

大学生传媒素质的缺失与建构

周红路

(大连理工大学, 辽宁 大连 116023)

摘要:在传统社会中,大学生的基本素质包括政治素质、道德素质、知识素质、技能素质、身体素质、心理素质等诸方面。如今,高度发达的大众传媒与当代大学生的生活息息相关,面对汹涌而至的海量信息,如何去建设性地选择、质疑、利用及传播,真切地关系到大学生的健康成长及社会的和谐发展,因此,传媒素质教育便成为了高校素质教育的崭新课题。

关键词:素质教育;传媒发展;传媒行为;传媒素质教育

中图分类号:G40-012 **文献标识码:**A **文章编号:**1003-2614(2005)11-0148-02

随着时代的发展,一个不争的事实摆在了我们面前:科技不断创新,知识川流不息,信息滚滚而来……接触媒介已成为一种文化范畴和生活方式,衍变成我们生活中的阳光、雨露和水,也就是说现代人尤其是大学生生活在一个传媒社会中。因此,提高其传媒素质乃是与时俱进、与世俱进的必要之举、迫切之举、创新之举。

一、大学生传媒行为存在的问题

媒介时代的任何一所大学都不是与社会隔绝的世外桃源,必然无可避免地受到空气一般无所不在的大众传媒所制造的大众文化(有学者称为媒体文化或媒介文化)的浸染。可以说,大众文化信息对社会的影响已经到了“全方位”、“全天候”的程度,媒体已经成为社会的第二课堂,“从根本上改变了人们的生活方式、思维方式及与周围世界打交道的方式,即人们很难做到真正自发地、不受媒体文化影响和媒体描述方式所干预地观察和认识世界。”令人耳鸣目眩的大众文化正在通过各种媒介逐步动摇着学校教育的权威地位,向大学人及其所传承的大学文化渗透。

当代大学生的传媒素质处于一种严重的缺失状态,具体表现为:

1. 接收与反馈的失衡

研究数据显示,目前我国大学生媒介接触的频密程度相当高,每天花在上网的时间是94分钟、报纸64分钟、广播56.2分钟、电视46.2分钟,合计260.4分钟。尽管是高频率接触媒介、接收信息,但大学生却没有与传播者形成一个理想的沟通情境,在信息反馈上几乎“销声匿迹”。我国的大学生是很好的接受者,却不是很好的分析者、判断者、批判者和反馈者。

2. 接触与使用的失衡

(1)媒介行为的偏离——对媒介的误用。大众媒介作为传播工具、信息工具,理应成为大学生学习和发展的工具。但一些大学生却利用其娱乐功能,把它发展成不可或缺的

“玩具”。江苏省教育部门的一项调查显示,大学生经常上网的达到80%,而这些人中只有15%是为了学习,其他40%的人是上网聊天,25%的人则是上网玩游戏。

(2)媒介行为的失范——对媒介的滥用。信息时代媒介所提供的信息丰富多彩,但同时也是鱼龙混杂。大学生对媒介的滥用主要体现在三个方面:一是我国有一半以上的大学生访问过色情网站;二是大学生大量接触暴力、游戏和赌博信息,与之相关的犯罪行为不断增多;三是学生网上侵犯性行为层出不穷。

(3)媒介依存过度。蓝斯·萧曾深刻剖析,这个信息狂热和信息超载的社会,已经开始出现一种病症,即偏执地使自己遍读一切可读之物,当吸收的阅读量超过可消化的数量时,超出的部分日积月累,最后因压力和过度刺激转化为所谓的信息焦虑症,即更加疯狂地使用媒介。研究表明,我国大学生存在“媒介依赖”尤其是网络依赖症,严重的网络依赖一般占到了5%，“上瘾”的大学生沉湎于网络,长时间“在线”而不能自拔,严重地影响了学习和生活。

中国人民大学的喻国明教授指出:“目前我国青少年对社会的基本认识和对社会游戏规则把握及其人生价值观的形成,90%以上的内容是通过传媒获得的。媒介传播中大量存在的消极因素已经并正在严重影响着青少年的社会化,至于对那些自制力不强的成年人的影响,事实上也是惊人的。开放的危险只能用开放的办法来对付,除了通过媒介立法、媒介自律等形式规范媒介行为,引进媒介教育应该是我现实而紧迫的选择。”笔者认为,研究和推行适合我国大学生的传媒素质教育,可以说是迫在眉睫的问题。传媒素质教育的目的不仅是教会学生学会阅读,教会他们使用电视、计算机和互联网等媒介,更重要的是要教会他们成为媒介的主人,成为信息的利用者,成为知识的拥有者,而不是被信息所淹没。开展传媒素质教育至少具有以下几个方面的意义:

(1)建立起对信息批判的反应模式。媒介教育首先是学生学习如何理智地辨别媒介真实和社会真实,并训练学生对

信息批判性的反应模式。

(2) 正确认识媒介的性质和功能。媒介教育的重要目标之一是帮助学生形成对媒介性质和功能的正确认识。所谓“正确”意味着能较完整和较客观地评价媒介性质、功能和局限,从而避免学生盲从媒介信息。

(3) 提高对负面信息的反省能力。由于各种原因,大众传媒中经常存在着负面信息,如暴力、色情、歧视及落后价值观念等等。传媒素质教育界要不断地列举并批判这些负面信息,以提高学生对负面信息的反省能力。

(4) 帮助学生健康成长。学生具备了利用媒介的能力,能够为他们的主动学习及终身学习打下一个良好的基础,使他们主动地接纳信息、获取知识,对他们的健康成长有着十分重要的意义。

二、实践传媒素质教育的途径

学校应该成为推行传媒素质教育的主要担当者,因为没有一种教育方式可以和学校系统的、规模的、正规的教学方式相提并论,但是不同于其他任何一门自然科学或人文科学课程,传媒素质教育自身的特点又决定了仅仅依靠学校来提高学生的传媒素质是不可能完全成功的,家庭在传媒素质方面的重要性绝不亚于学校的权威,因为学生大部分传媒经历不是发生在学校,而多是在家庭(宿舍)中。此外,媒体自身的参与及政府的作为都是传媒素质教育不可或缺的部分。传媒素质教育就像一张网,而政府、学校、家庭和媒体只有拉好各自的一个角,各司其职,才有可能成就一张完整而没有疏漏的大网。

1. 学校——传媒素质教育的第一课堂

学校教育特有的制度化、强制性以及良好的持续性可以保证整个传媒素质教育的理念和内容得到比较稳定地贯彻。对于青少年来说,利用学校和教师的权威性,系统地讲解和专门地讨论媒介知识,容易和周围同学形成共识,互相影响,以此达到有效影响大众媒介的作用。

笔者认为,根据我国的实际情况,传媒素质教育应以大学作为切入点。其原因在于:其一,中小学生学习负担目前已相当繁重,加之“中考”及“高考”的指挥棒作用,即使开设了传媒素质教育课程也很难得到应有的重视,取得较好的效果;其二,传媒素质教育很重要的一个方面是培养学生的批判性思维,而批判性思维的培养必须有一定的知识储备为前提,显然大学生在此方面具有绝对的优势;其三,大学生接触媒介时间较长、自主性较强而且又有取得一定科研成果的要求等客观因素都要求大学生具有更高的选择、批判及获取信息的能力。

2 家庭——传媒素质教育的另一主要担当者

无所不在的媒介正冲击着家庭传统的生活方式,大量社会现实的调查分析表明,在家庭中,火炉旁的传统引导方式已离我们渐渐远去,通过书刊的内部引导方式也在逐步缩小影响力,通过大众媒介的他人引导方式的作用日趋凸显,家长不再能垄断信息和道德教化。家庭(宿舍)是大学生媒介行为的主要发生地,也是大学生受媒介影响的主要场所。要提高大学生的传媒素养,让大学生成为独立的媒介使用者,就离不开家庭传媒教育的参与。所谓家庭传媒教育,就是两

代人共同学会选择媒介、筛选信息,建立应对信息流的批判反应模式,提高对负面信息的觉醒能力。

3. 媒体——传媒素质教育不应该被忽视的力量

有人对媒体是否应该参与传媒素质教育心存疑虑,因为根据一般的理解,传媒素质教育的目的是培养出一批能够认清、批判媒体的受众,而传媒素质教育赋予了受众指责媒体的武器,似乎是传媒素质教育把媒体和受众的关系对立起来。传媒素质教育帮助公民发展了必要的传媒素养,而与此同时公民也对媒体提出了越来越高的要求,于是媒体越来越难让受众满意,传媒素质教育会不会让媒体的日子越来越难过?要打消这个疑虑,首先必须澄清几个误解:

(1) 构建良好的传播环境是媒体和当局的责任,与一般媒体消费者无关。

(2) 传媒素质教育就是教一般民众学习如何批判媒体。

(3) 在实施传媒素质教育中,需要接受教育的是普通民众,媒体从业者充当的角色仅仅是施教者。

从对以上三个观点的澄清和解释中我们可以看出,传媒素质教育对于媒体这一方面,无论是从长远或短期看都大有益处。从营造整个社会健康的文化环境到一个具体节目的成功制作,媒体都可以从中受益。以一个开放、积极的心态来接收、参与传媒素质教育应该是每一个媒体能够做出的明智的选择。

4. 政府——传媒素质教育应大有作为者

政府应该在传媒素质教育中大有作为。首先,政府需要提高民众传媒素质来完成政府——媒体——受众之间信息传递的良性循环;其次,只有政府的介入才能保证传媒素质教育,特别是学校传媒素质教育的实施;再次,只有依靠政府的支持才能普及传媒素质教育。

在当今信息化时代,媒介已经成为知识经济中最重要的知识获得方式,对社会和个人具有不可忽视的深刻影响,无论是正面作用还是负面作用,都已融入了现代人的生活之中,人们要想离开或者脱离传媒的影响,已经不太可能。面对铺天盖地的媒介传播,你是做主人还是做奴隶?信息时代向我们提出了严峻的考验。

“因循则一事无成,奋而为之也未必难”。传媒素质教育是我国新世纪教育学与传播学面临的新挑战,这一教育课题在近二三十年得到了世界各国的普遍重视。在我国对这一问题的研究刚刚开始,实践上几乎是一片空白,但只要政府能更加重视大学生的成长环境,高校积极开展传媒素质教育,媒体积极参与,家长密切配合,我们相信,一定会走出一条具有中国特色的传媒素质教育之路。

参考文献:

- [1] 蔡帼芬,张开,刘笑盈.媒介素养[M].北京:中国传媒大学出版社,2005.
- [2] 雷跃捷.中国大陆开展媒介批评研究的背景和学术资源[A].传播学研究集刊[C].上海:上海古籍出版社,2004.
- [3] 谢金文.新闻·传媒·媒介素养[M].上海:上海社会科学院出版社,2004.

[责任编辑:洪军]