



学科导航4.0暨统一检索解决方案研讨会

从博客狂潮看媒介素养教育

<http://www.fristlight.cn> 2006-10-24

[作者] 马东梅

[单位] 传媒学术网

[摘要] 本文从参与人数、网站数量和规模、影响力、经营和运作模式、博客自身的完善和发展以及学界的关注度等六个方面对2005年互联网上掀起的博客狂潮作了一些简单的梳理和回顾，并详细透视了博客狂潮与媒介素养教育的内在联系，笔者认为：（一）以博客狂潮为突出表现的新互联网时代呼唤媒介素养教育；（二）从制作者的角度来看，博客狂潮有助于媒介素养教育的实践和拓展；（三）从接受者的角度来看，博客狂潮直逼媒介素养教育的核心理念和最终目标。

[关键词] 博客;媒介素养教育

引言在刚刚过去的2005年，博客的异军突起，成为本年度互联网上最大的亮点之一。一时间，博客成为报纸、杂志、网络中反复出现的高频词汇。“你写博客了吗？”也成了大家见面时常用的问候语。新华网2005新媒体十大热点评选中，博客更是榜上有名。那么，到底什么是博客呢？目前，网络上比较普遍的看法是：“博客”是英文单词Blog的译音。Blog是Weblog的简称，Weblog就是在网络上发布和阅读的流水记录，通常称为“网络日志”，简称为“网志”。人们通常把撰写Blog的人称为Blogger，也翻译为“博客”。因此，“博客”既可以指撰写网络日志这种行为，也可以指撰写网络日志的人。作为国内公认的三大专业博客服务商之一的中国博客网给出的定义是：“Blog就是以网络作为载体，简易迅速便捷地发布自己的心得，及时有效轻松地与他人进行交流，再集丰富多彩的个性化展示于一体的综合性平台”。[1] 2005年在博客的发展史上留下了光辉的一页。就在这一年，博客从小众走向了大众，博客数量呈现出爆发式增长，成为基础的互联网服务。博客融入到了我们生活的方方面面，受到媒体、资本、技术等的热切关注。于是，有人说，2005年互联网上出现了一股名副其实的博客狂潮。一、博客狂潮的发展态势 2005年的博客狂潮势不可挡、名副其实，下面笔者将从以下六个方面具体阐述：第一、从参与人数上看 2005年，博客横扫中华大地，博客从小群体逐渐走向了大众，开始了“全民博客”的历程。人民网2005年12月21日发布的消息称：日前，搜索引擎百度首次宣布，依托其超过10亿的庞大中文网页数据库，对中国Blog站点进行深度挖掘和分析，截止到2005年11月底，在中文互联网领域，Blog站点达到3682万，Blogger人数达到1600万，平均每个Blogger拥有大概2.3个Blog。[2]此外，来自博客搜索Technorati公司的统计，目前全球博客总数量超过一点四亿，博客数量正以每秒10个的惊人速度增加。[3] 第二、从网站数量和规模上看在中国，博客网站的发展也非常迅速。2002年8月，方兴东、王俊秀开通了博客中国（blogchina）网站，开始了博客在中国的全面启蒙和推动。2003年博客在中国刚刚开始起步，国内的博客网站只有屈指可数的几家，但两年之后的今天，博客网站已经有数百家，并且有超过1600万人在写博客。百度公布的数据显示，到目前为止，中国大陆Blog服务商已达到658家，注册用户超过千人的服务商达到了330家。[4]此外，值得注意的是，不仅专业的博客网站以爆炸式的速度增长，传统网站也开始全面进军博客领域，微软MSN、雅虎、新浪、搜狐、网易……几乎所有的知名网站都开始提供博客服务。传统网站凭借多年积累的用户基数和服务优势在提供博客服务方面的能力和潜力不容小视，其当下的发展速度也十分惊人，其中，微软的MsnSpaces和新浪博客表现尤为突出。第三、从影响力上看 2005年9月24日，搜狐举办首届全球中文博客大奖赛。2005年9月26日，新浪推出首届中国博客大赛。2005年10月12日，博客网与中国网络传播学会组织委员会共同主办的“2005中国网络传播学院奖·第二届全球中文博客大赛”开幕。三场大赛热热闹闹地相继开场，使得博客在中国呈现出一派繁荣景象。以新浪为例，在近一个月的大赛时间，新浪注册用户增至100万，报名参赛人数达到9567人，日发文数在3万到4万间，在网民中掀起了一场空前的博客热潮。[5]此外，在比赛期间新浪还推出了名人博客，靠名人吸引人气。这其中，吴小莉和徐静蕾的博客在开通首日即分别突破8万、10万的访问量。[6] 第四、从经营和运作模式上看 2005年博客网站在经营和运作上出现了一些新情况，一方面强强联手的并购计划，另一方面是巨额风险资金的注入。2005年1月，博客中国（BlogChina.com）宣布并购博客动力（Blogdriver.com）。2005年6月，博客中国并购百纳盛世，推出无线博客。2005年6月，中国博客网启动收费服务。2005年8月，博客网宣布获得业内最大的一笔风险投资，总额为千万级美元。此次投资不仅是国际风险投资机构在中国互联网2.0及博客领域最大一笔投资。同时，

将强有力的推动和促进博客在中国的迅猛发展；也标志着中国互联网2.0时代的商业化拉开帷幕。[7] 第五、从博克自身的发展完善上看经过一段时间的发展，博客的技术基础日益成熟和完善。博客的形式也开始也发生了很大变化，从最初单纯的文字，到文字加图片，再到文字、图片以及音频、视频的综合运用，博客的形式经历了一个从简单到复杂，从单一化到多样化的发展过程。2005年6月，博客中国图片博客正式开通。2005年7月，国内第一部博客电影诞生。博客网与中博传媒合作开发博客电影，共同投入资金拍摄、发行，为博客电影搭建平台，形成博客电影群体。第六、从学界的关注度上看 2005年1月5日，博客中国邀请网络界、投资界和博客界知名人士，发起2005年博客研讨会，共商博客发展趋势。2005年5月，由博客中国网站发起成立的非盈利性专业研究机构中国博客研究中心创建。2005年11月5-6日，2005年第二届中国网络传播学年会在南京举行。博客受到高度重视，专门开辟两个博客研究专题讨论。2005年11月5日，第一届中文网志年会在上海举行。这是第一次中文Blogger的聚会，目的是探索中文网志空间的发展趋势，分析中文网志空间的问题，并能够让网志作者有一个更深入交流的机会。2005年11月6日，复旦大学新闻学院举办“web2.0时代的网络传播论坛”。据悉，这也是国内第一次举办以web2.0为主题的学术研讨活动。2005年11月26-27日，“2005新新论坛”在北京举行（“新新”即新媒体，新思维的简称），主题为“新媒体的个人化趋势及其社会影响”。

二、从博克狂潮看媒介素养教育（一）以博客狂潮为突出表现的新互联网时代呼唤媒介素养教育 1、严峻的外部形势呼唤媒介素养教育 2005年是中国正式接入互联网的第二个10年的起始年，博客网科技频道在专题《2005中国互联网回顾，八大看点释解浪潮汹涌》中提到：互联网自身的变革已经成为当今社会发展的重要推动力之一。过去十年是“互联网1.0”阶段，它给中国社会带来的深远影响有目共睹，但同时也把我们变成了被动的受众、读者和消费者。如今，互联网2.0时代的浪潮已经崛起，我们每一个人都将同时成为主动的传播者、作者和生产者。“Web2.0的一个核心概念是让用户参与创造内容。”“博客是Web2.0技术应用的最直观的体现，是Web2.0精神和理念的具体体现，也是我们这些网民解读Web2.0这一陌生术语最亲切的切入口。”[8]博客狂潮无疑是互联网大发展的突出表现，它的出现从一个侧面说明了新互联网时代的来临。一方面新互联网时代给人们提出了新要求，另一方面中国国内的实际情况却令人担忧。根据2001年联合国重新定义的新世纪的文盲标准我们可以知道：不能使用计算机进行学习、交流和管理的人也算文盲，被称为功能性文盲。那么，按照这一标准，目前中国到底有多少人是文盲呢？我们不妨进行一下粗略的计算。2005年7月21日，中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布“第十六次中国互联网络发展状况统计报告”。报告显示，截至到6月30日，内地上网用户总数突破1亿，为10300万，网民占我国人口的7.9%。[9]报告还显示，不懂电脑/网络是影响我国非网民不上网的最主要因素，占46.7%。[10]如果按照国家统计局公布的第五次人口普查结果——全国总人口为129533万人来计算，那么全国有119233万人是非网民。非网民中46.7%的人不懂电脑/网络，总人数达到55681.81万。也就是说，按照不懂电脑/网络就是文盲的标准划分，中国有5亿多人都是文盲，占全国总人口的42.98%。虽然上述的统计方法不一定非常严谨、精确，但是我们能从一个层面上了解到：严峻的外部形势要求我们必须想方设法紧跟时代潮流，不被时代抛弃。

2、媒介素养教育在解决上述问题中能发挥积极作用媒介素养教育是近几十年来在欧洲、北美洲、大洋洲、拉丁美洲以及亚洲部分地区逐渐兴起的一种新的教学科目。它是英国学者利维斯和他的学生桑普森于20世纪30年代率先提出的一种教育主张。其初衷是保护英国的传统文化不受外来文化的冲击。目前，关于媒介素养和媒介素养教育尚没有统一的定义，笔者比较倾向于下面一种看法：媒介素养是指人们获取，分析，评价和传播各种媒介信息的能力以及使用各种媒介信息服务于个人的工作和生活的能力，而媒介素养教育，就是要教育学生正确使用和有效利用各种媒介。在这样一个信息化的时代，大众媒介的影响和渗透无处不在，它与人们的日常生活息息相关。随着社会的发展和技术的进步，传统意义上的读写技能已经远远满足不了现代生活的要求。认识媒介、选择媒介、解读媒介、充分有效地利用媒介已经成为现代社会公民必备的生存能力和生活技能。媒介素养教育的目的，就是指导人们正确认识和解读媒介及其信息，建设性地享用媒介资源，逐步使人们具备批判的能力和批判的自主性，使之能够在多元的媒介环境中，合理地利用媒介促进社会和自我完善。具备基本的媒介素养，是帮助学习者借助新的媒介形态，开展主动学习活动的基本前提。随着信息技术的发展，网络媒介已为人类信息传播提供了一个崭新的天地。在这样的时代背景下，一个人如果不会上网查找资料，不会从媒介获取信息，有效地利用信息，是难以融入信息时代的。媒介素养教育首先强调的是要学会从大众传媒中获取信息，学会使用媒体，学会善用媒体。随着计算机和互联网的普及，90年代以后人们对媒介素养又有了新的认识，提出了“计算机素养”和“网络素养”。实际上，“计算机素养”和“网络素养”都是媒介素养的重要组成部分。卜卫认为青少年应该具备的网络素养包括：1、了解计算机和网络的基本知识，对计算机、网络及其使用有相应的管理能力；2、具有发现和处理信息的能力；3、具有创造和传播信息的能力；4、在网上具有保护自己安全的能力；5、关于自我发展，能够发现并利用网上有利于自己成长的信息或功能，有效地利用网络促进发展。[11]我们姑且不论以上五点是否涵盖了网络素养的全部内容，但有一点可以肯定，那就是它们都是媒介素养教育的教学内容。（二）从制作者的角度来看，博客狂潮有助于媒介素养教育的实

上和拓展 1、从本质上看,写博客是媒介素养教育的一种实践形式。从技术层面来看,写博客是媒体制作的一种形式,博客的文本实际上就是一种媒介产品。而制作是媒介素养教育的重要概念之一。国际知名的媒介素养教育学者大卫·帕金翰博士(David Buckingham)在他的著作《媒介教育》中提到了媒介素养教育中的四个关键概念,其中第一个就是制作(另外三个是语言、再现和受众)。在书中,他还提到研究媒介制作需要注意的几个方面:(1)技术:什么样的技术应用于媒介文本的制作和发行?它们给媒介文本带来了什么不同?(2)专业实践:谁制作了媒介文本?他们作了什么?以及他们是怎样合作的?(3)产业:谁拥有买、卖媒介的公司?他们怎样赚取利润?(4)媒介之间的联系:公司在不同的媒介之间如何贩卖相同的产品?(5)法规:谁控制媒介产品的生产和分配?有这方面的法律吗?法律的有效性如何?(6)发行与分配:文本是怎样到达受众的?受众有多少选择与控制的余地?(7)近用与参与:我们能从媒介上听到谁的声音?谁的被排除在外,为什么?[12]从博客的整个制作和传播流程来看,作为传播者首先你必须懂得计算机和网络技术,你要知道怎样才能拥有自己的网页,怎样才能把自己的想法表达出来,如何加入图片和视频资料;其次,你要会经营你的博客,要知道博客里什么内容打动别人,什么形式吸引人,什么是违法的,应该键入哪些链接,有人跟你交流你要怎么办;再次,你要考虑如何才能使自己的博客变得长久、兴旺,如何扩大影响力?实际上,这一系列问题就是上一段中的各个问题的具体化,而这些问题在写博客的实际过程中或多或少都会遇到,所以说写博客一方面实践了媒介素养教育的基本理论,另一方面制作博客的实践经验会使参与者获得了第一手的资料,使他们在面对类似的媒介文本时会更加理性,更有批判意识和批判精神,从而巩固和加强媒介素养教育的成效。

2、博客所代表的个人媒体的出现拓展了媒介素养教育的研究领域

“互联网2.0”时代将是网民个性极大张扬、人类智慧极大发挥、社会交流和沟通极大和谐和便捷、内容极大丰富、知识传播最大程度分享的“个人时代”。[13]博客作为个人发布信息的平台,具有非常大的自主性和个性化特征。一方面你可以完全根据自己的意愿选择发布信息的时间、地点、心情、话题、语言风格、说话长度等等,另一方面,你也可以根据自己的风格,为自己的博客设计一个与众不同的“门面”,你可以张贴你喜欢的图片、照片甚至是自己的声音和图像,当然前提是不能违法。从媒体传播角度考察,博客代表了一种全新的自由发表的个人网络出版方式,对传统媒体工业的运作模式形成挑战。[14]硅谷最著名的IT博客专栏作家丹·吉尔默曾提出非常具有震撼力的新概念:博客代表着“新闻媒体3.0”。1.0是指传统媒体或说旧媒体(old media),2.0就是人们通常所说的新媒体(new media)或者叫跨媒体,而3.0就是以博客为趋势的(we media)个人媒体或者叫自媒体。[15]传播学家麦克卢汉有一个著名的观点:媒介即讯息。他认为,传播媒介真正传播的是媒介的特性,传播媒介本身就是传播内容。他在《媒介即讯息》一书中特别强调了媒介传递的真正“讯息”是它本身对受众的刺激和按摩,而不是它所传递的内容。也就是说,一种新的传播媒介一旦出现,这种媒介本身就会给人类社会带来某种信息,引起社会的某种变革。[16]博客作为网络上的一种新生事物,是一种新的传播方式,从广义上来说,也可以算是一种新的媒介,至少应该算当代网络媒介的新发展、新变化。媒介素养教育是一种与时俱进、不断发展的教育,它必须要适应不断发展的实际情况,而且要随着实际情况的变化而不断发展。在博客大红大紫的今天,以博客为代表的个人媒体理所应当的应该成为媒介素养教育关注的问题。与和传统意义上的媒介相对应的传统的媒介素养教育相比,博客所代表的个人媒体的出现无疑极大地拓展了媒介素养教育的研究领域。

(三)从接受者的角度来看,博客狂潮直逼媒介素养教育的核心理念和最终目标

众所周知,海量信息是网络传播的重要特征之一。从纵向上来看,网络对历史及现实资料的保存都相当丰富;从横向上来看,不同国家、不同城市的信息集纳也是浩如烟海。在现实中,人们时间、精力的有限性和网络信息超丰富性之间存在着一种天然的不可调和的矛盾,毋庸置疑,博客狂潮在其中又起到了推波助澜的作用,因为博客狂潮同样带来了媒介的信息狂潮。上面提到的新浪博客数量和发帖量的激增就是非常好的证明。除了海量信息让我们无所适从以外,传播主体的多元性更让我们不敢轻听轻信。人们常常说,你不知道网络的那头是一个人,还是一只狗。当然,这是玩笑话,但是从理论上讲,在网络上任何人都有成为传者的可能。博客自然也是如此,任何人都有成为博客的可能。传播主体的多元化必然导致信息传播的复杂化,尤其是数以万计的非专业人士参与到网络传播,更加剧了人们识别信息的难度,人们很难判断什么信息是准确的,什么信息是可信的。博客狂潮所带来的信息狂潮和信任危机,正是媒介素养教育的核心理念和最终目标所要解决的问题之一。英国著名的媒介素养教育专家莱恩·马斯特曼(Len Masterman)在他提出的媒介教育的十八项原则中指出:“媒介素养教育的核心理念首先是分析的工具(analytical tools)”。[17]媒介素养教育是一种全新的教育理念和教育方法,它注重调查研究,注重理性的分析,注重对人的批判意识和批判能力的培养,它为人们提供了一个新的分析问题的角度,它是一种分析的工具。谈到媒介素养教育的最终目标,加拿大《媒介素养教育——安大略教育部教师资源指南》(Media Literacy: A Resource Guide)中提到:“媒介素养教育的最终目标不仅仅是(对媒介)更好的认识和理解,而是批判的自主性。”[18]莱恩·马斯特曼(Len Masterman)在《媒介教育》(Teaching The Media)中也提到:

“(媒介素养教育的)首要目标不仅仅是批判的意识和理解,而是批判的自主性。”[19]媒介素养教育是一种针对全体社会成员的终身教育,因此它不应该也不可能是一味从老师那里获得对媒介的认知和理解的教育。因为学校教育不可能跟随人们一辈子。提高人们学习和批

判的积极性和主动性对媒介素养教育来说是非常重要的。三、总结 2005年是博客在中国发展突飞猛进的一年，博客的异军突起不仅大大促进了互联网自身的发展和成熟，而且为媒介素养教育的发展提供了良好契机，一方面博客狂潮的出现更加凸显了媒介素养教育的重要性和紧迫性；另一方面博客的大量涌现既实践了媒介素养教育的基本理论，又能使参与者获得第一手的资料，使他们在面对类似的媒介文本时会更加理性，更有批判意识和批判精神，从而巩固和加强媒介素养教育的成效。今后，如何利用媒介素养教育中的知识指导参与者写博客的实践，以及如何利用博客更好的普及和推广媒介素养教育，都是值得继续关注和思考的问题。注释： [1]参见：中国博客网，<http://www.blogcn.com/faq.html> [2][4]参见：《中国博客人数达1600万 相关商业应用尚显不足》.人民网，2005.12.21. <http://media.people.com.cn/GB/40641/3962304.html> [3][7]参见：《VC四家联合出资 博客网获千万美元风险投资》.新华网，2005.09.02 http://news.xinhuanet.com/ec/2005-09/02/content_3433053.htm [5][6]参见：《新浪博客大赛全部奖项揭晓 电影博客捧走大奖》.新浪网，2005.12.15. <http://tech.sina.com.cn/i/2005-12-15/1707793439.shtml> [8]来庆新.《理性看待2005年Web2.0热潮》.紫金网，2006.01.04http://www.zijin.net/get/xueshu/2006_01_04_4633.shtml [9][10]参见：《中国互联网络发展状况统计报告》（2005年7月），中国互联网络信息中心(CNNIC), <http://www.cnnic.net.cn/>, p.79 [11]参见：动动儿童通讯社.卜卫课堂，2005.04.12. <http://www.ddce.org/bbs/list.asp?boardid=17> [12] David Buckingham.Media Education(2003).Polity Press,pp.53-54 [13] 《2005中国互联网回顾，八大看点释解浪潮汹涌》.博客网科技频道. <tp://tech.bokee.com/zhuanti/2005pandian/> [14][15] 罗皓菱.《网络时代的麦哲伦——博客现象分析》.文化研究网，2005.06.06 [16]胡正荣.《传播学总论》.北京：北京广播学院出版社，2000.12,p.239 [17]宋小卫.《西方学者论媒介素养教育》.《国际新闻界》，2000(4) [18] John Pungente.Media Literacy: A Resource Guide (1989), Ontario:Queen’s Printer,p.7 [19] Len Masterman.Teaching The Media (1985) ,London:Comedia Publishing Group,p.25 作者：马东梅单位：中国传媒大学高教所传媒教育专业研究生 联系方式：lixil1008@eyou.com

[我要入编](#) | [本站介绍](#) | [网站地图](#) | [京ICP证030426号](#) | [公司介绍](#) | [联系方式](#) | [我要投稿](#)

北京雷速科技有限公司 Copyright © 2003-2008 Email: leisun@firstlight.cn

