

论加拿大传播媒介素养教育及其启示

车英, 汤捷

(武汉大学新闻与传播学院, 湖北武汉 430072)

[作者简介] 车英(1954-), 男, 河北望都人, 武汉大学新闻与传播学院教授, 武汉大学期刊社编审, 主要从事新闻学、国际法学、艺术法学研究; 汤捷(1983-), 女, 广西贺州人, 武汉大学新闻与传播学院硕士生, 主要从事新闻传播学研究。

[摘要] 加拿大在媒介素养教育领域所取得的斐然成就, 为相关研究仍处于起步阶段的中国提供了丰富的理论和实践参考经验。加拿大媒介素养教育与其社会历史背景之间千丝万缕的联系, 我国应结合现实国情, 找准切入点, 开展媒介素养教育。

[关键词] 加拿大; 媒介素养; 教育

[中图分类号] G210 [文献标识码] A [文章编号] 1671-881X(2007)05-0703-07

从20世纪30年代英国学者ER·利维斯(ER. Leavis)和他的学生丹尼斯·桑普森(Denys Thompson)共同提出“传播媒介素养教育”这一概念, 至今已逾70多年, 其理念已经在世界上众多国家落地生根, 并在这些国家的历史、文化、政治、经济、教育等诸多社会背景条件的影响下, 逐渐成长成为一种新的教育项目, 同时也开辟出新的新闻传播研究领域。而自20世纪80年代以来, 随着各种大众传播媒介在中国社会的运用普及与发展, 传媒在国人的工作、生活和社会活动等各个方面扮演着日益重要的角色, 自然也引起了国内新闻传播学界和新闻传播教育界对这一领域的关注, 并将众多目光吸引投向英国、加拿大、澳大利亚等传播媒介素养教育开展得如火如荼的国度之中。其中, 加拿大作为传播媒介素养教育领域中后来居上的“黑马”而备受青睐。

加拿大的传播媒介素养教育历程可追溯至20世纪60年代, 由加拿大国家最早的传播媒介组织“加拿大屏幕教育协会”(Canadian Association for Screen Education)发起的“屏幕教育”(Screen Education), 其主要措施包括在部分学校开设影视教育选修课等, 但却因经费困难、观念滞后等原因半途而止。而后又在20世纪80年代重新兴起, 并以星火燎原之势在加拿大国内全面推进。迄今为止, 经过20多年的发展, 加拿大的传播媒介素养教育水平已走在世界最前沿, 取得了令人瞩目的成绩: 由安大略传播媒介素养协会与当地教育部教师联盟合作的《传播媒介教育方法指南(Media Literacy Resource Guide)》被视为加拿大乃至全球传播媒介素养教育史上里程碑式的出版物, 其中所归纳的八大核心理念受到了世界范围内的普遍推崇; 由加拿大国家相关协会主办的各种传播媒介素养教育峰会也具有极高的权威性。一言概之, 加拿大在传播媒介素养教育领域所取得的斐然成就, 为相关研究刚起步的中国提供了丰富的理论和实践经验作为参考。我国新闻传播界应结合实际国情, 找准切入点, 借鉴加拿大的领先, 开展更有深度和高度的传播媒介素养教育。然而, 在汲取这些营养之前, 我们应先透过其辉煌的面纱, 分析加拿大传播媒介素养教育与其社会历史背景之间千丝万缕的联系, 以避免生搬硬套而导致南橘北枳的后果。

—

哥伦布的航海壮举使历来是土著居民繁衍生息之地的北美大陆遭遇了大批欧洲殖民者的侵入,而随之播撒下的欧洲经济和文化种子却在这片土地的南北两端孕育出截然不同的果实。相信君主制更能保障自由和民主的北部有着与英国更为接近的宗教信仰以及道德理念,其以出口自然资源为导向的经济模式也使之更依赖于宗主国的不列颠重商主义体系;而深受加尔文主义和清教信仰影响、秉持“反贵族理念”的南部却迫不及待要挣脱这一体系对自身经济发展的严重束缚。于是,当革命在后来成为美利坚合众国的南部 13 个殖民地上进行得如火如荼之时,后来成为加拿大的北部却冷眼旁观,这一持续 8 年之久的美国独立战争也随即成为了北美历史、文化的分水岭。

独立后不断发展壮大的美国逐渐拥有了吞并北部英属殖民地的实力,发生在北部的各种叛乱事件及 1861 年至 1865 年的美国内战更让加拿大联邦的成立变得迫在眉睫。与此同时,加拿大民众的“抵制美国情绪”悄然而生。这在加拿大联邦首任总理麦克唐纳德所著的《国家政策》中有充分的表述:其一,维持对英国的效忠传统;其二,对美国文化侵蚀和领土扩张的抗击;其三,努力孕育独立的加拿大国家性格^[1](第 45 页)。当英国在 20 世纪日渐衰落从而将加拿大推向美国怀抱、加拿大完全有可能成为美国第 51 个州时,这种情绪逐渐演变为强烈的民族意识并上升到国家政策的层面,进一步抗击美国经济文化模式的侵蚀,确保加拿大国家和文化的独立性。在这一过程中,相比起在经济领域内几乎是劳而无功的尴尬局面,加拿大在文化主权领域内取得的成绩显得尤为难能可贵。

被殖民统治摧毁了古老土著文明的加拿大,在文化上一直是对英、法宗主国传统的简单模仿,直到 19 世纪上半叶才开始出现呼吁建立具有加拿大自身特性的文化的声音,而这种声音直至加拿大独立后才真正开始转化为行动。然而,此时南边已经崛起了一个比它强势得多的美利坚合众国。在这个拥有强大经济优势的巨人的阴影笼罩之下,本就先天不足的加拿大文化的发展更是受到了严重制约。美加两国颇为相像的历史文化渊源和比邻而居的地缘位置,使得美国式文化在加拿大长驱直入。美国式文化大量排挤加拿大本土文化,这导致了加拿大国家文化人才的严重流失。这种文化侵略在大众传播媒介上表现得更为突出,加拿大从图书报刊业到广播影视业,大半江山都由美国资本所掌握,传播媒介产品也就自然而然地被烙印上深刻的美国式文化标签。

美国式文化的大举入侵给加拿大社会各界人士带来了严峻的危机感,他们以各种方式发起呼吁,要求加拿大政府采取果断措施以抵制美国文化、以扶持并发展本国文化。然而,以《时代》、《读者文摘》为代表的诸多美国刊物在加拿大所享有的税收优惠政策,却成为加拿大维护文化主权行动的首要目标。尽管遭到了美国国务院的强烈抗议,甚至引起了时任美国国务卿基辛格的高度关注,加拿大最终于 1975 年通过了《时代/读者文摘法案》,从各方面对美国杂志进入加拿大作了诸多的限制,这被视为是战后加拿大抵制美国式文化入侵、维护国家文化主权的一大胜利。自此之后,美国加拿大两国在文化领域中的侵入与抵制斗争日趋激烈,最终在 1987 年就《美加自由贸易协定》涉及的文化主权问题进行的谈判中,加拿大上至内阁总理、下至各党议员,均就维护加拿大文化主权问题表述了鲜明的立场和强硬的态度,从而使这一斗争白热化。

文化领域内维权斗争的初战告捷和全民维护文化主权意识的形成,为曾在 20 世纪 60 年代萌芽但中途夭折的加拿大传播媒介素养教育再次注入了勃勃生机:安大略省在 1978 年成立了“传播媒介素养协会”(AML),被誉为“加拿大传播媒介素养教育之父”的约翰·庞杰特(John J. Pungente)也于 1984 年创立了著名的“耶稣会会士传播工程”(Jesuit Communication Project, JCP)。而《美加自由贸易协定》签署后的短短数年更是成为加拿大传播媒介素养教育的一个高峰期,各省和地区纷纷成立了各自的专业传播媒介素养教育组织,如成立于 1990 年的“魁北克传播媒介教育协会”(Quebec Association for Media Education, QAME)和“曼尼托巴传播媒介素养协会”(Manitoba Association for Media Literacy,

MAML)、成立于1991年的“加拿大传播媒介教育协会”(Canadian Association for Media Education, CAME)、成立于1992年的“新斯科舍传播媒介素养协会”(Association for Media Literacy Nova Scotia, AML-NS)、成立于1993年的“艾尔伯特塔传播媒介认知协会”(Alberta Association for Media Awareness, AAMA)、成立于1996年的“传播媒介意识网”(Media Awareness Network)等等^[2](第258-265页)。

尽管抵制美国式文化的意识并没有以语句的方式直接呈现在加拿大传播媒介素养教育的理念陈述中,却通过别的角度折射出来。在加拿大的传播媒介素养教育课程设置中,“流行文化”(Pop Culture, 又称“波普文化”)被作为一门全学分(Full-Credit)的课程、面向各省和地区的中学学生开设。其覆盖内容包括:流行文化及趋势的概念、流行文化的魅力之所在、电视节目中反映出的流行趋势、流行电影模式对青少年电影的影响、过去和现在的流行文化、加拿大本土及国外的流行文化,等等。当我们把视角拉远、将这些课程置于“美国是全球流行文化的发源地及最大出口地”这一事实背景中进行观照时,其中所蕴含着的、加拿大人抵制美国式文化的良苦用心和强烈的文化维权意识更是一览无余。

二

如果将抵制美国式文化入侵、维护加拿大本国文化主权这一渊源深远的背景作为加拿大传播媒介素养教育兴盛的外延因素的话,那么,加拿大国内的多元文化主义运动以及在传播媒介呈现中显露出的族群认同问题便可被视为相应的内在因素。

曾沦为英法殖民地的历史决定了英裔文化和法裔文化在加拿大文化体系中不可避免的持续冲突,尽管魁北克法裔居民的独立,运动促使加拿大政府承认英法双语的官方语言地位并大力推行英法二元文化,但不可否认的是,英裔文化仍在除魁北克省外的绝大部分地区占据主流文化的位置。除此之外,被称为“第一民族”(First Nations)的土著人也从未停止过为土著传统文化而斗争的脚步。在加拿大于20世纪60年代逐步废除种族歧视性的移民政策后进入加拿大的非欧美族裔新移民,也与加国本土的非英法裔及非土著群体共同构成了“第三种力量”(The Third Force)并日渐崛起,在加国社会中发挥着日益重要的作用。在各种文化力量的博弈之下,为了促进民族和睦、维护国家统一并经受住在文化安全方面的严峻挑战,加拿大政府于1988年正式颁布了《加拿大多元文化法》,宣告了加拿大多元文化主义时代的来临^[3](第66页)。

在这部法案中,政府对加拿大的多元文化政策做出了权威的表述,即:加拿大政府承认族裔与文化多样性之合法性,视多元文化为加拿大民族的基本特征与宝贵资源,保障所有公民保存和分享文化遗产的权利,鼓励他们为民族文化的繁荣做出应有的贡献。这一表述为处于加拿大这样一个多元文化社会中的个人及社会群体赋予了一种传递、表达其文化认同的文化权力,这种权力的目的正是在于维护来自于不同族裔、拥有不同社会经济背景的公民对自身文化的认同。然而,文化认同并非永远保持一种固定且持续的形式,恰恰相反,它必须在每一个由独特的历史、文化等脉络形成的社会形态中得到具体的建构。因此,在不同的社会形态中,能够影响文化认同的因素并不相同。即使在同一社会形态中,随着时间的推移和社会的发展,这些因素之间的影响力权重比例也会相应地发生改变。而在信息传播不可或缺的现代社会中,媒体因其与生俱来的信息覆盖能力与穿透能力而理所当然地成为了影响文化认同的关键要素之一。正如Shohat & Stam(1994)所说,由于媒体在族群文化认同以及社会群体归属的复杂关系中扮演着重要的角色,媒体在“当代多元文化主义的讨论中占有一个重要的中心地位”。此外,亦有学者在以多元文化主义视角对加拿大文化研究案例进行分析的过程中,发现媒体常常通过以下几种角度对少数族裔进行呈现:(1)被描绘成隐形的、不相当的;(2)以刻板印象的方式进行呈现;(3)视为一个社会问题;(4)作为娱乐或节目点缀的代表^[4](第24页)。

除了在影像方面的呈现外,媒体还在有意无意间通过对偏见性细节的刻画、种族主义式的话语叙述

等方式扭曲甚至排斥特定的文化群体,这种行为如同杂音般掺杂在传播媒介公开承诺要大力营造一个具有包容性的多族群、多元文化社会的高谈阔论中,显得尤为刺耳不谐。媒体之所以会出现这种自相矛盾的言行,并在族群文化议题的塑造与再现上扮演一个值得争议的角色,与传播媒介所处的现实社会政治经济背景有关,这并非一朝一夕所能解决。但必须关注的是,媒体对于各个文化族群、尤其是相对而言处于话语弱势地位的少数族裔的再现是否公允,不仅将会影响该族群的自我认同,更将会影响整个国家、乃至全球对该族群的印象构建,从而危及该族群成员及其文化的未来生存发展环境。Cortés 分别在 1991 年和 1995 年曾两度所提出的“媒体具有让不同族裔背景的人得到‘增能’(empowerment)或是‘减能’(disempowerment)的功用”便很好地说明了这一点^[4](第 25 页)。例如,借由传播媒介传播的方式展现在受众面前的族群形象,会与受众对该族群的原有刻板印象产生相互作用,其中相吻合的部分将得到增强(即“增能”),从而造成了刻板印象的加深。

考虑到以上种种存在于国家多元文化主义政策与传播媒介呈现方式之间的分歧,以及具体的社会框架式,将传播媒介素养项目纳入教育范畴,便成为了加拿大政府的当然对策,其目的在于帮助受众就媒体如何在主体性中建构所谓“客观真实”进行分析,并帮助他们将经过批判、自省和再思考的传播媒介信息与自身的社会实践及信息积累相结合,进而在极大可能使多元文化在承认差异的基础上得到认同并得以共存。

为了使国内的多元文化主义以良性的态势持续发展、保护并维持各个族群及其文化间的微妙平衡,加拿大政府及社会各界始终在为建构一个反主流论述的话语空间而共同努力,以使不同群体都有充分展现形象、公平发表话语的机会,其中为提高弱势族群社会和文化地位而采取的各种措施显得尤为用心良苦。联邦政府每年设立专门款项,用来支持多元文化建设,包括支持全国性的族裔文化组织,多元文化协会、中心,公共性活动(包括少数族裔的传统节庆),移民的语言和其他教育,各省的民族语言项目,高等院校的族裔研究和教学,族裔文学艺术创作和出版、演出,以及有关族裔和种族多样性的全国性宣传等公营的加拿大广播公司每年制作大量反映文化多样化的广播电视节目,加拿大全国电影委员会负责摄制体现族裔群体经历的作品,等等^[5](第 36 页)。但是,正如我们在受众研究理论中所知道的那样,这些出发点良好的传播媒介产品,在到达受众终端并经过最终解码后所转换得到的信息及其获得的效果,却不一定与传播发起者所预料的一致,然而并非所有受众都了解这一点。

因此,仅就推进多元文化主义这一层面而言,传播媒介素养教育除了使受众了解传播媒介在呈现各个族群及其文化时所无法摆脱的社会背景因素之外,还必须使受众对个人因素在解读传播媒介呈现的族群和文化内容过程中的影响作用有清楚的认识。这一观点也被视为加拿大传播媒介素养教育的关键理念之一:“……受众‘构建’(negotiate)媒体的意义。如果说媒体为我们带来了借以构成现实图景的大部分材料,那么,我们当中的每一个人都将依据各自的需求和渴望、日常的喜怒哀乐、种族及性别立场、家庭和文化背景、道德观念等诸多个人因素来发现或构建其意义”。约翰·庞杰特在对这一理念进行深入阐述时也强调:“理解传播媒介的前提是必须认识到我们是如何与媒体文本相互作用的。”“我们也把一些独一无二的东西带给传播媒介,那就是我们每个人自己……这些个人因素将会影响我们对传播媒介内容的解读,因此我们必须认清这样一个事实,即不同的人对同一传播媒介内容的体验方式并不一样。”^[6]

三

在幅员辽阔、地广人稀的加拿大,各种大众传播媒介一直是把国民联系在一起的重要纽带。再加上前面所提及的、深植民心的抵制美国式文化入侵与维护文化主权意识,可以说,上至政府要员下至普通国民,大众传播事业在加拿大国家的政治、经济和社会生活的各个层面都受到极大重视。这一方面促进了加拿大传播媒介的蓬勃发展,为加拿大的新闻传播理论研究提供了肥沃的土壤,另一方面也引发了不

少新问题,从而不可避免地对传播媒介素养教育带来各种影响。

加拿大现有报纸120家,发行权主要控制在索瑟姆(Southam Inc.)、汤姆森(Thomson Newspapers Ltd.)、太阳(Sun Media Corp.)和魁北克人(Quebecor Inc.)四大报业集团手中。在广播电视领域,国营的加拿大广播公司(CBC)不仅在国内占据主导地位,同时也是世界八大广播电视网之一,私营广播电视机构主要有加拿大电视网有限公司(CTV,英文)、魁北克电视网(TVA,法语)以及罗杰斯传播公司(RC,有线电视)。最大的杂志出版商为麦克利恩·亨特出版公司^[7](第289-318页)。从这些简单的资料我们可以看出,除CBC之外,加拿大的大众传播事业大部分由大型的商业传播媒介集团所掌握。此外,加拿大私营商业势力对传播媒介的集中与垄断与其它西方发达国家一样,对单一传媒的垄断集中(concentration of ownership)与跨传播媒介的横向兼并(cross-ownership)共存,如麦克利恩·亨特集团除在杂志业独占鳌头,还拥有印刷、广播电视等其它传播媒介,在20世纪80年代通过太阳(Sun Media Corp.)的绝大部分股份后开始涉足报业。

作为社会公器的大众媒体趋于集中垄断并非加拿大一国的个别现象,这种势头在美国和英国出现得更早且更为严重。然而,在加拿大这个一贯高度重视传播事业的国度里,这一现象不仅引发了媒体从业者和理论界的忧虑,更得到了政界人士的高度关注。成立于1970年的加拿大参议院大众传媒特别委员会(the Special Senate Committee on Mass Media)提交的一份报告指出:“……传播媒介被控制在越来越少的人手中是个严重的问题,专家们认为,媒体集中垄断的趋势有可能不断蔓延,而且速度还会不断加快,国家不能容忍这种状况继续下去,……传播业是与公众利益密切相关的,不能让个别拥有特权的人控制和垄断、并随心所欲地加以利用……”。该委员会还呼吁国家应通过立法来保护公众平等地享有信息的权利,并建议成立报业所有权审定理事会,使其依照“所有使大众传播走向集中的交易都是违反公民利益的”这一工作原则对报业交易进行审核。联邦政府在最初对该报告不予回应,而后在20世纪80年代目睹了报业接踵而至的倒闭、合并之后,迅速组建了皇家报刊委员会(Royal Commission On Newspaper),旨在对报业进行深入调查并稳定其行业秩序。尽管该委员会收集了大量资料并提出许多建议,却未能挡住集中垄断之风在报业以及其它传媒行业的疯狂蔓延^[8](第22页)。

在加拿大政府和国民极为关注的文化维权和多元文化主义问题上,国营媒体与私营媒体各自的表现之间亦存在较大落差。CBC身为国营媒体,担负着维护国家文化主权的重任,同时也是加拿大唯一努力尝试打破族群界限的传播媒介,充当联邦政府与地方政府、政府部门与各族裔群体之间的沟通桥梁。CBC的工作重点便很好地体现了这些责任:保证加拿大本国制作的节目在所有广播电视节目中占90%以上,英语和法语两套电视节目每周至少要播放10小时的加拿大故事片,尽量减少广告,增加播放各省和地区的节目,增加法语广播电视的周末信息节目,健全北部广播、电视网等。而私营商业传播媒介为在联邦政府对私营企业的高税收政策下继续生存,不得不大量购买价格低廉的国外(主要是美国)电视节目,从而吸引了大批国内受众,这就造成重重的负面效应:受众的大量流失,使CBC为维护本国文化主权而制作的大量节目收视率低迷并陷入财政窘境;代表英语文化的美国式节目所带来的文化冲击,也不利于加拿大多元文化主义的推行,加拿大政府为扭转局面,提供大笔资金以鼓励私营商业媒体制作本国节目却收效甚微,同时又不得不大幅削减对CBC的拨款,使本就处境艰难的CBC更是雪上加霜。如此便导致了国外电视节目依然充斥于加拿大的屏幕、私营商业传播媒介综合实力蒸蒸日上,而作为国营传播媒介身负重任的CBC却每况愈下的局面,从而使得加拿大在维护国家文化主权、推行多元文化主义方面的心血有付诸东流之虞。

联邦政府的无甚作为遭到了来自各界的诟病和置疑,却也在无形中激发了民间力量的自发参与,并最终促成了加拿大传播媒介素养教育的良好局面。前面所列举的各种传播媒介素养教育组织全都由加拿大的教育工作者、媒体从业人员、学生家长等组建加拿大的联邦制将教育职权归属各省和地区,也使得各地的教育部门可根据自身的具体情况,确定传播媒介素养教育的实施进程和具体措施。在传播媒介素养教育素材来源方面,CBC凭借自身的资源优势,提供了大量关于其广播电视和其他媒体的相关

数据资料,其内容覆盖新闻、艺术、娱乐、地方节目、国际节目、儿童节目等众多领域。此外,许多社会组织也扮演着重要角色。如“广告克星媒体基金会”(Adbusters Media Foundation),这是一个致力于研究广告和市场对文化影响的全球性组织,总部设在加拿大温哥华,其成员包括作家、学生、教育者、艺术家、社会活动家以及提供赞助的企业家,通过出版杂志、设立网站等多种方式为传播媒介素养教育提供多方面的素材。其它还包括:推出一系列关于妇女传播媒介形象的出版物,旨在消除传播媒介中性别歧视。正是在这些各界组织的共同努力之下,加拿大的传播媒介素养教育事业才得以在版权法和政府的重重制约下,仍得获得多方面的教育资源并不断发展成熟。

私营商业传媒及其集中垄断趋势所引发的隐忧,在加拿大的传播媒介素养理念中也有深刻的反映。约翰·庞杰特在对这些理念进行修正时,用最多的篇幅对这一问题进行阐述,其中包括:“大部分的传播媒介生产都是商业行为,必须获得利润”。“我们从传播媒介中获得的视听和阅读内容为少数人所操纵……传播媒介所有权的集中将对我们如何理解世界、理解我们在其中处于何种位置产生深远的影响,电视上所描述的意识形态、价值观和态度来自于那些掌握着媒体播放内容决定大权的。”^[6]

四

加拿大的传播媒介素养教育之所以能得到国民的普遍重视和积极参与,从而得以在短短 20 多年间飞速发展,并可与该领域“元老”英国比肩的水平,与其深层的社会背景及在此背景下孕育出的国民意识是分不开的。尽管相应的条件在中国并不一定具备,我们仍能从中得到以下几个方面的启示:

其一,在美国式文化席卷全球的浪潮中,中国的文化主权同样面临着极大的冲击,由于中美两国间的历史文化差异,这种冲击或许在短期内不会造成像加拿大文化那样岌岌可危的境地,但其负面影响目前已可见端倪,必须及时应对。与此同时,中国还面临着来自日本、韩国等近邻的文化“入侵”,这种“入侵”由于中日、中韩之间历史文化的深远渊源而愈加危险。因此,我国应通过社会生活的各个层面大力提高国民对之的警惕性,而这种理念也应当在我国的传播媒介素养教育中得到充分的体现

其二,与加拿大相似,我国是一个由 56 个民族组成的多民族国家,其中汉族及 2000 多年的汉族儒学文化的一统天下,“强调皇权至上、等级森严以及对万民的控制”,“中华人民共和国成立之后,中国共产党继承革命前贤,始终视‘振兴中华’和‘筑新长城’为己任,并发扬光大”^[9](第 709 页)。这些均对我国的其它少数民族的优秀文化认同和低劣文化失落造成了深远的影响。现在,我国正在努力建构和谐社会,则理应继承与发扬我国优秀文化,吸收优秀外来文化。此外,随着我国对外开放的深入和综合国力的增强,来华定居的外裔人士将会逐渐增多,当他们形成新的族群时,如何实现他们的文化定位和自我认同将会成为一个亟待解决的新课题。因此,我们应该在巩固意识形态、维护社会稳定的根本前提下,将这些问题纳入多元文化和传播媒介素养教育的视野中进行考察和思量,以未雨绸缪之势应对即将出现的问题

其三,尽管我国的各种大众传媒归属国有,但随着市场经济的发展和对 WTO 承诺的履行,商业资本的参与和国外私营商业媒体的涌入将不可避免。与此同时,我国的传播媒介集中趋势也日益明朗。因此,应在传播媒介素养教育中着重关注媒体公器的商业化和集中化对社会的不良影响,唤醒国民对媒体在商业化运作过程中带来的消费主义、偶像神化、舆论单一等负面产品的警觉意识,避免类似女歌迷在媒体的包装和误导下追星 10 余年并致使老父自杀的惨剧再次发生

其四,传播媒介素养教育则谓对传播媒介素养的培养。传播媒介素养教育是人们对大众媒介由欢呼到批判再到理论对待的产物^[10](第 65 页)。我国与加拿大不同,实行的是自上而下的教育管理体系,这对我们在全中国范围内全面推行传播媒介素养教育而言,既是优势、也是弊端。同时,我国国民参与意识的淡薄、社会组织的式微和相关机制的缺位,有可能使政府机构在推行传播媒介素养教育的过程中缺乏有效的助动力。如何因地制宜确定各地的传播媒介素养教育的时间进程和具体措施,如何有力发动

国民进行参与、如何适当引入社会力量作为辅助、如何提供合法有效的素材等,将是影响我国传播媒介素养教育步伐,能否迎头赶上加拿大及其它发达国家的的关键问题。

[参 考 文 献]

- [1] 李 杰. 加拿大文化中的反美传统[J]. 四川师范大学学报: 社会科学版, 2004, (7).
- [2] 张 开. 传播媒介素养概论[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2006.
- [3] 戴晓东. 加拿大的多元文化主义与文化安全[J]. 现代国际关系, 2004, (4).
- [4] 蔡帼芬, 张 开, 刘笑盈. 传播媒介素养[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2005.
- [5] 高鉴国. 加拿大多元文化政策评析[J]. 世界民族, 1999, (4).
- [6] John Pungente. Canada' s Key Concepts of Media Literacy[DB/OL]. [http://www. medialit. org/ reading_ room/ article210. html](http://www.medialit.org/reading_room/article210.html), 2007-03-18.
- [7] 戴 茸, 王晓山. 加拿大文化[M]. 北京: 文化艺术出版社, 2001.
- [8] 徐琴媛. 传播媒介的垄断与公众利益的矛盾——加拿大传媒结构剖析[J]. 现代传播, 1997, (4).
- [9] 车 英, 欧阳云玲. 我国舆论的民族特性初探[J]. 武汉大学学报: 哲学社会科学版, 2005, (5).
- [10] 罗以澄, 廖绪武. 大众媒介的社会责任和素养教育[J]. 武汉大学学报: 人文科学版, 2005, (3).

(责任编辑 杜 剑, 于华东)

On Canadian Media Literacy

CHE Ying, TANG Jie

(School of Journalism & Communication, Wuhan University, Wuhan 430072, Hubei, China)

Biographies: CHE Ying (1954-), male, Professor, School of Journalism & Communication, Wuhan University, majoring in journalism & communication, international laws, art law, etc; TANG Jie (1983-), female, Graduate, School of journalism & communication, Wuhan University, majoring in journalism & communication.

Abstract: Canada has made a great achievement in media literacy education, so as to provide some rich theories and practical reference experience to China at the beginning stage in concerning researching it. Canadian media literacy education has a close connection with the background of Canadian social history. We should deal with it in the light of its specific conditions, find a correct point of doing it, and carry out media literacy education in China.

Key words: Canada; media literacy; education