



中国媒介

素养教育论

■ 荣建华 / 著

武汉纺织大学人文社科文库
(第二辑)

中国媒介 素养教育论

■ 荣建华 / 著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国媒介素养教育论/荣建华著. —北京: 中国社会科学出版社, 2011. 9

ISBN 978 - 7 - 5161 - 0152 - 0

I. ①中… II. ①荣… III. ①传播学: 教育学—研究—中国
IV. ①G206 - 05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 191473 号

特约编辑 李登贵等
责任编辑 陈彪
责任校对 张玉霞
封面设计 张建军
技术编辑 王炳图

出版发行 中国社会科学出版社

社址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮编 100720

电话 010—84029450(邮购)

网址 <http://www.csspw.cn>

经销 新华书店

印刷 北京金瀑印刷有限公司

装订 广增装订厂

版次 2011 年 9 月第 1 版

印次 2011 年 9 月第 1 次印刷

开本 710 × 1000 1/16

印张 20.75

插页 2

字数 280 千字

定价 52.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

人文社科文库(第二辑)

前言

刘纲纪

1900年2月,时年27岁的梁启超在目睹戊戌变法失败后,愤而作《少年中国说》,极力歌颂少年的朝气蓬勃,热切希望出现“少年中国”,同时大声疾呼:“今日之责任,不在他人,而全在我少年。少年智则国智,少年富则国富;少年强则国强,少年独立则国独立;少年自由则国自由;少年进步则国进步;少年胜于欧洲则国胜于欧洲;少年雄于地球则国雄于地球。”2005年1月,在中英联合举办的大型科技合作项目——“精英科技年”活动中,英国科学与创新部部长盛伯里勋爵出席揭幕仪式时说:“建设世界一流大学,要信任年轻人。”一流大学最重要的表征,在于能使年轻人具有持久的创造力。学校和科研机构的重要职责,是放手让年轻人独立进行科研。盛伯里又说:“我们发现,英国诺贝尔奖获得者的获奖成果,绝大多数都是在他们20岁到30岁之间做出来的。”纵观世界科教历史,几乎所有学科,各种重要的原创性思想都是许多年轻学者在年轻时提出的。支持年轻人,符合科学发展的规律。^①严格意义上说,武汉纺织大学还不是国内的一流大学,但是每个纺大人都有一种“让纺大成为一流大

^① 饶毅、施一公:《支持年轻人 构建中国科学的未来》,载《人民日报》2011年2月14日第20版。

学”的希望和梦想。为了实现这个梦想，纺大人在践行教学基础地位的同时，狠抓科研发展与创新工作，特别是培养年轻人的科研发展能力和创新能力。在学校这种积极政策的引导和学术氛围下，一批纺大人开始向推动创新奋勇进军。“长江后浪推前浪”，更多的纺大年轻人正在为实现他们理想中的创新奇迹而积极准备着。年轻人是一个国家未来的希望所在，更是纺大新时期生命之所在。年轻的科技人才将决定着武汉纺大能否在强手如林的中国乃至世界站稳脚跟、持续发展，直至赶超世界先进水平。

2009年1月，中央人才工作协调小组制定了《关于实施海外高层次人才引进计划的意见》（简称“千人计划”）；2010年6月，我国首个中长期人才发展规划《国家中长期人才发展规划纲要（2010—2020）》颁布。随着学校的稳步发展和前进，近年来纺大各个学科专业均引进了相当数量的年轻博士，如何让这些年轻博士人尽其才，发挥其最大的才智？纺大为此做了最大努力，一是为尚未独立的博士和博士后提供良好的个人待遇，如享受副高、周转房等待遇，使他们在生活上没有后顾之忧，可以专心于科研工作；二是为刚刚起步的年轻研究者创造良好的科研环境，如科研启动基金、学术专著文库出版等等，使他们最大限度地专注于科研创新。据统计，在首批资助的16部“人文社科文库”著作的作者中，已有3人获得国家社科基金、1人获得国家自然科学基金、2人获得教育部社科基金、1人获得湖北省社科基金。丰硕的成果再次证明，要让年轻的博士们脱颖而出，学校一定要下硬功夫，为青年人才的成长铺路搭桥，做坚强后盾。

为此，武汉纺织大学决定继续出版“人文社科文库”，深切希望得到国内外学者专家的关心、支持和指教，以推动广大年轻科研创新人才及早脱颖而出，是所望焉！

序 言

雷跃捷*

媒介素养是目前我国新闻传播学研究的热点课题之一。自新世纪以来,媒介素养研究呈现一个逐渐升温的态势,特别是近几年来,出现了多篇这方面的博士论文,可谓形成了媒介素养研究的一个小小的高峰。研究者的视角不尽相同,其具体结论也颇有差异,但基本倾向是相同的,即深刻地阐明了在我国开展媒介素养教育的必要性和重要意义。荣建华的博士论文以教育学的视角,在梳理国内外相关研究成果的基础上,结合中国实际,探讨媒介素养教育的基本理论问题,对影响和制约我国媒介素养教育的因素进行了深刻、全面的分析并提出中国特色的媒介素养教育理念,包括媒介素养教育的本质、目的、主体、内容、对象等;针对我国媒介素养教育的现状与问题,借鉴相关国家的经验,从政府决策、学校教育与社会参与等多个层面探讨我国媒介素养教育的路径、方法、模式。这是一种有益的探讨,是目前国内对于媒介素养教育较为系统和全面的论述。研究成果具有一定的现实指导意义。

目前我国新闻传播领域的学者对于媒介素养的研究多侧重从新闻

* 中国传媒大学传播研究院院长、教授,教育部新闻学教学指导委员会副主任。

学和传播学的角度进行研究，荣建华硕士和博士都就读于中国传媒大学新闻学专业，而他本科毕业于华中师范大学教育学专业，所以他充分利用自己跨学科的知识背景，以教育学的视角来研究媒介素养问题，研究的角度与众不同。在全文对媒介素养问题的论述过程中，将新闻传播学和教育学的相关理论进行了较好的融合。事实上，媒介素养教育的理论资源十分广泛，涉及传播学、教育学以及社会学、政治学、心理学等多学科理论，但归根结底它是一种教育学，荣建华的博士论文以教育学为视角，结合批判理论与文化研究理论、符号学理论、使用与满足理论、媒介生态理论、涵化理论等，从教育目的、教育对象、教育内容、教学手段，教学方法、教育途径、教育评价等多方面阐述媒介素养教育，对建立中国特色的媒介素养教育体系是一种积极的和有益的探索。

大众的媒介素养是衡量社会文明的标志之一，是社会进步的考查指标。中国是人口大国，也是传媒大国、教育大国。改革开放以来，我国报纸、杂志、广播、电视、网络等大众传媒发展迅猛，媒介形态、功能日益多元化，其商业化和娱乐化的弊端也开始引起社会各界的关注，在复杂多变的媒介信息面前，如何提升公众自身的认知、选择、使用能力，成为建构健康媒介生态必不可少的一环。目前，中国社会正处在一个转型阶段，社会体制及社会观念正在发生一系列的显著变化，传播体制及传播观念同样也正在发生一系列的显著变化。同样地，在新的媒介生态环境下，我国受众的媒介素养也应该随之进行改变和提升。随着我国的民主政治进程的不断推进，民众的参政、议政意识不断增强，如何有效地运用大众媒介行使自己参政、议政的民主权利已成为日益迫切的问题。新媒介技术的发展，给公众提供了更多参与社会的机会和方式，迫切需要公众的媒介认知、批判、使用能力的提高。事实上，同我国整个大众的整体素质一样，我国大众的媒介素养和现代社会的要求还有不小差距。因此，着手开展大众化的媒介素养教育，提升受众媒介素养的水平，就成为当前我们应着意为

之的一项工作。

早在 20 世纪 30 年代初期,英国学者开始倡导媒介素养教育,至今已有 70 多年的历史。目前世界上有 40 多个国家和地区开展了不同形式和内容的媒介素养教育活动,使之成为一种新教育运动。我国在 20 世纪 90 年代才引入媒介素养和媒介教育的概念,目前对该课题的基础性研究还比较薄弱,大多处于对国外理论的梳理和经验的介绍上,系统的学理分析和研究还比较少。荣建华的博士论文通过分析借鉴国外及我国港台地区的理论与实践经验,从我国国情出发,提出媒介素养教育发展的框架和多维层次结构,在进行初步的实践探索的基础上,提出发展我国媒介素养教育的具体对策与建议。与以往研究相较,他的研究拓宽了研究的广度、增加了研究的深度。

目前我国从事媒介素养教育的研究者主要来自传播学领域和教育学领域,他们在不同的领域对我国媒介素养教育理论和实践的发展进行了有益探索,但二者还处于“各自为战”的状态,比如新闻传播学界称“媒介素养”,教育界多称“媒体素养”。由于学科背景不同、侧重点不同,对于媒介素养教育的基本概念、价值取向和理论路径尚未达成足够的共识,这极不利于媒介素养教育研究的健康发展,概念的界定是理论研究的基础,有鉴于此,该文提出我国传播学者和教育学者在媒介素养教育方面合作和融合的建议,并对相关比较混乱的概念进行辨析,对有关理论进行梳理,以求得比较一致的见解。发达国家媒介素养教育的出现预示着媒介教育的存在,它提醒中国教育界对中国媒介教育进行学科整合的时刻已经到来。

我国当前在中小学和高校正大力推行素质教育,媒介素养是各个年龄层次学生的基本素质,在我国大中小学教育体系中全面引入系统化的媒介素养教育,将有效地提升我国青少年的素质,实现学校培养目标。媒介素养教育就是培养公众对各种媒介信息的解读、批判能力以及使用媒介信息为个人生活、社会发展服务的能力的过程。其最终目的是造就出具有较强批判能力、能独立思考媒介信息的优质公民。

我国素质教育的内涵与媒介素养教育的根本目的是一致的，即都是培养人的主体性，培养独立精神和创新精神，所以，媒介素养教育是素质教育的重要组成部分。

我对于荣建华的认识和了解始于他来中国传媒大学（当时叫北京广播学院）读硕士研究生，硕士期间带着他进行新闻频道及新闻教育研究，并以新闻教育为内容完成了硕士论文。而后，他举家去武汉一所高校任教，一方面担任广播电视新闻专业课程，另一方面开设了有关媒介素养的全校公选课，还主持了多项有关媒介素养的湖北省教育厅人文社科项目。2007年又回到中国传媒大学读博士。博士论文开题前，我询问荣建华的选择，他说打算在原来新闻教育研究的基础上再前进一步，探讨一下媒介素养教育的问题，我表示支持，并希望他利用自己跨学科的优势在这方面有所突破和创新。其间我们也进行过多次的探讨和交流，我多次询问论文进展情况。去年五一期间，他终于完成全文，阅后，我为之释然。

本书是荣建华在其博士论文的基础上修改而成的。由于要赶上他所在单位的出版计划，修改的时间稍微有点仓促，其中有些理论问题还有待进一步深化。比如如何从理论上进一步阐述媒介素养教育的本质问题等。另外，在我国媒介素养教育的实践路径方面还有待进一步探讨，某些问题还存在不足。希望作者在完成这本著作之后，能继续深化这些问题的研究，进一步跟进和完善，贡献出更多更新的研究成果。

2011年3月

目 录

人文社科文库(第二辑)前言	刘纲纪 (1)
---------------------	---------

序言	雷跃捷 (1)
----------	---------

第一章 绪论	(1)
--------------	-----

第一节 研究背景	(1)
----------------	-----

一 中国大陆媒介形态、功能的多元化	(1)
-------------------------	-----

二 媒介素养教育在全球的扩展	(4)
----------------------	-----

三 新媒介技术的发展	(5)
------------------	-----

四 转型期社会发展的需要	(8)
--------------------	-----

第二节 研究综述与问题的提出	(11)
----------------------	------

第三节 研究意义与方法	(16)
-------------------	------

一 研究意义	(16)
--------------	------

二 研究方法	(17)
--------------	------

第四节 概念的界定	(18)
-----------------	------

一 媒介与媒体	(18)
---------------	------

二 素养与素质	(26)
---------------	------

三 媒介素养教育的内涵	(29)
-------------------	------

四 与媒介素养教育相关的概念	(37)
----------------------	------

第二章 媒介素养教育的理论依据及西方国家的实践	(47)
第一节 教育学相关理论	(47)
一 批判教育学理论	(47)
二 建构主义教育学理论	(49)
三 教育目标分类理论	(52)
第二节 传播学相关理论	(55)
一 批判理论与文化研究理论	(55)
二 符号学理论	(61)
三 使用与满足理论	(64)
四 知沟扩大假设	(65)
五 媒介环境理论	(67)
六 涵化理论	(69)
第三节 西方国家媒介素养教育发展经验	(72)
一 西方国家媒介素养教育发展历程	(72)
二 西方国家媒介素养教育的特点	(83)
第三章 我国媒介素养教育的必要性及制约因素	(95)
第一节 媒介素养教育的必要性	(95)
一 双刃剑:媒介的社会功能	(95)
二 媒介文化全球化趋势的需要	(108)
三 中国公民媒介素养整体水平偏低	(113)
第二节 影响和制约我国媒介素养教育的因素	(118)
一 中国社会的二元结构	(118)
二 东中西部差异	(123)
三 应试教育的现实存在	(126)
第四章 中国特色的媒介素养教育理念	(129)
第一节 媒介素养教育的本质与目的	(129)

一 媒介素养教育的本质	(129)
二 媒介素养教育的重要理念及原则	(135)
三 媒介素养教育目的:培养主动的阅听人	(144)
四 媒介素养教育是一种终身教育	(151)
第二节 媒介素养教育的主体与对象	(155)
一 媒介素养教育的主体	(155)
二 媒介素养教育的对象	(158)
第三节 媒介素养教育的内容	(173)
一 西方国家媒介素养教育的内容概述	(173)
二 关于我国媒介素养教育具体内容的构想	(174)
第四节 媒介素养教育的手段:体验式与分析式教学	(180)
一 体验式	(181)
二 分析式	(189)
三 整合媒介素养教学	(198)
第五节 媒介素养教育的评价体系	(201)
一 国外标准的借鉴	(201)
二 中国媒介素养教育目标体系框架构建	(203)
第五章 中国青少年媒介素养教育的途径	(207)
第一节 中国青少年媒介素养教育的路径选择	(208)
一 建立以学校教育为主的媒介素养教育实施途径	(208)
二 建立以青少年为主要对象的媒介素养教育体系	(209)
三 自上而下和大学教育先入为主	(210)
第二节 学校——媒介素养教育的主渠道	(215)
一 中小学媒介素养教育策略	(215)
二 高校媒介素养教育策略	(228)
第三节 家庭——媒介素养教育的辅渠道	(232)
一 媒介在家庭中扮演着重要角色	(232)

二 提高家长的媒介素养,两代人共同成长	(234)
第四节 媒介组织——媒介素养教育的中坚力量	(238)
一 大众媒介的社会责任	(239)
二 大众媒介参与的具体途径	(246)
第五节 社会——媒介素养教育的重要力量	(250)
一 发挥政府的主导作用,营造良好的媒介素养教育 社会环境	(250)
二 充分发挥民间机构和社会团体的作用	(252)
三 努力构筑媒介素养教育的社区平台	(254)
四 整合各种社会资源,净化媒介环境	(255)
结论	(257)
附录 新世纪我国新闻教育面临的挑战与对策	(261)
参考文献	(309)
后记	(320)

第一章

绪 论

第一节 研究背景

一 中国大陆媒介形态、功能的多元化

改革开放以来,我国新闻事业发展迅猛,媒介数量增多,种类增加,内容丰富,功能拓展,结构优化。特别是1992年党的十四大提出建立社会主义市场经济体制以后,我国大众媒介的形态、功能发生了很大变化。大众传媒逐步引入市场因素,实行市场化运作、企业化管理和集团化发展。都市类媒介和新兴媒介从无到有,从弱到强,与传统主流媒介形成了有益的补充和互动,初步形成了覆盖广泛、技术先进的现代传播体系。报纸从1978年的186种增加到2008年的1942种,期刊由1978年的930种增加到2008年的9549种,广播电台也从20世纪80年代初的114座增至1320座,2008年全国有线广播电视用户约1.63亿户,其中数字电视用户4501万户,付费数字电视用户452万户,全国广播电视人口综合覆盖率分别达到95.96%和96.95%,目前已经基本形成了无线、有线、卫星、新媒体等多技术多层次混合覆盖的、现代化的、世界上覆盖人口最多的广播电视覆盖网。1994年,我国正式与国际互联网接通。根据我国互联网络信息

中心的研究报告,到2009年底,中国网民规模达到3.84亿人,在总人口中的比重达到28.9%,手机网民2.33亿,占网民总体的60.8%,互联网规模位居世界第一位。随着大众媒介的迅猛发展,特别是电脑与互联网的迅速普及,我国人民的日常生活也迅速媒介化了。德国媒体教育学家迪特·巴克(Dieter Baacke)这样描述媒介化的日常生活:“生活的世界就是媒体世界。”^①

与此同时,我国大众媒介的功能也明显地丰富多彩了。总体来看,新中国成立后,特别是1957年到1976年这段时期,中国大众媒介的政治“本位”较强,“注重宣传功能,大众传媒不断地向社会公众(受众)传输各种组织理念、价值取向,进而影响着受众的思想和行为。”^②只看重新闻的宣传价值,而忽视新闻的信息价值等。但是改革开放以来,特别是20世纪90年代末期,“随着整个社会的市场转型,中国传媒文化也经历着从宣教文化向娱乐文化的转型”^③。大众传媒开始注意经济发展、社会发展、文化发展以及普通受众的需求,大众传媒的功能走向多元化。改革开放后,经过新闻改革,业界和学界大胆探讨和实践,终于逐步认识并强化了新闻传播的多重功能及作用。“传媒是阶级斗争的工具”的传统观念被摒弃,媒体的政治属性与商品属性等得到确认,信息功能与娱乐功能等得到开发。

媒介的产业化对于受众来说更多的是体现在媒介提供的内容越来越丰富和多元化,一切为受众服务的理念已被超越,甚至出现无条件满足受众需求的倾向。虽然媒介仍然主要承担着党和国家的宣传喉舌作用——新闻传播属于比较敏感的意识形态范畴,政府对媒介实施了比较严格的监管和控制,但也引入了商业运作机制。商业化的运作给媒介带来了活力,但同时因为商业的介入,利益的驱动,使得越来越

① 吕巧平:《媒介化生存——中国青年媒体素质研究》,中国传媒大学出版社2007年版,第3页。

② 谢金文:《新闻·传媒·传媒素养》,上海社会科学院出版社2004年版,第14页。

③ 蔡帼芬、张开主编:《媒介素养》,中国传媒大学出版社2005年版,第205页。

多的媒体成为广告和娱乐的附庸。“媒介在经济利益面前所表现出的对事件的创造力，使构造一个虚假的媒介世界成为可能，此时的媒介已不再是纯粹的为受众所使用的接收信息的工具，媒介及媒介的利益主体都处于异化状态。”^①

随着传媒在产业化道路上越走越远的同时，其不良倾向也日益暴露。传媒的低俗化是20世纪90年代以来我国大众传媒市场化、娱乐化蓬勃兴起的一种变异现象，其本质上表现为大众传媒在传播活动中放弃自身社会责任、片面迎合部分受众的低级趣味和需要，如炒作明星绯闻、迎合猎奇心理、专重感官刺激、渲染色情暴力的不良倾向。近一段时间，低俗之风在一些报纸、广播、电视、网络中呈抬头之势，媒介商业化和娱乐化的弊端也开始引起社会各方的重视，面对这样一个庞大复杂、泥沙俱下的信息环境，如何有选择地吸收信息对每一个生活在现代媒介环境下的人提出了要求。过去，由于我国媒介政策及当时的媒介发展状况，使得媒介在一定程度上是代表党和政府说话的，是一种宣传工具，具有很强的权威性，受众对其也具有了习惯性的依赖，缺乏必要的分辨意识和能力。而如今面对复杂的信息环境，需要受众必须改变原来的被动接受习惯，成为主动的、批判的受众。因此，提升受众自身的选择、批判、使用能力，成为建构健康媒介生态必不可少的一环。改变我国媒介运行中存在的这些不良现象，消除其不良影响，除了倡导和培育良好的媒介职业精神、加强媒介工作者个人操守修养、建立有效职业道德监督约束机制以及制定出台新闻法律法规等措施之外，着手开展大众化的媒介素养教育，提升我国受众的媒介素养水准，增强其对纷繁复杂的媒介信息的鉴别和利用能力，提高其影响媒介的水平，使其成为一个积极主动的、具有批判意识的能动主体，而不是一个被动的“靶子”，或许是一条更为治本的途径。

^① 张冠文：《论媒介素养教育的必要性》，《山东省青年管理干部学院学报》2003年第11期。

二 媒介素养教育在全球的扩展

早在20世纪30年代初期,英国学者开始倡导媒介素养教育,至1989年,英国国内已有170多家大、中、小学开设了媒介素养教育课程,并于90年代推向了全国。至20世纪70—80年代后,由于官方和联合国教科文组织的介入,学校的媒介素养教育开始形成规模。联合国教科文组织先后出版了《多种声音,一个世界》、《将大众媒介用于公共教育国际研讨会的最后报告》、《媒介教育》、《了解媒介:媒介教育与传播研究》等多种读物,为媒介素养运动在全球范围的展开起到了强有力的推动作用。很多国家都将媒介素养教育纳入学校课程内,并陆续发展出许多教学模式及课程教材以供参考,媒介素养教育逐渐成为一种终身教育。20世纪90年代以后,媒介教育一直在世界范围内不断蔓延,继英国、加拿大、美国之后,澳大利亚、法国、意大利、西班牙、荷兰、挪威、瑞士、巴西、古巴、印度、日本、菲律宾以及中国香港、台湾等国家和地区先后开展了媒介素养教育。2000年5月,世界“传媒教育2000年高峰会”在加拿大多伦多市举行,来自世界55个国家共计1400多名媒介教育代表出席了会议。目前,中国香港和台湾已经进入到研发教材、教师培训、政府政策保障的阶段。香港成立了传媒教育协会,并在学校和社会上开展活动,到Web2.0的时代,其传媒教育出现范式伸延,迈向了第二代传媒教育。台湾近年也多次给教师开办传媒培训班,并于2002年10月由当局正式发布《媒体素养教育政策白皮书》,认可了媒介素养教育运动。

中国大陆在20世纪90年代后期才引入“媒介素养”的概念。1997年,卜卫发表在《现代传播》的《论媒介教育的意义、内容和方法》成为我国媒介素养研究的发端。进入21世纪,我国的媒介素养研究逐渐升温。西方国家媒介素养教育的发展,尤其是来自港台地区的媒介素养教育的实践经验,越来越多地对中国内地的媒介学者和教育工作者产生影响,此后,学者们陆续发表了一些研究媒介素养和