



- 网络时代的媒介素养
- 媒介素养与公民记者

关于我国现代传媒教育的思考及传媒素养的提高

时间: 2003-9-1 10:03:46 来源: 中国新闻研究中心 作者: 蒋宏 谢金文 阅读1309次

现实常常告诉我们,目前我国媒介的生态环境还比较脆弱,表现在政府、媒体和大众之间的互动,由于媒介素养的不同步还有待改善和深化;媒体所对应的市场和媒体的影响力极不对称,表现在媒介传播的覆盖面和受众面还不尽如人意;媒介的社会效益和经济效益还没能达到同比增长,媒介资源的有效利用程度和专业化集成效率还不够高,等等。

在当前面临国际化、数字化和转型期的市场经济条件下,我国的传媒业正处在求反思、求变革、求发展的关键时刻。在转型过渡期一方面要保证传媒业的稳定发展,一方面要不停地通过变革求得未来的竞争、发展优势。不改革、不求变,中国的传媒业就很难继续发展,就很难融入国际竞争的大循环。形势和压力已经清楚地摆在我们中国传媒界的面前,中国的传媒产品和发达国家的传媒产品,特别是影视产品、电子图书出版物和网络游戏等的不对等互动,差距非但没有缩小而且在继续拉大,进口大大高于出口。我国的电视也已受到境外电视媒体的冲击,无论是在媒体的商业运作、内容策划,还是在制作技术等方面都面临着前所未有的挑战和考验。在报界,不同报刊的特色和个性正在消失或趋同,好端端的一个内容却成了要么是千篇一律、要么是空无内容的文字堆砌,既没有良好的社会效果,也没有上佳的经济效果,长此以往我国传媒业最后的市场定位在哪里?

究其原因,不仅有政策、体制、机制等问题,而且有观念、管理、技术和人才的问题。一旦前者获得突破,那么关键之一还是传媒人才如何适应形势的变化、市场的需求和产业的发展。一旦我国的传媒业完全进入市场,那么原来传统体制下的传媒业和传媒人将从里到外、从硬到软,都将发生全新的变化。比如,如何进行报纸杂志、广播电视、网络出版等不同媒体的内部结构调整、人力资源优化配置、商业运作、品牌营销、广告代理、出版与发行和制片与播出的分离、新媒体的项目管理,以及多种媒体合流、全方位信息覆盖的集团化经营管理,等等。特别是新媒体、新业务的层出不穷,以及市场化后传媒业如何处理和协调与政府部门的关系、如何处理和适应业界的竞争与兼并,如何依法开展行业和知识产权的自我保护,如何提高传媒本身的美誉度和公信力,如何科学、契约化地对待社会资本的介入和保障合作方的利益,如何程序化地进行传媒自身内部结构的管理等等,都将是亟待研究和解决的问题。

面对这些变化和发展着的挑战、困难和机遇,承担传媒人才教育和培养的高等院校及机构必须积极回应,突破长期以来以不变应万变的传统教育理念,教育必须回答现实提出的问题,必须在积极探讨和解决现实问题的基础上,进行知识和理论的创新。比如,在广播影视报刊等新闻与传播专业的办学目标、办学理念、教学计划和课程设置中,应当加入新鲜的东西,包括内容和形式,重要的是要培育良好的传媒环境,提高包括大学生在内的个体公民、包括传媒业的集体公民、象征国家权力机构的政府公民等的媒介素养,使传媒的生存环境不再脆弱。其目的不仅在于通过教育促进和推动良好的公民媒介素养的全面提高,并由此逐渐形成良好的传媒环境;还在于通过具有世界眼光的传媒教育更多地了解世界传媒人才培养教育的内容、方法和模

式，让未来的传媒人更多地了解世界传媒业发展的动态和走势等，让在校的传媒专业的学生在学习培养过程中，润物细无声地、潜移默化地确立世界的眼光，掌握先进的管理理念和现代传媒科技的应用方法以及内容的艺术性制作等。

现代传媒的信息传播已经在朝着向速度、深度、角度和力度全方位拓展，这就必须使从业人员在掌握必要的新闻采编等基础业务能力的基础上，应当迅速掌握先进传播技术应用手段和应用业务范围，使传播的艺术、技术和管理进行融合，凝聚为互相依托的综合竞争力。未来的传播方式越来越国际化、数字化，这就离不开外语、电脑和互联网的技术；未来的传播内容越来越趋于互动、专一和细分，这就离不开对传播效果和受众群体从定性到定量的分析；未来的传播手段越来越趋于综合化、立体化和全方位，这就离不开先进的管理理念、管理模式和运作技巧的运用，在不同的层面开展有针对性、有特色、有效果、有刺激强度的信息传播和视觉、听觉、文字的及时、准确、有力度和深度的表达。当然，在现代传媒渗透到各个领域，为经济和社会生活注入活力、促进发展的作用之外，我们也不能忽视传媒的市场化、娱乐化，以赢利为目的的一面，因为它可能会影响到严肃新闻的传播。市场化或商业化的传媒更多的是作为知识传播、文化交流、娱乐休闲、信息沟通（包括大众和政府等部门的双向沟通）等大众传播服务平台而存在。事实证明，传媒业的竞争也将会随着市场化和商业化的深入而加剧，优胜劣汰将会成为一种市场化传媒社会的自然法则；这种优胜劣汰的法则，最终是受众的选择，更是传媒自身的选择。

总之，根据传媒业的发展趋势，以及传媒业发展对人才的要求，我们应当在传统的广播电视新闻传播的专业基础上，更加重视开设能体现学科交叉和关注传媒产业的发展前景的课程，在积极探索和实践过程中，为上海乃至我国培养具有国际视野、深谙国际经营谋略和现代管理操作技能的传媒高级管理人才；培养具有复合型知识结构，掌握先进传播技术和熟练新闻采编业务能力的高层次采编人才。我们的高等教育必须站在时代的高度，用世界的眼光，面对中国的实际，积极探索和努力开辟出一条行之有效的符合现代传媒发展要求的可持续发展之路。正如有学者指出的那样，这条路已十分清晰地告诉我们，“发展中国家媒介行为的力度首先来自人才意识的强弱。媒介产业是发展中国家的新兴产业，知识、人才的密集度相对较高，但是经济全球化的背景，为发展中国家的媒介人才提出了新要求、新标准”。一般而言，媒介建设需要具有相当文化素养的专业人才，但现代传播市场的逐步全球化，要求媒介人才必须具备兼容多种能力的综合素质。

第一，在办学过程中，办学主体应秉持国际化开放式办学的模式，邀请国内外知名的高等学府的著名学者和业界资深专家前来讲学；在办学理念上要积极借鉴国外传媒教育的经验、理论和实践，研究国内传媒的发展趋势和战略，使教育为现实的需要服务，而不是关起门来做学问。尤其是在经济全球化的大背景下，要求媒介人才不仅要懂新闻业务，更需要懂市场、懂经营、懂管理、懂法律、懂技术。复合型传媒人才的培养应是高等传媒教育十分重要的行为策略。

第二，应当重视现代传媒技术手段的教学、实践和应用，特别是在数字视频、音频和文字处理，以及利用网络技术和卫星技术方面加强对学生的技能训练，以传播效果的信息快速性、画面美观性、视角全面性、内容深入性等作用推进传媒业的发展。尤其要重视技术集成能力的培养，使学成后的业界人才，能从传播学的角度思考跨媒介整合资源、扩大传播覆盖面的冲击力，从技术层面为做大做强中国的传媒业打下坚实的人才基础。

第三，必须重视传媒产品知识产权保护的教育，特别要加强对与独家报道、三维动画、网络游戏、多媒体以及相关的电子视音频产品、图书出版等内容产业的知识产权和版权的管理，通过促进知识产权保护意识的提高，增强媒体的原创能力和扩大由此带来的经济效益等等。

第四，在实施传媒教育时，培养学生将微观专业技术运用与宏观管理战略相结合，有意识地塑造具有策划和管理能力的复合型传媒人才——职业传媒经理人，积极应对行业和时代对高级人才的需求，提高未来传媒人的专业素质和综合素养，强化和提升本土行业人士的竞争优势。

最后，在全社会范围内普及良好、健康的公民传媒素养，营造适宜的媒介生态环境和氛围，这也是高等教育义不容辞的责任。公民不仅应当具备文字阅读和表达能力，而且在视、听、鉴别等方面要有良好的欣赏和判断素养；在视读、理解不同形式的信息能力之外，还应当具备健康的批评思维技能；在了解大众传播的特性和现实基础上，树立对于大众传媒的正确态度。作为传媒受众的“个体公民”，不仅要具备分析媒介内容的能力，并且能充分、正确地认识传媒行业的商业功能，有效防止传媒腐蚀，积极参与社会健康生活的建设和享受；作为传播新闻和信息的“媒体公民”，不仅要发挥好国家、社会事务的口舌宣传功能，正确引导社会舆论，参与社会生活，真实准确报告客观事实，而且要娱乐社会，营造宽松、自由的社会休闲氛围，维护传媒受众的公开、平等的知情权；作为对传媒有着重要影响同时又受到传媒监督的“政府公民”，要正确利用传媒宣传政策、塑造形象、吸引群众、树立权威，主动、积极维护媒体的话语权、美誉度和公信力，使主流媒体更具吸引力和战斗力，同时也大大提高了政府的声望和威信。因此，像普及法律常识教育那样开展普及公民传媒素养的教育，有助于良好的媒介生态环境的生成，有助于提高主流媒体的战斗力和影响力，有助于沟通和协调三者公民之间的权利和义务。为使我国传媒生态环境不脆弱，并不断提高抗震能力和良性循环的环境，将是公民媒介素养教育的根本目的和使命。一句话，公民传媒素养需要长期教化和普及，就像法律意识的培养一样，应当作为永恒的学历和学历后的一门基础必修课来上，且要随着公民传媒素养的提高和媒介环境的日益健康发展而常上常新。

（上海交大媒体与设计学院常务副院长、教授 蒋宏）

应该提高全民的传媒素养

一、问题的提出

一些报刊对低俗、甚至色情的内容乐此不疲，往往并不是由于编者自己对那些内容特别欣赏，而是由于社会上许多人爱看愿买，从而有利可图。随着传媒市场竞争程度的提高，国际竞争的加入，受众对传媒的这种影响作用还会继续增大。

我们早就知道新闻报道必须迅速及时，必须反映社会舆论群众呼声。然而目前许多传媒经常延误报道时机，也很难反映不同意见，这是由于一定程度上许多受众仍把新闻媒介上的观点、提法都看成是党和政府的意见，是“黑头文件”，以致我们对新闻传媒往往不得不作出宁可过严的控制。

笔者曾在博士论文中说到：“品位高尚、鉴别力强的受众，可通过自己的传媒选择和其他各种形式的反馈，促使传媒提高品位，履行职责。而趣味低下、缺乏鉴别力的受众则会起到相反的作用。提高受众的传媒消费素质，使他们正确使用‘货币选票’，和作出其他对传媒有影响的行为，会对传媒市场产生深远的影响。”受众越倾向于选择社会效益好的传媒，那些传媒的经济效益就会越好，社会效益与经济效益就越能统一起来。后来又撰文提出，要提高受众在新闻媒介方面的素质，包括对新闻媒介功能和职责的认识，对新闻媒介舆论监督作用的认识，对自己这方面权益的认识，包括他们的传媒需求品位，对传媒的评判能力，关注、监督和帮助传媒的积极性。^①

能对我们新闻媒介产生影响的人很多，其中很重要的是各方面的干部。不仅是宣传系统的，还包括各级党委和政府部门的。而其中许多干部对新闻传媒的认识仍停留在宣传工具的层面，而对新闻传媒的社会期望作用，实现公民的知情权、表达权、监督权的作用等，则知之甚少或基本不知，以致经常作出不适当的指挥和干预。应该报道的新闻不予报道，可以反映的意见不让反映，需要讨论的问题不能讨论。在这些方面的利弊权衡中，仅从宣传的角度，或地方、部门，甚至个人的政绩形象等因素考虑，没有把社会信息需要、民主政治需要、人民的知情和表达需要也衡量进去。重要信息缺失或滞后、舆论监督缺位或软弱于是也就在所难免。同时媒介

内容和形式，包括新闻写作和编排，也往往不符合新闻规律、传播规律，使传播效果、包括宣传效果受到很大限制。

随着互联网和卫星电视的发展，随着出境学习、工作、旅游的增多，人们接触境外媒介的机会也越来越多。对于境外媒介的政治倾向、党派倾向和控股者、广告商的影响，绝大多数境内的人并不了解。西方受众和传媒都强调客观性，使他们的倾向性很隐蔽，迷惑性也就更大。因此还需普及关于境外新闻传媒的基本知识。

在现代社会中，人们越来越多地从传媒获得信息。人们头脑中的主观世界越来越来源于他们接触的传媒，或者说越来越由传媒所呈现的世界所决定。大众传媒缤纷复杂，只有对传媒及其内容能作出明智的选择和判断，才能使自己的主观认识最大限度地接近于客观世界。另一方面，人们又越来越多地通过传媒发布信息和表达意见。只有对传媒有必要的了解，才能进行充分有效的利用。这些都有赖于关于传媒知识的普及。

二、传媒素养的内涵

传媒素养主要分为对大众传媒的认识和参与这两个方面。

第一，认识大众传媒

这方面又可细分为4个部分。

1. 对大众传媒功能的认识。大众传媒有工具性的功能和消遣性的功能，工具性的功能中又有对个人而言的了解和学习功能，对组织机构而言的决策和协调功能，对社会而言的?望环境和宣传教育功能。而所有这些功能的基础，则是传受信息的功能。②从传媒素养的角度看，主要是对信息功能、宣传功能和负功能的认识。

——对信息功能的认识。从广义上看，信息是与物质、能量并列，构成人类生存环境的三大基本因素之一，包括信息源所发生的各种讯号和消息，各种声音、图像和文字符号，各种知识、经验和思想。音乐、电影、小说等各种文艺作品，也都是信息流。传受信息是大众传媒的基本功能，其他种种功能都以此为基础，都是通过信息的传和受产生的。从狭义上看，信息是减少或消除事物不确定性的东西，大众传媒的许多其他功能也与此有关。比如传送政策性信息形成宣传，传递观点性信息形成启发交流，传播知识性信息形成文化作用。在某些时候，比如战争时期，媒介的宣传功能在重要性上有时超过了信息功能，但仍要遵循和利用信息传播的基本规律，比如宣传时要注意寻找新的角度、层面和内涵，发掘新鲜性；用事实进行宣传时要有客观的形式；等等。

——对宣传功能的认识。我们党的路线方针政策要通过宣传深入人心，成为人们的行动。我们作为发展中国家，要通过宣传来鼓舞信心、凝聚人心、促进稳定。我们作为转型中的社会，要通过宣传来普及政法、经济等知识，来获得对改革开放的广泛支持和配合，我们的企业和产品也通过宣传来树立形象、影响消费。另一方面，宣传要符合宣传规律，讲究宣传艺术，落实宣传效果，不能只看作了多少宣传，更要看被接受了多少，否则会得不偿失，会作用落空，还会引起逆反心理。宣传指挥的失误更会产生严重后果。

——对负功能的认识。大众传媒的各种功能都有正负两个方面，会产生正负两种作用。如虚假信息的传播、错误方针的宣传会危害社会，色情暴力内容会毒害儿童。有的传播对有些人有积极作用，对另一些人消极作用。如内容无益无害的电视剧，可让一些无所事事的老年人得到消遣，而大学生如沉湎于此，就会浪费许多宝贵的时间。

2. 对大众传媒实现公民权利、建设民主政治作用的认识。公民的知情权、表达权、监督权，很大程度上要通过大众传媒来实现。这些又是人民参政议政、实施民主权利的基础。

3、对大众传媒评判标准的认识。导向的正确性，宣传的有效性，是评判我们传媒的重要标准。同时作为信息传播工具，还应有真实、全面、客观、公正、及时、充分、舆论监督作用等等标准。

4、对各种类大众传媒特点的认识。如印刷传媒、广播电视、网络媒体各有什么长处和短处，如党报和社会生活类报纸有什么不同。明确了这些特点和差异，就可以对它们加以合理的、有效的利用，就不至于对他们作同样的要求，比如把党报的发行量与晚报比较。

第二、参与大众传媒

人们可以通过受众调查等机会，主动提出批评、建议等方式，积极向媒体机构提供反馈意见，更可以通过对媒介的选择产生有力的影响，促使传媒提高质量、履行社会责任。去年加拿大首都一家报纸批评了总理，结果总编辑被倾向于总理党派的报业公司老板撤了，引起舆论大哗，5%的订户退了这份报纸。

三、传媒素养的提高

人们传媒素养的提高有多重意义，可归纳为三个方面：

一是推动新闻事业改革和发展。1978年以来，我国新闻事业的改革经过了企业化管理、市场化运作和产业化、集团化发展，已取得了很大的进步。但这些改革基本上只是经营管理层面的，而且由于新闻传媒的计划管理体制并无多少变化，这些局部的改革也难以到位。现在我们的新闻传媒仍有不少问题，包括信息传递上的欠缺，表达不同意见困难，舆论监督乏力，产业发展障碍大，人治管理为主，国际竞争力微弱等。我们还要迎接科技进步和全球化带来的挑战和机遇，并使新闻出版自由能有更丰富的实现方式。这些都有赖于进一步改革。而人们的传媒素养已成为制约新闻事业改革和发展的关键因素。现在新闻传媒界的许多有识之士、包括有关高层领导人，都已认识到在新闻传媒领域实行现代企业制度和法制管理也势在必行，但其中很重要的条件，就是全社会的、尤其是领导干部的传媒素养的提高。

二是促进大众传媒提高质量和社会效益，并使社会效益好的传媒能得到更好的经济效益，更足的发展后劲。促进社会效益的提高表现在促使大众传媒充分发挥积极作用，包括一些还不容易很好实现的重要作用，如社会期望作用，舆论监督作用，同时抑制大众传媒的消极作用，这在传媒的市场化、全球化和国际竞争程度越来越高的今天，会越来越重要；表现在促进我们的政治文明建设，包括政府工作透明化，政治生活民主化，重大决策科学化，人民的权利、智慧和意志得到更充分的保障、反映和体现；也表现在使我们传媒的宣传、教育、引导工作得到更多的理解和支持，产生更好的效果。

三是有利于人们明智地、有效地利用传媒，更好地实现人生目标和组织目标。在现代社会，人们越来越离不开传媒，同时也越来越可以利用传媒获取和发布信息，提出和交流意见，树立形象和影响人们的思想、观念、行为。认识了大众传媒的各种功能，认识了各类大众传媒的特点，就能对传媒进行充分有效的利用，实现各自的目标。

在我们国家，各级党政干部对传媒都会有很大的影响，因此首先要提高他们的传媒素养。主管传媒的党政干部和所有传媒工作人员都是“灵魂的工程师”，他们的传媒素养对提高传媒水平有经常的、直接的影响，人民群众的传媒素养也与传媒的“言传身教”直接有关。因此也特别要加强他们的传媒素养。

广大群众是推进社会和传媒事业的根本动力，也是各级干部和各种传媒人员的来源，他们的传媒素养也决不能忽视。提高他们的传媒素养符合他们的根本利益，又对很多人、在很多时候直接有用，相信会引起他们的兴趣，得到他们的支持。

提高全民的传媒素养，最有效的途径还是通过大众传媒。可以有意识地在大众传媒中增加与传媒素养有关的内容，介绍传媒知识，鼓励参与传媒，指导利用传媒。还可以考虑广泛的传媒素养教育活动，包括各种形式的宣传、培训，以及在学校开设传媒知识课。

注释：

①谢金文：《新闻传媒市场与舆论监督》，载《新闻三昧》1999年第2期

②张国良主编：《传播学原理》第48页，复旦大学出版社1995年12月第一版

（上海交大媒体与设计学院副教授 谢金文）

文章管理: web@cddc.net (共计 2723 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 传媒教育

· 传媒教育：一半繁华一半忧虑 (2005-5-7)

[>>更多](#)

└─ 关于我国现代传媒教育的思考及传媒素养的提高 会员评论[共 1 篇] ─┘

💬 教育腐败就在你、我、他中间！

胡锦涛主席为什么重视我的来信？

揭露主要领导和党组织故意掩盖、损害公众利益的隐 [王小龙于2003-9-22发表]

└─ 我要评论 ─┘

会员名

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像.如有违反，追究法律责任.