触而无法自拔。“媒介依存症”“网瘾”等社会心理疾病越来越多,不少人沉溺于虚拟社会互动而逐渐隔绝了与现实社会的交往,并形成孤僻、自闭的性格。

鉴于以上种种,如何提高国民尤其是青少年的媒介素养,让人们能够具备正确地选择、分析、评价甚至是传播各种媒介信息的能力,就成为刻不容缓的议题。

三、媒介素养的概念

要搞清楚“媒介素养”这个概念我们有必要区分什么是媒介,什么是媒介素养,什么是媒介素养教育。这三个概念一直都在变化。“媒介”在过去的概念中就是媒介组织,采用一定技术,拥有大规模受众,这是大众传播的一种标志,比如广播、电视、电影、报纸、杂志、书籍、DVD、电子游戏、广告、互联网等。现在媒介传播被看做是一个连续的统一体,从人际传播到大众传播,它的特征是新媒体增加了受众对媒体的控制和参与程度,比如说网络电台、手机短信、微博、DV等等。

“素养”一词我们从来就不陌生。《汉书·李寻传》中提到“马不伏历,不可以趋道;士不素养,不可以重国”;宋代陆游在《上殿札子》中写道“气不素养,临事惶遽”;元代刘祁则在《归潜志》卷七中指出

“士气不可不素养。如明昌、泰和间,崇文养士,故一时士大夫,争以敢说敢为相尚”。^① 这些中国古代文献中所使用的“素养”一词,指的是人的修习涵养。而在英语中,“素养”(literacy)一词原指阅读、识字、读写能力,在早期的用法中往往集中于描述人们的文字阅读能力,着重强调平面媒介内容的使用能力。“素养”进而也指人们通过后天学习而具备的某方面的知识或某项技能,如文学素养、音乐素养等。在媒介教育研究领域被引申为具有使用媒介和利用媒介的一种能力。很多研究者认为,就像具备识字、阅读写作能力一样,当今时代个体必须还要具备一种能力,即获取信息的能力、分析信息的能力、评估信息和传播信息的能力。尤其是在新媒体技术日渐发达的今天,越来越强调公众有没有传播信息的能力,将互联网变成一个民主建设或者社会表达的平台。

大众媒介自上世纪初以来的飞速发展让人们迅速意识到,除了需要具备对平面媒介所使用的文字解读能力之外,也需要对其他媒介内容相应的解读能力,并就此提出了“屏幕素养”“图像素养”“电视素养”“网络素养”等一系列相关媒介使用能力的概念。随着新的媒介技术的不断推出,类似的概念还将继续涌现,也将媒介素养的范围不断拓宽。

“媒介素养”的主要内容就是人们能够科学地认识媒介,理性地选择与接触媒介,正确有效地理解媒介内容,能够积极、主动面对并分析、判断和传播各类媒介信息的能力,是信息时代每个公民都应该具备的基本能力之一,是公民素养的重要组成部分。媒介素养的整体水平也体现出一个国家、一个民族的整体文明程度与文化发展状况。

国外对“媒介素养”的定义大致有以下几类:

1992 年在美国举办的“媒介素养领袖会议”(National Leadership Conference on Media Literacy)将“媒介素养”定义为受众有权接触、分析、评估各种媒介讯息,并达到沟通的目的。^②

日本媒介教育专家铃木则认为“……公民对媒介加以社会性、批

① 陈龙:《媒介素养通论》,中南大学出版社 2007 年版,第 3 页。

② 陈龙:《媒介全球化与公众媒介素养结构的调整》,载《亚洲传媒论坛》2003 年 12 月。

判性的分析、评论并接触、使用媒介,更以多样的形态创造互动、沟通的力量。获得这种力量所做的努力便称之为媒介素养”^①。

加拿大的“媒介素养”定义认为,媒介素养旨在帮助学生发展对大众媒介的本质有知晓和批评的理解力,懂得大众媒介所运用的技术以及这些技术所产生的影响。具体而言,媒介素养是一种教育,这种教育的目的是增加学生对媒介如何运作、如何传递信息、如何组织起来以及如何构建现实的理解和享受。媒介素养也旨在让学生具有创造媒介产品的能力。^②

美国的媒介素养专业网站提出,媒介素养是一种能力,用这种能力来接触、分析和评价大众媒介中所传递的诸多复杂信息。媒介素养着重于帮助人们尤其是青年人成为对媒介信息的更谨慎和理性的消费者,从而在有关健康、购物和价值判断的问题上能做出更明智的选择;同时也帮助人们成为对媒介有创新的生产者,从而更有效地传递他们的所思、所想。

国内的研究者对媒介素养的定义则主要有以下几类:

林爱兵等学者将“媒介素养”定义为“掌握各种媒介的特性和使用技巧,并能有效利用媒介来自己创造和制作传播产品的能力”^③。

张志安等学者则认为“媒介素养是人们对各种媒介信息的解读和批判能力以及使用媒介信息为个人生活、社会发展所用的能力”^④。

张冠文等学者提出“媒介素养就是指人们正确地判断和估价媒介信息的意义和作用,有效地创造和传播信息的素养”^⑤。

张开则认为“媒介素养是传统素养(听、说、读、写)能力的延伸,它包括了人们对各种形式的媒介信息的解读能力,除了现在的听、说、读、写能力外,还有批判性地观看、收听并解读影视、广播、网络、报纸、

① 陈龙:《媒介全球化与公众媒介素养结构的调整》,载《亚洲传媒论坛》2003年12月。

② 同上。

③ 林爱兵:《新媒体时代受众:媒介素养、媒体素养和传媒素养教育》,2003年中国传播学论坛暨中华传播学研讨会,2003年。

④ 张志安、沈国麟:《媒介素养:一个亟待重视的全民教育课题》,载《新闻记者》2004年5月。

⑤ 张冠文、于健:《浅论媒介素养教育》,载《中国远程教育月刊》2003年7月。

杂志、广告等媒介所传输的各种信息的能力,当然还包括使用宽泛的信息技术来制作各种媒介信息的能力”^①。

段京肃等学者则将“媒介素养”界定为“公众接触、解读、使用媒介的素质和修养。它包括了三个主要的环节:接触媒介——获取信息;解读媒介——批判地接受媒介信息;利用媒介——借助媒介工作和生活,通过媒介发出自己的声音并维护自己的利益”^②。

从以上诸多定义可以看出,媒介素养是我们通过媒介观察世界、认识世界的方法;媒介素养是我们掌握媒介、使用媒介的技巧;媒介素养是我们解读、辨别信息的能力;媒介素养还是我们批判、驾驭媒介的一种观念。

大众媒介时代的媒介素养教育,将使得我们具备正确使用媒介、有效利用媒介的能力,帮助我们建立起正确获取媒介信息、理解媒介信息产生的意义和独立判断信息价值的知识体系,并力图使我们具备创造和传播信息的能力。通过媒介素养教育,我们才能够了解媒介语言、媒介信息技术,懂得媒介再现现实的特性,反思媒介信息的意义,分析媒介组织的传播影响和效果。由此可见,媒介素养教育不仅仅是专业技能培养的教育,更是迈向公共素质教育的关键,是全面推进青少年素质教育的当务之急,是信息社会的公民教育的题中应有之义。

第二节 媒介素养教育的基本内容及意义

从20世纪30年代初由英国的利维斯和汤普森提出至今,媒介素养教育得到了越来越多的重视。联合国教科文组织就是媒介素养教育的大力倡导者和支持者。在其推动下,媒介素养教育得到了世界上许多国家和地区的普遍关注和大力推广。

由于各个国家、地区在媒介制度、教育体制上都存在较大差异,各国公民的媒介素养程度与媒介素养意识水平也存在较大差距,因而在媒介素养教育的内容设计上也不尽相同。

^① 张开:《媒体素养教育在信息时代》,载《现代传播》2003年第1期。

^② 段京肃、杜骏飞:《媒介素养导论》,福建人民出版社2007年版,第19页。

一、国外媒介素养教育的主要内容

作为媒介素养教育最早的倡导国,英国的媒介素养教育侧重从媒介认识的角度来安排教育内容,强调公民对媒介整体的理解,主要内容包括:媒介经济、媒介科技、媒介法律、媒介运行机制、媒介政治、媒介文化和美学等。其中,对青少年群体的媒介素养教育侧重于对媒介把关人角色、媒介类型及其相应特征、媒介信息制造技术、媒介语言表达等内容的介绍,概括起来,大致可以分为以下四大类^①:

媒介运行机制:主要为了让公民了解媒介的基本特征及政治、经济、文化等各种社会因素对媒介的控制和影响。

媒介真实性的辨别:目的在于让受众学习辨别新闻、纪录片、戏剧及媒介故事与现实世界的差异,认识到由媒介所建构的“镜像世界”与真实世界是无法画上等号的。

媒介基本论题的介绍与分析:针对阶级、性别、种族、年龄等媒介中常常被表现并且往往伴随有“刻板印象”的内容,着重让公民对于媒介的“角色定型”式刻画方式有所了解与警惕。

受众:主要向公民介绍受众与媒介的关系。

而在美国、加拿大等国家,媒介素养教育的内容设计更具系统性和针对性,大多针对不同年龄、不同层次的人群来分别设计难度与侧重点不同的教育主题和内容。以美国为例,其电视素养教育的内容被大致分为四个不同的阶段来进行^②:

儿童阶段(幼儿园到小学五年级):电视素养教育的主要内容包括了解并辨识广告的心理影响;区别事实与虚构;辨识与理解不同或相对的观点的呈现;理解电视节目(如新闻、戏剧、纪录片、公共事务讨论等)的形态与内涵;了解电视与印刷媒介之间的关系;区分节目的元素(如配乐、特效、化妆、布景、道具等);对自己的电视观看行为有所了解并给予评估。

初中阶段(六年级至八年级):电视素养教育的主要内容包括电视

① Manuel Alvarado, Robin Gutch & Tana Wollen, *Learning the Media: An Introduction to Media Teaching*, Macmillan Education, 1987, p. 112.

② 吴翠珍:《媒介教育中的电视素养》,载《新闻学研究》1996年第53期。

与我们的生活;电视戏剧的组成元素;屏幕之后的电视摄影技术;不同的电视节目形态;电视的劝服意图;如何分析电视新闻;节目的播出与“黄金时段”;了解自己节目的喜好所在;如何事先过滤节目;如何成为一个具有批判能力的观众等。

高中阶段(九年级至十二年级):电视素养教育的主要内容包括能够评估并管理个人的电视观看行为;能对电视节目的内容有所质疑;能辨识电视信息的劝服意图;能意识到电视对人类生活的各种可能影响;善用电视观看来加强家庭成员的沟通等。

成人阶段:电视素养教育的主要内容包括透视美国电视工业结构;了解劝服性节目与宣传短片;分析黄金时段节目的结构;探索电视新闻信息来源与社会控制的关系;建议并帮助公民尝试制作新闻节目等。

加拿大的媒介素养教育课程主要采取以下的三种组织形式来开展:

第一种以媒介介绍为主,侧重于介绍特定媒介的特性和优缺点等,譬如对报纸的介绍可能覆盖了报纸的版面设计、报纸的各个组成部分、报纸的种类、报纸的作用、报纸的制作、报纸的运营等详细内容。

第二种则是分主题讨论的形式,就某个特定的话题或事件在不同媒介上如何被呈现和表达进行讨论,如广告中的女性形象、种族、暴力等。

第三种则采用媒介研究单元的形式,针对某一媒介或特定媒介主题进行讨论研究。

德国的媒介素养或称为“媒介能力”,是全国五至十年级学校学生的必修科目,其目的就在于减少媒介的负面影响;引导学生不盲目接收媒介信息;教育学生自主使用各种媒介;鼓励学生自己制作媒介产品。

二、我国媒介素养教育的主要内容

我国台湾地区是较早涉足媒介素养教育的中文教育地区,其媒介素养教育目前已经贯穿了自小学到研究生的各个阶段,教育方式以学校的媒介素养教育课程为主,辅以一定的社会教育项目。

在台湾,电视素养教育的主要内容包括:

电视观看行为的管理:电视的接触目的、电视对日常生活的影响、电视节目评估、安排电视时间等。

电视节目真实性的区分:电视媒介的特质、电视节目的价值观、电视制作技术等。

说服力信息的理解:说服力信息的特征、电视商品广告的说服技巧、电视节目政治性的说服技巧。

媒介生态和组织:电视霸权、媒介帝国主义、文化与电视、电视事业的组织运作及其影响、影响媒介传播的政治经济因素。^①

整体分析,我们能够发现台湾地区 and 国外大多数国家和地区 的媒介素养教育内容大致由四个部分构成,即媒介特质、媒介信息特质、媒介生态与组织、受众对自身媒介接触行为的管理与分析。

中科院新闻与传播研究所的卜卫教授也曾对我国媒介素养教育的内容提出了如下一些设想^②:

媒介特质:电视、广播、游戏、报纸、计算机、互联网等媒介的特质及其制作技术。

信息特质:媒介现实与社会现实的区分;说服力信息和娱乐性信息的特质;价值观讨论——媒介刻板印象、媒介暴力表现、媒介之间的竞争与合作等。

媒介生态:信息的制作方式;影响媒介运行的因素;对西方媒介生产的新闻、电视剧等媒介产品的理解;媒介帝国主义;媒介管理法规及政策等。

受众管理与分析:媒介选择训练;自我管理能力训练;科学使用媒介的训练;媒介内容评估和批判训练;利用媒介发布信息的训练等。

以上四个方面的媒介素养教育内容,主要是为了让公民对媒介有更深入的了解,同时清楚认识到自身对媒介的需求。

此外,鉴于现今网络传播在青少年群体中的巨大影响力,卜卫还有针对性地提出了网络素养教育的内容:了解计算机和网络的基础知识,对计算机、网络及其使用有相应的管理能力;培养创造和传播信息的能力;培养保护自身网络安全的能力,即能够应对网络不良信息,保

① 吴翠珍:《媒介教育中的电视素养》,载《新闻学研究》1996年第53期。

② 卜卫:《论媒介素养教育的意义、内容和方法》,载《现代传播》1997年第1期。

护自己不受侵害。

我国目前的媒介素养教育还处于起步阶段,课程的设置与管理都还不尽完善,但研究者与政府和教育管理部门都已充分意识到了媒介素养教育的重要性与紧迫性,在未来的一段时间内将会把媒介素养教育的广泛开展作为教育的重心之一。

三、媒介素养教育的意义

媒介素养教育是指导学生正确理解、建设性地使用大众媒介信息资源的教育。通过媒介素养教育,学生将逐步培养建立起健康的媒介批判能力,能够充分利用媒介资源来完善自我,参与社会发展。随着现代传播技术的迅速发展,媒介行业不断开拓出新的竞争领域,对于社会生活的渗透影响也无处不在。尤其在互联网诞生之后,网络的迅速普及令强制性的媒介管理方式难于取得显著成效。因此,提高公民的媒介素养,培养公民对媒介的正确认识、判断和理解能力,就成为社会各界共同关注的问题之一。

首先,媒介素养教育能够提高公民对媒介的认识能力。大众媒介干预人们观察世界、认识世界的方式,影响社会成员的价值观。通过提升全民媒介素养教育水平,将会改善并逐步形成良好的媒介环境,帮助公民提升了解媒介信息的形式及其深层本质的能力,熟悉寻求信息的方法,并具备评估、解释、判别、选择、组织及综合信息的能力。

媒介如今已然成为社会追逐和利用的工具和途径,进行信息传播、宣传主张、推销商品、引导消费、享受娱乐。建立解读媒介的思辨模式,就是学会理性辨别信息的意义,辨别媒介真实与社会真实,不盲目相信或采用信息,在此基础上决定公民自己的态度和行为。今天广大公众都应该建立起解读媒介表象与本质、真实与虚假的基本能力,能够客观评价媒介的性质、功能和局限,认清媒介的组织结构及其与政治、经济的各种微妙、隐秘的关系,从而对媒介所传播的信息进行思辨、解读,透视信息背后所隐含的意识形态和价值取向,提高自身对媒介信息的正确评估与选择能力。

尽管现代大众媒介都标榜自己“第四权力”“社会公器”的立场,表明自己客观、公正、中立的态度,但事实上自大众媒介诞生之日起,任何一家媒体都不可能完全超脱社会环境的束缚。缺乏必要的后台

和靠山的媒介几乎不可能长期存在于社会中。在阶级社会中,媒介总是被统治阶级掌握,并成为统治阶级和被统治阶级争夺的对象。普通大众在媒介的眼中往往只是被宣传、被说服、被改造的对象,这一点我们在参与大众传播活动时必须有清醒的认识。要善于把握媒介传播活动的动机,不论是政治的还是商业的,不同背景的媒介在事实的选择、传播角度的确定、材料的搭配、传播时机的把握等方面都有所不同,其传递的深层意义也不同。

其次,媒介素养教育能够提高公民对媒介的批判能力。提高受众的批判意识,是媒介教育受众主动参与大众传播活动的重要内容之一,以批判学习的心态对待各种媒介可以有效防止自我意识的消失。这里提出的媒介批判意识的培养,主要强调受众接触媒介和大众传播活动时的主动意识、主动权的培养,是在目前和未来的大众传播媒介信息的“狂轰滥炸”面前保持独立思考的习惯,并不是对大众媒介和大众传播活动的盲目否定。当受众不再盲目地接受并绝对信任媒介的时候,他们才可能成为社会传播活动真正的主人。

再次,媒介素养教育能够提高公民对媒介的利用能力,帮助公民具备和提高操作媒介工具的能力,包括使用计算机、媒介系统和网络进行信息检索、处理及传播。信息的解读技巧不仅要求能读得懂大众传播的媒介信息,更要善于拨开信息表面的迷雾,读懂信息背后所传达的意义。媒介在许多时候都会以非常隐蔽的手段传播一些需要人们具备高超的解读技巧才能识别的信息,而个人的因素往往也会在信息解读过程中发挥令我们意想不到的作用,需要我们对这些因素加以科学地控制。譬如,对于媒介为我们呈现的认知世界的信息素材,每个人都将根据自己的需要、期望、日常的喜怒哀乐、种族立场、性别意识、家庭和宗教文化背景等诸多个人因素来自觉或不自觉的“捕获”甚至“勾兑”媒介信息的意义和蕴涵。受众应该随时保持对所有媒介信息的警惕性和批判性,不能被媒介轻易左右。

媒介素养教育的目的在于提高公众对媒介的认识水平,积极主动地利用媒介为我们的工作、生活和学习服务。