



信息时代

的媒介素养

XINXISHIDAIDEMEIJIESUYANG

李军林 等著

湖南人民出版社

信息时代

的媒介素养

X I N X I S H I D A I D E M E I J I E S U Y A N G

李军林 等著

湖南人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

信息时代的媒介素养 / 李军林等著. —长沙: 湖南人民出版社, 2010. 8

ISBN 978 - 7 - 5438 - 6633 - 1

I. 信… II. 李… III. 传播媒介 - 研究 IV. G206. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 119746 号

信息时代的媒介素养

李军林 等著

出 版 人: 李建国

责 任 编 辑: 赵颖峰

装 帧 设 计: 洪 杰

出版、发行: 湖南人民出版社

网 址: <http://www.hnppp.com>

地 址: 长沙市营盘东路 3 号

邮 编: 410005

经 销: 湖南省新华书店

印 刷: 长沙科地印务有限公司

印 次: 2010 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

开 本: 710 × 1000 1 / 16

印 张: 19. 75

字 数: 360000

书 号: ISBN 978 - 7 - 5438 - 6633 - 1

定 价: 38. 00 元

绪 论

在当今的信息时代，大众媒介对公民生活的影响已经远远超过以往任何历史时期，大众传媒正在日益形成并改变人们的思维角度、心理素质与行为方式。由于在现实世界中能够获得的经验与信息相当有限，人们总是不断地进入媒介世界以获得现实世界中不能获得的信息。人们游离于这两个世界之间，使得两个世界的界限变得日益模糊。因此，要认清现实世界与媒介世界之间的界限，客观掌握经验与信息，人们就必须提升自身的媒介素养，培养获取、分析、评价和传播各种媒介信息的能力，提高正确使用媒介和抵御媒介不良影响的能力，使各种媒介信息有效地服务于个人的工作和生活。

一、 媒介素养的核心问题

媒介素养概念始于20世纪30年代的英国，其目的是保护英国的价值观念与传统文化不受当时流行文化的冲击，随后，媒介素养在欧美发展成为一种新的学校教育科目。西方社会对传媒素养的重视，源于大众传媒的负作用，大众传媒在商业动机的刺激下所普及的流行文化，以低级庸俗的内容消解了精英文化，危害了受众，尤其是青少年，它推销一种“低水平的满足”，这种“低水平的满足”将误导社会成员的精神追求，尤其会对青少年的成长产生各种负面影响，并由少数利益集团左右大众视听，误导社会和公众。西方的大众传媒建立于自由主义传媒理论和体制的基础之上，这种理论强调公民有自由创办传媒、报道消息、发表言论和其他内容的权利。因而要抑制传媒的负作用，很大程度上要靠大众传播过程的另一端——接受者的辨别、防范、抵制能力，也即靠受众的传媒素养。因此，教育界应以系统化的课程训练培养青少年的媒介批判意识，使其能够辨别和抵御大众传媒的不良影响而成为理性的信息消费者。

具体而言，现代人所具有的媒介素养应包括媒体批判能力、媒体知识、媒体使用能力和媒体创作能力四个基本组成部分。在人的媒介素养中，媒体批判能力



是所有其他能力的基础，一个具有媒介素养的人，他首先能够对媒体内容进行分析、区别和反思，它包括分析能力、自我反思能力和媒体道德意识。媒介素养与媒介素养教育密切相关，前者是后者的目标和方向。媒介素养教育，就是指导受教育者正确理解、建设性地享用大众传播资源，培养受教育者健康的媒介批评能力，使其能够充分利用媒介资源完善自我，参与社会发展。因此，媒介素养的核心问题就是要把人培养成为一个主体的人，在信息时代由媒介所构筑的环境中，了解媒介、掌握媒介与利用媒介，帮助人们成为媒介有创新性的生产者，从而更有效地传递他们的所思、所想，更好地为人的发展服务，把人塑造为自我思考、自我选择、自我行动的社会主体。

二、媒介素养的理论背景

媒介素养教育在西方的兴起，与大众传媒的迅猛发展密切相关。伴随着这种发展，人们对传媒的理论思考日益深入，这为媒介素养教育提供了深厚的理论背景。

（一）法兰克福学派

法兰克福学派的媒介批判理论是他们社会批判理论的一部分，他们创造了“文化工业”一词来指称资本主义社会的大众传媒，他们认为以“大众传媒”为代表的文化产业的特殊功能是：既使现存的资本主义社会的意识形态合法化，又能把个体整合进资本主义系统结构。在把大众传媒放进资本主义整个政治语境进行的过程中，法兰克福学派坚持一种“强烈价值介入”的定性研究，将马克思的异化理论和卢卡契的物化理论引入大众传媒批判理论之中。法兰克福学派认为，大众传媒并没有带来人的自由与解放，而是导致文化的异化和物化。文化工业遵循商品生产规律，使文化产品永远带有普通商品的物化特征，机械复制导致了千人一面，失却了精神产品的个体独创性。不仅如此，文化工业的最大危害在于它通过灌输虚假的需要和幸福意识，促使人们认同现实，并进而操控他们的日常生活，人们沉浸在消费的幸福感和当下的感官满足中，成为失去反抗欲望的单向人。因此，通过这种大众传媒产业实现的社会控制是一种温柔的谋杀。法兰克福学派传媒批判理论的主题是揭露大众媒介的物化与操作机制，唤醒被压抑的人的真正生命欲望，从传播内容方面，为媒介素养开启了一个人文批判的传统。

（二）媒介环境学派

媒介环境学派源于对媒介技术的批判与反思。在20世纪四五十年代，美国学

者刘易斯·芒福德就提出了“技术即容器”的观点。这种观点拓展了对媒介技术的新的认识视角：技术不只是一种达到目的的手段或工具体系，它还是负载价值的，因而具有丰富的伦理与政治意义。后来者正是顺着这一思路，假定传播媒介在将数据或信息从一个地方传递到另一个地方时并不是中性、透明或无价值的渠道，相反，媒介的内在物质结构和符号结构在信息编码、传输以及解码的过程中扮演重要角色；媒介的符号形态限定了该媒介所能代表信息的代码特征。

加拿大多伦多学派的代表性人物英尼斯和麦克卢汉接着上述思路，继续探讨媒介在信息传播过程中的影响。英尼斯探讨了传播媒介内在的时空偏向对于文化的影响，而麦克卢汉则认为，媒介传情达意的特定方式，能改变人的感官生活——能改变人的所见、所听、所触、所尝和所嗅，因而能改变人的所知。每一种媒介都是人体的延伸，每一延伸都会使人五种感官的均衡状态发生变动，最终产生一个新的环境。

以波兹曼为代表的纽约学派则更进了一步，他开启了真正的媒介环境学研究，他将媒介环境学定义为把“媒介作为环境的研究”，把麦克卢汉的“媒介即信息”命题发展成“媒介即隐喻”，其含义在于，媒介环境学将传播媒介本身视为一种环境结构，即由一套专门的代码和语法系统组建的符号环境。人们掌握媒介之时，也就意味着适应了媒介本身这一符号环境。从微观层面理解，当我们“使用”媒介，从媒介的内在符号世界中思考、感知、谈论或表现身边世界时，不是站在传播媒介之外，相反，我们处于传播符号结构之中。所谓符号环境，其本质特征在于两种以上或多套专门的代码和语法的并存即多种媒介的符号环境，在这里所要关心的是，媒介共存的动态影响以及它们的互动如何产生或组成一种合成的符号环境。由波兹曼奠定基础的“媒介环境学”立论的中心和原点是媒介，它“研究人的交往、人交往的信息及信息系统。具体地说，媒介环境学研究传播媒介如何影响人的感知、感情、认识和价值，研究我们和媒介的互动如何促进或阻碍我们生存的机会”。“媒介环境学研究信息环境。它致力于理解传播技术如何控制信息的形式、数量、速度、分布和流动方向，致力于弄清这样的信息形貌或偏向又如何影响人们的感知、价值观和态度。”^① 它以人为中心，以媒介作为人的生存环境来进行研究，现代人应该如何提高自己的媒介素养以适应媒介环境，这成为媒介环境学的中心命题，为媒介素养提供了理论资源。

^① 何道宽：《媒介环境学派的理论命题、源流与阐释》，《新闻与信息传播研究》，2008，（1）。

（三）“使用”与“满足”理论

“使用”与“满足”理论是美国学者卡茨和格瑞威奇在20世纪70年代初提出的理论假设。这个理论在媒体研究发展理论史上有着重要的地位。“使用”与“满足”理论要研究人们使用媒体的原因和媒体内容的功能，它关心的是：接受者选择媒体或者媒体信息时，是为了满足他们的哪些需要？或者说，接受者对媒体有什么期待？在“使用”与“满足”理论里，接受者不再是被动的接受者，不再是大众传媒的牺牲品，而是主动的媒体使用者，他们的需要和期待应该得到充分考虑。尽管这个理论存在缺陷，比如忽视了传播内容对使用者的影响，对媒体与媒体使用者的关系进行孤立研究，没有考虑到使用者的情感状态、社会环境等因素的影响等，但依然对研究人们的媒体行为具有重大意义，使用者、接触者的媒体需求成为媒介研究的主要问题。

（四）布尔迪厄的习癖理论和资本类型理论

布尔迪厄的习癖理论认为，习癖是人类大脑中长期存在的一种体系，是人类思维、行动和认知的共同体，它是人在社会化过程中所掌握、已经为人所拥有、并成为人本身知识结构的那一部分。它使人们能够在社会生活各个不同的真实情景中作出灵活的反应。换句话说，人们会在不同情景中作出不同的反应、采取不同的行为模式，但是绝对不会超出习癖这个系统。但是布氏也强调，习癖并不是随便可以拥有的。习癖的形成深受人们所拥有的资本数量的影响。布氏发展了马克思的“资本”概念，他将一个人所拥有的资本分成四种：经济资本、文化资本、社会资本和象征性资本。其中前三种资本和媒介素养密切相关。经济资本是指所有可以转化为金钱的财物，它对一个人是否迅速具有媒介素养起着至关重要的作用。文化资本就是指一个人所受到的教育、一个人所拥有的一切可以转化为经济资本的知识。媒介素养就是文化资本的重要内容。社会资本是指人的社会关系网络，它具有很强的扩散性和多功能性，无疑，一个具有良好媒介素养的人会具有更多的社会资本。因此，布氏的习癖理论和资本类型理论为媒介素养教育提供了社会理论基础。

（五）知沟理论

知沟理论研究媒体发展所带来的潜在的、消极的长期社会效果，它在20世纪70年代由美国传播学家首先提出，其基本观点是：媒体所传播的信息或知识在被不同的社会群体所接受和使用的时候，会产生“信息富人”和“信息穷人”。这种差异产生于人们所处的社会文化的不同所导致的接触媒体方式的不同。“当大众

媒体的信息流在一个社会体系中增长时，一些具有较高社会经济地位的社会群体会比那些社会地位较低的社会群体更迅速地掌握这些信息，结果，各种社会群体之间的知沟趋向于不断增大——而不是减少。”^① 而消灭或铲平知沟的可能性在于，知沟扩大之处，就应该是媒介教育工作开展的地方，提高人的媒介素养是填平知沟的有效途径。

除了上述理论之外，文化研究理论、符号学理论都为媒介素养提供了理论资源。正是得益于上述理论资源的滋润，媒介素养教育才能呈现出方兴未艾的前景。

三、媒介素养在中国的尴尬与前景

与近代报刊一样，媒介素养是个舶来品。尽管在媒介素养教育引进中国之后，有学者提出了传播素质、媒介素质等新概念，但无可否认的是，在中国，媒介素养教育起步较晚。并且因为中西方社会制度的不同，媒介素养在中国处于某种尴尬之中。

（一）媒介素养在中国的尴尬

探讨媒介素养在中国的尴尬，或许需要追溯到中国新闻事业的历史。西方殖民人入侵的变局开启了中国近代以来的百年命题：中国通过何种途径来实现现代化。这种被迫的现代化，既是中国对西方挑战的反应，也是如何改造儒家传统秩序以建立适应现代世界体系的民族国家的努力。在帝国主义列强的环伺之下，探寻一条在新的世界中生存下去的道路，是推动近代中国发展的一个主要动力。西方政教之优越与科学之昌明，为中国近代知识分子队伍提供了效法的榜样。国人引进近代媒介，其宗旨在于鼓吹西方思想，推动中国进行改革。因此，近代报刊在中国的出场，是以御辱救亡为目标的民族主义运动的产物。有新闻史学家认为，早期中国近代报业史，其实就是一部中国人要求摆脱外国势力对传媒的控制，争取言论自由，从而表达国家民族意识的斗争史。当第一代办报的国人在争取并掌握传媒这项工具之后，就逐步地发挥了忧国忧民、要求改革的舆论作用。^② 这种基于民族启蒙宣传所需和与外人争夺舆论主导权所产生的近代报刊，一直为得风气之先的知识精英和政治党派所垄断，普通民众只能是等待思想填充的“容器”，接受

^① 吕巧平：《媒介化生存——中国青年媒体素质研究》，北京：中国传媒大学出版社，2007，28页。

^② 卓南生：《从近代华文报业的演变看华文报的特征与使命》，新加坡《联合早报》，2003年2月16日。

知识与政治精英的启蒙与领导，以完成其救亡的任务。在这样的媒介体制下，无从来谈媒介素养。

当代中国实行“党管媒体”的媒介政策，大众传媒是党和国家的宣传阵地，承担“喉舌”功能，它不提倡媒体使用者对媒介信息进行分析、区别和批判，而是提倡无条件地接受。因此，在这样的媒介制度下，也不可能提出媒介素养的命题。长期以来，执政党往往通过制定政策和纪律、发行文件、召开会议等各种方式来加强对传播者的管理控制，建构一个“纯净”的媒介空间，极力塑造媒介的权威形象，由此来解决媒介在传播信息中所产生的负作用。在计划经济时代，意识形态具有很强的整合能力，媒介是稀缺资源，这种“堵”的办法曾经发挥了作用。但随着改革开放的深入，社会主义市场经济成为诉求目标，这种单方面控制传播者以减低乃至肃清媒介负作用的“堵”的作用越来越小，原因在于：

1. 大众传播的市场化，意识形态的整合能力减弱。在市场经济体制下，一元化的党报系统开始进行改革，媒介开始实行企业化经营，党报要面对市场和权力的双重压力，为了谋求生存，追求发行量和收视率，媒体出现了许多负面现象，这需要提高受众的辨别能力。

2. 伴随着中国经济持续增长，媒介技术飞速发展，互联网络和手机等新生媒体出现并日益普及，新闻媒介不再是稀缺资源，普通民众开始面对海量的信息资源，因而需要提高受众的媒介素养。

3. 大众传媒全球化。网络化技术的发展，信息流动已经越出了民族国家的界限，用“堵”的办法来建立纯净的媒介环境日益不可能，人们的价值观多元化，单一的意识形态失去了思想长城的作用。

4. 市场化、民主化环境也对公民的媒介素养提出了更高的要求。在市场化、民主化环境下，公民更加需要依赖媒介所提供的信息，以对自己的生存环境进行监测，由此参与公众意见的形成、参与社会活动，这就必须具备对信息进行分析批判的能力。

综上所述，我国目前正处于由计划经济向市场经济转型的时期，各种矛盾交织，媒介素质教育值得特别进行研究和尝试。从各方面的资料显示来看，中国内地的媒介素养教育起步很晚，还停留在教育观念的介绍和引入方面。媒介素养教育也“尚未引起充分、广泛的重视”，对其研究尚处于起步阶段；至于应用，也多限于理论的研究和介绍，尚缺乏有效实践。长期以来，新闻传播教育被认为是媒介素养教育，但这只是从媒介传播者角度出发的，关于受众的媒介素养教育却始

终未能引起重视。媒介素养既缺少大众化的媒介环境的支持，亦缺乏深厚理论资源的滋润，处于某种尴尬的状态之中，停留在学者倡导和少数高校的局部实践阶段。

（二）媒介素养在中国的前景

从目前的状态来看，媒介素养教育在中国陷入某种尴尬之中，甚至可以这样认为，中国还没有真正意义上的媒介素养教育，媒介素养教育原则更多的是借鉴国外相关的理论。但在媒介日益普及之后，媒介在人的成长过程中扮演着极其重要的角色。更重要的是，只有媒介现代化，才有人的现代化。在现代社会中，公民有创办传媒、采访报道、发表言论和其他内容、实施舆论监督的权利，同时也有客观反映舆论、正确引导和实施舆论监督的责任。具体落实到当前社会，大众传媒的社会责任就是充分发挥其政治、经济、文化、社会作用，防止其消极影响。从这个意义上说，现代人就是媒介公民。媒介素养是现代人素养的重要构成部分，一个具备现代媒介素养的人才能引领时代潮流，迎接未来的挑战，这是谁也无法改变的历史趋势。因此，为了使我国公民的媒介素养得到长期关注和持续提高，有必要将媒介素养纳入我国正规的教育体系当中，使媒介素养成为我国教育的培养目标之一，并且随着媒介技术日新月异的发展，这种必要性显得日益紧迫。

中国目前正处在由传统社会向现代社会转型的历史阶段，大众传媒正在快速发展，甚至已成为国民经济第四支柱产业。按照发展传播学的观点来看，媒介在传统社会向现代社会的转型中将发挥巨大的作用。它不仅直接向大众提供各类经济信息等公众资源，更可以帮助消除贫富差距，消除公众的“知沟”问题，可以建造信息时代的、公众以媒介为核心的社区形态。另外，它还可以解决诸如儿童教育、妇女问题、文化产品生产等诸多广泛的社会学课题。因此，如何提高公民媒介素养必将成为现代教育的重要组成部分。媒介素养教育必将成为新兴学科，中国的媒介素养教育应该注意以下问题：一方面，要积极地引入国外有关媒介素养的前沿理论和实例，以宽阔的胸襟来吸纳全球的文明成果，一开始就站在高起点上，发挥后发优势，推动中国的媒介教育从技能型向素养型转化；另一方面，实现中国优秀的传统文化与媒介素养教育的融合，促进中华民族文化的发展与创新，探寻在中国培养现代媒介素养的历史形态，以一种文化形态的身份与世界媒介在全球化舞台上相遇，使中国新闻传播发展的经验和教训成为世界的共享资源，为世界新闻传播事业的发展作出中国的贡献。

目 录

绪论 / 001

第一章 信息时代媒介素养概述 / 001

第一节 什么是媒介素养 / 002

第二节 媒介素养教育的目的 / 004

第三节 媒介素养教育的现状及问题 / 009

第二章 色彩缤纷的媒介 / 017

第一节 媒介中的“老大哥”——报纸 / 017

第二节 “没有距离的报纸”——广播 / 021

第三节 老少咸宜的第一媒体——电视 / 025

第四节 “没个性”的杂志 / 029

第五节 视听的盛宴——电影 / 032

第六节 “网”打尽——网络媒介 / 037

第七节 3G 只是新起点——前途未可限量的手机 / 042

第三章 信息制作流水线——媒介生产 / 050

第一节 报纸新闻是怎样生产出来的 / 050

第二节 好莱坞电影人的生活——电影的生产 / 066

第三节 超级女声的造星流程——电视娱乐节目的生产 / 078

第四节 不同媒体广告制作探秘 / 083

001

第四章	受众：沙发土豆还是遥控者 / 092
第一节	不堪一击的受众 / 092
第二节	受众也有“防弹衣”——内在的心理文化机制（1） / 097
第三节	受众也有“防弹衣”——外在的法制保障（2） / 101
第四节	使用与满足理论 / 105
第五节	信息时代的新受众——一个未完结的话题 / 110
第五章	新闻媒介的积极功能 / 118
第一节	社会的瞭望哨——监测环境 / 118
第二节	神秘的拼图人——规范社会 / 126
第三节	文化基因的传导者——传承文化 / 130
第四节	娱乐无极限——提供娱乐 / 134
第五节	自身的繁华——如火如荼的信息产业 / 139
第六章	媒介传播的消极影响 / 148
第一节	媒介传播的麻醉功能 / 148
第二节	媒介传播内容低俗化之消极影响 / 160
第三节	媒介消极影响产生的原因 / 169
第四节	媒介消极影响应对之策 / 175
第七章	媒介的把关人——大众传播的控制 / 179
第一节	把关人研究的历史演进 / 179
第二节	媒介信息的内部把关人——微观把关 / 190
第三节	影响把关人的因素——宏观把关 / 199
第四节	网络时代的把关人 / 212
第八章	媒介信息的获取与解读 / 221
第一节	码字工还是创作者——信息的编码 / 222
第二节	“我的地盘我做主”——媒体的议程设置 / 225
第三节	“一千个人眼中有一千个哈姆雷特” / 232
第四节	信息解读的三种方式 / 237

第九章 如何使用媒介 / 240

第一节 如何面对媒介 / 240

第二节 如何应用媒介 / 248

第三节 如何正确使用媒介 / 258

第十章 如何面对媒介侵权 / 261

第一节 媒介侵权概述 / 261

第二节 如何应对媒介侵犯名誉权 / 264

第三节 如何应对媒介侵犯隐私权 / 272

第四节 如何应对媒介侵犯著作权 / 280

参考文献 / 288

后记 / 291

第一章 信息时代媒介素养概述

21 世纪, 数字信息传播技术迅速发展, 人们对新的社会形态、生产方式、生活方式、社会制度寄予了无限的希望。人们常用最具代表性的生产工具来代表一个历史时期, 如石器时代, 青铜时代, 铁器时代, 蒸汽时代。当人类进入 20 世纪 50 年代末, 电子信息业的突破与迅猛发展, 计算机的出现和逐步普及, 把信息对整个社会的影响逐步提高到一种绝对重要的地位, 信息量、信息传播的速度、信息处理的速度以及应用信息的程度等都以几何级数的方式在增长, 信息传播的费用极大地降低, 人类步入了信息时代。所谓信息时代就是指信息传递的渠道特别多、信息传输的速度特别快, 以电子信息业的发展为标志的新的工业时代, 信息本身在社会的发展进程中扮演特别重要的角色。

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”, 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”^①。在 21 世纪, 传播的用途变得更大, 不论是在职业场合, 还是与家人、朋友、陌生人在一起, 能否有效地使用各种传播都对我们维系各种复杂关系起着非常重要的作用。美国学者甘布尔说: “媒体在我们的生活中占据了中心的地位。媒体既可以帮助我们分享我们的经历, 也可以分裂我们的社会, 这取决于你怎么运用它。”^② 人们对媒介的巨大作用和媒介在未来将会创造的各种奇迹寄予了很高的期望。

同时, 媒介又将更加现实地存在于我们每一个人的身边。大多数媒介消费者

^① 许纪霖:《互联网:人类历史上的第二次文化革命》, <http://www.xschina.org/show.php?id=6517>。

^② [美] 特里·K·甘布尔, 迈克尔·甘布尔:《有效传播》(第七版), 魏婷婷译, 北京:清华大学出版社, 2005, 445 页。

至少把媒介表象当做每天生活的一部分，儿童自然容易把媒介表象视为日常生活。^① 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，人类正在步入一种全新的生活状态。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子，我们无法想象。

那么，媒介在现代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。在不同学科研究领域中，学者们对媒介也有无数的解读方式。在经济发展、政治斗争、军事竞争、国际关系等领域中，各种利益团体也赋予媒介各种自己所期望的社会功能。

在普通人的生活中，媒介到底扮演的是什么角色？作为普通社会大众应该如何理解和接触媒介？我们就从媒介素养开始谈起。

第一节 什么是媒介素养

无论你是否有意，媒介都在你身边活动；无论你是否参与，媒介活动都可能随时发生。所谓媒介，概括起来说，有两种含义：第一，它指信息传递的载体、渠道、中介物、工具或技术手段；第二，它指从事信息的采集、加工制作和传播的社会组织，即传媒机构。这两种含义指示的对象和领域是不同的，但无论哪一种意义上的媒介，都是社会信息系统的不可或缺的重要环节和要素。^②

媒介素养是人的整体素养的一个组成部分，同时媒介素养的状况也能反映出一个国家、一个民族的整体文明、文化发展的水平。从某种程度上讲，如何科学地认识媒介，如何积极地选择和接触媒介，如何正确、全面、有效地理解并鉴别各种媒介信息，如何有效、主动、积极地使用媒介信息，构成了现代人媒介素养的主要内容。

“媒介素养”的概念最早的提出者是欧洲学者。20世纪30年代，英国学者对以电影为代表，以新兴电子传播媒介为核心的大众传播媒介所代表、传播的流行文化的泛滥，以及这种流行文化对传播社会的文化传统、价值观念、社会生活方式和生活观念等所带来的冲击，表示了极大的关注和担忧。

1933年，学者FR·利维斯（FR Leavis）和D·汤普森（Denys Thompson）发表了媒介素养教育的开山之作《文化和环境：批判意识的培养》。在这部书中，两位学者观

^① D·K·Davis & S·J·Baran:《大众传播与日常生活——理论和效果的透视》，苏蘅译，台北：台湾远流出版公司，1993，104页。

^② 郭庆光：《传播学教程》，北京：中国人民大学出版社，1999，147页。

察到了上述全新的社会现象，首次就学校引入媒介素养教育的问题作了系统的阐述，提出了一套完整的建议，并设计了内容丰富的课堂练习。

“媒介素养”中的“素养”一词来自于英语中的“literacy”，也有人将“literacy”翻译为“媒介识读”。素养超越了语言文字的说、写、听、读范围，包括了说话方式、聆听、行为、互动、价值展现等“社会位置”的展现。现代的媒介素养，观念上除了指媒介不限于文字媒介外，其核心理念也从单纯的媒介分析等“识读”活动和能力，扩大到对媒介社会脉络的思辨，所以，媒介的“识读”只属于媒介素养的一部分。

那么，媒介素养到底是什么呢？我们可以先来了解国内外一些专家学者的观点。

在国外，研究者对媒介素养的概念表述，大致有以下几类：

英国学者 David Buckingham：“媒介素养指使用和解读媒介信息所需要的知识，技巧和能力。”^①

加拿大人对媒介素养的定义是：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判的理解力，懂得大众媒介所运用的技术以及这些技术所产生的影响。更具体地说，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、媒介如何传递意义、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

美国的一家媒介素养专业研究网站提出：“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、购物和价值判断上能作出更明智的选择；同时也帮助人们成为媒介有创新的生产者，从而更有效地传递他们的所思、所想和优势。”^③

美国学者爱伦·鲁宾曾经集中提供过三个关于媒介素养的定义：第一个定义来自“全国媒介素养指导会议”，即将媒介素养视为获取（access）、分析（analyze）、衡量（evaluate）及传播（communicate）信息的能力。第二个定义来自媒介学者保罗·梅瑟利斯，即将媒介素养视为关于媒介如何在社会中起作用的知识。第三个定义来自大众传播研究者贾斯廷·刘易斯和苏特·加利，即将媒介素养视为理解文化、经济、政治和科技对信息的创造、生产和传播的制约。^④

在国内，研究者对媒介素养的概念表述，大致有以下几类：

①② 蔡帼芬等：《媒介素养》，北京：中国传媒大学出版社，2005，66页。

③ The 8th Annual Northeast Media Literacy Conference, <http://medialiteracy.education.uconn.edu>.

④ [美] 斯坦利·巴兰，丹尼斯·戴维斯著：《大众传播理论：基础、争鸣与未来》，曹书乐译，北京：清华大学出版社，2004，367~368页。

林爱兵等认为：“媒介素养指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。”^①

张志安等认为：“媒介素养是指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。”^②

张冠文等认为：“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。”^③

张开副认为：“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、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体信息的能力。”^④

段京肃等认为：“媒介素养是指公众接触、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。”^⑤

由上述的这些定义可以看出，人们对“媒介素养”的认识尽管有所不同，但其中的一些基本要素却是相同的。即：

媒介素养是一种方法，一种通过媒介观察世界的方法；

媒介素养是一种手段，一种利用媒介认识世界的手段；

媒介素养是一种技巧，一种掌握媒介、使用媒介的技巧；

媒介素养是一种能力，一种解读、鉴别信息的能力；

媒介素养是一种观念，一种批判、驾驭媒介的观念。

媒介素养是指人们对各种媒介信息的认知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。可以简单地概括为：指人们对媒介的认识、批判和利用方面的素养。

第二节 媒介素养教育的目的

所谓媒介素养教育，就是指导学生正确理解、建设性地享用大众传播资源的教育，

① 林爱兵等：《面对当代受众：媒体的素养教育》，<http://www.sciencetimes.com.cn/coill6/coil54/article.html?Id-306582004-01-12>

② 蔡帼芬等：《媒介素养》，北京：中国传媒大学出版社，2005，67页。

③ 张冠文等：《浅论媒介素养教育》，<http://www.open.edu.cn/ycJy/fengmian-new>

④ 蔡帼芬等：《媒介素养》，北京：中国传媒大学出版社，2005，67页。

⑤ 段京肃，杜骏飞：《媒介素养导论》，福州：福建人民出版社，2007，19页。