



北京理工大学“双一流”建设精品出版工程

Media Literacy Enhancement of Undergraduates

大学生媒介素养提升

张爱秀 郭岩然 ◎ 编著



北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS



北京理工大学“双一流”建设精品出版工程

Media Literacy Enhancement of Undergraduates

大学生媒介素养提升

张爱秀 郭岩然 © 编著

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

大学生媒介素养提升 / 张爱秀, 郭岩然编著. -- 北京 : 北京理工大学出版社, 2023. 3

ISBN 978 - 7 - 5763 - 2192 - 0

I. ①大… II. ①张… ②郭… III. ①大学生 - 传播媒介 - 素质教育 - 研究 IV. ①G645.5②G206.2

中国国家版本馆 CIP 数据核字(2023)第 044622 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68944723 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京捷迅佳彩印刷有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 11

字 数 / 256 千字

版 次 / 2023 年 3 月第 1 版 2023 年 3 月第 1 次印刷

定 价 / 48.00 元

责任编辑 / 王晓莉

文案编辑 / 王晓莉

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

连接好 WIFI，低头刷手机，这像是在形容你，其实也是新媒介时代下大部分人的日常生活状态。被多样的媒介产品包围，屏幕上接收着各种媒介信息，社交平台中媒介观点层出不穷……怎样在日新月异的媒介环境中舒服地做真实的自己？这是一个值得思考的问题。

本书是根据编者多年的工作实践和大学生通识课“大学生媒介素养提升”的线上线下教学实践凝练而成的，是专门针对非传媒专业的大学生而编写的普适性教材，旨在帮助大学生在短时间内知悉和理解各类媒介的特点和使用方法；能够在媒介中理性看待媒介中的信息，学会信息甄别；能够正确地使用、生产和传播媒介产品；能够驾驭媒介并从媒介中学会思考，学会学习，学会创造。

本书根据大学生在各类媒体中的使用问题、特点、习惯和需求，设置了三大模块九个篇章，引领大学生构建正确的思想价值体系，在纷繁复杂的网络世界辨明方向，在新时代的背景下使用好媒介资源，使自己成为胸怀天下、视野宽阔，自我净化、玩转媒介、具有探索精神的新时代大学生。

本书第一模块为会听会看会感受，主要从大学生的视野视觉的角度介绍了媒介素养的基本概念、媒介以及媒介素养的类型，引导大学生树立媒介意识、素养意识和提升媒介选择能力的个人战略；本书第二模块为会思会想会理解，从素质素养的角度介绍了媒介传播的效果、媒介中的甄别和媒介信息的搜索等，旨在培养大学生的评判能力、甄别能力和信息搜索能力；本书最后一个模块为会评会写会创作，这个模块从能力技能的角度讲授了媒介观点表达、产品生产和媒介传播中的责任和能力，培养大学生的表达能力、传播能力和创作能力。

通过这本书的学习，即使是非传媒专业的大学生也能够在规定时间内知悉和理解各类媒介的特点和使用方法，了解对大学生而言基础且实用的媒介素养知识，全面升级媒介体验感；能够在媒介中理性甄别信息，学会在多彩的媒介工具里穿梭自如，精准定位有效信息、优化信息，同时置身于纷杂无序的数据流而泰然处之、有的放矢；在面对形形色色的媒介信息、

影响力不一的新闻事件时，能以更专业、更敏锐的眼光，对其理性看待与正确地使用；能够驾驭媒介并且在学习活动中利用媒介提升自我，敢于在媒介平台发声亮相，用得有力的媒介语言参与观点表达，实现思维碰撞；能够进一步地创作，媒介产品尤其是常见的校园新闻报道创作也能尝试入手。

媒介素养提升之旅，就等你了，快上车！畅游媒介世界，加强媒介素养的知识“武装”，学会选择、识别、表达、传播，在新媒介时代给自己多一分高品质生活的底气！

目 录

CONTENTS

第一章 媒介素养与媒介素养教育（媒介意识）	001
第一节 媒介素养	001
第二节 媒介素养教育	007
第二章 媒介合影与媒介选取（选择能力）	016
第一节 媒介技术的发展	016
第二节 媒介审美	030
第三章 媒介光影与媒介素养（素养意识）	035
第一节 读图时代的“看客”意识	035
第二节 互联网法治生态中的法治意识	041
第三节 网络泛娱乐化背景下的娱乐意识	051
第四节 网络广告席卷下的消费意识	054
第四章 媒介传播与效果影响（评价能力）	058
第一节 传播效果研究领域与类型	058
第二节 传播效果研究的历史与发展	060
第五章 媒介甄别与思考质疑（判断能力）	076
第一节 媒介形式	076
第二节 媒介内容——真相之疑	080
第三节 媒介机制	088
第六章 媒介信息与搜索能力（检索能力）	096
第一节 培养搜索、提取和利用信息的能力	096
第二节 如何实现高效的信息搜集与管理	099
第七章 媒介观点表达能力（表达能力）	115
第一节 媒介观点表达	115

第二节	运用传播规则与技巧传播正能量·····	120
第八章	媒介产品生产能力（生产能力） ·····	128
第一节	媒介产品生产和校园新闻概述·····	128
第二节	校园新闻报道撰写·····	131
第九章	媒介传播与责任担当（传播能力） ·····	146
第一节	大学生在媒介传播中的责任担当·····	146
第二节	社交媒体下大学生的媒介传播·····	151

第一章

媒介素养与媒介素养教育（媒介意识）

第一节 媒介素养

引言：媒介作为信息的载体是人们精神生活和理性追求的产物，其发展对文明进步有重要意义，本节主要简述中华人民共和国成立以来我国媒介环境的变迁，并对媒介相关名词进行解释，进而提出媒介素养提升的三个分向及其意义。

中华人民共和国成立初期，我国主要以《人民日报》为中心的各级党报为主体，对私营报纸进行合并改组、公私合营，设置了新闻总署并进行新闻法制建设。

从第一根电缆架设开始，我国逐渐引入电报、电话、电台……1940年12月30日，第一座人民广播电台——延安新华广播电台开播，这标志着人民广播事业的诞生。其运营几经波折，在三次大的战略转移后最终在北平（现北京）播音。1949年10月1日其对开国大典的盛况进行了转播，这是人民广播历史上第一次全国范围的转播。

1954年，国务院文教办公室的一次会议上，传达了毛泽东主席关于中国要办电视的指示。北京电视台于1958年3月开始试运行，对电视发射、播出设备进行运转试验，5月1日试验播出，中国电视宣告诞生。当时受制于技术水平，人们只能观看直播，许多消息一旦错过，就无法再次获取。直到1972年，北京电视台采购了很多彩色摄录设备，电视节目才逐渐改为录播。初创时期新闻播出占到总播出的91%，播出内容主要有四类，包括自制新闻片、现场转播、新闻简报、纪录电影。1979年，我党工作重心转移后，经济类节目逐渐成为重点，主持人也在这个时候出现。

1958年，在苏联专家的帮助下，中科院计算所研制成功我国第一台小型电子管通用计算机103机（八一型），这标志着我国第一台电子计算机的诞生。

那时，我们接受信息的渠道比较单一，主要为报纸、电报、广播、电视，接收信息的效率也相对低下。中华人民共和国成立初期中国媒介使用概况如图1-1所示。

随着改革开放的不断深入，我国各类报纸发展迅猛、信息量增大、可读性增强，出现周末增刊与扩版热。广播也出现了融信息型、服务型、娱乐型为一体的全新节目模式。优秀的电视剧剧集频出，电视节目进入大发展时期。互联网在艰苦孕育后从少数科学家的科研工具走向大众，1998—1999年中国网民开始成几何级数增长，上网变成了一种真正的需求。即便如此，20世纪90年代的大学生，仍旧需要排队去机房才能接触更多的媒介信息，媒介信息的获取有着时间和空间上的限制。



图 1-1 中华人民共和国成立初期中国媒介使用概况

自2003年至今，自媒体经过了多种更迭，我们经常接触的大部分信息也逐渐从长文变为短文，从长视频变成短视频，从以前的知识密集型逐渐转向以短平快的感官刺激为主导。现如今，我们可以随时随地接收大量信息，也可以发布信息、生产信息，人们的生活已经被媒介包围。若想让学生在万般变化的媒介中始终坚持正确的导向，除了要生产人们喜闻乐见、传播正能量的内容，还要积极引导培养学生培养正确的媒介素养，学会独立思考，学会判断，能够正确地选择媒介中的信息，并且合理地进行生产传播。基于这样的需要，本书将致力于研究现有媒介生存环境，并在此基础上引导大学生正确认识和理解媒介发挥作用的规律和机制，促进其在媒介中思考，合理地在媒介中发声，善于在媒介中传播，能够在媒介中生产高质量的传播正能量的产品。

一、媒介相关名词解释

（一）媒介

什么是媒介？

从狭义上讲，媒介是人类进行传播活动的物质载体。

从广义上讲，媒介是人类进行交往活动的物质载体。

从更广义上讲，媒介是人类延伸自身各种功能的物质载体。

媒介的定义，从最广义上来讲，凡是能使人、人与事物或事物与事物之间产生联系或发生关系的物质，都可以称为“媒介”。而从传播学及相关专业的角度来分析，传统理念认为，从广义上来看，但凡能通过一条信道或各种信道传送符码而使传播活动得以发生的公共中介都可视为媒介，比如言语、动作、姿势、表情、表演等。而现在，媒介越来越多地被定义为通常意义上的狭义的大众传播媒介，即所谓职业化的信息传播机构，通过各类社会团体，利用机械化、电子化的技术向多数人传送信息，比如报纸、广播、电视、电影、图书、期刊、网络等。而现在我们所说的大众媒介，一般情况下指的是更为人们所关注的新媒体，又名新媒介。自20世纪90年代以来互联网的普及，这个词被广泛使用，但至今其概念仍然不清，且争论不休。学术界对之始终没有一个权威性的概念界定。不过现在通常认为，新媒介是新兴技术体系下出现的媒体形态，如数字杂志、数字报纸、数字广播、手机短信、移动电视、网络博客、桌面视窗等。相对于报刊、广播、出版、影视四大传统意义上的媒体，新媒介被形象地称为“第五媒体”，即以手机为视听终端、以手机网络为平台的个性化即时信息传播载体，是兼具大众化、定向性、及时性和互动性等特征的大众传媒平台。

新媒介是一个相对概念，产生于媒介载体的不断发展和创新过程中，它是信息传播的新媒介、新方法、新工具或新载体，是能够让大众一眼便能分得清的、新的传播现象，在信息传播的关系、路径和方法上都实现了全新的变革。

美国《连线》杂志曾从传播关系的角度将新媒介定义为：“所有人对所有人的传播。”

新媒介在传播层面的本质，是传播关系发生了根本性的变化，实现了多数人对多数人的传播，如在移动终端，内容符号简约化，更强调到达，而不是符号。

故此，新媒介时代媒介素养比策划创意更重要。

（二）素养

素养是人的一种能力，更多的是一种内化的东西。《现代汉语词典》对素养的解释为平

日的修养,如艺术修养,中文里素养可以使用的词如人文素养、文化素养等,其中也包含“文字和文化”修养的意思,还包括对意识和价值的判断能力,中文中最早出现的对“素养”的译法当属吴翠珍所撰写的“媒体教育中的电视素养”,其中写到,素养一字的原意,特指文字的读写能力,似与了解电视流动影像的能力无干,而中介二者本质上相通之处的概念,其实来自图影素养的思想。

“素养”在东西方的语境中虽有区别,但其基本含义都指向个体在社会化过程中习得的知识、能力和观念等。随着社会发展,“素养”的内涵和外延都发生了变化,内涵上从知识、技能掌握扩充至精神、观念、气质层面,外延上则从文字和文学领域延伸至各个学科和各个社会领域,如音乐素养、科学素养、道德素养、军事素养等。由于媒介技术进步、媒介环境变化,媒介从口语时代到文字时代到印刷时代,直至发展到今天的电子时代,“媒介素养”这个概念的内涵和外延都在不断丰富,需要我们不断学习。

(三) 媒介素养

所谓“媒介素养”,简单来讲可以认为是人们对各种媒介信息的解读和批判能力,以及使媒介信息为个人生活、社会发展所用的能力。美国媒介素养研究中心将媒介素养定义为,人们在对待媒介各种信息时所具有的选择、理解、质疑、评估、创造及思辨的反应能力。我国一些学者在此基础上进行了更为深入的研究探讨。中国社会科学院新闻与传播研究所副研究员卜卫与助理研究员刘晓红认为,良好的媒介素养应包含四方面的要素:

- (1) 要具备对各种特定媒介的认知,即对媒介基础知识的了解;
- (2) 能够正确分析媒介信息中充斥的各种问题;
- (3) 掌握如新闻价值、商业利益等媒介内容所产生的影响;
- (4) 学会判断和分析媒介与社会的区别。

除此之外,还有不少学者从媒介素养的定义出发分析和探讨媒介素养的内涵。如中国科技大学的林爱兵副教授认为,媒介素养是人们在了解媒介特性并在熟练掌握使用媒介技巧的基础上,有效地利用媒介自主地创造和制作媒介产品的能力。具体而言,媒介素养:

- (1) 是一种视角;
- (2) 是一种观察方法;
- (3) 是一种多维度解读传媒内容的世界观;
- (4) 是一种批判性接受传媒咨询的方法论;
- (5) 是一种解构媒体传播行为的知识模式;
- (6) 是一种自我支配大脑编码的理解模式;
- (7) 是一种控制传媒文本意义生成的能力模式对意识和价值的判断能力。

二、媒介素养提升三个方向

(一) 视觉视野方向:会听会看会感受

媒介素养是大学生基本素质的有机组成部分,媒介素养如具备识字、阅读和写作能力一样,属于个人基本素质的范畴。人类进入以互联网为主体的数字技术新媒体与纸媒等传统媒体融合的全媒体时代,青年大学生成为全媒体的主力军。具备媒体意识成为每一个生活在现

代社会的大学生必备的基本素质。

加强媒介素养教育对大学生选择媒介具有导向作用。全媒体时代，报纸、杂志、广播、电视、互联网覆盖大学生生活的方方面面。这些媒介怎样出现并融入人们的生活？大学生怎样选择媒介以获取信息？哪些信息在哪些媒介上更权威？如何防止大学生过度沉迷于媒介环境而与现实脱节？解决这些问题需要大学生必须对常见媒介的类型、性质、特点、用途等有一定的了解，知晓媒介运作机制、科学准确理解新媒体信息内涵。尤其在全媒体时代下，新媒体占据主要位置，其信息具有双层结构：一层表现为图像、色彩等直观信息，另一层则表现为需要受众用心体会的信息内涵、价值取向等潜在信息。加强新媒体素养教育，能帮助大学生穿透新媒体传播的表层信息，解构信息背后的信息价值取向，科学准确地理解和把握新媒体信息，从纷繁复杂的信息表象中获取真实的信息内涵，从而实现新媒体传播信息到自我素质提升的内化。

（二）素质素养方向：会思会想会理解

全媒体是一把“双刃剑”，新媒体信息具有开放性、灵活性以及传播的互动性、虚拟性等特点。在新媒体传播中，虚假信息传播速度更快，谣言往往以迅雷不及掩耳之势散播。为夺取流量，不良信息及媚俗、低俗的内容传播，造成了畸形的审丑文化以及泛娱乐化。网络环境的匿名性，导致网络暴力、“键盘侠”频出。再加之新媒体的虚拟性导致虚拟世界的无规则和无人监管，大学生放纵无度、沉湎于游戏刺激、观看色情凶杀等网络影片等问题日益凸显，新媒体的一些传播内容发生了“霉变”，污染了网络。这对价值观、世界观正在形成中且对新媒体充满强烈好奇、易于接受新生事物的大学生的身心健康成长，有着极为不利的影 响。进行媒介价值教育会使其在面对谣言与舆论时做出合理判断，不被营销号带节奏，从而避免参与到舆论纷争中；使其学会在媒介环境中保护自身安全，学会翔实、公正、客观、友善地表达观点，学会在各种媒介中寻找、利用、保存、管理信息；使其在面对纷繁复杂和良莠不齐的新媒体信息时，对信息价值做出公正、客观的判定，对信息所隐含的价值取向做出明确的剖析。

（三）能力技能方向：会评会写会创造

大学生是创造和消费文化的主体之一，其毕业后无论是否从事与文化制作和舆论宣传有关的职业，其参与和使用媒介的需求都已经潜移默化地渗透到日常生活中，小到在朋友圈发表个人感想、在娱乐平台发表评论，大到创作引导主流思想、宣扬新思想的媒介产品，这都需要其掌握一定的媒介表达、创作、传播能力。

（1）合理利用媒介表达能力。能在满足信息表达的前提下发表正确的思想观点，使自己所发表观点信息不仅具备新颖性，还能使接受者从中受益。

（2）合理利用媒介创作能力。掌握符合全媒体时代人们阅读习惯、审美需求的软件使用方法，将信息以更通俗易懂、更令人喜闻乐见的形式被大众接受，加速信息转化。

（3）合理利用媒介传播能力。能够发挥全媒体时代媒介迅即的传播速度和强大的双向交流功能，实现负责任的信息交互。媒介复合型人才已逐渐成为党政机关与各类企业宣传文化部门的刚需，能够灵活自如地运用媒介，将成为大学生未来就业的加分项。

媒介素养提升的三个方向如图 1-2 所示。

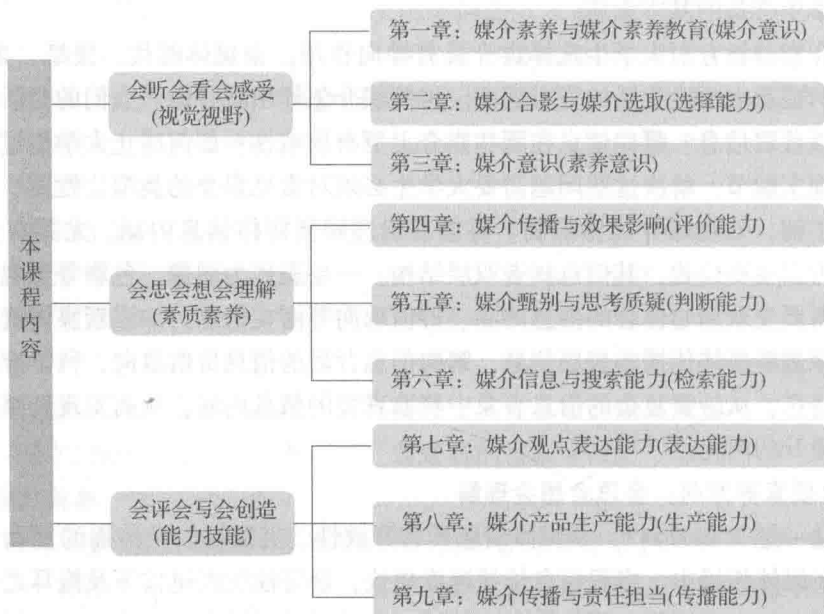


图 1-2 媒介素养提升的三个方向

【思考】 为什么我们需要提高媒介素养？它对我们认知世界、理解世界有着怎样的影响？

【练习】

一、选择题

1. 媒介作为信息的载体绝不是无生命的东西，它是人们精神生活和理性追求的产物，从最广义来理解，媒介是（ ）。

- A. 人类进行传播活动的物质载体
- B. 人类进行交往活动的物质载体
- C. 人类延伸自身各种功能的物质载体
- D. 人类进行思维构想的精神载体

2. 根据刘晓红的观点，良好的媒介素养应包含（ ）。

- A. 要具备对各种特定媒介的认知，即对媒介基础知识的了解
- B. 能够正确分析媒介信息中充斥的各种问题
- C. 掌握如新闻价值、商业利益等媒介内容所产生的影响
- D. 学会判断和分析媒介与社会的区别

二、判断题

3. 美国《连线》杂志从传播关系上将新媒介定义为：“所有人对所有人的传播。”新媒介在传播层面的本质，就是传播关系发生了根本性的变化，实现了多数人对多数人的传播，如在移动终端，内容符号简约化，更强调到达，而不是符号。（ ）

附录答案

1. ABC 2. ABCD 3. √

第二节 媒介素养教育

引言：作为现代公民的必备素养之一，各国对媒介素养教育十分重视并开展了各项研究，本节主要介绍国内外媒介素养研究及课程建设情况，提出媒介素养教育的内容及目标，分析媒介素养教育开展的意义及必要性。

一、国内外媒介素养研究及课程建设情况简介

中国知网关于“媒介素养”的中文文献检索结果有 10 292 条，其中二次检索“课程”相关的有 796 条，但若在结果中搜索“通识课程”，却只有寥寥 15 条内容。由此可见，我国一般研究领域中对媒介素养通识课程的专门研究还相对较少，这 15 篇论文多是以将媒介素养作为融入性课程为目标，少有将其作为独立通识性课程建设的考虑，以核心素养作为重点来建设的提议还不曾有过。为填补这项令人遗憾的空缺，下面将通过国内外对媒介素养教育的研究、对媒介素养课程的研究来评述现有成果。

（一）国内外对媒介素养教育的研究

媒介教育和文化素养的概念起源于 20 世纪 30 年代的欧洲，一经提出，便立即得到了热烈的响应和跟进。历经 80 多年的求索，其相关的理论研究和实践探索都得到了长足的发展。各国纷纷结合本国的现状和发展需求，对媒介素养教育理念和实践模式进行了本土化改造和创新，一方面，这有利于媒介教育理念的丰富以及媒介教育运动的实效性推广，但另一方面，也造成了媒介教育研究中的概念定义、方法模式与内涵框架至今尚无一致性定论的境况。而我国的媒介素养教育起步较晚，从 20 世纪 90 年代后期才陆续开展，但前人的诸多媒介教育经验和一些学者对当下的复杂情形的研究都可以化为我们前进的助力，发展前景不可估量。

首先，国外媒介素养教育成果和经验值得我们借鉴与分析。

这类文章主要从比较教育的角度对国外的媒介素养教育进行探析。国外的媒介素养教育理论研究，包括概念、模式等，以及现实实践，例如将媒介素养纳入正规课程和建立媒介素养教育组织，虽然都起步较早，但发展较好，并且形成了具有代表性的英国模式、加拿大模式、澳大利亚模式和美国模式。无论哪种模式，都值得我们深入学习和借鉴。但是，不难看出，国外的这些媒介素养教育主要出现在中小学课程中，强调的是公民教育，针对大学精英教育的媒介素养通识课程的研究还较少。

其次，我国的媒介素养教育对各类特定群体的研究值得我们进行比较与分析。

国内学者注意到对不同社会群体的媒介素养进行研究，如教师、农民、政府官员、留守儿童、青少年、大学生等各类群体，他们的媒介素养状况和需求不同，所以教育的侧重点也不一样。对于大学生群体，很多学者对他们的媒介素养现状做了实证调研，根据调研结果提出针对性更强的媒介教育策略。本书将对这些调研结果进行分类汇总和分析，进而提出我们的调研方案。

最后，媒介素养教育基于不同视域研究状况值得我们进行融合与分析。

国内关于媒介素养的研究成果虽然大多基于新闻传播学的视野,但是目前仍有一些学者注重对媒介素养的跨学科、多角度研究。尤其是关于媒介素养是什么、它究竟应该包括哪些能力、它具体起到什么样的作用、应该如何提升公众的媒介素养等问题,涉及新闻传播学、政治学、教育学、心理学等专业领域。理论界对于媒介素养理论的多维度研究表明,媒介素养理论具有综合性特点,已经超出了新闻传播学这一学科,而成为多种学科共同关注的课题,这种不同学科视域下的交叉融合,为我们未来的课程建设提供了多方面的参考依据。

根据以上国内外媒介素养教育的研究成果和我国的实际情况,笔者认为,媒介素养教育的本土化研究势在必行。虽然我们可以借鉴很多国外的相关内容,但是各个国家在政治制度、文化传统、经济发展水平等方面存在明显差异。我国学生需要具备的核心素养、我国需要的社会主义建设的专门人才,都必须在有中国特色的媒介素养教育中加以培养。

(二) 国内外对媒介素养课程的研究

国外的媒介素养教育课程建设起步较早,英国政府将其融入英国文化课程,支持民间与政府共同合作开发教学资源,并对媒介素养教育课程与教学进行经常化探讨。美国媒介素养中心设置了详尽的针对 K12 各年级的青少年儿童的媒介素养教育课程,课程的设置紧紧围绕该中心所提出的五大核心概念,形成五大关键问题,并将其作为课程设置的和教学的基本框架。澳大利亚几乎所有的州都将媒介素养教育单独或放在英语课中作为学生的必修内容,一些州还专门为进修教师设立了媒介素养教育学位。在我国,高校媒介素养课程才刚刚起步,目前基本处于学习国外理论范式、探索学科建构大方向的初级阶段。国内也仅有几所高校开设了媒介素养教育相关课程,如北京大学、中国传媒大学、上海交通大学、浙江大学、云南大学、南京大学、安徽大学、东北师范大学等。其中,上海交通大学的新闻传播专业从 2004 年 9 月将媒介素养课作为专业基础课。从媒介的本质,传媒与社会,传媒信息的选择能力、理解能力、质疑能力、评估能力、创造能力和制作能力等诸方面进行系统讲授。东北师范大学也于 2007 年 4 月成立了媒介素养课程研究中心,该中心从课程角度介入媒介素养研究,以“个体在媒介中和谐生存为宗旨”,积极开展媒介素养教育理论研究和实践活动。

虽然近年来各类研究中对于各地大学生媒介素养状况的研究比较普遍,但是主要集中于专业类人才。这类课程目前主要从三个层次来实施。第一层是普遍化层次,将媒介素养的原则和理论融入其他相关领域,比如大众传播概论等课程,学校可以通过公共必修课的形式予以开展;第二层是专业化层次,即学校开设专门的媒介素养课程,针对相关专业的学生,培养专业化的人才;第三层是个性化层次,将课程按照每个学生的兴趣来定制,以选修课或者专题讲座的形式来设置。上述三个层次的实施在很大程度上依赖学校相关学科的支撑,但是我国很多高校并没有设置相关的新闻传播专业,对于这类群体的媒介素养通识课程的开设现有研究并不多。

除新闻传播专业外,在高校开设媒介素养公选课的呼声越来越高,相关课程实践也陆续开始探索。相关课程主要以两种形式呈现,一种是“独立式课程”,这类课程目前主要还是在各大学新闻传播学院开设,如上海交大、复旦大学、西安亚欧学院等;还有一种课程是针对全校本科生开设,但是仍沿用新闻传播专业的教材和教育体系,如南京大学;我们目前希

望大力发展的是针对非新闻传播专业学生的旨在提升其媒介素养的课程，如安徽大学公开课“当代媒介素养”、浙江大学公开课“数字化生存”、北京理工大学在中国大学 MOOC 和爱课程上开设的“大学生媒介素养提升”等。这些课程虽然没有采用新闻传播专业的教材，但是基本的教育体系还是采用新闻专业的专业素养体系，主流课程还是以理论、案例结合的讲授为主，对于非新闻传播专业大学生媒介素养提升的定位和体系建设不足，对于大学生目前在媒介中提升自我的需求满足不够。

综合分析我国媒介素养课程开设情况，现存在教育对象偏于狭隘、教学模式单一、媒介素养课程内容较少等问题，因此对于课程标准及计划，对于教材及其他课程资源等的研究也都受到了实践的制约。目前，随着信息时代的飞速发展，媒体已经不再是新闻传播专业的专属品，而成为各类大学的学生除了学校教育之外最能广泛获取知识和信息的渠道。所以，针对中国学生核心素养建设普适性的媒介素养通识课程建设迫在眉睫。

二、媒介素养教育的内容与目标

“媒介素养”这一概念纯属“舶来品”。1929年，伦敦教育委员会出版的《教师建议手册》，提到“媒介素养教育”，从此开辟了文化教育的一个新领域。手册敦促教师对学生评价和抵制低俗电影的专门培训。这是最早的媒介素养教育例证，迄今已有90余年的历史。

1933年，英国学者 ER. 利维斯与其学生丹尼斯·桑普斯发表文化评论论著《文化和环境：培养批判意识》。该书首次就学校引入媒介素养教育的问题做了专门的阐述并提出了系统的教学建议。他们认为，新兴的大众传媒在商业动机刺激下所普及的流行文化，往往推销一种“低水平的满足”，“低水平的满足”误导社会成员的精神追求，尤其会对青少年成长产生负面影响，因此教育界应以系统化课程或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。

美国媒介素养教育学者瑞尼·霍布斯提出，媒介素养教育应该教会学生：

- (1) 思考和分析自己的媒介消费习惯；
- (2) 弄清楚电影、商业、电视和广播节目以及报纸、杂志和广告信息作者的目的是和观点；
- (3) 弄清楚传递观点和影响受众反应的各种制作技巧；
- (4) 通过考察印刷媒介新闻、电视新闻和其他媒介陈述新闻的方式、惯用的手法、强调的方式和忽略的技巧来验证和评价媒介陈述世界的质量高低；
- (5) 鉴别大众媒介的经济基础，分清哪些媒介将受众卖给广告商，而哪些媒介没有这样做；
- (6) 理解媒介经济如何影响媒介内容，熟悉如何利用大众媒介工具来进行个人表达和交流，以及如何达到社会和政治宣传的目的，并获得相关的经验。

对非媒介从业人员要学习如何理性地分辨媒介信息所包含的意义，辨别媒介所创造的世界和真实世界的区别；对媒介的运作及如何传递信息有所理解；学会利用媒介促进自身的发展和进步。

对媒介从业人员要做到保证信息的真实性、客观性；敏锐捕捉新闻热点，在新闻热点出现的第一时间做出反应；具备基本的文章写作技能和快速接受新生事物的能力；具备读书看报的好习惯，构建自己的知识体系；具备良好的数据分析能力，通过数学模型和比例关系分析、优化工作；具备一定的复盘能力，总结提炼经验。

三、媒介素养教育开展的意义及必要性

（一）媒介素养提升课程对国家和社会的意义

1. 有利于提升媒介信任度，构建和谐网络社会

随着信息时代的到来，海量的信息涌入我们的生活，并在网络扩张的趋势下，将越来越多的人卷入媒介信息的浪潮之中。而作为媒介使用者，广大网民的个体素养因生活环境、教育水平和文化习俗等差异而不同，形成了各式各样的价值观念以及信息接受习惯。虽然信息时代，人们可以享受海量资源，但是一些人对网络上的各类信息仍然缺乏独立思考及判断能力，常常在他人的煽动下，对可疑信息不加理性思索，便带着强烈的主观色彩进行肆意评价和传播，最终加剧谣言的泛滥。提升媒介素养，可以有效减少此类问题的发生，虽言谣言止于智者，但是少数的智者对铺天盖地的谣言巨浪，自然也束手无策。提升媒介素养相当于给每个人都配备理性的“口罩”，让人们在如呼吸般汲取信息时，能够通过理性之网将劣质信息过滤掉，一方面使自己免受其害，另一方面也不会轻易让流言大肆传播，荼毒网络环境。

2020年爆发的新冠疫情，因其未知性强，公众的认知也处于高度不确定状态，尤其是疫情爆发初期，与病毒相关的谣言传播异常迅速。病毒面前，对于真相的渴求往往会使人陷入“来者不拒”的信息需求状态，此时媒介素养之重要性更加明显：如何在杂乱的信息中攫取真实所需？如何在混乱的声音中抓住本质？媒介素养的提高使理性与科学深入人心，让人人都能成为“智者”；使人们不必等待唯一的炬火，而是行动起来，和其他人一同构建起制止谣言的“防火墙”；让更多真实的信息得以自由流动，使媒介之海再度清澈；让人们在获取信息时不再过分担忧其真实性，从而有效提升公众对媒介的信任度；将更有利于发挥政府应对突发事件的舆情引导作用，也更有利于普通民众面对海量信息的批判接受能力，最大限度发挥媒介的正向作用。

此外，随着社交化媒体的不断发展，我们逐渐进入所谓“后真相时代”，主观臆测高于客观事实，情感表达大于陈述真相，个别不良媒体的选择性报道掩盖真相的全貌，只是单纯引导受众的情绪爆发，使得网络有如战场般硝烟弥漫，互相攻讦，以至于人人自危。提升媒介素养，有助于让人们在发表观点前先反思自己的逻辑和措辞，发掘自己的本意，更多地去尊重他人而不是简单地将情绪发泄在公共平台上，从而共同构建和谐网络社会。

2. 有利于抵御国外势力媒介霸权，巩固媒介话语权，将我国建成有中国特色的媒介文化大国

随着中国几十年来的和平崛起，许多境外势力一意孤行地将中国视为威胁或可供宰割的对象，其攻势随着信息网络的发展而越来越隐秘和深入，通过培养自身意识形态的“代言人”来把控媒介话语权，乃至潜移默化地影响各方受众。国家间的媒介话语权之争，归根结底是意识形态之争。媒介素养教育的核心任务是掌握全媒体时代意识形态话语权，使主流