

doi:12.3969/j.issn.1672-0598.2012.05.023

“90后”大学生媒介素养研究*

石庭,罗发海

(巢湖学院 经济管理与法学院,安徽 巢湖 238000)

摘要:“90后”大学生已经成长为当今在校大学生的主体。相比与之前的大学生,他们正更加频繁地关注和使用着媒介。那么对“90后”大学生的媒介素养展开研究就是十分必要的。因此,本文试图厘清“90后”大学生的媒介素养现状和存在的问题,并探索出适合中国国情的“90后”大学生媒介素养教育的基本方法。

关键词:“90后”大学生;媒介;媒介素养

中图分类号:G645.5 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-0598(2012)05-0139-06

“90后”本文特指1990年以后至2000年之间出生的所有中国公民。“90后”出生在改革开放已经取得显著成效,信息技术手段飞速发展的年代,可以说“90后”是信息社会的优先体验者。随着信息技术应用的普及,在当前“90后”大学生生活中新媒体已经无处不在。“90后”大学生置身在新媒体的包围之中,新媒体在发挥越来越强大的功能的同时,消极因素也在日渐显露。作为当前在校大学生的主体的“90后”大学生面对如此复杂的媒介环境,如何积极应对媒介、合理有效使用媒介、理性审视媒介信息,是“90后”大学生应该具备的基本媒介素养。本文通过对安徽省某高校本科阶段“90后”大学生的媒介素养情况的调查,了解他们的媒介素养状况,分析存在的问题,并尝试探索出适合“90后”大学生媒介素养教育的策略。

一、“90后”大学生媒介素养现状

目前,国内外学术界对“媒介素养”的概念及其内涵还没有形成统一的认识,鲁宾认为,媒介素养主要有三个层面,即“能力模式”“知识模式”和“理解模式”。^[1]Potter W J认为,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。^[2]本文认为“媒介素养”即人们正确地、建设性地运用媒介资源的能力,以及充分利用媒介资源完善自我,参与社会进步。其内涵应该包括公众利用媒介资源动机、使用媒介资源的方式方法与态度、利用媒介资源的有效程度以及对媒介资源的批判能力等。

而针对“90后”大学生的媒介素养教育提出建设性措施,首先必须了解其在新媒体背景下的

* [收稿日期]2012-07-01

[基金项目]2010年教育部人文社会科学专项任务项目(10JDSZ3007)“‘90后’大学生的新媒体素养教育研究”

[作者简介]石庭(1981—),硕士,巢湖学院经济管理与法学院教师。

罗发海(1964—),教授,巢湖学院经济管理与法学院院长。

媒介素养现状,笔者以安徽省某高校本科阶段“90后”大学生为对象设计了调查问卷,问卷有五个方面的指标,1.媒介接触状况;(包括:接触内容、程度、形式)2.媒介使用情况(包括:目的和动机);3.对媒介道德规范的认知(包括:对媒介信息可信度的看法和在互联网发表言论的权责等);4.对媒介资源的理解和运用能力。

调查采取统一问卷,随机抽样方式,共发放问卷300份,回收问卷298份,其中有效问卷285,有效问卷回收率95%,其中调查对象的性别比例:在有效问卷285人中,男生162人,女生123人,各占56.8%和43.2%;调查对象的专业背景:文史类157人,理工类128人,各占55.1%和44.9%;调查对象的年级比例:大学一年级85人,二年级76人,三年级79人,四年级45人,各占29.8%、26.7%、27.7%和15.8%。通过对调查问卷的统计、分析,当前“90后”大学生的媒介素养呈现出以下状况:

(一)媒介接触状况

“90后”大学生是社会中最活跃的部分之一,也是新媒体中相对活跃的受众,他们对新事物充满好奇,对新媒体易接受,也较容易受其影响。由于群体自身特点和客观的社会现实,“90后”大学生在媒介接触上有着独特的特点。

(1)在接触内容上,在有效问卷285人中,有78.6%的人在日常接触的媒介中以视频和图像方式为主,只有21.4%人选择是以文字方式为主。从调查中反映出被调查对象的接触内容从传统报纸、杂志等以文字信息为主的媒介转向以视频、图像为主的电视、网络媒介。

(2)在接触程度上。在问卷中“你选择平时接触最多的媒介是那种?”。选择网络的有243人,占85.3%,选择电视(不包括网络电视)的有22人,占7.7%,选择广播的13人,占4.6%,选择报纸、杂志的有7人,占2.5%,网络成为“90后”大学生接触最多的媒介。

(3)在接触形式上。在选择媒介接触形式上,216人选择电脑互联网和手机网络,占75.8%,反映出他们取得媒介信息的主要途径是通过网络和手机方式。

(二)媒介使用情况

通过对“90后”大学生接触媒介的动机调查发现,很多大学生使用媒介是为了获取信息资源、娱乐放松,媒介中的娱乐游戏、体育直播、影视作品、网络聊天是他们的兴趣焦点。在问卷“你使用媒介的主要目的是什么”选项中,选择获取信息的有121人,占43.9%,选择娱乐放松的有107人,占37.5%,选择学习知识的有26人,占9.1%,选择消磨时间的有31人,占10.9%。在“你日常使用互联网来干什么”选项中,选择游戏娱乐的有125人,占43.9%,选择网络聊天的有71人,占25%,选择学习知识的有31人,占10.9%,选择获取信息资讯的有158人,占20.4%。由此可以看出,“90后”大学生使用媒介带有明确的目的性,主要以获取信息资讯和娱乐放松为主,在使用大众媒介过程中呈现出一定的积极主动利用媒介资源的状态,但是在互联网使用上则过于娱乐化,呈现出一定无序性。

(三)媒介道德的规范与自律

网络是一把双刃剑,其中包含大量有益的信息、知识,也有一些部分与色情、暴力、反动有关的不良信息。在“你认为媒介信息是否可信?”选项中,选择完全可信的有3人,占1%,选择基本可信的有172人,占60.4%,选择不太可信的有98人,占34.4%,选择完全不可信的有12人,占4.2%。在“你知道网民要遵守哪些互联网法律、法规?”选项中,选择完全知道的有0人,选择基本知道的47人,占16.5%,选择知道一点的有186人,占65%,选择完全不知道的有52人,占18.2%。从调查中可以得出,由于“90后”大学生年龄较小和网络接触较短,很多是未成熟网民,他们对于网络媒介的不良和负面信息的甄别和自控能力还尚不足以完全抵御,在接触和使用网络媒介时很容易在不知不觉中受其负面信息的“污染”。如在bbs论坛中盲目跟帖发表不负责任言论;在一些开发的网络平台进行“网络恶作剧”等等。而很多“90后”大学生对这些行为却是不以为然。媒介道德问题与媒介技术相伴而生,作为一种新的、特殊形态的伦理道德问题,还没有引起大多数“90后”大学生的足够重视。媒介信息传播的开放性和大众

化迫切需要构建与之相关的媒介伦理道德。

(四) 媒介资源的理解和运用能力

对媒介的理解和应用能力,是“90后”大学生媒介素养的基本内容之一。是否能够对获取的媒介信息进行合理的辨析、判断甚至批判是衡量大学生媒介素养的重要指标。在问卷“通过查阅大众媒介,你是否可以迅速找到需要的信息”选项中,选择一般可以的有133人,占46.7%,选择有时可以的有137人,占48.1,选择比较困难的有13人,占4.6%,选择非常困难的有2人,占0.7%。由此可以得出,“90后”大学生对于媒介资源在理解和运用上具有较强的能力,反映出他们对于媒介的适应程度较高。

二、“90后”大学生媒介素养存在的问题

“90后”大学生群体在媒介接触上具有一定的理性动机,但是总体上表现出明显的集中化和功利化趋势。在四大传统媒体上(报纸、广播、电视、杂志)使用或者关注较少,网络媒介成为绝大多数“90后”大学生的信息主要来源,在接受和操控新媒体能力方面具有比其他群体明显的优势。同时,从“90后”大学生的媒介素养表征上看,他们绝大多数没有经过系统科学的媒介素养尤其是新媒体素养指导和训练,他们的媒介素养知识主要来源于同学、父母和自身的伦理道德判断标准,所以他们的媒介素养主要呈现出一种无序性和自发性。

(一) 虚拟媒介备受青睐,现实媒介影响弱化

从“90后”大学生占用信息媒介的程度看,这一群体日常生活中接触的信息媒介大体可以分为:一、虚拟媒介,即网络(包括手机网络);二、现实媒介,即报纸、杂志、图书、广播、电视。据有关数据显示,虚拟媒介是“90后”大学生的接触第一媒介,互联网占据主流强势地位,接触率为83.3%,是他们获得信息的首要渠道。^[3]而时间的分配上,他们用于网络媒介的时间要比在现实媒介上多出很多,尤其是花在纸质报纸、杂志和图书的时间更是不足。因此,“90后”大学生对网络媒介的追捧和对现实媒介的冷落表明其媒介接触习惯的养成需要进一步的引导和改善。^[4]

(二) 沉溺虚拟情景,缺乏现实交流

很多“90后”大学生长期沉溺于应接不暇的“虚拟情景”中,如QQ聊天、网络游戏、BBS、博客和虚拟社交网站等,人逐渐变成数字化存在物,人与人的交往变成了人机交往,最终导致人际关系疏远,个人产生紧张、孤僻、冷漠甚至严重的心理疾病。他们逐渐迷失在虚拟媒介所营造的“虚拟情景”中,脱离社会现实,沉溺于虚拟媒介包围的自我的之中。网络是一把双刃剑,虚拟性和现实性的矛盾是网络带给“90后”大学生的一大困惑,如何摆脱和扬弃信息异化的控制是媒介素养教育的一个重点。^[5]

(三) 引导者角色淡化,信息甄别力有限

“90后”大学生在关注信息的同时热衷于追捧一些娱乐、负面的新闻信息。对于一些低俗、暴力、色情部分他们缺乏应有的抵制力。虚拟媒介在信息审核把关方面不同于传统现实媒介要经过严格的层层审核筛选,在教化大众、信息传播和稳定社会方面的“引导者”角色也在趋于淡化或者部分缺位。“90后”大学生偏爱新媒体,但是新媒体又不完全具备传统媒体所承载的传播和教化的社会功能,最终可能会使大学生的人格发展得不到良好的引导和规范。同时,在媒介信息甄别力上,“90后”大学生对媒介信息的中甄别力有限,他们有很强的信息探知欲,却不懂得如何对掌握的信息进行分析、判断和反馈。由于他们的媒介素养尚处于无序、自发状态,导致他们仅仅懂得如何便捷、快速地获取信息,而不懂得如何对媒介传播信息的方式及信息本身进行准确的理解与评价。

三、“90后”大学生媒介素养教育的策略

媒介素养教育即指导学生正确理解、建设性地使用大众传播资源的教育^[6]。新媒体背景下,开展“90后”大学生媒介素养教育面临着巨大的挑战。媒介素养教育从理论到实践,需要社会各方面的通力合作。“90后”大学生不同于其他任何群体,有着自身鲜明新特点,对他们进行媒介素养教育需要研究该群体的具体特点做到有的放矢。

(一) 创新形式,更新思想政治教育内容

媒介素养包括公众利用媒介资源动机、使用媒介资源的方式方法与态度、利用媒介资源的有效程度以及对传媒的批判能力。媒介素养不仅是资质,也是方法和技能。它决定了现代人最基本和最核心的媒介生存能力。^[7]“90后”大学生正处在学习的黄金时期,学校应该将媒介素养教育问题纳入到学校日常的学生素质教育和通识教育范畴。高等学校可以尝试把媒介素养教育纳入高校思想政治教育课程之中,在大学阶段开设相关的媒介素养教育课程是提高其媒介素养的最好方法。在学校的统一要求、教育下,通过课堂教学使学生获得解读和剖析媒介素材的知识,从而形成有序、自觉地媒介素养。

(二) 加强监管,积极发挥政府主导作用

媒介素养教育是“90后”大学生素质教育基本内容之一,学校教育只是“90后”大学生媒介素养教育的一个方面,而全方位的“90后”大学生媒介素养教育应该是结合学校、家庭和社会三位一体的,政府在教育的过程中可以为“90后”大学生媒介素养的提高创造环境、营造氛围。

在我国,媒体有其特殊的运营机制,一方面作为市场经济的主体需要吸引受众,创造利润。另一方面,需要承担国家应有的喉舌作用,为社会主义建设服务,创造和谐、健康的舆论环境。但是,随着市场经济竞争的日益加剧,也有一些媒体只顾企业的经济效益、忽视了其应该承担的社会职责;发布各种黄色、暴力、虚假不健康信息,严重破坏了整体的和谐、健康的舆论氛围,对社会造出来不良的影响。政府应该采取适当手段加强监管治理,使得媒介环境呈现出绿色、和谐的文化场、思想场、舆论场效应。从而从政府层面为“90后”大学生媒介素养教育提供一个积极、健康的社会氛围。

(三) 重视人才,打造一支专业师资队伍

专业的师资队伍对媒介素养教育至关重要。“90后”大学生媒介素养教育的落实必须要多层次、多渠道地建设一支高质量的师资队伍。当前,国内高校从事媒介知识普及及教育的师资力量还处在相对匮乏不足状态。而在国外已经有了相对

比较完备的师资培训和教学队伍,很多欧美国家已经建立了相关的媒介素养教育协会,他们定期召开媒介素养教育研讨会为一线教师提供媒介知识研讨和咨询服务。近几年,国内高校也有一些相关的研究机构和团队成立,如复旦大学媒介素养研究小组的成立,上海交通大学媒介素养研究团队开设的媒介素养教育课程和中国传媒大学媒介素养专业的开设等。

在打造一支专业媒介素养教育师资同时,除了要有过硬的媒介专业知识之外,还要学会从专业教育的局限中跳出来。一方面,要结合“90后”大学生特点和高校实际,应用传播学和新闻学知识,结合大学生思想政治教育现实。另一方面,要通过开展专业知识讲座、培训学习等多种途径,使教育者接触并接受媒介素养教育在新形势下不断更新的教育理念和教育模式。通过这样多渠道、多层次建立起一批既有专业技术知识同时也掌握现代传媒规律,具备一定应对能力的高素质师资队伍。

(四) 适时引导,强化媒介素养教育体验

“90后”大学生媒介素养教育要强化其媒介使用的体验,同时注意对学生的使用情况进行必要的引导和监管。媒介素养是人的实际素质和能力。纯粹依靠课堂的理论灌输和道德教化很难提高,一定要在开展课堂理论教学的同时,强化大学生对媒介运用的切身体验。

(五) 积极尝试,建立媒介素养评价体系

建立合理科学的媒介素养评价体系,是保证媒介素养教育的一个重要因素。高校可以将媒介素养教育纳入到学校教学目标和评体系之中,这样可以使媒介素养教育在质量上和制度上得到可靠保证。2001年,美国高等教育研究协会(ACRL)审议并通过了《美国高等教育信息素养能力标准》,该标准的条文和各项评估指标都具有很强的科学性和系统性,是进行媒介素养教育和教育成果评价的完整的知识体系。在美国之后,澳大利亚、墨西哥、西班牙等国也纷纷出台了各自的媒介素养教育评价标准。在我国,只有北京地区高校信息素质能力指标体系示范性框架和台湾“资讯素养协会”的信息素养能力指标体系。江

西师范大学钟志贤教授指出,所谓的信息素养能力评价指标,其实就是将高校学生毕业时应具有的信息素养能力科学化、具体化,细化为一个指标集合,这个集合具体由以下标准构成:运用信息工具,获取信息,处理信息,生成信息,创造信息,发挥信息效益,信息协作,信息免疫。^[8]建立高等学校媒介素养评价体系既要从我 国高校开展媒介素养教育的实际出发,也应参考国外成功的评价标准,同时需要在教育和教学实践中认真研究,总结经验,按照学生的年龄差异,提出不同阶段具体而明确的要求与标准,将媒介素养纳入到各级各类教育的目标与评价体系之中。

(六) 充分调动,积极发挥媒介引导者角色

媒介在信息传播方面有着得天独厚的优势,对“90后”大学生的媒介素养教育有着引导者的责任,无论是四大传统媒体还是网络、手机等新媒体都要加入到“90后”大学生的媒介素养教育中去。媒介在制造和传播信息方面应发挥好引导者作用,努力用优秀的作品引导并帮助“90后”大学生树立正确的世界观、价值观和人生观,使其媒介素养在耳濡目染中逐步得到提高。同时,媒体从业人员需要恪守职业道德,不能为了经济效益,而发布有损媒体公信力的虚假信息。媒介还可以充分调动自身媒介资源,利用其在信息传播的优势,大力推广、普及媒介素养的基本内容,集中介绍媒介知识,使“90后”大学生学会用思辨的态度来看

待大众媒体传播的信息。同时,要在全社会促成对媒介素养教育重要性的认识,形成良好的媒介素养教育氛围,就要充分发挥报纸、广播、电视和互联网等媒介的宣传作用,在各种媒介中普及媒介素养基础知识。

[参考文献]

- [1] 戚海群. 传播学教育新方向:从媒介研究到媒介素养[J]. 现代传播,2003(06).
- [2] 生奇志,展成. 大学生媒介素养现状调查及媒介素养教育策略[J]. 东北大学学报(社会科学版),2009(1).
- [3] 霍福广,刘社欣. 信息德育论:大学生信息素养与思想政治教育信息化研究[M]. 北京:人民出版社,2008(96).
- [4] 朱艺. 大学生手机媒介素养教育探析[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版),2011(6):126-130.
- [5] 魏钢,等. 网络媒介与思想政治教育工作[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版),2012(2):33-37.
- [6] 张开. 媒介素养概论[M]. 北京:中国传媒大学出版社,2006(191).
- [7] 段京肃,杜骏飞. 媒介素养导论[M]. 福州:福建人民出版社,2007(126).
- [8] 张翠芳. 高校如何实施信息素养教育[J]. 广东药学院学报,2004(4):417-418.

(责任编辑:朱德东)

Research on the Media Attainment of Post-90s College Students

SHI Ting, LUO Fa-hai

(School of Economics, Management and Law, Chaohu University, Anhui Chaohu 238000, China)

Abstract: Post-90s college students have become the main part of present college students. Comparing with previous college students, the post-90s college students are more frequently focusing on and using media, thus, it is very necessary to study the media attainment of the post-90 s college students. This paper tries to reveal the status quo and existed problems in media attainment of the post-90 s college students and explore a basic method fitting for China's reality for the media attainment education of the post-90 s college students.

Key words: post-90s college students; media; media attainment