

中央高校基本科研业务费专项资金资助
浙江省哲学社会科学规划课题研究成果

基于网络学习平台的 青少年媒介教育实践研究

Study on Web-based Youth Media Education Practice

◎ 李 艳 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

中央高校基本科研业务费专项资金资助
浙江省哲学社会科学规划课题研究成果

基于网络学习平台的 青少年媒介教育实践研究

Study on Web-based Youth Media Education Practice

李 艳 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

基于网络学习平台的青少年媒介教育实践研究 / 李艳著.
—杭州: 浙江大学出版社, 2013. 7

ISBN 978-7-308-11782-1

I. ①基… II. ①李… III. ①计算机网络—关系—青
少年—传播媒介—教育实践—研究—中国 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 147042 号

基于网络学习平台的青少年媒介教育实践研究

李 艳 著

责任编辑 杜希武
封面设计 刘依群
出版发行 浙江大学出版社
(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)
(网址: <http://www.zjupress.com>)
排 版 浙江时代出版服务有限公司
印 刷 杭州杭新印务有限公司
开 本 710mm×1000mm 1/16
印 张 16
字 数 313 千
版 次 2013 年 7 月第 1 版 2013 年 7 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-308-11782-1
定 价 39.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部联系方式 (0571)88925591; <http://zjdxcbbs.tmall.com>

自序

国内外诸多学者近几十年的研究表明,在个体认识社会的过程中,媒介环境起着重要的作用。传统的印刷媒体(书籍、报纸、杂志等)和电子媒体(广播、电视等)、连同着新兴的数字媒体(计算机、互联网以及各式各样的数码产品等)构成了一所强大的“看不见”的学校,在为 21 世纪的公民们带来源源不断的资讯快餐的同时也对当今的学校教育,尤其是基础教育,提出了巨大的挑战,这种挑战主要表现在两方面:

一方面,社会上“数字鸿沟”问题突显,来自不同地区和不同阶层的人们在数字媒体技术的使用方面存在巨大差异,而这种差异将直接导致这些地区和这些阶层之间更深的贫富差距,如果学校教育不让孩子们装备好相应的信息、媒体和技术知识与技能,新生代们走出校门后会在 21 世纪的全球化的职场环境中失去竞争力。

另一方面,不真实、不健康、不道德的媒介内容带给媒介分辨力尚不强大的青少年朋友们巨大的身心危害,有关这样的报道在各种媒体中随处可见。因此,学校教育有必要尽早让孩子们关注诸如“媒介是什么”、“媒介信息是如何被制作出来的”、“各式各样的媒介内容是如何影响着我们的日常生活和思考的”这类问题,增强他们对有害信息的抵御能力,促进他们健康、理性地消费媒介内容,这将有益于社会的和谐发展和长治久安。

这两方面的挑战都与一个领域有关,那就是媒介教育。在国外,媒介教育已经有八十多年的历史了,中国自 1997 年引入这一概念以来,越来越多的学者开始意识到这一领域的现实意义。不过,中国本土的媒介教育尚处于起步阶段,在北京、上海、杭州、广州等城市有过一些教学试验,但目前还没有正式的课程体系,也鲜有正式出版的教科书。在这样的背景下,我和我的合作者们萌生了在中国本土探索青少年媒介教育的理论与实践研究,在意大利媒介教育协会的帮助下,本人和几位参与课题的试验学校教师开始了这一工作,这就是本书的由来。

本书包含两部分,第一篇介绍的是青少年媒介教育的历史与现状分析,其中包含 3 章节的内容(第 1 至 3 章),着重介绍青少年媒介教育开展的背景、必要性以及国内外媒介教育开展的历史与现状分析。第 1 章(青少年媒介教育的缘起)介绍了媒介的概念、媒介对青少年的影响以及媒介教育概念的提出;第 2 章(国内外青少年媒介教育的历史与现状)介绍了国外有代表性国家青少年媒介教育的历史与现状以及我国青少年媒介教育的开展情况;第 3 章(数字时代青少年媒介教育面临的

机遇与挑战)介绍了数字传媒时代的特征、数字鸿沟问题、青少年网络行为的主要特点、传统学校面临的机遇与挑战以及 21 世纪的学习框架等内容。

第二篇主要介绍了基于网络学习平台的青少年媒介教育实践案例,其中包含 5 章节内容(第 4 至 8 章),第 4 章(研究概述)介绍了研究背景及意义、研究思路与内容、研究方法以及研究的理论基础;第 5 章(青少年媒介使用行为和态度的调研)介绍了有关青少年媒介使用行为和态度的调研结果,包括青少年家庭拥有媒介产品的现状、青少年日常媒介使用的偏好、青少年对待媒介信息的态度、青少年网络使用行为的现状以及不同学校、不同性别学生的网络使用水平比较;第 6 章(基于环保主题的媒介教育教学设计)介绍了五个模块的教学内容设计,内容涵盖漫画、广告、报纸、互联网以及多媒体等;第 7 章(网络学习平台的设计与应用)主要介绍了网络学习平台的设计、教师培训以及基于网络学习平台的青少年媒介教育教学实践等内容;第 8 章(研究的收获及反思)从课堂观察、学生访谈、教师访谈以及学生网络自我效能的前后测比较等方面总结了在教学实践中师生们的体会和收获,也对研究还存在的不足进行了反思。

在此,本人特别感谢意大利媒介教育协会创始人罗伯托·詹纳泰利(Roberto Giannatelli)教授以及意大利佛罗伦萨大学的玛丽亚·拉涅里(Maria Ranieri)教授在过去五年里对我的启发和帮助,没有他们的指引,我不可能很快熟悉欧美国家媒介教育的历史、现状及主要做法。同时,我也要感谢参与本课题教学实践活动的几所学校的师生们,没有他们的参与,本研究不可能成行,师生们在课题中的体验及建议对后续的青少年媒介教育实践研究非常有意义。

希望本书的内容可以帮助中国更多的中小学教师认识到对青少年朋友进行媒介教育的重要性以及帮助他们思考如何在一些具体的学科中(比如语文、数学、英语、科学、社会、美术、信息技术课程等)融入媒介教育的教学实践和研究。由于水平有限,本书的研究定有不少疏漏和不当之处,请各位专家指正。

李 艳

于浙大西溪园

2013 年 5 月 16 日

目 录

第一篇 青少年媒介教育的历史与现状分析

第 1 章 青少年媒介教育的缘起·····	(3)
1.1 媒介的概念·····	(3)
1.2 媒介对青少年的影响·····	(4)
1.3 媒介教育概念的提出·····	(9)
第 2 章 国内外青少年媒介教育的历史与现状·····	(12)
2.1 欧洲有代表性国家青少年媒介教育·····	(12)
2.2 北美洲有代表性国家青少年媒介教育·····	(16)
2.3 大洋洲有代表性国家青少年媒介教育·····	(18)
2.4 亚洲有代表性国家青少年媒介教育·····	(19)
2.5 国外青少年媒介教育的总结·····	(20)
2.6 中国青少年媒介教育·····	(21)
第 3 章 数字时代青少年媒介教育面临的机遇与挑战·····	(26)
3.1 数字传媒时代的特征·····	(26)
3.2 数字鸿沟问题·····	(28)
3.3 青少年网络行为的主要特点·····	(31)
3.4 传统学校面临的机遇与挑战·····	(34)
3.5 21 世纪的学习框架·····	(38)

第二篇 基于网络学习平台的青少年媒介教育实践案例

第4章 研究概述	(51)
4.1 研究背景及意义	(51)
4.2 研究思路与内容	(54)
4.3 研究方法	(57)
4.4 研究的理论基础	(63)
第5章 青少年媒介使用行为和态度的调研	(71)
5.1 青少年家庭拥有媒介产品的现状	(72)
5.2 青少年日常媒介使用的偏好	(73)
5.3 青少年对待媒介信息的态度	(76)
5.4 青少年网络使用行为的现状	(80)
5.5 不同学校学生的网络使用水平比较	(82)
5.6 男、女学生的网络使用水平比较	(85)
5.7 青少年媒介使用行为及态度调研总结	(87)
第6章 基于环保主题的媒介教育教学设计	(90)
6.1 有关“环境和我——妙笔绘漫画”模块的教学设计	(90)
6.2 有关“媒介和环境——我读广告”模块的教学设计	(100)
6.3 有关“环保报道——我编环保报”模块的教学设计	(119)
6.4 有关“节能减排——我为环保献一计”模块的教学设计	(129)
6.5 有关“可再生能源——环保达人秀”模块的教学设计	(141)
第7章 网络学习平台的设计与应用	(154)
7.1 网络学习平台的设计	(154)
7.2 教师培训	(158)
7.3 基于网络学习平台的媒介教育实践	(159)
第8章 研究的收获及反思	(173)
8.1 课堂观察	(173)
8.2 学生访谈	(176)
8.3 教师访谈	(181)

8.4 学生网络自我效能的前后测比较	(184)
8.5 研究反思	(185)
附录一	(188)
附录二	(219)
参考文献	(231)
索 引	(242)

图目录

图 3.1	美国《时代》周刊“2006 年度人物”封面	(27)
图 3.2	中国非网民不上网的原因(CNNIC,2013)	(29)
图 3.3	中国网民的年龄分布(CNNIC,2013)	(31)
图 3.4	中国网民的职业分布规模与增长率(CNNIC,2013)	(32)
图 3.5	21 世纪学生学习结果及支持系统	(40)
图 4.1	研究的框架图	(55)
图 4.2	基于设计的研究的一般过程	(63)
图 5.1	被调查男、女生最喜欢看的电视节目类型比较($N=481$)	(74)
图 5.2	被调查学生对电视、网络和广告的喜欢程度($N=481$)	(78)
图 5.3	被调查学生对电视节目、网络信息和广告信息的信任度 ($N=481$)	(78)
图 5.4	被调查学生对新闻、广告等媒介内容制作过程的熟悉程度 ($N=481$)	(79)
图 6.1	故事情节串联图板样例	(149)
图 7.1	课题在线学习平台的总界面	(155)
图 7.2	在线问卷调查内容	(156)
图 7.3	在线问卷调查结果呈现	(156)
图 7.4	在线学习平台的典型界面	(157)
图 8.1	实验学校开展课题时的课堂画面一	(173)
图 8.2	实验学校开展课题时的课堂画面二	(174)
图 8.3	实验学校开展课题时的课堂画面三	(174)
图 8.4	实验学校开展课题时的课堂画面四	(175)

表目录

表 1.1	有关“娱乐节目大多不适合青少年观看”的报道	(6)
表 2.1	媒介教育十八项基本原则	(14)
表 2.2	媒介教育的整体目标	(21)
表 3.1	亚洲网民普及率的国别比较	(28)
表 3.2	2009 年中国未成年人上网的最主要目的	(33)
表 3.3	有关“网络教育 2.0 革命”的报道	(35)
表 3.4	21 世纪教育的六大要素	(38)
表 3.5	21 世纪学习框架的核心概念	(41)
表 3.6	核心科目和 21 世纪议题	(42)
表 3.7	21 世纪学习结果——学习与创新技能	(43)
表 3.8	21 世纪学习结果——信息、媒介和技术技能	(44)
表 3.9	21 世纪学习结果——生活和就业技能	(45)
表 3.10	21 世纪学习支持系统	(46)
表 4.1	研究的教育目标	(54)
表 4.2	您对电视和网络媒体的基本态度	(58)
表 4.3	学生网络使用的状况	(59)
表 4.4	学生的在线活动行为	(61)
表 4.5	传统教学模式和建构主义教学模式的差异	(66)
表 5.1	被调查学生的基本特征($N=481$)	(71)
表 5.2	被调查学生家里拥有媒介产品的情况($N=481$)	(72)
表 5.3	被调查学生每周接触各种媒介的时间(以小时计)	(73)
表 5.4	被调查学生最喜欢看的电视节目($N=481$)	(74)
表 5.5	被调查学生最常用的网站($N=481$)	(75)
表 5.6	被调查学生上网最主要的活动($N=481$)	(76)
表 5.7	被调查学生对待常用媒介的基本态度($N=481$)	(77)
表 5.8	男、女生对电视、网络 and 广告的喜欢程度比较($N=481$)	(79)
表 5.9	男、女学生对电视节目、网络信息、广告信息的信任度比较 ($N=481$)	(79)
表 5.10	男、女生对新闻等媒介内容制作过程的熟悉程度比较 ($N=481$)	(80)

表 5.11	被调查学生的网络使用情况($N=489$)	(80)
表 5.12	被调查学生的在线活动情况($N=489$)	(81)
表 5.13	被调查学生的网络技能($N=487$)	(82)
表 5.14	不同学校学生网络使用情况的比较($N=489$)	(82)
表 5.15	不同学校学生在线娱乐活动的比较($N=489$)	(83)
表 5.16	不同学校学生网络技能的比较($N=487$)	(85)
表 5.17	男、女生网络使用情况比较($N=488$)	(85)
表 5.18	男、女生在线活动比较($N=488$)	(86)
表 5.19	男、女生网络技能水平比较($N=486$)	(87)
表 6.1	“环境和我——妙笔绘漫画”教学内容框架	(90)
表 6.2	漫画作品范例	(94)
表 6.3	漫画赏析工具	(97)
表 6.4	“漫画赏析”的全班统计表	(97)
表 6.5	“漫画创作过程”的反思工具	(98)
表 6.6	漫画作品评价工具	(99)
表 6.7	模块学习活动反思工具	(100)
表 6.8	“媒介和环境——我读广告”的教学内容框架	(101)
表 6.9	“身边的广告”回忆与分享活动记录工具	(103)
表 6.10	“身边的广告”回忆与分享活动的“全班回答”统计表	(103)
表 6.11	平面广告案例	(104)
表 6.12	不同表现形式的广告案例	(108)
表 6.13	广告在消费决策过程中的作用	(109)
表 6.14	有关垃圾食品广告的负面报道	(110)
表 6.15	广告制作的五个环节	(111)
表 6.16	提高广告效果的技巧	(111)
表 6.17	有关环保主题的平面广告案例	(113)
表 6.18	解读广告的分析工具	(116)
表 6.19	解读广告的“全班回答”统计表	(116)
表 6.20	有关环保主题的视频广告案例	(117)
表 6.21	模块学习活动反思工具	(119)
表 6.22	“环保报道——我编环保报”的教学内容框架	(120)
表 6.23	“报纸”的基本构成要素	(123)
表 6.24	不同媒体的新闻写作特点	(124)
表 6.25	电子报作品评价工具	(128)
表 6.26	模块学习活动反思工具	(128)

表 6.27	“节能减排——我为环保献一计”的教学内容框架	(129)
表 6.28	WebQuest 的基本活动内容	(131)
表 6.29	有关“灰霾天”主题的 WebQuest 活动框架	(133)
表 6.30	有关“垃圾分类”主题的 WebQuest 活动框架	(135)
表 6.31	有关“白色污染”主题的 WebQuest 活动框架	(137)
表 6.32	WebQuest 活动记录工具	(139)
表 6.33	WebQuest 作品评价工具	(140)
表 6.34	WebQuest 活动中学生参与情况评价工具	(140)
表 6.35	模块学习活动反思工具	(141)
表 6.36	“可再生能源——环保达人秀”的教学内容框架	(142)
表 6.37	中国数字化讲故事优秀案例	(144)
表 6.38	故事情节串联图板	(147)
表 6.39	常用的景别类型	(148)
表 6.40	常用的镜头类型	(148)
表 6.41	故事情节串联图板样例的文字描述	(149)
表 6.42	常用的多媒体编辑和播放软件	(151)
表 6.43	“数字化讲故事作品”评价工具	(152)
表 6.44	模块学习活动反思工具	(152)
表 7.1	五模块的主要教学活动	(159)
表 7.2	学生基于漫画解读的作文作品(一)	(162)
表 7.3	学生基于漫画解读的作文作品(二)	(162)
表 7.4	学生基于漫画解读的作文作品(三)	(163)
表 7.5	学生漫画创作作品与反思(一)	(164)
表 7.6	学生漫画创作作品与反思(二)	(165)
表 7.7	学生漫画创作作品与反思(三)	(166)
表 7.8	学生漫画创作作品与反思(四)	(167)
表 7.9	学生有关“身边的广告”回忆与分享活动总结(一)	(168)
表 7.10	学生有关“身边的广告”回忆与分享活动总结(二)	(168)
表 7.11	学生有关“身边的广告”回忆与分享活动总结(三)	(169)
表 7.12	学生有关“身边的广告”回忆与分享活动总结(四)	(169)
表 7.13	解读广告的分析工具	(170)
表 7.14	学生有关“我读广告”模块活动感受的部分在线留言	(170)
表 8.1	参与课后学生有关课题感受的在线留言	(178)
表 8.2	参加“基于环保主题的媒介教育”课题后的教师反思	(182)
表 8.3	被调查学生网络自我效能的前后测比较($N=487$)	(184)

第一篇

青少年媒介教育的
历史与现状分析



第1章 青少年媒介教育的缘起

1.1 媒介的概念

媒介教育,顾名思义,是一种有关“媒介”的教育,其核心概念是媒介。“媒介”一词,在中文中最早出现在《旧唐书·张行成传》:“观古今用人,必因媒介”,其中的“媒介”是指使双方发生关系的人或事物。这一概念一直沿用到今天,其含义也基本保持不变。根据《现代汉语词典》的定义,媒介指的是“使双方(人或事物)发生关系的人或事物”。其英文表达“media”大约出现于19世纪末20世纪初,其含义也是指事物之间发生关系的介质或工具。在很多场合下,“media”这一单词又常常被翻译或表达为“媒体”,虽然两种表达越来越趋同,经常互换着使用,根据约定成俗的理解,这两种表达在意义上还是稍微有一点区别,“媒体”更侧重于表达物理层面的意义,而“媒介”更侧重强调社会层面的意义。根据本书内容的特点,我们将主要采用“媒介”这一表达。

在传媒领域,“媒介”通常指的是连接传输与接受双方的中介物,它既包括报纸、广播、电视、杂志等传统大众媒体,也包括互联网、手机通讯、各种移动设备等新媒体(麦克卢汉,2000,p.363)。媒介的内涵并非一成不变,它会随时间、空间的演进和科技的发展而发展。一般而言,人类在大众传媒领域大致经历了五代的变革:

(1)语言传播时代,标志是公元前4000年之前人类发明的各种语言以及口耳相传的交流方式;语言的出现使得人类拥有了一个所有其他动物类都没有的丰富的“语义世界”。

(2)文字传播时代,其标志是公元前4000年左右在各文明发源地出现的文字,如埃及的图画文字、楔形文字、中国的象形文字等;

(3)印刷媒介传播时代,其标志是公元105年蔡伦发明的纸张;公元7世纪,唐代中国出现的雕版印刷以及15世纪40年代,古登堡创造的金属活字排版印刷;

(4)电子媒介传播时代,其标志是1844年莫尔斯发明的电报。之后的一百年时间里,电话、无线电报、电影、广播、电视、录像机、游戏机等电子产品相继问世并对人类的生产和生活带来了革命性的变化;

(5)数字媒介传播时代,其标志是20世纪中后期出现的计算机及互联网技术,以及由此衍生出来的系列数字媒介产品,比如多媒体播放器(mp3和mp4)、平板

电脑、智能手机等。

值得一提的是,21 世纪出现了传统的印刷媒介和电子媒介都朝着数字媒介“融合”的趋势,新、老媒介联合在一起给 21 世纪的公民们营造出了一个数字化了的媒介生态环境。毫不夸张地说,媒介如同空气一样无处不在,媒介成为了人们生活的必需品。生活在现代社会的人类每天都会或多或少、或有意或无意、或主动或被动地和各式各样的媒介打交道。无论男女老少,每个人如果能停下手头的活动来细想一下自己每天习惯了的生活就不难发现,自己的生活已经和各种“媒介”紧密地相连在一起了:读(电子)书、看报、用电脑、上网、看电视、看电影、听广播/音乐、玩游戏、打电话、发短信/微信、写博客、看微博等等,这其中的一项或多项活动已经成为了我们日常生活的必需品,尤其是对生活在现代都市里的人们而言。我们通过报纸、杂志、书籍、广播、电视、网络等多种媒介渠道获得新知,了解发生在世界各地的新闻事件和自己感兴趣的故事;我们通过书写文本的、图像的、音频的或视频的媒介内容试图向他人展示自己,并达到与他人进行沟通的目的;我们也通过一些媒介消费活动,比如看电影、听音乐、上网看小说、玩游戏等来娱乐消遣,打发自己休闲的时光。现代的人类似乎已经无法想象没有媒介的生活会是怎样的状态,几乎无人可以脱离媒介而生存。

媒介是大众获取信息的重要来源,同时,它也是意识形态的产制者,也因此,媒介在任何国家都具有重要的政治、经济、文化和教育价值。国际传媒大师马歇尔·麦克卢汉(Marshall McLuhan)曾提出过一个著名的观点,即“媒介即信息”(Media as information),它指的是由媒介形式的任何进展引起的人类的规模、步伐或类型上的变化,也就是说,媒介形式除了传递媒介内容之外给人类社会带来的“信息”,社会受到更加深刻影响的是人们借以交流的媒介的性质,而不是交流的内容(麦克卢汉,2000b)。在麦克卢汉看来,媒介的形式比起它们所承载、传递的信息和知识更加重要。同时,他也认为媒介的形式和内容是互动互用的,每一种媒介既是另一种媒介的形式,又是构成另一种媒介的内容。媒介的影响之所以非常强烈,恰恰是另一种媒介变成了它的“内容”(McQuail, 1987, p. 52-53)。无论是传统媒介还是新型的数字媒介,它们都具有传播信息和影响观念形成的重要社会功能,这一点在这个强调人人参与的 Web2.0 时代显得尤其重要。

1.2 媒介对青少年的影响

如上所述,媒介对生活在现代社会中的每个个体都有着或多或少、或好或坏的影响,不过,相比较而言,媒介对青少年的影响尤为引人关注,其原因在于青少年时期是一个人一生中体格和人格形成的重要阶段。不过,不同于“未成年人”这一法律概念有着清晰的年龄边界(我国法律规定为十八周岁以下的公民),“青少年”这

一社会学概念的年龄范围界定长期以来是众多社会学家争论的问题,有的学者认为青少年的年龄范围是25周岁以下,有的确定为30周岁以下,有的确定为35周岁以下,有的确定为6—25周岁。无论是哪一种年龄范围的界定,可以确定的是,青少年群体既包含有未成年人,也包含有一定年龄段的成年人。本研究之所以侧重强调媒介对“青少年”的影响而不是媒介对“未成年人”的影响主要是考虑到青少年所指的群体范围更大,本研究中提到的青少年主要指6—25周岁的社会公民。

无论是在哪一种社会和文化中,青少年都是比较特殊的一个群体。相对于其他年龄段的人群,青少年有着一些明显的群体特征:虽然已经告别了稚嫩的幼儿期,青少年的身心发育尚未完全成熟,他们的人生观和价值观正在或初步形成,他们的思想和观念还是非常容易受外界事物或人物的影响;他们通常接受过一定年限的教育,自我意识较为强烈,不囿于习俗的约束;他们对新鲜事物敏感,渴望更多地认识社会并尝试着以一定的角色参与社会活动;处于学生时代的青少年虽然渴望独立,但在经济上往往还要依赖父母;家庭和学校是这些青少年的主要活动场所,父母、老师和朋友则是影响青少年成长最关键的人物。除此之外,媒介在青少年成长的过程中扮演着举足轻重的角色。

媒介被喻为是“一所看不见的学校”,对青少年影响巨大。英国 Ofcom 传媒机构对英国 8—15 岁儿童的调查显示,儿童每周平均收看电视时间为 13.9 小时,听广播为 5.4 小时,上网 6.2 小时(Ofcom, 2006)。台湾富邦文教基金会 2003 年的调查发现,台湾小学生平均每周看电视的时间为 20 小时,平均每周上网的时间 9 小时(赵丽, 2007)。中国青少年研究中心曾经于 1999 年、2005 年和 2010 年进行了三次全国规模的“中国少年儿童发展状况”调查。调查对象是全国 10 个省 46 个区县 184 所中小学校的 5000 多名小学一年级至初中三年级的学生。调查结果显示,在媒介接触方面,阅读课外书籍仍然占据主流地位,青少年课余时间喜欢看电视的比例呈下降趋势,但网络使用率增长迅速。2010 年的调查显示,读课外书(61.7%)依然是少年儿童课余时间最喜欢做的事情,其次是看电视(53.1%)和听流行歌曲(36.6%),上网排在第四位(31.50%),看电影(18.7%)则位列第五。在 2005 年,少年儿童课余时间最喜欢做的事依次是:读课外书(57.2%)、看电视(55.2%)、听流行歌曲(31.2%)、看电影(13.6%)和上网(10.7%)。在 1999 年,排在前五位的分别是:看电视(73.2%)、读书(72.8%)、听流行音乐(41.8%)、看电影(40.2%)和听古典音乐(27.5%)(孙宏艳, 2011)。

此外,由于中国实行了计划生育政策,目前的中国青少年群体中有很很大一部分是“独生子女”,国内诸多研究表明,与那些家里拥有兄弟姐妹的孩子们相比,独生子女们在成长过程中会更孤独,更自我,他们也更容易与各式各样的媒介为伴。早在 1996 年,中国青少年研究中心专门开展了一项名为“中国城市独生子女人格发展现状与教育”的调查,结果发现:(1)独生子女接触报纸、杂志越多,成就需要越强