

论大众传媒对学习型社会建设的影响

中文摘要

如今人类社会已进入知识经济时代：知识处于社会发展的中心地位，知识获得、知识创新和知识应用的能力决定了一个国家和及其成员的发展程度。在这样的一个时代里，构建一个人人学习、时时学习、处处学习的学习型社会成为了人们新的理想，各国人民为它的实现做出了不断的努力。只有全体社会人员的持续学习，人类才有可能对处于变化中的社会问题寻求正确的答案。我们的时代也是一个属于大众传媒的时代：书籍、报刊、广播、电视、网络等大众传媒的信息传播活动已渗透到社会生活的各个方面。大众传媒丰富多彩、功能强大，对整个社会及每个社会成员的学习活动有着不可或缺的作用。本文力图在把握大众传媒与社会发展的关系的基础之上，分析大众传媒对我国的学习型社会构建所能起到的积极作用，同时理性看待大众传媒的相关因素可能对学习型社会构建造成的消极作用并提出相应的对策。

全文共分三个部分。第一部分主要围绕着为何大众传媒能够在学习型社会构建过程发挥作用来展开论述。通过对大众传媒的发生发展过程、大众传媒在社会发展过程中的作用及大众传媒特性的梳理，来肯定大众传媒能够在学习型社会构建中发挥其作用。第二部分探讨大众传媒如何在我国学习型社会构建过程中发挥其作用。我国学习型社会建设的理论与实践的发展有着自身独有的优势与限制，本文从我国大众传媒的发展特点与学习型社会建设两个不同的维度出发分析大众传媒在学习型社会建设中的积极作用。就大众传媒特性而言，它可以传递积极正确的学习观念；扩大社会成员的学习参与；提供便利、丰富的学习内容；拓展学习时空，改善学习方式。就学习型社会建设而言，学习型社会中的两个主体——学习型社会成员个体与学习型组织的发展与建设需要大众传媒的帮助与支持。第三部分内容以大众传媒为中心，围绕其相关因素之间的相互作用，分析大众传媒的特性与发展可能对学习型社会建设产生的不良影响。大众传媒的政治功能、发展经济功能、社会控制功能、文化传递功能、娱乐功能对学习生活会造成不同程度的负面影响；大众传媒与正式教育机构之间关系的处理是否得当则会从基础教育、社会舆论等方面影响学习活动的效果；大众传媒发展过程中的分众化与“知识鸿沟”现象使得社会成员及社会群体由于各种原因造成了知识拥有量的不对称，这种负面作用对学习型社会的实现产生了重要的冲击。同时，本文在对上述各个因素进行分析的过程中，也提出了一些较为针对性的、全面性的策略，以期能够尽可能地减少大众传媒可能对学习型社构建所产生的负面作用。

关键词：学习型社会；大众传媒；学习型组织；构建

分类号：G720

On The Function of the Mass Media in Constructing the Learning Society

Abstract

Today, the society has entered the era of knowledge economy, knowledge is in a centrality. Knowledge acquisition, knowledge innovation and the ability of the knowledge application decide the level of development of every country and every member of society. At such a time, constructing a learning-oriented society which everybody can learn anywhere at any moment has become the new ideal of the people, then people started to make efforts to implement it all over the world. Only every member of a society is learning continuously, human beings will find the right answer to the problems in such a changing society. The society in which we live is also in an era of mass media. The information dissemination activities of books, newspapers, radio, television, networks, and other forms of mass media have penetrated into all aspects of social life. Mass media is rich and powerful, it is helpful to learning activities of the entire society and every society member indispensably. This article seeks to have a rational knowledge about the relationship between mass media and social development and analyze the positive role which mass media play to the construction of learning society in our country, then have a reasonable sight on the negative effort which the relative factors about mass media make on the construction of learning society and put forward the corresponding countermeasures.

This text is divided into three parts. The first part is mainly centered on the reason of the mass media can play an important role in the construction of learning society. It is intend to affirm that mass media can play a role in the construction of learning society by analyzing the occurrence and development of mass media, mass media's function in the development of the society and the characteristics of mass media. The second part discusses the way which mass media plays a role in the process of the construction of learning society. The theory and practice of learning society's construction in our country has its own unique advantages and limitations. This paper analyzes the positive effort which mass media have on the construction of learning society based on the characteristics of mass media and the construction of learning society. As for the characteristics of mass media, mass media can not only transfer correct concept and expand the participation of society members about learning context, but also expand the time and space of learning and improve the learning ways. As for the construction of learning society, both of the two main body of learning society-the individual members of learning society and learning organization need the support of mass media for their development and construction. The third part analyzes the possible adverse impact which mass media's characteristics and development make on the learning society's construction by the interaction of various factors about mass media. Mass media has functions on politics, economy, social control, cultural transmission, and

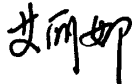
entertainment, so it will cause varying degrees of negative impact on learning activities. Whether you can deal with the relationship between mass media and educational institutions would influence on the effect of the learning activities from basic education, social and public opinion and so on. Grouping and the "knowledge gap" in the developing process of mass media make the social members and groups possess asymmetric knowledge because of various reasons, and make a serious impact on the achievement of learning society. At the same time, this article bring about a number of more targeted, comprehensive strategies by analyzing the above factors, then try the best to minimize the negative effects which mass media have on the construction of learning society.

Keywords: learning society; mass media; learning group; construction

Category Number: G720

独 创 声 明

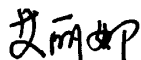
本人声明所呈交的学位论文是本人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。据我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果，也不包含为获得_____（注：如没有其他需要特别声明的，本栏可空）或其他教育机构的学位或证书使用过的材料。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示谢意。

学位论文作者签名：

导师签字：

学位论文授权使用授权书

本学位论文作者完全了解学校有关保留、使用学位论文的规定，有权保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅。本人授权学校可以将学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文。（保密的学位论文在解密后适用本授权书）

学位论文作者签名：

签字日期：2009年5月27日

导师签字：

签字日期：2009年5月27日

前言

一、研究缘由

关于学习，施良方先生提出：“学习是由于经验所引起的行为、能力和心理倾向的比较持久的变化。这些变化不是因成熟、疾病或药物引起的，而且也不一定表现出外显的行为。”^[1]人类学习活动的特点主要表现为：首先，人的学习是对世界的认识与改造，是在社会生活和实践活动中产生和实现的；其次，人的学习是借助于语言符号、通过思维活动产生的；第三，人的学习是获得直接经验和间接经验的过程，而且间接经验的获得对人的意义更大。

对于人类群体中的个人，如果要想顺利地完成自己的生命活动，必须通过学习。学习首先是个体谋生的需要，人类的学习始于求生的本能。当个体的生存面临困境时，就会产生强烈的学习动机。从个人诞生到这个世界上开始，在其人生过程中，学习活动是其得以健康顺利生活的保证。当学习满足了个人谋生的需要以后，就会拓展为满足人的发展的需要，即实现人生价值的需要。此刻，学习就不仅仅具有工具性价值，某种意义上讲，“学习”本身成了或者应该成为个人有意义的生命活动，也就是说，学习从一种单纯谋生的手段转变为个体的一种基本生活方式。因此，随着社会的进步，学习不再仅是取得生存资格的手段，在人类发展的过程中，学习在丰富和深化中逐渐被还原到它应有的含义：为了人的成长。

人类的学习活动，不断提高着人类的生存能力，促进人类社会的发展和进步。如今人类社会已进入知识经济时代，经济和社会的发展越来越依赖于知识的创新和创造性应用，知识处于中心地位，是社会革新和发展的源泉。只有通过全社会人员的学习，才能够有对处于变化中的社会问题寻求正确答案的可能性，使人类的学习理解能力跟上日益增加的问题的复杂性，以促进社会朝着进步的方向发展。以知识为基础的“知识经济”催生着这样一个社会：在这个社会里，学习成为社会成员的一种持续、终身、自由、自觉的主体性生命活动，即做到人人学习、处处学习、时时学习；各种社会组织与社会群体将成为学习型组织；构建了融合正规教育、非正规教育和非正式教育的终身教育体系。在这样一个社会里，学习对于个体和社会发展的重要性将大幅度地提升，人的学习潜能将被极大地激发出来，学习从一种单纯谋生的手段转变为个体的一种基本生活方式。这样的社会就是学习型社会，即一个时时学习、人人学习、处处学习的大型学习网络，是“人类社会渴望在一种人性化的社会环境里经由教育而实现自我完善的理想追求。”^[2]学习型社会具有以下特征：

学习性、终身性、全面性、主体性、发展性、创新性、组织性等。

在学习型社会中学习无处不在，凡是能够被个人或集团加以利用的、一切能够产生学习效果的设施及资源都应得到充分的利用。终身学习要求在个体每一发展阶段中，学习机会提供者都需要承担起教育者的角色责任。在当今社会中，大众传媒正以高度的内容覆盖率介入个体的成长，个体通过接触无处不在的大众传媒获得关于知识和学习的信息，满足了个体学习需要。个体的物理生活圈非常有限，只有通过使用、接触传媒，个体才能认知大众传媒所提供给他们“现实社会”，调整自己的行为。此时传媒已经成了个体必然的教育者和引导者，这种教育与引导的影响力可以说是持续一生的，个体的学习蕴含在大众传媒提供的海量般的信息中。大众传媒的媒介属性和功能、信息社会的受众特征都必然要求在学习型社会建设的过程中应重视大众传媒的教育功能，这是社会发展的需要和必然。培根在1905年说：“如果船的发明被认为十分了不起，因为它把财宝货物运到各处，那么我们该如何夸奖书籍的发明呢？书像船一样，在时间的大海里航行，使相距遥远的时代能获得前人的智慧、启示和发明，书籍是人类大部分知识的记录、催化剂和刺激品。”

目前我国平均每个国民的受教育年限比发达国家要短，为了使每个人都能够在自己现有学习水平和学习能力上获得更进一步的发展，应该充分发挥大众传媒的作用，使其成为个人发展和社会发展的有利学习手段，使学习者个体意识到自己的学习权利，提高学习的自觉性及学习能力，从而在一定程度上减轻目前我国教育供给与教育需求之间的矛盾，解决教育资源短缺问题。笔者希望通过此研究能够使我国学习型社会建设过程中的个人、组织、社区等各个学习主体能够获得一些具体的操作措施，使大众传媒潜隐的教育作用“浮出”，使国民的学习活动得到大范围的普及，同时促进教育与学习活动的生活化，将个体的学习与生活融为一体。

二、研究现状

（一）关于学习型社会思潮的形成与发展的研究

美国教育家、永恒主义教育流派的代表人物、美国芝加哥大学校长哈钦斯（Robert Maynard Hutchins）于1968年出版的《学习社会》一书中首次提出了“学习社会”。虽然在此书中哈钦斯没有对学习社会进行明确的概念界定，但是他论证和描述了实现学习社会的可能性。联合国教科文组织于1972年发布的《学会生存——教育世界的今天和明天》报告中提出“学习化社会”这一概念，并把它与“终身教育”和“终身学习”并列为三个基本概念，并指出构建学习化社会是社会发展和人的发展的必然要求。由此开始，学习化社会成为一个重要的国际性教育观念。范德济（Van Der Zee, 1991）认为学习社会是一个

学习即生活的总体、生活的总体即学习的社会，同时也是一个借学习以有效引发观念形成的社会。顾明远、石中英的《学习型社会：以学习求发展》一文则通过对学习型社会理论的梳理，探讨了学习与发展之间的关系，并得出以下结论：学习型社会就其形式来说，是要创造一个全民学习和终身学习的社会；就其实质来说，就是一个“以学习求发展的社会”。

[3]

（二）与学习型社会建设相关的研究成果

美国卡内基高等教育委员会于 1973 年发表题为《迈向学习社会》报告书，提出了构建学习社会的具体构想，希望通过各种不同的教育形式，不断地丰富学习活动，保障国民的学习机会，适应现代社会的急速变革。1985 年，日本在涉及 20 世纪 80 年代教育改革的报告中，明确了学习型社会的具体含义，指出在人生各个需要学习的阶段，要给人们提供多种多样的良好的学习机会；确保每一个人走向社会后，能够根据自己的能力、性格和愿望选择各种学习途径。欧盟（European Union）于 1995 年以《教与学：通向学习社会》（Teaching And Learning: Towards The Learning Society）为题发表白皮书。此白皮书提出的主要目的是引导欧洲终身学习的各项学习行动与策略。联合国教科文组织 21 世纪国际教育委员会于 1996 年以学习社会为主题，发表了《学习：财富蕴藏其中》（Learning: The Treasure Within）的报告书。此报告书指出了 21 世纪人类所面临的一系列挑战，为了迎接这些挑战，人类有必要建构一个理想的学习型社会。此报告还特别指出，在信息社会中，应该促使每个人具备搜集、选择、安排、处理及运用信息的能力。国内学者厉以贤所著《学习社会的理念与建设》一书从理论的角度，阐述了我国构建学习社会的一些重要问题。作者分析了知识经济与知识社会的时代背景，探讨了学习社会理念的内涵，并着重分析了学习型组织、学习型社区、学习型家庭的产生与发展，对建设学习型社区、学习型家庭提出了具体的实施策略。

（三）关于大众传媒的功能的相关研究

拉斯韦尔在 1948 年发表的《传播在社会中的结构与功能》一文中，将传播的基本社会功能概括为以下三个方面：（1）环境监视功能；（2）社会协调功能；（3）社会遗产传承功能。大众传播不仅具备这些功能，而且起着突出重要的作用。赖特继承了拉斯韦尔“三功能说”，并在此基础上围绕大众传播的社会功能问题提出了“四功能说”：（1）环境监视；（2）解释与规定；（3）社会化功能；（4）提供娱乐。施拉姆从政治功能、经济功能和一般社会功能三个方面对大众传播的社会功能进行了总结。

（四）关于大众传媒与教育、学习型社会建设的相关研究

美国约翰逊政府于 20 世纪 60 年代进行的“补充教育计划”实施过程中，大众传媒研究者注意到了教育机会平等与大众传媒的关系的重要性，当时补充教育计划中有一个部分是试图通过大众传播来改善贫困儿童的受教育条件。此研究发现，在现代社会，传播科技的高度发展和普及为社会各阶层提供了充分接触知识和信息的机会，但是大众传媒实际的社会效果却并非这样简单。萧璐在其《略论大众传媒的教育功能》一文中从对大众传媒施教的潜隐性、大众传媒实现教育功能的途径、大众传媒教育功能的社会责任三个方面对大众传媒的教育功能进行了初步的探讨。王燕在《学习型社会的范式及建构研究》一文中指出信息的非线性动力是学习型社会的运行动力中一个重要的方面。由于存在非线性作用，世界进化的过程是随机、偶然、不可重复及不可逆的，世界以极快的速度与多元的方式产生着非线性的变化。信息的非线性发展，是学习型社会多元化、多样化发展的基础。

（五）笔者对以上研究成果的思考

相关学者在研究学习型社会的建设时，注意到了信息社会对学习型社会建设的影响，以及信息在当今社会与个人发展中的作用，但是关于大众传媒对学习型社会建设的影响的研究并没有引起学者的重视。另外，大众传媒的发展与教育之间存在着一定的关系：不同形态的大众传媒处于主导地位的不同时期，当时教育的发展状况、个人对学习的心态、学习在个人生涯中的重要性、学习的内容等各方面也不尽相同，教育及社会的发展与大众传媒的发展息息相关。

在已有的大众传媒对教育、社会及个体学习的影响的相关研究中，对于某一形态大众传播媒介的社会功能及教育功能有了一定程度的研究，比如电视对儿童发展的影响，网络对青少年思想道德、价值观及社会化的影响等方面，但是把大众传媒视为一个整体来探讨其对社会发展、对个人的学习与发展的影响的研究比较缺乏。

三、相关概念界定

综上所述，可以将学习型社会的含义界定为：就个人层面而言，学习型社会是一个充满学习机会的社会，支持个体在其一生不同发展阶段中持续地学习；就社会层面而言，学习型社会是各种学习资源经过有效整合，塑造出一个有利于学习的环境，促使各种有意义、有价值的学习活动发生的社会。

大众传媒：“媒介”（medium/media）一词在英语中，意指不同事物间发生关系的介质和工具，这一概念大约出现在 19 世纪末 20 世纪初。一般来说，媒介是一种能使传播活动得以发生的中介性公共机构（agency）。具体来说，媒介就是拓展传播渠道、扩大传播范

围或提高传播速度的一种科技发展。“所谓大众传播，就是专业化的媒介组织运用先进的传播技术和产业化手段，以社会上一般大众为对象而进行的大规模的信息生产、传播活动。”^[4]大众传媒即大众传播媒介，包括两方面：一是职业化的信息传播机构，如报社、出版社、电台、电视台、网站等；二是指传播信息的渠道，即以大众为传播对象进行传播活动时所使用的传播载体和渠道（物质技术手段），如报纸、杂志、图书、广播、电视、电影、互联网等。

四、研究思路与方法

（一）本文的研究思路

本文的研究思路如下：第一部分分析社会发展与大众传媒发展之间的关系，并在此基础上指出在当今社会发展条件下，大众传媒能够促进学习型社会建设的可能性与必要性；第二部分指出在我国目前学习型社会建设取得的成果与面对的挑战，以及大众传媒对我国学习型社会建设的积极作用；第三部分理性地分析了与大众传媒相关的各种因素可能对学习型社会建设产生的消极作用，并尝试着提出了一些解决这些问题的策略。

（二）采取的研究方法

关于大众传媒与建设学习型社会的研究是一项多学科的综合性的研究。本文主要采用了下面的研究方法：

1. 文献研究法。
2. 比较研究法。

第一部分 学习型社会建设对大众传媒的需求

一、大众传媒促进社会和个体的学习活动的可能性

(一) 社会发展与大众传媒发展的关系

1. 社会发展与大众传媒发展

人类把自身关于教育的理想追求浓缩为“学习型社会”这样一种表达形式之所以产生和发展于 20 世纪 50 年代之后，同教育与社会已经发展到一定水平密切相关。^[6]阿尔温·托夫勒在《第三次浪潮》一书中指出考察不同时代的文明需要三方面的内容加以分析：社会系统、信息系统、技术系统，而传播媒介的发展体现了不同时代的信息与技术发展的高度结合，只要传播技术得到新的突破，它将必然与信息的传播活动相联系。在人类生存和社会发展的过程中，人与人之间交流的媒介经过了农业社会的口语、文字的媒介形态，工业社会的印刷、电子传播媒介形态，到现在信息社会的新媒介形态。

人类传播媒介发展与社会发展的关系可以简单地理解为：个体生存与社会发展→交流与传递的需要→媒介发展→社会及个体发展。在个体生存及社会发展的过程中，人类要想了解、驾驭与自己生存相关的环境和事物，仅靠与自己生活物理圈中同伴之间的短时、短距的交流是不够的，因此便产生了对更高质量的信息交流的要求。随着通讯技术的发展，人类将其与信息的传递和交流结合起来，大众传媒由此而产生。

人类于 17 世纪逐步进入工业社会，社会信息系统的复杂性大大增加，信息的流通与物质的流通、人的流通（即交通工具所承载的流通）速度不再相等，信息的流通开始逐渐滞后于物质与人的流通。此时，印刷术与电子技术的产生与发展，促使信息流通的规模和速度发生了质的突破，信息传播对象的范围也在逐步扩大。文字传播活动不再受控于统治阶级及其政府，技术的发展使信息传播活动打破了自己原有范围的界限，人人得以有机会面对成批复制和远距离传输的信息。面对大众承载信息的大众传播媒体在技术的促进下，在社会发展的要求下，在日益复杂的信息系统中而生。

大众传播媒介产生于人类信息传播活动的不断发展与更多的需求之中，自从产生以后，它的功能已逐渐超越了信息传递这一方面，并得以不断衍生与发展。大众传媒逐渐改变了人类对世界的认识与体验、改变了人类的社会认知方式与生活方式、改变了人类个体的身份认同与价值观念等。社会系统、信息系统的复杂性也随之增长，大众传媒在新的要求下获得新的发展。因此，大众传媒的变化与发展既是媒介技术内在发展规律的体现，也是媒介适应人类生活形态变化与社会发展的结果。

2. 大众传媒的发展与信息传播的时空

大众传媒的技术和工具属性决定了信息传播的时空范围、速度快慢和量的规模，大众传媒演变的历史，是人类传播活动不断突破限制的历史。大众传媒产生以前，人类传播活动的媒介主要为口语和官方所控制的限量手抄文字，口语交流的时空限制显而易见——短距、转瞬即逝、不易保存。文字的产生使人类的传播活动在时间和空间两个领域发生了重大变革，但是此时信息的传播规模和交流范围仍相当有限，另外手抄文字的效率也很低。因此，当社会内部联系程度越来越紧密、社会信息系统越来越复杂时，这两种传播方式的时空限制要求人类发展新的传播形态。

大众传媒的产生始于印刷时代，印刷时代的到来建立于纸张和印刷术发明的基础之上，这两项发明意味着人类已经掌握了复制文字信息的技术，并逐步产生了批量生产与传播信息的观念。同时，在印刷技术不断革新的背景下，近代报刊随之产生与发展。近代报刊、政治小册子、便士廉价报纸的不断演进使报刊的传播对象逐渐演变为大众，人类进入了大众传媒时代。印刷媒介能够有效保存信息；受众可以自由选择阅读时间、地点和内容；信息的传播者与受传者摆脱了口语面对面的限制；信息传播摆脱了政府的统治；信息的传递不受地域的限制。

如果说印刷实现了文字信息的大量生产与复制，那么电子技术最重要的贡献就是实现了信息的远距离传递，电子传播技术使信息的传播实现了“天涯若比邻”的景象，信息传播的速度与质量出现了跨越式的飞跃。20世纪90年代中期，电子传播技术的突破使人类进入了一个前所未有的信息社会。在信息社会中，传统大众传媒形态相竞争与融合的基础上又产生了“新媒介”。新媒介主要指伴随卫星通信、数字化、多媒体和计算机网络等技术的发展而出现的新型传播媒介。与传统媒介形态相比，新媒介信息传播的双向性增强；信息收集、处理和传输条件空前便利；媒介资源丰富化，打破了传统媒介组织对信息的垄断。

3. 大众传媒的发展与人类认知

大众传媒形态的变化改变着人类的认知方式与认知能力。未来学家阿尔温·托夫勒探讨三个浪潮发生与发展的过程中，尤为重视传播工具的发展给人类的认知、思想所造成的影响，他对第一、二次浪潮时代传播工具的比较，或许能够使我们对大众传媒与人类认知活动的关系获得一个系统、清晰的认识：“在群体化传播工具（大众传媒）到来以前，第一次浪潮时期（农业社会时代）的孩子生活在变化缓慢的村落中，通过有限的客观事物的形象——老师，神父，村长，和地方官员，而最主要的是家庭，来建立他自己对现实的模

式。……千篇一律的生活，强制性的意识，使得这个孩子可接触到的形象范围和活动余地，从一生长下来就十分狭窄。……第二次浪潮（工业社会时代）成倍地增加了各种为个人绘制现实形象的渠道。孩子们再也不仅仅从自然界和人接受形象信息，他们还从报纸，各种杂志，无线电，稍后，还从电视获得信息。因为大多数单位：教堂，政府，家庭以及学校继续发出一致的，互相补充的信息。但是现在大量的传播工具本身，变成一个强大响亮的发言人。同时；这些传播工具具有穿越区域，种族，部落，以及语言界限的能力，使在社会思想领域里流通的形象完全一致化了。”^[6]

当印刷传媒在社会传播活动中占主导地位时，人类重视书面语言符号的使用技巧，以及文章的逻辑、修辞，强调个体的记忆能力与理性思维。当电子媒介成为占主导地位的传播媒介，人们对书面语言符号使用技巧的重视程度有所减弱，而转变为对声像效果、形象的强调，个体的理性思维活动会不同程度地湮没于丰富的、高速运转的感性、直观的形象之中。通过印刷媒介，成年人可以对于孩子们何时获得某些知识实施较大程度的控制，但是电视的出现逐渐冲淡了成年人对于儿童的权威。当书籍、报纸、杂志和其它一些印刷文献刚刚变得习以为常时，广播和电视又扩大了对人们时间的占领，死记硬背的记忆方法不断地让位于发展起来的新技术。人们期望通过“广泛涉猎”来掌握具有普遍意义的世界观，而不是通过精读来获取专门的知识，知识学习的重点也开始由从容不迫的信息分析与批判性的思考，向快速获取和加工信息的方面改变。^[7]新媒介的发展增强了信息收集、处理、传播的便利性，也提高了对受众个体的媒介素养能力的要求。

如今，传统大众传媒与新媒介形态相互融合发展，人类的认知方式——人在认知操作中表现出来的个体特征^[8]也越来越多样，但是传播内容的“多”量必然会对传播效果的“高”质带来影响，同时，对人类认知能力——个体接受信息、加工信息和运用信息的能力^[9]的要求也就越来越高。在繁杂的媒介形态中，在感性与理性的冲击中，给自己一个清醒的头脑，也许是面对当今大众传媒发展现状的一个最好的方法。

（二）社会发展现状呼吁大众传媒促进社会与个体的学习活动

知识经济作为现代社会发展的一种重要形态，它强调知识和信息在社会发展中的地位，掌握知识与信息的多寡成为个体、国家竞争的主要决定因素。1996年经济合作发展组织（OCED）在题为《以知识为基础的经济》的报告中对知识经济做出了界定：知识经济是在知识和信息的生产分配和使用之上的经济，知识经济是与农业经济、工业经济相对应的一个概念。^[10]在知识经济中，经济的增长直接依赖于知识和信息的生产、传播和使用，以高科技产业为第一产业支柱，以智力资源为首要依托，知识成为最重要的经济因素。知识，

是指人类在从事各种社会认识与实践过程中逐渐形成的对客观事物运动规律的系统认识成果。^[11]在不同的社会形态中,知识对经济、政治、社会生活会产生不同程度的影响,在目前我们所处的时代背景下,知识已经取代其他生产要素成为了决定经济增长的主要支配因素,目前人类社会经济形态表现出知识经济时代的特征,而其他特征都从属于这一基本特征。

通讯技术的不断发展,知识的不断创造、更新,信息的高速度与跨地域传播,使个体在正规教育阶段所接受的教育内容已不能满足当今时代中个体生存与发展的需要。“教育正在越出历史悠久的传统教育所规定的界限。它正逐渐在时间上和空间上扩展到它的真正领域——整个人的各个方面。”^[12]知识经济时代,个体与社会的发展离不开对知识的掌握,要想跟得上经济与社会发展的步伐,就必须学习不断变化的知识。知识经济催生着一个全民学习、终身学习的学习型社会,而构建学习型社会也是知识经济发展的必然要求。在学习型社会里,学习成为社会成员的持续、终身、自由、自觉的主体性生命活动,实现人人学习、处处学习、时时学习;各种社会组织与社会群体发展为学习型组织;建立融合正规教育、非正规教育和非正式教育的终身教育体系。在这样一个社会里,学习对于个体和社会发展的重要性将得以不断地提升,人的学习潜能将被极大地激发出来,学习将从一种单纯谋生的手段转变为个体的一种基本生活方式。

随着现代信息技术的发展,知识的传播与处理的成本大大降低,传播效率日益提高,这不仅为大规模地生产与共享知识奠定了基础,而且解决了由于知识传播效率低下所造成的知识稀缺的问题。知识经济中信息通讯技术的改进及传播手段的现代化,为主体认识与改造世界、发挥主体能动性提供了强大的技术支持。大众传媒的传播属性与功能,决定了它能够对知识经济背景下学习型社会的建设发挥重要作用。

二、大众传媒促进学习型社会建设的必要性

(一) 大众传媒的组成要素与学习活动的关系

1. 受众与学习者身份的重叠

大众传播媒介是大众传播活动中信息生产和传递的承载方式与物质介质。大众传播活动的组成因素包括四个方面:传播者、传播媒介、传播对象和信息。其中,传播对象是指大众传媒传递信息时所面对的社会上的大众——受众。大众不同于初级群体(初级群体的特点是:成员之间通常保持着面识关系,拥有共同的目标或价值,并且在时间上具有一定稳定性)、不同于群集(群集指集合状态下的人群,通常局限于一定的物理空间之内,具有匿名性、情绪性、暗示性和感染性,能够从事一定的及和行为)、也不同于公众(公众

规模很大而且分布范围广，但它一般指社会上围绕共同关心的公共事务或问题，通过公开、合理的讨论而形成的能动的社会群体，其行为是有理性的。大众的主要特点是：（1）规模的巨大性；（2）分散性和异质性；（3）匿名性；（4）流动性；（5）无组织性；（6）同质性。^[13]

受众是大众传媒进行传播活动的出发点和落脚点，各类传媒以现实受众及潜在受众的信息需求为出发点来设置传播形式、定位市场角色、选择传播内容。当以上因素变为实体被受众接收以后，受众对某一传媒或传媒内容的兴趣、倾向会通过传媒的市场份额或其他反馈形式而告知传媒，由此，形成了传媒发展与受众需要的循环。新传媒与传统传媒的竞争、演变及整合，作为大众的受众的分众化、小众化发展，使得受众在大众传媒的传播活动中的地位由被人忽略发展为受到重视，不仅传媒对各自潜在的受众很关注，而且受众自身对自己的角色也逐渐得到新的、全面的认识。

学习型社会中的学习者（包括学习者个体和学习型组织）的学习活动是一个终身的、全面的过程，但凡能被学习者加以利用的、一切能促进学习的设施及资源，都应该被他们用来发展自己的知识、技能、生活与工作方式、价值观等。学习型社会中学习者需要在每一个发展阶段不断发现学习机会的提供者，并承担自我学习、自我教育的任务。学习型社会中的学习者个体和学习型组织正是大众传媒的受众，受众可以通过大众传媒来了解国内外时事、社会观点和社会思潮、实用生活知识和消费信息，获得社会知识和开阔眼界，了解与工作学习有关的信息，以满足个体对信息广度的、深度的要求。

报刊和书籍的读者、广播的听众、电影电视的观众，以及新媒体的发展与兴起使受众的范围逐步扩大。当读者、听众、观众等受众参与大众传播活动时，把大众传媒与自己的学习活动相结合，他们也就变成了学习者。学习者通过接触无处不在的大众传媒获得与学习的相关信息，满足他们学习活动的需要，并由此确定了大众传播中受众的角色。

2. 传播内容与学习资源的关系

媒介内容为主，还是媒介形式为主，一直是大众传媒产业在提高其竞争力过程中遇到的一个两难问题，也是传播领域学者研究大众传媒问题时关注与争论的一个焦点问题。要研究学习型社会建设中的大众传媒的作用，对于这个问题不能回避——学习型社会中大众传媒的内容的分析，是理解大众传媒之所以能够促进学习者学习的一个重要方面。大众传媒的传播内容与学习型社会学习者的学习资源的重叠，是大众传媒能够促进学习活动的一个原因，大众传媒的发展，不仅是科学技术提供支持的结果，更是社会生活对传播内容需求的不断推动使然。^[14]传统意义上的（媒介）内容包括单体的显在内容与结构性的隐含内

容；既包含内容的语义成分，也包含内容的语用成分。^[15]当今媒介产业竞争过程中，传播内容的发展有了不同以往的转向：由重视普遍意义的“巨”内容转向对分众化的、个性化的“微”内容的有效开发与利用；内容生产的价值重心由提供事实判断向提供价值判断。

美国教育与传播协会（Association for Educational Communications and Technology, AECT）于 2004 教育技术定义中指出：（学习）资源“是人、工具、技术和为帮助学习者而设计的材料”，^[16]即一切能满足学习者的学习需要、促进学习活动的材料都可以称之为学习资料。它既包括信息与先进的传播技术系统，也包括数字媒体、书籍及传统的视听材料等等，因此，大众传媒是学习者的重要学习资源。大众传媒传播内容的生活性、发展性、分众化特征能够在很大程度上满足学习型社会中学习者的学习需求，即通过大众传媒提供的信息材料，实现学习者全面、创新、专业化的学习。

3. 传播时空与学习时空的关系

时空影响着人们的思维方式和行动方式，任何事物都处于一定的时空之中，时间和空间不是独立的、绝对的，而是相互关联的、可变的。人类生存时空的不断扩展既是建设学习型社会、强调终身学习与全民学习的一个原因，也是学习活动得以不断发展与提升的一个可利用因素。

如今大众传媒的传播时空已发生了深刻的变化：地理空间的延伸表现出地方化趋势——区分为传播内容涉及的区域、传播覆盖的地域和传媒的地区延伸；赛柏空间的延伸表现出网络版的趋势——虽然网络空间仍然具有物质的和地理的形式，但是由此建构的空间区域已经瓦解了传统地域界限的意义，信息传播超越了地域限制，地理学的地域概念因此成为心理上的传播感受；传播的时空观更加强调时间意识——时至今日的大众传播缩短了传播的时空距离，同时也扩大了传播时空，当传播能够延伸到更遥远的地域时，对受众来说地域和时间的制约反而弱化了。^[17]因此，生活在大众传媒时代的我们足不出户便能知晓天下事，可以选择适合自己的方式获得大众传媒，提取自己所需要的信息。

学习型社会中的学习活动具有普遍性、终身性的特点，要求学习者具有不断发掘学习新时空、利用各种学习资源的能力。知识更新速度的加快、数量的急剧增加，人类及个体面临问题的日益复杂，使人们在正规教育阶段接受的知识、能力、价值判断等方面已经不能满足发展的需要。从时间上讲，学习活动的已从传统接受正规教育的年限变为个体的一生；从空间上讲，学习活动不再仅仅发生于正规教育阶段或职业培训等方面。时时学习、处处学习是学习型社会中开展学习活动的两项基本要求。

大众传媒传播信息区域的广泛性、传媒发展的网络性（即新旧传媒形式的整合与演

变)、传播时空限制的弱化,表明学习者完全可以充分利用大众传媒所传播的信息实现时时学习、处处学习。

(二) 大众传媒的传播效果与学习活动之间的关系

学习是个体通过与环境的相互作用而导致行为、能力、心理倾向发生相对稳定变化的过程。以班杜拉为代表的社会认知理论认为:多数人的学习都发生于社会环境中,通过对他人的观察,人们获得知识、技能、策略、信念和态度。这一理论把自我调节的学习功能放在中心位置:人们并不是仅仅按照他的偏好而行动,人们的许多行为受到其自身内部的标准以及对自身行为评价的反作用的激发和调节。如果个人的标准被接纳,表现和标准之间的差异便刺激了评价性和自我反作用的表现,而这又影响到接下来的行为,行动包含于它的决定性因素——自我作用的影响之中。大众传媒的传播效果表明,大众传媒对个体的自我评价与外部行为影响等方面有重要的影响。

在传播学领域,传播效果这个概念具有双重含义:一是指带有说服动机的传播行为在受传者身上引起的心理、态度、和行为的改变;二是指传播活动尤其是报刊、广播、电视等大众传播媒介的活动对受传者和社会所产生的一切影响和结果的总体。传播效果有多种多样的分类,从时间上考虑,可以分为短期效果和长期效果;从与传播者意图的关联上,可以分为预期效果和非预期效果;从效果的性质上,可以分为积极(正)效果、消极(负)效果、逆反效果等。在接收大众传媒提供信息的过程中,受众可根据自己的学习特征、学习需要去搜寻及获得相关的知识与信息。与此同时,受众对传媒环境作出一定的反应,自身的行为、能力与心理倾向发生强弱转变、完善或恶化的发展。在受众获得与使用大众传媒的过程中,受众对媒介性质与媒介作用、对自我学习的认识与评价,会对其以后与传媒之间的关系形成累积性的影响。就像安眠药对失眠的人可以治病而对精神绝望的人会成为自寻短见的一条途径一样,大众传媒对不同受众传播同样的信息很有可能会产生不同的效果。大众传媒如果做到真正尊重受众的主动性、多样性、差异性与选择性,就能使大众传媒产生更佳的传播效果。

早期大众传媒传播效果理论(魔弹论、皮下注射论等)认为传播媒介拥有不可抵抗的强大力量,它们所传递的信息在受传者身上就像子弹击中身体、药剂注入皮肤一样,可以引起直接速效的反应;它们能够左右人们的态度和意见,甚至直接支配他们的行动;受众只是被动地接受大众传媒对其产生的影响,无法也不能做出有效的、积极的反映,受众只能麻木地接受大众传媒给自己的“注射”。随着大众传媒研究者对媒介形式、传播过程、传播对象、传播效果等不同方面的全面、科学、实证的深入研究,关于大众传媒效果的研

究又逐渐形成了社会分化与影响不一论、固执受众与使用满足论、宏观强制性负效果等理论。这些理论将媒体与受众之间的关系一步步明朗化，逐渐地把这一关系理解为一种双向互动的过程，传媒根据受众的需要提供传播媒介与内容，而受众则具有选择自己需要的信息的自由。

大众传媒的传播活动构成了人们生存的三种环境：真实环境、心理环境、模拟环境，即现实环境、主观环境、媒介环境，一切活动在这三种环境中发生。学习活动发生的环境不仅仅是存在与我们理想中的真实环境，而是这三种环境相互交织所生成的一个大的生态环境。大众传媒如果想对受众产生更多积极的影响，需要做到以下几点：信息能够准确地传达到受众；信息传递的过程能够尽量避免所有可能产生传播障碍的干扰；传播的信息能够引起受众的关心与兴趣。

第二部分 大众传媒在学习型社会建设中的积极作用

一、我国学习型社会建设的现状

“中国教育与人力资源问题报告课题组”提出：“中国如果能够在全面建设小康社会的历史机遇中全面强化人力资本投资，全面建设学习型社会，全面提高人民的素质和能力，就有可能使中国从人口大国迈向人力资源强国，使得中国教育与人力资源总量更加充足，结构更加合理、质量更加提高、体系更加完善，人民学习能力和就业能力更加发展。”^[18]学习型社会是时代的产物，建设学习型社会能够提高国民素质，增强国家竞争力；学习型社会能够适应社会开放系统发展的客观要求；能够实践终身教育理念；推动社会可持续发展，深刻变革人们的思想观念。党的十六大提出要把建设终身学习体系和学习型社会、促进人的全面发展作为全面建设小康社会的重要目标。

党的十七大报告中指出，进入新世纪新阶段我国社会主义文化发展呈现出以下几个方面的新的阶段性特征：“社会主义文化更加繁荣，同时人民精神文化需求日趋旺盛，人们思想活动的独立性、选择性、多变性、差异性明显增强”。因此，在提出实现全面建设小康社会奋斗目标的新要求中对教育事业的规划要求是：“加快发展社会事业，全面改善人民生活。现代国民教育体系更加完善，终身教育体系基本形成，全面受教育程度和创新人才培养水平明显提高，要发展远程教育和继续教育，建设全民学习、终身学习的学习型社会”。

（一）我国学习型社会建设已经取得的成果

从党的十六大提出要建设学习型社会和终身教育体系的重大战略任务之后，我国学习型社会建设工作已经取得了较大的进展：

1. 终身教育理念对传统教育教学产生了积极的影响

终身教育的思想正在转化为政策和社会发展目标，且渗入到正规教育体系当中。终身教育观念的普及，促使教育从以“精英”为对象的教育转变为社会成员普遍参与的活动。终身教育着眼于建立各种教育机构，提供各种教育的场所和机会，建立和构建一个使学习者能够终身接受教育的体系，强调社会互动的过程。

终身教育包括教育体系的各个阶段和形式，它要求建立一体化的教育体系，即从纵向上集学前教育、学校教育、成人教育和老年教育于一身，从横向上融家庭教育、学校教育和社会教育于一体。^[19]终身教育打破了传统的教育理念：第一，教育对象不仅仅是学龄儿童与青年，而是指社会全体成员；第二，教育不仅仅是学校教育，而是与家庭教育、社会

教育的结合,家长不再认为教育只是学校的事情,社会担负起一定的促进学生发展的责任。

实现终身教育的一个前提是学习者具有较强的学习能力,在终身教育理念的影响下,现在学校中的教育教学强调要形成学生积极主动的学习态度,对学生发展的要求不再仅仅局限于基础知识与基本技能的获得,而是还包括学会学习与形成正确的价值观等内容,“学得知识”的教学目标转变为“学会学习”,学生学习能力的发展成为师生共同的追求。在新的社会发展条件下,强调培养学生搜集和处理信息的能力、获取新知识的能力、分析和解决问题的能力、交流与合作的能力、探究精神与批判性思维、创新意识与实践能力和人生规划能力等等。

2. 各级各类的学习型组织的建立与发展

目前,许多地区已经以终身教育理念为指导,将构建学习型城市、学习型社区和学习型企业作为本地区可持续发展的一项重要策略。随着学习型社会建设工程的提出,各地市已开始注重对学习型企业建设的规划与实践探索。北京市、上海市、常州市、常德市、南京市、齐齐哈尔市、西安市、贵阳市、温州市等地市已开始了学习型城市建设的工作,在这些地市的学习型建设网站上可以看到各个地区建设学习型社会的进展。

在学习型城市建设过程中,其中一个重要元素是学习型社区的建设,各个地市对本地学习型城市建设的规划已落实到各个社区的建设之中。南京市玄武区大力整合社区资源,广泛开展社区教育,形成了一条涵盖社区各类人群,覆盖人生各阶段的“终身教育链”。上海市闸北区建立了学习型街道评审量表,设定了不同的指标类项,具体描述了各指标要素,明确了评审内容参照标准,用自评与复评相结合的评价方式进行评价,使各街道的学习型社区建设做到了标准性与灵活性相结合。

学习型企业是学习型组织的典型形式,最初对学习型组织的描述就产生于对企业的研究。每个想要大展宏图、取得市场份额的企业,都会重视学习给自身所带来的活力、创造力。联想,国内第一个学习型组织,从11人创业、20万元起家的小公司,到今天员工万余名、营业额超200亿的大企业,联想精神领袖柳传志把公司的发展归功于“整个团体的学习能力”,并将其视为“联想的核心竞争力之一”。“在联想,学习是一件非常自然的事、从联想诞生那天起就没停止过学习,以后也不可能停止。”^[20]以缔造“学习型组织”为企业文化核心的江淮汽车集团,近年来以令人刮目的速度快速崛起,江淮集团董事长左延安提出“向一切可以学习的人学习,向一切可以学习的事学习”。^[21]

3. 全民对开放的学习方式的追求

终身教育、全民教育理念在广大社会成员中的普及,使大部分社会成员对学习产生了

新的需求，形成了新的学习态度。个体不再满足于正规教育阶段所接受的教育，而纷纷开始寻求适合于自己的新的学习方式，学习地点不再局限于教室之中，学习时间也不仅仅是系统标准的时间范围，学习内容是由学习者自己确定。

在一个开放的社会中，人人都有发展自我、追求自我的自由，近几年我国继续教育和远程教育得到了快速发展。个体在产生了发展自我的需求之后，就会努力探寻与自己的能力发展水平相吻合、与自己的生活工作相适合、与自己的年龄阶段相符合的学习形式。撇开那些接受正规教育的学生不谈，在正规教育体系之外的人们可以获得各种各样的学习方式：工作中的成年人可以在闲暇之余选择成人院校或网络远程教育、老年人可以在老人学校或广播中享受学习、偏远地区的人们可以通过组织学习来发展自己，等等。

在学习型社会中，积极主动进行学习活动的个体与组织，能够将自主学习、合作学习、创新学习等新的学习方式与传统的被动学习、个体学习、接受学习做到合理结合。学习者逐渐认识到，各类学习方式不存在孰优孰劣的问题，关键在于哪一种学习方式更适合于自己。随着认知活动的不断发展，学习者对于自己的认知内容与认知方式有了更高的要求，学习者根据时代变化的特征选择更加合适自我发展的学习方式，在获得基本素质的基础上发展个体与组织的创新能力，保持自身的活力。

（二）我国学习型社会建设面临的挑战

学习型社会建设不仅与一个国家的经济、科技和社会发展水平有密切的联系，而且与一个国家的历史文化传统、自然和地理环境、人口状况也有密切的关系。未来的十几年，是我国全面建设小康社会的关键时期，是中国迅速崛起的重要战略时期，是经济社会持续快速发展的时期。我国学习型社会建设工程虽然已经取得了一定程度的进展，但是也存在一定的问题，我们只有认识到我国现阶段学习型社会建设所面临的挑战，这项工程才能取得最大程度上的成功。目前我国学习型社会建设工作面临以下几个方面的挑战：

1. 经济发展现状的影响

首先，我国目前经济增长质量不高。虽然近几年我国 GDP 增长速度保持着较快速度的上升，但是仍然存在一些不良的发展因素。现阶段经济的发展较大程度仍主要依赖于资源和能源等生产因素，劳动生产率较低，没有充分发展和利用人力资源，也造成了对资源和能源的不合理消耗。另外，经济发展与社会发展、文化发展之间存在脱节现象。为了经济发展，忽视了后面两者，后面两者的发展滞后于前者的发展，一个国家理想的发展状态应该是三者的发展共同进行

其次，我国目前经济和科技自主创新力比较差。当今时代，创新能力的高低决定了一

个国家竞争力的高低，不创新，就意味着落后，处处受制于人。我们对经济创新能力的重要性已经逐步有了深刻的认识，但是目前的经济与科技创新能力还略逊于经济发达国家。

2. 传统学习模式的障碍

学习型社会要求有新的学习文化，即要有积极的学习态度，正确合理的学习方式，符合时代发展的学习内容等。它要求学习者树立终身学习、自主学习、组织学习、创新学习的新的学习观念。但是我国当前的学习活动中，却受到功利性学习、被动学习、和个人学习的传统学习模式的阻碍。

功利性学习观主宰了我国学习者很长时间的的学习活动。古代时候，“学而优则仕”，学习好了，优于别人了，就有一个美好的仕途；当今时代，持有传统学习观的学习者将其演变成了“学习是为了谋生”。也就是说，不论如何，学习的动力来自于外界对自己的压迫，此种功利性学习观念下的学习活动也就变成了被动的、个体的、守旧的学习。学习型社会是以知识和信息的大量生产和传播为主要特征的社会，面对着大量更新的信息，越来越多的学习者会显得心有余而力不足，如果仍持有传统的功利性学习观念，就会产生学习的障碍，最后在无法适应、被动学习的情况下被逐渐淘汰，而社会中这类群体一旦激增则必然会大大阻碍学习型社会的实现。

3. 人力资源素质偏低的影响

学习型社会的构建需要有丰富的人力资源做支撑。然而，我国人力资源的现状是：整体国民素质偏低，中高层次人才严重缺乏，人力资源整体水平和发达国家及新兴工业化国家相比存在有较大差距，产业、行业人力资源结构性矛盾突出，劳动力整体文化素质不能适应产业高度化发展和劳动生产率的持续提升，地区、城乡间劳动力文化素质的不均衡性十分突出。^[22]怎样为世界上数量最大、但是教育水平相对低的劳动大军提供大量有效和较高质量的教育和培训，普遍提高人民的基本素质，发展中高层次人才的能力，协调各行各业的劳动力资源，尽可能的解决各方面的不均衡发展的问题，是我国建设学习型社会面临的巨大挑战。

4. 两个不均衡发展的影响

首先，经济与教育发展的不均衡。学习型社会需要全体国民素质的提高，教育是其根本途径，但现实情况是我国的教育发展极不平衡，从而为学习型社会的构建增加了障碍。

其次，信息化教育程度不均衡。信息技术是建设学习型社会的技術基础，建设学习型社会要求加快信息系统的建设。信息化是学习型社会的基本前提，要做到能够以教育信息化带动学习型社会的建设。目前我国信息化教育已初具规模，但是程度比较低，也不均衡，

并没有充分利用信息系统中的各种有效途径,无法满足学习型社会的要求。

针对以上几个方面的挑战,笔者认为,大众传媒在解决上述问题的过程中有着不可忽视的影响:大众传媒的发展作为经济发展的一部分,具有重要的社会教育与文化教育的功能,大众可以据己所需选择资讯,获得基础性与创新性的知识;在大众传媒的帮助下,学习者可以有效地做到积极主动学习、合作学习,为自身的发展而学习;大众传媒同样也是实施信息化教育的一个重要途径。

二、大众传媒在学习型社会建设过程中的积极作用

我国各个地区关于学习型城市、学习型社区、学习型家庭建设的政策与规划中已经认识到了大众传媒对学习型社会建设的积极影响。例如,常州市建设学习型家庭实施意见中提出建设学习型家庭的评价指标中就包括:有300册的家庭藏书,订阅2份以上的报刊;家庭拥有电脑,并开通上网;家庭成员坚持收听收看新闻节目,关心国内外大事,有一定的政治鉴别力和文艺欣赏力,每天安排一定时间阅览报刊、上网学习。^[29]大众传媒发展到今天,它对社会成员个体及社会整体的学习及发展所起的作用值得引起我们的注意。

关于大众传媒对学习型社会建设、对全民的学习活动所起的积极作用可以从两个层面进行分析:一是大众传媒特性所决定的其对学习活动的促进作用;二是从学习型个人和学习型组织的学习活动出发来探讨大众传媒的作用。

(一) 大众传媒特性层面的分析

喻国明教授提出的数字化时代的传媒发展战略——“U化战略”描绘了今后一段时期内大众传媒的发展趋势及特点,U指构成此战略的五个U:Universal(普及),User(用户),Unite(融合),Unique(独特),Ubiquitous(无所不在)。Universal(普及)与User(用户)说明了大众传媒的传播对象的大众性,传媒业要争取扩大自己的受众群;Unite(融合)与Unique(独特)则说明了大众传媒的媒体技术和媒体内容的发展方向,在技术与内容方面,各传媒特别是传统传媒会与新传媒相融合开拓新的天地,而又不失其独特性,在融合的过程中能保持其独特性是各传媒存活的保障;Ubiquitous(无所不在)说明大众传媒将以极高的覆盖率影响人们的社会生活,打破时空的界限,各类受众群体都能及时方便获取自己所需的传媒内容。这几个方面显示出了大众传媒对学习型社会建设影响的几个主要方面:传递积极正确的学习观念;扩大社会成员的学习参与;提供便利、丰富的学习内容;拓展学习时空,改善学习方式。

1. 传播全民学习、终身学习的观念

观念是指人类支配行为的主观意识,观念的产生与个体所处的客观环境关系密切,正

确的观念就是人的大脑对客观环境的正确反映。人类的行为都是受其行为主体的观念支配的，观念正确与否直接影响到行为的后果。

从1968年美国学者哈钦斯提出学习型社会已经40年整，我国接触学习型社会也有很长一段时间了，终身学习、全民学习的观念在一部分地区、群体成员的心里已得到认可，但就我国大部分地区、大部分群众而言，对于学习型社会建设的认识还只是停留在政府政策层面的认识或者还没有任何相关认识，尚未认识到终身学习、全民学习的必要性和紧迫性。在社会中希望学习一门技术或技能就能过好下半辈子的人不在少数，甚至在高校中也有部分学生抱有苦学几年就能过好一辈子的想法，由此可见，关于学习型社会建设的终身学习与全民学习的观念有待广泛宣传。

大众传媒产生不久就变成了舆论与政治宣传的工具，大众传媒发挥的第一个功能就是对社会成员观念的影响与引导作用。学习型社会建设的第一步应该是在全社会宣传终身学习、全民学习的学习观念，抛弃陈旧的功利性学习观念，从观念上使全民意识到学习型社会的实现对个人发展与社会发展的重要作用。大众传媒堪称是发布与培养新观念的最有效的工具，通过舆论的引导能够促使人们抛弃旧的、落后的学习观念，有利于公众逐渐接受新的学习观念。

2. 扩大学习者群体，促进全民参与学习

学习型社会是一个全民学习的社会，学习型社会实现的一个重要目标就是要扩大学习者群体，使尽可能多的社会成员参与学习。虽然目前还不能确定大众传媒传播活动的对象、信息传播的接收者——受众，与学习型社会的学习者两者是否已经建立了严格的对应关系。但是，学习型社会中的学习者一定是大众传媒的受众，不论是传统的还是新的学习方式，学习者都无法脱离大众传媒的作用。所以，在学习型社会建设的过程中，应扩大大众传媒对学习者的积极影响，挖掘大众传媒促进学习者学习活动的功能，使更多的受众变为学习者，实现受众与学习者的最大程度上的吻合。

大众传媒促进社会成员参与学习活动的作用主要表现在两个方面：一是在参与广度方面，可以促进全体受众的学习活动，扩大学习者群体；二是在参与深度方面，能够使利用大众传媒进行学习活动的学习者做到全面参与。

(1) 扩大学习者群体

大众传媒的传播对象——受众的规模性、分散性、异质等特点与学习型社会中学习者和学习型组织的全民性、主体性等特点相吻合。假设有两个集合：大众传媒的受众集合A与学习型社会中学习者集合B，只要集合B中有一个元素（一个学习者个体或学习型组

织)通过大众传媒来获得学习资源,从而使自己的能力、行为或心理倾向发生了变化,那么集合 A 与集合 B 就有交集,如前分析,就有两者身份的重叠。现在面对的问题是:两者交集的范围到底有多大。随着大众传媒的发展与学习活动的广泛开展,如何充分发挥大众传媒对学习活动的积极促进作用,使两个集合交集的范围发展到充分大的程度,也就是能做到尽可能多的学习者通过大众传媒来参与学习,是学习型社会建设过程中值得思考的一个问题。

据统计,2006 年末我国广播综合人口覆盖率 95.0%,电视综合人口覆盖率 96.2%。全国出版各类报纸 416 亿份,各类期刊 30 亿册,图书 62 亿册(张)。^[24]2007 年 1 月 23 日,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布第 19 次中国互联网络发展状况统计报告,本次调查显示,中国内地网民总人数已达 1.37 亿人。从数字上分析,我国大众传媒目前的发展已经达到了较高的人口覆盖率,这使大众传媒成为一个重要的学习途径成为可能。

不同的大众传媒形态有其各自的优势与劣势,对于各个年龄阶段和不同地区的学习者来说,在众多的大众传媒面前,总可以找到最适合自己的一种传媒形态。比如,家庭主妇可以选择报纸和电视,学生可以选择期刊杂志,上班族可以选择互联网,老年人可以选择广播,而偏远地区的人可以选择便宜且信息较为即时的广播,等等。报纸的优点为:信息较为详细,信息具有可选择性及可保留性,信息成本低廉;期刊杂志的优点为:读者群比较稳定,内容安排灵活,便于携带,主题研究视角及深度优于报纸;广播的优点是:信息反应快,收听者广泛,不受环境限制;电视的优点是:内容具有较强的包容性和综合性,信息传递形象直观,可视性增强,时效性强,覆盖面大;互联网络的优点是:互动性强,不受时空限制,受众与传播者身份有重叠,信息量大。

在学习型社会建设中,大众传媒需承担的另外一个任务是向社会全体成员传递新的学习观念。大众传媒自其产生之日起,大众及研究者就从未忽视过它在影响人们观念方面的影响,因此,大众传媒要想发挥其在学习型社会建设中的作用,必须要在传递各类信息的过程中蕴含着对新的学习观念的宣传,促使受众产生明确的学习意识,形成积极的学习观念与态度。

(2) 深化学习者的全面参与

在学习型社会里,每一个学习者都可以根据自己的学习需要、学习意愿自由地获得学习、训练和培养自己的各种手段。学习者的学习无时不在、无处不在,因此但凡能够被个体或组织加以利用的学习资源都应该得到充分的利用。如今,大众传媒以很高的人口覆盖率和内容覆盖率介入学习者的学习活动,学习者可以通过接触无处不在的大众传媒,获得

与学习有关的信息，满足学习需要，同时完成学习者个体在大众传播中受众角色的确定。

“今天的民众都受过普及教育，可以阅读和书写，……，（但）他们却是知识、思考和行动的参与者。他们愈是能够享受新的机会，就愈能达到完善的直观和获得批判性的鉴别力。”^[25]

人类的学习活动是在认识与改造世界的社会实践中，借助语言与思维，通过直接经验与间接经验的获得从而使个体发生变化的过程。不论是直接经验还是间接经验的获得，都需要学习者的全面参与。每一种大众传媒形态都有较为稳定的受众群体，因此，当一个学习者选择了一种传媒进行学习的时候，也就意味着他选择了一个与自己的学习需求最为接近的群体。学习型社会中的学习活动不再仅仅是个体的学习，还是个体在集体中的学习，大众传媒能够以其较为固定的受众群体提供一个潜在的学习集体。人是在社会文化情境中接受影响，通过直接地跟他人的交互作用来建构自己的知识的，人类的学习活动是共同体性质的活动。在这样一个大众传媒提供的潜在的学习共同体中，学习者具有一定程度相似的学习目标，从事大众传媒工作的传播者也会根据受众群的目标期望、信息特点来选择传递的信息，受众对于大众传媒提供的信息会产生较为强烈的认同感，在一种身份认同的心理作用下，能够更加深入地进行自己的学习活动。

3. 大众传媒提供便利、丰富的学习内容

（1）传媒的内容决定其竞争力，微内容重于宏内容

自麦克卢汉提出“媒介即是信息”——传播媒介的性质对社会的影响超过媒介内容对社会的影响、给予媒介技术与媒介形态的作用以至上的地位以后，关于传媒业的发展应该以“渠道为王”还是以“内容为王”就一直是一个倍受争议的话题。笔者认为，在媒介技术不断成熟与创新的年代，传媒的发展已经进入了以内容优劣决定其竞争力的阶段。各类传媒对于某些内容资源的聚合能力、筛选制作能力及传达能力，决定着其占有传媒市场份额的大小及发展潜力。

在有限的传媒技术面前，传媒的内容更能彰显其丰富性。为了面对以“内容为王”的竞争现状，受众的信息需求成为了传媒业重视的焦点，传媒的内容决定了受众的多寡，而受众又决定了内容的生产。随着受众的现代化，受众的“分众化”趋势也越来越强。实际上，从传播需要的角度来说，受众的需要开始由共性的需要、普遍性的需要转向个性化、分众化的需要，媒介内容关注的重点也开始了一个由宏渐微的转变过程。

（2）大众传媒能够提供便利、丰富的学习内容

传统的学习观念认为学习活动主要进行于学校之中，但是，就目前而言存在有一个现

实问题，即在学校中对学习者实施教育需要大量的经费。对于经济贫困的人们来说，要承担较为高额的教育经费是不可能的。但是，传统媒介及新媒介的发展，使大众传媒成为了富有潜力的学习内容提供者。目前，我国基础教育阶段几乎已经不需要付出高额的经费，但是基础教育阶段以后的教育却仍旧需要高额的教育费用，对于那些没有经费进入学校学习但仍有学习需求的人们而言，他们可以利用大众传媒接受信息的传递，根据个人的实际需求参与学习活动。

学习内容是指学习者为了实现自己的认知活动目标而所需要的知识、技能和行为经验的总和。当我们将学习活动狭隘地局限于学校范围内时，学习者的学习内容也被割裂、被简化了。但是，作为整体的大众传媒所提供的信息是非线性的，围绕着一个学习主题，学习者能够获得的相关信息十分宽泛，可谓是“一生二，二生三，三生万物”，拓宽了学习者的学习与认知视野。大众传媒把科学、教育、文化等信息以超链接的方式提交给学习者检索、查询和应用，能够最大限度地满足学习者多样性的学习需求。大众传媒内容发展的“三贴”准则即“贴近群众、贴近生活、贴近实际”，解决了被囿于学校之中的学习内容的有限性，有助于实现全民学习、发展性学习、主体性学习。传统的学习方式（被动、个体、接受的学习）忽视了学习者的主体性，具有不同学习特征的学习者所接受的学习内容却是近乎相同的，使得大部分学习者的学习无法与自己的实际生活相结合。而大众传媒所提供的内容既有综合性又有独特性，不论你想获得哪一方面的学习内容，大众传媒总能满足你的需要。学习型社会中学习者所需要的学习内容具有全、新、专的特征，而大众传媒所传递的全面、即时、专业的内容使各位学习者不得不为之心动。

各类传媒根据自己的特征来选择与传播媒体内容的形式，主要有两种：一是专业性的媒体内容，即专门为解决某一类问题而存在的传媒；二是综合性的媒体中解决某一类问题的一个版块。例如，笔者要获得关于 visual foxpro 的知识，可以购买一本关于 visual foxpro 的图书；也可以在电脑报上找到与 visual foxpro 有关的专栏，然后根据时间或内容的类型将相关的 visual foxpro 知识加以整理；还可以在网络上搜索相关的内容；比如在网易科技专栏的网易学院里找到关于 visual foxpro 的视频教程。

大众传媒提供的学习与传统的教育机构提供的学习内容之间存在的区别为：大众传媒所提供的内容更加贴近生活、通俗易懂。作为整体的大众传媒提供的学习内容可谓是“兼容并包”，科技知识的传播提高了人的科学素养；善恶知识的传播和道德舆论的引导，锻炼了人辨别善恶的能力，提高了人的道德修养；文学、艺术等知识的传播，培养了人的审美情趣。受众可以通过大众传媒提供的内容进行健康教育、价值观教育、思想政治教育、

体育教育、道德教育、国防教育、法律教育等等社会生活所需要的教育，获得各类职业所需要的学习内容；受众也可以通过大众传媒创造的环境与自身的现实环境和心理环境发生相互作用而获得发展。另外，各类大众传媒虽然都有各自较为固定的受众群，但是在这个受众群体之中，各个受众的认知水平并不是整齐划一的，大众传媒提供的内容与专业的教育、培训机构提供的内容相比，更容易让受众对其识别、接受和理解。

4. 拓展学习时空，改善学习方式

(1) 对学习时空的影响

信息的有效传播及媒介优势的发挥需要时空构建来完成，而媒介的信息传播实际上是一个时空的再组织过程：以媒介时空对生活时空进行再建构。^[26]今日的大众传媒缩短了传播活动的时空距离，同时也扩大了传播的时空，对于受众来说，地域和时间的制约已经弱化了。从传媒的传播方式来看，传统媒体中报纸的传播时间受地域影响最大，电视和广播可以在异地同步的传播中达到一种传播双方共同在场的情境，而互联网传播是“就在这里和此刻计数的地方”，随着报纸产业的发展，报纸也有可能实现一种与事件同步的传播，即不同的报纸在第一时间对事件进行报道，从整体上分析事件进展的形貌和态势。因此，在媒体技术不断发展、不断突破的今天，时空限制对于传媒而言不再是一个难题，^[26]相反，突破时空限制的媒体可以在当今的传媒市场上处于不败之地。大众传播时空限制的不断突破使受众的学习活动可以随时、随地进行，学习活动不再局限于某个特定的时间、某个特定的地方。

戴尔从视觉教学理论的角度出发将学习经验分为 11 层：词语符号；视觉符号；录音、广播、静画；教育电视；展览；校外学习旅行；演示；演剧的经验；设计的经验；有目的、直接的经验。^[27]这 11 层经验的表现形式中，媒体表达越来越由抽象变为具体，表达的信息越来越由浓缩变为详细，呈现信息需要的时间越来越多。^[28]布鲁纳根据戴尔的经验之塔提出了三个相应的学习表征阶段：有直接有目的的经验、设计的经验、演示的经验、示范、参观旅行及展览对应于动作性经验；电视、电影、录音带/磁带对应于形象化表征；语言文字和视觉符号对应于符号化表征。^[29]作为受众的学习者可以选择符合自身认知水平、与学习需要相符的具体或抽象的媒体形式，并将其与以前积累的经验相结合，在有限的学习时间和急切的学习需求之间寻找平衡。

学习型社会是一个全体社会成员实现终身学习的社会，它要求社会成员将学习活动贯穿一生，不能认为在正规教育阶段之中的学习活动能够满足其生存与发展的要求，人们无法一劳永逸地享受自己在学校中学习活动的成果。

人类生存与生活的时间由制约时间、必需时间和休闲时间三个部分组成，制约时间是人们用于完成工作任务的时间，必需时间是人们用于生活起居的时间，休闲时间则是指工作和生活起居之余的时间。^[30]人们必须在其工作与生活时间以外的闲暇时间里找出一部分的时间来学习。传统的学习活动发生于专门进行教育与培训的场所之中，多数学习者同时学习，同时接受由“专家”提供的资讯。学习者没有自由来选择学习时间，只能根据教育机构或培训机构制定好的时间来学习。但是如果学习者借助于大众传媒来参与学习活动的时候，情况则大为不同，每一个学习者或学习型组织都可以在自己的工作时间之外找到最合适、最便利的时间来从事学习活动。

例如，笔者想学习 visual foxpro 的较为系统的知识，但是学校里本专业没有开设此课程，而社会上的辅导学校开设了相关课程，可本人却无法找到与此辅导学校开设的课程相协调的时间，那么对于笔者来说求助于大众传媒而获得 visual foxpro 的相关知识看来则是最为合适、便利的一个途径。当找到网易科技专栏里的网易学院，发现其中有系统的 visual foxpro 视频教程之后，就可以在闲暇时间用一台可以上网的计算机进行学习。

(2) 对学习方式的影响

当学习者的学习时空发生了变化之后，其学习方式也会发生一定的变化。

① 继承型学习转向探索型学习

所谓继承型学习，是一种经模仿与继承前人为主要的学习，主要是学习现成的知识，学习过去的知识和技能。^[31]所谓创新性学习，是一种探索式、发现式学习，这种学习要求学习者具有探索事物内部规律的能力，是一种发展式学习、独立能动的学习。不论是学习型社会中的学习者个体还是学习型组织，以独立的形式开始学习时总要制定与自己符合的学习目标，寻找需要的学习内容，学习活动不受他人所限，按照自己的意图而实施。

当学习者决定开始借助大众传媒进行学习活动的时候，他们的学习就充满了探索的意味：选择哪一种媒体，选择哪一部分的媒体内容，怎样通过媒体进行学习，如何协调自己的学习时空与大众传媒提供的时空，这一系列选择都表明了学习者学习活动的探索性。另外，在利用大众传媒进行学习的时候有一个特点需要引起注意：即传统教室中学习活动充当引导者的“专家”在大众传媒中也许“隐身”了，学习者可能无法找到确切的学习内容的专家，所以这个学习的过程更加充满了挑战，探索学习无所不在。

② 被动学习转向主动学习

被动性学习就是指学习者的学习活动是迫于外在压力而被动地进行，学习是复制的、接受的、复述的和指令性的。随着信息时代的到来，人们的学习活动开始向主动性学习转

化,根据自己的学习兴趣、爱好及发展的要求,自主、能动地进行学习。处于知识经济和信息时代背景下的人们,已经认识到了学习对于自身发展的重要性,不再需要外界的压迫,每个想要寻求自我发展的人都会要求自己主动学习。大众传媒传递资讯的不断更新,让每一个社会成员见证了如今社会变化的迅速,促进了社会成员的主动学习。

③ 标准化学习转向个性化学习

于传统的学校或培训机构之中参与的学习是一种标准化的学习,工业化时期的标准化特征从工厂衍生到了学校,学校的教育工作也具有了标准化的特征:统一的上课时间,统一的课程进度、统一的教材、统一的评价方式,用“一刀切”的标准形式要求学生的发展。进入信息时代,学习不再以标准化的固定模式进行,而开始转向个性化的学习,学习者可以根据自己的学习兴趣、学习需要制定适合自己的学习目标、学习方式;建构个性化的学习体系,学习型社会中的学习者是个性化的个体。

(二) 学习型社会建设层面的分析

1. 大众传媒对学习者的学习活动的影晌

学习型社会是一个全体社会成员学习的社会、改善成员学习方法的社会。利用大众传媒,学习者个体可以做到:

(1) 对新观念持有开放的态度

学习型社会要求学习者以开放的态度去面对并接受新生事物或观念,而不能带有偏见或预设立场的态度。大众传媒对事物或观念的提供观点有很多,受众可以通过大众传媒,在自己已有立场上对事物或观念形成更为全面的观点,了解迅速变化的世界、社会。

(2) 倾听与表达观点

学习型社会中的每一个人都懂得倾听别人的意见与想法,了解别人的立场,受众接受大众传媒提供信息的时候就已经做好了倾听他者思想的准备。当然,在适当的时机与场合;适度表达自己的观点和立场,让别人了解自己的想法或观念,也是学习者学习能力的一个方面。当代大众传媒的发展增强了传播者与受众之间的互动性,受众在接受大众传媒的时候,传播者也接受了受众。受众市场决定了传媒的发展,当今的大众传媒给受众提供了广泛的发表个人意见与观点的平台。

(3) 对问题的解决方式提出反省与质疑

学习型社会中的人,应该懂得如何应对学习中所出现的问题。使用大众传媒的个体,不可能全面接受大众传媒提供的信息,大众传媒也鼓励受众对众多问题的解决方式做出自己的判断;总结出各种可能的解决方法,根据自己的学习特征找出最佳的解决方案。

2. 大众传媒对学习组织的学习活动的影响

学习型组织的发展与成熟是实现学习型社会的一个重要方面。所谓学习型组织，就是充分发挥每个员工创造性的能力，努力形成一种弥漫于群体与组织的学习气氛，凭借学习，个体价值得到体现，组织绩效得以大幅度提高。^[32]学习型社会中的学习型组织不仅包括学习型企业，还包括学习型社区、学习型家庭等形式。

利用大众传媒，组织的管理者可以营造出组织的学习氛围，建立组织共同的学习目标。例如，学习型城市与社区可以通过城市广播或都市报，与广大社区成员形成互动，营造出适合本地区发展特色的学习目标与内容；学习型企业可以利用与本企业相关的专业期刊提供的信息来明确自己的学习内容，了解本企业所处的发展趋势，本行业的未来势态，从而确定学习和发展的目标；学习型家庭与其他组织形式相比，有较高的凝聚性，学习素质也更为接近，可以利用图书这一媒介形式来促进家庭成员的学习活动。另外，随着物质水平的不断提高，互联网技术的不断发展，各个学习型组织可以通过互联网来设置自己的学习活动，如温州市以“创学习型城市 建创新型城市”为主题的学习型社会建设网，^[33]包括工作动态、学习型组织、学习载体、书香温州、市民大讲堂、学人对话、学人访谈、终身教育体系、学习课堂、他山之石、温州日报理论版等版块，具体内容为：对政策的学习、对学习组织（学习型机关、学习型企业、学习型社区、学习型家庭、学习型村镇）的介绍、温州市民学习载体（远程教育中心、儿童网、图书馆、老年大学、社区大学、农民成教在线等）的介绍以及温州历史文化等的宣传。

第三部分 促进大众传媒发挥积极作用的策略

大众传媒的发展与社会、个人的发展息息相关。由于大众传媒的传播对象——受众与学习型社会的学习主体——学习者的身份的重叠，大众传媒的传播内容与学习活动的学习内容之间较高的相关性，大众传媒的传播时空与学习活动发生时空的高度吻合，以及大众传媒的传播活动所特有的传播效果对个体、社会发展的作用，决定了大众传媒在学习型社会建设中能够对学习者个体和学习型组织产生积极的作用。大众传媒能够传播先进学习观念，扩大学习者参与群体，提供丰富的学习内容，改善学习时空与学习方式。但是，大众传媒在对学习型社会建设产生促进作用的同时，也存在一定的消极影响。对大众传媒各项功能之间的相互作用的分析；对大众传媒与正规教育机构之间的关系把握，对大众传媒的大众化与分众化、小众化之间的关系以及大众传媒“知沟”现象的分析，有助于我们认识大众传媒的相关因素对学习型社会建设的负面作用，找出解决的对策，合理地发挥大众传媒对学习型社会建设的作用。

一、加强大众传媒各项功能对学习活动的促进作用

大众传媒的传播活动的两个主体——信息传播者和信息接收者，甚至于大众传播活动的旁观者，对大众传媒在学习型社会建设中的积极作用以及对组织和个体的学习活动的影 响，并非都能够获得一个清晰、全面的认识。如同大众传媒的教育功能一样，大众传媒对学习活动的影 响、对学习型社会建设的影响存在很高程度的潜隐性，隐藏于大众传媒的其他各种功能之中。

（一）大众传媒的社会功能

1. 政治功能

在以大众传播媒介为信息流通渠道的时代，并非每一个人都有话语权。“守门人”理论指出新闻媒体在从消息来源获得大量资讯后（需要进行）编辑筛选、删减的过程，至于资讯的选择规范则建立于“守门人”自身。^[34]“守门人”理论告诉我们，“守门人”决定着什么性质的信息可以传播，传播多少以及怎样传播，当今社会的“守门人”主要是指隐藏于大众传媒背后的政府与垄断资本等。大众传媒担当起了思想教化的任务，解释社会成员政权体系的运作，介绍政权所希望社会成员具有的价值观、社会成员应该做什么及禁止做什么，以此来整合政府的政治意志，从而加强公民思想的一致性和社会的有序性。

大众传媒的政治功能主要表现在社会协调、决策参与与意识行为动员三个方面。社会协调，是指大众传媒根据政府的意志、国家的主流价值观来选择、解释与评论信息，找出

相应的解决政治问题的方案与策略，把人们的注意力集中到适应当前环境中最为重要的事件上。决策参与，是指引发热点讨论与实行舆论监督，传媒的决策参与作用，是中国发展实践中大众传媒政治功能的一个具体体现。作为公众参与决策的重要渠道，传媒既向公众报告决策机构的运行及决策过程，又为公众提供发表意见的机会和场所，方便社会各部门、各阶层相互对话、协商与联系。^[36]意识行为动员，是指通过大众传媒的大力宣传、解释党和政府制定的发展目标与方针政策，使人民充分理解党和政府的思想政治路线，理解国家的发展目标，为实现这些目标而奋斗。

2. 发展经济功能

大众传媒的发展经济功能体现在两个方面：一是大众传媒提供的产品进入市场作为商品运行，传播媒介本身作为经济单位出现，成为整个市场经济的一部分；二是大众传媒提供的信息对其他社会经济单位的发展产生的巨大作用。

大众传媒提供的产品所产生的物质价值和社会价值越来越受到人们的关注，作为生产、传播信息的大众传媒，它在知识经济时代所产生的对经济活动的影响，比以往任何时代都显得重要。大众传媒的产业化在现代社会发展中已成为一种趋势，知识经济时代的大众传媒更彰显其产业化特征，大众传媒的产业化是知识经济时代的必然，也是大众传媒发挥自身功能的希望之路。

大众传媒产业具有很强的服务性，传媒业的工作人员集聚自身行业的智慧，整合、加工各类信息资源，通过信息的传播，给其他产业的发展提供所需资讯，为其他产业不断提供新的发展动力。其他产业在知识经济时代的发展也越来越离不开大众传媒主导的信息产业，其他产业与传媒业的新结合也成为现代经济的新增长点。

3. 社会控制功能

社会的发展促进了大众传媒的兴起与发展，大众传媒也对社会的发展进程起着重要的作用。大众传媒一旦投入运行，就被赋予了选择信息和解释信息的权力，从而获得了控制社会的能力。大众传媒虽不能决定人们思考的方式，但是通过议程设置却能大致限定受众在什么样的范围内思考，影响社会成员或某一群体的的人生观、世界观、行为方式等。

社会发展的要求社会成员及时获得社会环境动态发展的信息，分析和判断自己在整个发展中的地位与作用。通过大众传媒提供的动态信息，社会及社会成员能够及时对当今变化做出针对性的反应，采取措施以及时避免失误。大众传媒可以作为社会环境监测者，在有任何可能危害社会或不良倾向显露苗头的时候，立即向全社会发出预警性信息，使之能及时采取措施，将隐患消灭于萌芽状态之中。另外，大众传媒既能够满足社会各群体的特

殊信息需求，又能使整个社会了解各社会群体甚至是个体的需要，使各群体之间的沟通与联系得以可能。

4. 文化传递功能

文化传递功能是指传递社会文化成果、文化遗产的功能。通过大众传媒的传播活动，社会成员可以了解与掌握社会价值观、社会规范和社会文化遗产。随着传播技术的进步，大众传媒日益明显地参与文化遗产的传递活动，成为当今社会中具有强大文化功能的传播机构。

大众传媒的文化传递功能体现在：促进教育的普及、扩散科技信息、更新社会成员的观念、巩固社会规范。大众传媒的特点之一就是通过现代化的传播技术传播覆盖面广泛的信息，借此大众传媒具有了普及教育的潜能；通过各类大众传媒可以开展大量科普活动，破除迷信，推广新技术新产品，提高公众的科技素质；现代社会中，大众传媒堪称是传播与培养新观念的最有效的工具，通过大众传媒所提供的舆论引导，会有越来越多的人抛弃阻碍发展的陈旧观念，逐渐接受有利于发展的新观念；大众传媒还是一种巩固社会规范的有力工具，通过对违背社会规范行为的揭露，使社会成员意识到错误的行为规则与方式，然后引导公众对此行为的谴责，使发生此类行为的个人或集体不再发生类似的错误行为。

5. 娱乐功能

大部分受众在自己的闲暇时间中接触大众传媒，最初接触传媒的目的就是为了在繁忙的工作与生活中放松自己，对于作为个体的每一个受众而言，大众传媒提供的休闲娱乐功能是吸引个体接触它的一个重要方面。另外，大众传媒可以提高社会公众的审美水平、陶冶公众的文化情趣、倡导良好的社会风尚，大众传媒的娱乐功能与社会控制功能、文化传递功能密切相联。

随着人们生活节奏的加快以及与外界环境接触的不断增多，人们越来越需要一种简易方便的方式来娱乐、调节自己的身心。当今传媒在技术更新引导下的飞速发展，使社会成员娱乐的需求得到了进一步的满足。同时，关于大众传媒娱乐消遣功能可能对受众造成的负面影响，也是大众传媒的一个“硬伤”，快速、大量、通俗、浅显的内容既是吸引人们的开始，也可能是人们“思想堕落”的开始。

（二）发挥大众传媒对学习活动的促进作用

大众传媒的各项功能在传媒时空中具有不可分割性，这些功能同时蕴含于大众传媒的传播活动当中，大众传媒不同的功能与其促进学习活动的作用相互融合，例如，中央电视台科教频道的《百家讲坛》栏目中易中天先生的“品三国”，将历史知识与学习的娱乐性

相结合，观众获得历史知识的同时，精神上也得到了愉悦。

对于大众传媒对学习活动的影晌，本文主要探讨的是大众传媒对政治功能、经济功能及娱乐功能的过度重视对学习活劫产生的不良影响。过于偏重政治功能的大众传媒，如果政治宣传意味过于浓厚，对于一般受众来说会降低他们接触传媒的兴趣；大众传媒产业为了生存，必然要将内容生产和其他相关资源（广告、宣传）联合经营，但是如果大众传媒过于偏重经济发展功能，一味追求在产业与市场中的发展，则可能会降低对传播方式与传播内容的把关，盲目迎合市场和受众的需求（特别是较为低级的需求），造成传播内容的低水准，影响受众身心发展；过于偏重娱乐功能的大众传媒对受众来说会引发深厚的兴趣，但是—些水准低下的娱乐传媒会降低受众的审美鉴赏能力，分散受众的学习兴趣，使受众忽略了学习活动的存在，给个体身心的健康发展带来了障碍。

大众传媒对社会、个体的发展产生影响的同时，社会与个体的发展对大众传媒的发展也起着重要的作用，所以面对着大众传媒可能对学习型社会建设产生的负面影响，社会及受众并非无计可施。如麦克卢汉所言，“全面的抵抗和全面的投降—样，代价是太高了。”参与大众传媒的传播活动的不同主体，不论是传媒组织、政府管理者还是受众（主要指学习型社会中的学习者）只要明确自己对以下问题的答案，那么笔者认为关于大众传媒各项功能对学习活劫可能造成的负面影响的难题就能够得到较大程度上的解决，这些问题即：谁负责任——负什么责任——对谁负责——如何负责。大众传媒必须在政府、受众和各种社会利益团体及自身之间找准定位，界定自身的权利和责任，否则就不能获得良好的发展。

1. 传媒组织与传媒工作人员

要想发挥大众传媒在学习型社会建设中的积极作用，首先应承担起责任的就是大众传媒工作者——传媒组织和传媒工作人员，各类传媒组织与各位传媒工作人员应该明确自己在学习型社会建设中可能起到的作用。传媒组织应对受众的覆盖程度、媒体工具的可信度、媒体工具的环境、媒体编辑的内容与方式等因素进行深入的分析。以上几个方面决定了大众传媒在整个社会中的公信力、影响力，有公信力和影响力的传媒才会拥有更大的受众群体，对自身公信力和影响力的重视的大众传媒必然会选择优秀的传播方式与内容，进而对受众及社会的发展产生积极的作用，这是一个良性循环的过程。

为了在学习型社会建设的过程中获得较高的公信力和影响力，大众传媒组织与传媒工作人员应当做到：拥有促进学习型社会建设进程的意识；能够熟练运用不断更新的媒介技术；具备良好的选择、处理、传播信息的能力；抛弃各类信息中的糟粕。

2. 政府管理者

政府管理者作为大众传媒传播活动的“把关人”、学习型社会建设工程的规划者，对于发挥大众传媒对学习活动的促进作用有着不可推卸的责任。学习型社会是我国未来社会形态发展变化过程中一个重要的部分，政府决策者与管理者应该明确自己在学习型社会建设中的作用，充分调动各方面的学习资源与优势。可以说，政府管理部门是大众传媒组织与社会成员之间建立联系的桥梁，也是解决两者矛盾与冲突的斡旋者。

政府管理者在对大众传媒的传播活动进行“把关”的时候，应该使传媒组织明确大众传媒在学习型社会建设中的作用，督促大众传媒的传播活动，促进社会学习活动的最大化，除了要求大众传媒传播内容时要“弃糟粕取精华”外，还应当充分利用大众传媒这块有利阵地，向社会大众宣传学习型社会建设的政策、规划、要求等。

3. 学习型组织与学习者个体

最终决定大众传媒是否能够促进学习型社会建设的因素是学习型组织与学习者个体。大众传媒发展到今天，特别是新媒介技术的使用，使受众获得了前所未有的至高地位。不论是学习型组织，还是学习者个体，在利用大众传媒进行学习活动的过程中，都要明确自身所担负的责任。学习者在大众传媒环境下的学习充满了主体能动性，因此不能再将大众传媒对自身产生的负面影响全部推卸给大众传媒组织与传媒工作者。

学习型组织与学习者个体利用大众传媒进行学习活动的时候应该做到：具有运用大众传媒来参与学习活动的意识；明确为了满足学习需要而选择媒体的标准；对于各类媒介提供的纷繁的信息应保持理性的判断能力；理解大众传媒的运作方式，提高自己的媒介素养能力；加强传媒提供的内容与现实的联系等等。

二、强化大众传媒与学校之间的联系

学习型社会是一个全体社会成员实现终身学习的社会，因此终身教育体系的构建是衡量学习型社会建设进度的一个重要方面。终身教育体系是一个面向社会的、开放的体系，是一个各种类型、各种形式和各个层次的教育有机联系和协调一致的、为终身学习而服务的教育网络。因此，要探讨大众传媒在学习型社会建设中的作用，就必须考虑大众传媒与这样一个教育体系之间的关系。学校是构成终身教育体系的基本单位，处于信息时代与知识经济时代中的学校的发展与教育活动离不开大众传媒的影响，合理处理学校与大众传媒的关系是发挥大众传媒积极作用的一个重要方面。

（一）大众传媒与学校发展

1. 学校与大众传媒是建设学习型社会的两个重要阵地

从当今世界学校教育政策的走向看，重视传媒和信息环境、研究媒体与学校发展的关

系应是为思考学校发展前途的重要任务之一。追求教育的有效性是学校发展永恒的主题，如何使学校发展与大众传媒进行有效的结合，追求大众传媒对学校发展的正效应，是学校对大众传媒的期待，也是大众传媒在学习型社会建设中应该产生的积极效果。

笔者认为，终身教育体系中的每一所学校和传媒环境中的每一个大众传媒主体是学习型社会建设的两个重要阵地，如果两者之间能够明晰自己在学习型社会建设中所处的位置以及两者之间的关系，并且能够做到良性的沟通与协作，那么这个“艰难”的工程的成功就会有更大的可能性。^[36]

2. 学校发展对于大众传媒的依赖性

学校的发展对大众传媒有较强的依赖性：第一，学校要通过大众传媒来接受信息，了解社会发展动向。学校是整个教育体系的主导部分，而教育体系又是组成社会结构的一个重要部分，因此，学校的发展要想与教育体系的发展、社会的发展取得一致性，必须寻找渠道来了解社会发展的趋势。第二，学校可以通过大众传媒对教育教学活动进行宣传，提高学校的社会形象，求得学校更好的发展空间。在提出构建终身教育体系以后，各个类型、阶段的教育地位都获得了提升，尤其是近几年我国对高等教育以及职业教育相关政策的重视，因此，各个教育类型中的实践主体——学校，都有必要利用在大众传媒环境中的宣传活动，来促进本校的发展。

3. 实现学校与大众传媒的有效互动

学校的发展依赖于大众传媒，但是学校对于大众传媒也能够产生一定程度的影响。与大众传媒相比，学校在对个人及社会发展方面具有更高的公信力，大众传媒如果与学校能够做到有理、有节的合作，就可以更好地实现它在学习型社会建设中的作用。

第一，在对学校教育教学活动报道的过程中，大众传媒一定要保持一种公正、理性的态度，不能歪曲报道，夸大或者缩小学校的功绩与错误，否则，一旦大众了解了事实真相，那么两者在社会公众中的威信将会全无。第二，学校要以积极的、求实的心态面对大众传媒，不能抵触也不能逢迎，有些学校为了强化自己的宣传，很可能造成一些不必要的浪费。第三，两者之间应经常沟通与交流，了解彼此的运行规则。两者的合作除了要达到互惠互利以外，还要注意到其合作行为对社会可能造成的影响，两者必须保证对社会影响的正面效应。

(二) 大众传媒与学校教育

1. 学校教育是学习者学习能力发展的基础

学校教育决定了学习者学习能力的发展程度，也决定了学习者受大众传媒影响的程

度。

人的学习是以间接经验获得为主的活动，通过接受系统性、阶段性的学校教育，每一个学习者获得基本的发展能力。学习者利用大众传媒进行学习活动时需要许多基本能力的支持：知识的储藏量、接受新事物的能力、分析处理信息的能力、比较判断的能力、想象力、综合能力等等。因此大众传媒对学习者的影响以学校教育的接受程度为基础，教育素养的差别不仅导致了受众接受信息的多寡、优劣，也决定了受众有没有接触新媒介的能力。这两者之间的关系，往往成为学习者强者愈强、弱者愈弱的原因之一。受教育较多的人更善于选择他们所需要的信息，更善于评价媒介内容；受教育较少的人则较有可能接受媒体内容的表面价值。

2. 大众传媒对学校教育的影响

学校教育为大众传媒发挥各种社会功能提供了可能性，同时，大众传媒也促进了学校教育的发展。学校教育的普及与媒介技术的发展有着密切的关系，远程教育、老年教育、职业教育这些已经或者即将纳入终身教育体系的教育在大众传媒的帮助下，才能得以更好更快的发展。大众传媒不仅使更多的人接受教育成为现实；而且使个人接受终身教育也成为可能。

大众传媒对学校教育活动的影晌还体现于媒介内容对学校学习内容的影响。学校教育中的学习内容在当今社会发展中也要做到与时俱进，进行适时的更新，跟上时代的步伐。例如，语文课本中现在新编入的文章就有一部分是摘编于报纸、期刊；数学、物理等科技知识的新发现也是先于学校而发布于大众传媒平台之上的；随着社会的发展，会涌现出一些新的道德、价值、社会规范问题，学校教育活动可以利用大众传媒提供的材料对学生进行道德教育。

另外，由于学校环境的单一性、学生交往的同质性、学校环境与校外环境的分离性等因素，使得大多数学生在学校教育之外更加喜欢与大众传媒的“亲密接触”。在对外部世界的理解上，一部分学生更愿意相信来源于大众传媒的信息，而较少相信父母或老师。

3. 媒介素养能力的培养

大众传媒对于学生有着不可避免的影响，它能够与学校教育进行合理的结合，从而对学生产生积极影响，也可能违背学校教育目的，使学生的发展与社会要求的方向背道而驰。因此，知识经济时代中的学校教育活动不能忽视对学生媒介素养能力的培养。媒介素养教育既是阻止大众传媒对学生恶劣影响的手段，也是促进大众传媒对学生身心发展的积极影响的手段。“媒介素养”，主要是指“人们面对大众传播媒介的各种信息的选择能力、理解

能力、质疑能力、评估能力、创造和制作能力以及思辨能力”。^[37]

了解大众传播媒介提供的信息，批判地衡量信息的传播形式和内容，把握它们改变我们生活的方式，这样的媒介知识和传统课程具有同等重要的意义。上海交通大学从2004年9月起，在媒介与设计学院尝试开设了“传媒素养”课程，课程设计为四大单元：一是传媒素养的内涵、作用及其与个人的关系；二是当代受众对大众传媒应有的认识；三是大众传媒信息与社会发展和个人成长的关系；四是大众传媒的变革和发展趋势。这一新的课程受到了大学生的普遍欢迎。^[38]

4. 大众传媒与教师权威

大众传媒与教师都是学生个体社会化的承担者，大众传媒渗透到学生的学习与生活中，给教师这一社会代言人的权威带来了挑战。教师作为社会代言人向学生传递主流社会文化，以保证学生的信念、价值观、观念及行为方式符合社会要求。在传统教育体系中，制度、观念以及自然的因素都为教师拥有权威提供了客观条件。但是大众传媒的“侵入”，使教师的权威格局发生了变化。大众传媒内容的丰富、手段的多样与教师传授内容的刻板、方式的严肃形成了对比，削弱了教师在学生心中的权威，大众传媒的“非主流”与教师传授的“主流”成了学生思想中的矛盾。

但是，大众传媒在传播先进文化的同时，也传播了一些糟粕，对处于发展中的学生而言，如果过于“迷信”大众传媒的魅力，或用大众传媒来全面“抵制”教师的教育，学生的发展就会处于危险境地。因此，作为教育学生的主体——教师，在面对大众传媒带来的挑战时，应做到：顺应文化环境，把新权威建立在知识结构不断更新上；营造情感氛围，把新权威建立在学生真正的认同基础上；实现角色转换，把新权威建立在教师角色的新定位上。^[39]

另外，大众传媒在传播信息的活动中应该树立积极、正面的教师形象，强化教师的权威，避免由于大众传媒传播导向的失误而造成学生对教师的误解与抵触。

三、削弱大众传媒分众化与大众传媒“知沟”的负面作用

(一) 大众传媒分众化现象

当代大众传媒的规模竞争、科技的进步引起了传媒市场的厚报化、窄播化、频道多元化时代，大众传媒的发展进入了分众化的时代。“分众化是大众传媒在分众时代覆盖大众的手段。”^[40]

1. 大众传媒分众化的原因

传媒市场的变化与受众素质的不断提高两者之间的相互作用是大众传媒分众化的主

要原因。大众传媒的发展在不断膨胀，而受众注意到的媒介资源又相对有限，为了争取到更多的受众，当代受众口味、素质的不断提高都促使了大众传媒的大众化发展。在媒介技术与媒介内容发展日益饱和的时候，如何抢占市场份额、分析市场发展方向、把握受众的媒介心理与媒介需要、根据自己的媒介特点分割有限的媒介资源就成为了当代各大众传媒发展的“生命线”。

大众传媒分割媒介资源就等于分割受众群体，受众的市场价值日益凸显出来。大众传媒环境下人们彼此之间的交往“不仅以地位与经济为其区隔，更以趣味和品格形成交往圈子”。^[4]同时，受众自身在文化层次、主体意识方面的提升使得受众不再像过去那样被动地接受媒介提供的内容，而是迫切要求大众传媒根据受众自身的发展与心理需求提供媒介内容，受众群体的特定需求决定了大众传媒在以受众为价值主体的市场上的分众化发展。

大众传媒的发展经历了“小众化——大众化——分众化”的阶段。大众传媒的发展始于小众化，在报纸于19世纪30年代发展为廉价“便士报”之前，还没有“大众传媒”一词。此后，报纸的大批量发行加上20世纪初广播的繁荣发展，研究者由重视报纸及广播在政治运动中宣传舆论的重要作用开始，发现了“大众传媒”对政治运动及受众的社会生活的影响，由此“大众”成为研究大众传媒的一个重要对象，“大众”是分散的、匿名的、没有聚合的价值观和目的的一个“隐形”的群体。到了如今的分众化时代，受众群体日益明朗，但是这并不意味着“分众”取代了“大众”或是“大众”已日渐消失。实质上，“分众”只是“大众”的一个表现形式，是大众传媒在现今的发展阶段覆盖大众的一种手段。

2. 大众传媒分众化的表现

报纸：大众化报纸以社会大众为读者群，读者成分比较复杂，分众时代的到来使读者的兴趣、利益产生了较大的差异。为了尽可能满足各个读者群的兴趣、利益与需要，大众化报纸逐步进行了版面栏目的切割和强化工作，通过具体版面和栏目设置的分众化来实现报纸的大众化取向。

广播：广播的窄播化是广播面对分众化时代所采取的回应方式，交通广播、音乐广播、健康知识广播、戏曲广播等专业频道出现以后，各个广播电台逐渐由综合台向专业台转变，以抓住一定的受众群，通过强烈的特色资源避免分散的“大众”流失。

电视：面对着大众传媒的分众化发展，电视行业所做的回应是各频道的专业化。由中央台至省、市地方台，都在纷纷进行频道专业化建设。目前，中央电视台已经建立了一系列的专业频道：经济、综艺、国际、体育、电影、农村、电视剧、英语、科教、戏曲、社会与法、少儿等众多的专业频道。从电视行业的发展趋势来看，我国大多数电视台以后将

会发展为受众细化的专业性频道。

网络：目前网络的发展形态有因特网、万维网、广域网与局域网等。具有不同网络需求的个体与组织可以找到符合自己需要的形式，例如，企业可以将因特网与企业内部局域网相结合进行学习活动，需要特别指出的是，因特网与万维网的发展更加体现了当代媒体的分众化趋势。就我国网络发展而言，最初获得成功的是新浪、搜狐、网易等一些较大的综合性的门户网站，但是随着网民的增加，网民素质与需要存在的较大差异，一些专业性的、为特定群体设置的网站在分众化时代同样地获得了成功。如：“榕树下”给喜爱文学创作与欣赏的网民提供了“栖身之所”。

3. 大众传媒分众化的弊端

大众传媒的分众化就是“最大限度地实现信息价值和趣味品味对所有可能切合人群的有效覆盖。分众化时代的媒介竞争不是比谁更小众，而是比谁更能为特定的信息和特定的趣味品味找到切合它们的人群。”^[42]但是，对于学习型社会建设而言，大众传媒的分众化对其存在着一定不良的影响，比如：各传媒为了争取最大市场份额，就有可能偏重于对主流文化与价值的需要、高端阶层的媒介需要或者人数众多的“中产阶级”的需要的满足，而对一些非主流的、低端阶层或是弱势群体的媒介需要置若罔闻，不管不顾，造成了不同的受众群体获得大众传媒资源的不平衡，或者造成了大众传媒“知沟”现象的加剧。

（二）大众传媒“知沟”现象

1. 大众传媒“知沟”现象的相关研究

所谓“知沟”概念，来源于1970年美国明尼苏达大学教授蒂奇纳三人研究小组提出的“知沟假说”(Knowledge Gap Hypothesis)。这一假设认为：随着大众传媒向社会传播的信息量的日益增加，社会经济地位高的人将比社会经济地位低的人以更快的速度获取信息，因此，这两类人间的知沟将呈扩大而非缩小之势。换言之，媒介的普及不等于信息的均衡流通。

当今社会各阶层的知识文化水平和经济水平都获得了提升，但是他们各自获取知识的速度却不平等，文化水平与经济实力强的群体获取信息呈“加速度”的趋势，而文化水平低与经济实力较弱的群体却在获取信息的速度与质量上明显落后于前者。目前我国大众传媒发展面临七个方面的知沟差距：一是媒介分布的差距；二是新媒体普及的差距；三是媒介资讯分众化的差距；四是媒介信息流量的差距；五是媒介传播技术的差距；六是媒介接触支付能力的差距；七是传播价值选择的差距。^[43]

2. 大众传媒“知沟”现象发生的原因

发生大众传媒“知沟”现象，主要有以下几个方面的原因：受众的教育素养的差异；经济实力的差异；媒介信息分配的差异；媒介设施配置的差异等。

第一，获得较高教育素养的受众拥有着较高的学习能力、思维能力、处理信息的能力等，而缺乏教育素养的受众对于这些能力却存在着不同程度的不足。教育素养即是指受众在接受正规教育以后所获得的素养。教育素养的高低决定了受众接受信息与处理信息的多寡与优劣，同时也决定了受众是否有能力接触到具有技术要求的新媒介。

第二，受众经济实力的差异是形成“知沟”现象的一个重要原因。大众传媒业是一个经济实体，它的发展目的是为了获取经济效益，信息在大众传媒组织的手中也具有了商品的特性。信息的传播与获得都是针对那些具有经济实力能够负担得起费用的人，有经济实力的人，能够及时、方便地接触到自己所需的信息，获得重要的媒介资源，而经济实力较弱的受众，由于无法承担足够的购买信息的费用，则没有办法获得及时、重要的信息，也不大可能接触到新媒体。

第三，媒介的知识控制与信息分配的差异也加剧了“知沟”现象。大众传媒的信息传播是社会结构的产物，信息的选择、处理、传播总是对有利于权力团体的议题进行界定与规划。媒介内容不论是在价值的衡量标准上，还是报道方式上都会经常因某个社会群体的爱好为依托。^[44]

第四，媒介设施配置的差异也造成了受众对大众传媒资源获得的不平衡。区域经济发展较好的地区能够配置优质的媒介设施，充分利用新的媒介技术，享受信息科技带来的成果。而经济发展落后的地区则没有经济能力负担新的媒介技术，无法配置齐全的媒介设施，甚至于只能配置一些相对来说单调的、陈旧的媒介设施。比如，据统计，北京地区的利用互联网的网民数量已经超过了400万，普及率超过30%（截止2005年底），^[45]而西部大部分不发达的地区只能通过广播来获取信息。

（三）削弱大众传媒分众化的弊端与“知沟”现象的策略

学习型社会是一个全民学习、平衡发展的和谐社会。大众传媒的分众化造成的对主流文化的过度重视、对弱势群体文化的忽视，“知沟”现象所造成的受众之间信息获得的不平衡，对于学习型社会中要利用大众传媒来学习的学习者而言是不利的。在建设学习型社会的过程中，应尽可能地减少大众传媒的分众化发展所造成的不良影响，最大程度地弱化大众传媒“知沟”现象。

第一，国家要加大对经济不发达地区大众传媒设施的投入。受众素质的提高、能力的发展与大众传媒对学习活动的影晌之间是相辅相成、互相促进的关系，任一一方面的高低

都一定程度上决定了另一方面的高低。学习型社会是一个全民学习的社会，要普及教育，提高全民族的素质与学习能力，大众传媒是一个极为重要的途径。

第二，大众传媒组织与传媒工作者在对信息进行分配与设置时，不能忽视各个年龄阶段、各种职业、不同地区的受众的信息需求。从大众传媒传播活动的传播者一方开始就应尽量避免分众化造成的对某些受众群体的忽视，削弱受众掌握信息的不平衡现象。要努力开发和发展一些针对弱势群体的节目，努力消除信息鸿沟，保证受众信息占有量的相对公平。

第三，信息拥有量的多少、利用多少信息，最终决定权在受众手中。因此，各受众群体应尽量发现与利用能够满足自身发展需求的信息，实现信息的共享，在有限的大众传媒资源的情况下，针对不发达地区的受众将大众传播与人际传播、群体传播相结合，做到资源共享。

结束语

狄更斯说：“这是最好的时代，这是最坏的时代。”如今的时代，是知识经济的时代、大众传媒的时代，更是学习型社会的时代。为了知识经济时代的向前发展，学习型社会应运而生，而大众传媒有责任且有能力在学习型社会建设中发挥一己之力。对于沉浸在大众传媒中的人类而言，它既是人类自己制造的天使，也是可以破坏人类生活的魔鬼。当一个事物身上同时隐藏着天使和魔鬼时，到底谁战胜谁？笔者希望此文能够对我国学习型社会建设的理念与实践给大众传媒争取一席之地，从而发挥其“天使”的作用。

由于相关研究资料的欠缺及笔者语言表达能力的限制，本文的阐述难免会存在不妥之处，笔者将争取在以后的工作中对此研究做进一步的完善。

注释

- [1]施良方.学习论[M].北京:人民教育出版社,2006:5.
- [2]陈廷柱.关于建设学习型社会若干问题的思考[J].高等教育研究,2008,8:12.
- [3]顾明远、石中英.学习型社会:以学习求发展[J].北京师范大学学报(社会科学版),2006,1:13.
- [4]郭庆光.传播学教程[M].北京:中国人民大学出版社,1999:111.
- [5]陈廷柱.关于建设学习型社会若干问题的思考[J].高等教育研究,2008,8:12.
- [6][美]阿尔温·托夫勒.第三次浪潮[M].上海:三联书店,1983:216.
- [7][美]罗杰·菲德勒著,明安香译.媒介形态变化:认识新媒介[M].北京:华夏出版社,2001,1:95.
- [8]<http://baike.baidu.com/view/912317.htm> [OL].
- [9]<http://baike.baidu.com/view/2193347.htm> [OL].
- [10]陈道武.知识经济 学习型社会与人的发展[D].天津:天津师范大学,2006:3.
- [11]陈道武.知识经济 学习型社会与人的发展[D].天津:天津师范大学,2006:2.
- [12]联合国教科文组织教育丛书.学会生存——教育世界的今天和明天[D].北京:教育科学出版社,2002:200.
- [13]郭庆光.传播学教程[D].北京:中国人民大学出版社,1999:168.
- [14]崔保国.2007年:中国传媒产业发展报告[M].北京:社会科学文献出版社,2007:12.
- [15]喻国明.传媒发展:从“内容为王”到“产品为王”.新闻与写作,2007,11:21.
- [16]卢锋,李青,曹梅,刘振波.美国教育技术界学习资源观的发展及具启示[J].电化教育研究,2001,07:25.
- [17]陈力菲.新闻传媒的时空观念转型[J].苏州大学学报(哲学社会科学版),2000,1:70.
- [18]顾明远,石中英.学习型社会:以学习求发展[J].北京师范大学学报(社会科学版),2006,1:13.
- [19]厉以贤.学习社会的理念与建设[M].成都:四川教育出版社,2004:262.
- [20]联想的学习型组织建设.中国远程教育·资讯版,2003:34.
- [21]<http://auto.sina.com.cn/news/2003-01-24/33015.shtml> [OL].
- [22]刘兵.对构建学习型社会的思考[D].长春:东北师范大学硕士学位论文,2006:14.
- [23]厉以贤.学习社会的理念与建设[M].成都:四川教育出版社,2004:292.
- [24]崔保国.2007年:中国传媒产业发展报告[M].北京:社会科学文献出版社,2007:5.
- [25][德]雅斯贝尔斯.什么是教育[M].上海:三联书店,1991:124.
- [26]殷乐.网络传播的时空创意[J].现代传播-北京广播学院学报,2000,4:82.
- [27]<http://baike.baidu.com/view/1908820.htm> [OL].
- [28][美]斯马尔蒂诺著,郭文革译.教学技术与媒体[M].北京:高等教育出版社,2008:14.
- [29][美]斯马尔蒂诺著,郭文革译.教学技术与媒体[M].北京:高等教育出版社,2008:22.
- [30]王燕阳.大众传媒对学校发展的影响[D].济南:山东师范大学,2007:8.
- [31]王素菊.试论信息时代学习的转型[J].教书育人,2007,11:90.

- [32]厉以贤. 学习社会的理念与建设[M]. 成都:四川教育出版社, 2004: 137.
- [33]<http://www.wzlearning.com/default.html> [OL].
- [34]<http://sites.google.com/site/shixizhi/Home/ren-wen-she-ke/chuan-bo-xue/shou-men-ren-li-lun>. [OL].
- [35]李新. 大众传媒的功能(上)[J]. 中外企业文化, 2004, 4: 11.
- [36]王燕阳. 大众传媒对学校发展的影响[D]. 济南: 山东师范大学, 2007: 19.
- [37]胡滨、卢宏. 论提高全民媒介素养的社会意义[J]. 现代视听, 2008, 4: 27.
- [38]胡忠青. 《媒介素养》课程建设探讨[J]. 鞍山科技大学学报, 2006, 2: 81.
- [39]曹树. 大众传播媒体对教师权威的挑战及对策[J]. 教育评论, 2001, 5: 18.
- [40]梅琼林. 关于大众传媒分众化问题的重新思考[J]. 社会科学家, 2006, 3: 32.
- [41]杨小彦. 顶尖杂志的梦想[N]. 南方周末, 2008, 8, 21:24.
- [42]崔保国. 2007年:中国传媒产业发展报告[M]. 北京:社会科学文献出版社, 2007:17.
- [43][44]刘雪梅. 大众传媒发展知沟现状刍议[J]. 当代传播, 2003, 4:24-25.
- [45]http://news.ccw.com.cn/internet/htm2006/20060324_11Z6H.html [OL].

参考文献

一、著作类

- [1][法]卢梭著,李平沅译.爱弥儿[M].北京:商务印书馆,2006.
- [2][美]约翰·杜威著,王承绪译.民主主义与教育[M].北京:人民教育出版社,1990.
- [3][美]尼古拉·尼葛洛庞蒂著,胡冰、范海燕译.数字化生存[M].海口:海南出版社,1997.
- [4]联合国教科文组织国际教育发展委员会.学会生存——教育世界的今天和明天[R].北京:教育科学出版社,1996.
- [5]联合国教科文组织总部中文科译.教育——财富蕴藏其中[M].北京:教育科学出版社,1996.
- [6]石中英.知识转型与经济改革[M].北京:教育科学出版社,2001.
- [7]石中英.教育哲学导论[M].北京:北京师范大学出版社,2002.
- [8]顾明远,孟繁华主编.国际教育新理念[M].海口:海南出版社,2001.
- [9]厉以贤.学习社会的理念与建设[M].成都:四川教育出版社,2004.
- [10]高志敏.终身教育终身学习与学习化社会[M].上海:华东师范大学出版社,2005.
- [11][英]格雷姆·伯顿著.史安斌主译.媒体与社会:批判的视角[M].北京:清华大学出版社,2007.
- [12]张咏华.媒介分析:传播技术神话的解读[M].上海:复旦大学出版社,2002.
- [13]张国良.20世纪传播学经典文本[M].上海:复旦大学出版社,2003.
- [14][英]奥利弗·博伊德-巴雷特,克里斯·纽博尔德编.汪凯、刘晓红译.媒介研究的进路[M].北京:新华出版社,2004.
- [15][美]约翰·维维安著.大众传媒[M].北京:北京大学出版社,2005.
- [16][美]斯坦利·J·巴伦著.刘鸿英译.大众传播概论:媒介认知与文化[M].北京:中国人民大学出版社,2005.
- [17][美]韦尔伯·施拉姆著.金燕宁等译.大众传媒与社会发展[M].北京:夏出版社,1990.
- [18]方建移,张芹.传媒心理学[M].杭州:浙江大学出版社,2004.
- [19][美]阿尔温·托夫勒著,朱志焱译.第三次浪潮[M].北京:三联书店,1983.
- [20]Stanley J. Baran、Dennis K. Davis.大众传播理论:基础、延展与未来: foundations, ferment and future [M].北京:清华大学出版社,2003.
- [21]Brown, Tony. Lifelong Learning: investing in a better society[M]. Adult Learning Australia Inc., 2001.
- [22]崔保国.2007年:中国传媒产业发展报告[M].北京:社会科学文献出版社,2007.
- [23][美]斯马尔蒂诺著,郭文革译.教学技术与媒体[M].北京:高等教育出版社,2008.
- [24][德]雅斯贝尔斯著.邹进译.什么是教育[M].北京:三联书店,1991.

二、期刊论文类

- [1]Toward a Learning Society: Director's Biennial Report to Congress. May. 2007.

- [2] 顾明远, 石中英. 学习型社会: 以学习求发展[J]. 北京师范大学学报(社会科学版), 2006, 1.
- [3] 李润州, 石中英. 人·学习·学习能力——构建学习型社会的哲学思考[J]. 教育学报, 2006, 2.
- [4] 邵泽斌. “学习型社会”新解析[J]. 黑龙江高教研究, 2007, 3.
- [5] 崔国富. 然森的学习型社会理论及其启示[J]. 外国教育研究, 2006, 7.
- [6] 彭家理, 王昌祥, 张红扬. 学习型社会构建研究[J]. 科学社会主义, 2007, 3.
- [7] 冯文广, 杜春华. 中国学习型社会的背景研究[J]. 成都理工大学学报(社会科学版), 2004, 9.
- [8] 高德胜. 电视的教育哲学——论电子媒介对现代学校教育理念的冲击[J]. 华东师范大学学报(教育科学版), 2007, 1.
- [9] [美] 托马斯 J. 约翰逊, 芭芭拉 K. 凯撰. 谭辛鹏编译. 互联网与传统媒介信息可信度的比较[J]. 国际新闻界(传播学论坛), 1999, 5.
- [10] 萧璐. 略论大众传媒的教育功能[J]. 新闻界, 2003, 1.
- [11] 刘瑞儒, 陈明选, 郭宁安. 电视媒介对中小学教育的影响[J]. 教育探索, 2001, 12.
- [12] 李金峨. 审视大教育体系中的大众传媒[J]. 当代传播, 2004, 5.
- [13] 刘雪梅. 大众传媒发展知沟现状刍议[J]. 当代传播, 2003, 4.
- [14] 李新. 大众传媒的功能(上)[J]. 中外企业文化, 2004, 4.
- [15] 胡滨, 卢宏. 论提高全民媒介素养的社会意义[J]. 现代视听, 2008, 4.
- [16] 胡忠青. 《媒介素养》课程建设探讨[J]. 鞍山科技大学学报, 2006, 2.
- [17] 曹树. 大众传播媒体对教师权威的挑战及对策[J]. 教育评论, 2001, 5.
- [18] 梅琼林. 关于大众传媒分众化问题的重新思考[J]. 社会科学家, 2006, 3.
- [19] 王素菊. 试论信息时代学习的转型[J]. 教书育人, 2007, 11.
- [20] 喻国明. 传媒发展: 从“内容为王”到“产品为王”. 新闻与写作, 2007, 11.
- [21] 卢锋, 李青, 曹梅, 刘振波. 美国教育技术界学习资源观的发展及具启示[J]. 电化教育研究, 2001, 7.
- [22] 陈力菲. 新闻传媒的时空观念转型[J]. 苏州大学学报(哲学社会科学版), 2000, 1.
- [23] 陈廷柱. 关于建设学习型社会若干问题的思考[J]. 高等教育研究, 2008, 8.
- [24] 殷乐. 网络传播的时空创意[J]. 现代传播-北京广播学院学报, 2000, 4.
- [25] 黄永林. 大众传媒与当代大众世界——论大众传媒的社会功能[J]. 华东师范大学学报, 1999, 2.
- [26] 温汉华. 受众的从众心理与大众传媒的社会控制功能[J]. 新闻采编, 2007, 1.
- [27] 郝克明. 建设终身学习体系和学习型社会的研究报告[R]. 高等函授学报, 2007, 7.
- [28] 冯文广, 杜春华. 中国学习型社会的背景研究[J]. 成都理工大学学报, 2004, 9.
- [29] 韩振峰. 关于创建“学习型社会”的战略构想[J]. 国家教育行政学院学报, 2003, 4.

三、学位论文类

- [1] 刘兵. 对构建学习型社会的思考[D]. 长春: 东北师范大学. 2006:
- [2] 王燕. 学习型社会的范式及构建研究[D]. 长春: 东北师范大学. 2004:
- [3] 赵爽. 大众传媒与对青少年受众的教育引导[D]. 哈尔滨: 哈尔滨工程大学. 2004:

- [4]王雪雪. 电视的教育功能及其受众分析[D]. 兰州: 西北师范大学. 2006:
- [5]王燕阳. 大众传媒对学校发展的影响[D]. 济南: 山东师范大学. 2007:
- [6]陈道武. 知识经济 学习型社会与人的发展[D]. 天津: 天津师范大学. 2006:
- [7]王智华. 论大众传媒的伦理责任[D]. 石家庄: 河北师范大学. 2006:
- [8]李响. 论大众传媒在构建和谐社会中的作用[D]. 大连: 大连理工大学. 2006:
- [9]张力. 权力·文本·消费——大众传媒的三维解读[D]. 石家庄: 河北师范大学. 2004:
- [10]王文棣. 大众传媒与西部农村现代化——传媒社会学在甘肃农村的个案研究[D]. 兰州: 西北师范大学. 2003:
- [11]冯琼. 从文化因素看我国大众传媒的表现及实质[D]. 成都: 四川大学. 2005:
- [12]杨仲航. 新时期中国大众传媒的政治文化功能[D]. 北京: 中共中央党校. 2005:

致谢

在上个漫长冬天结束的时候，我看到了春天的绿意，新的希望在这个时刻孕育。我的研究生涯在这个美丽的季节也即将结束，这是我的一段征途的结束，也将是我另一段旅途的开始。怀抱着一颗感恩的心我在山东师范大学度过了三年丰富而充实的研究生生活。陌生的城市与学校随着时光的变迁逐渐成为了我生命中重要的一部分。学业的成熟、性格的发展、人际的丰富使得我也逐渐成长为一个成熟的个体。此篇论文即为我三年学习的一个结晶与缩影，它记载了我专业知识与研究水平的发展，同时它的完成也包含了许多师友的帮助。

首先要感谢的是我的导师赵承福教授。赵老师的宽阔视野、博大胸怀、精湛学术是我学习与研究的动力。本文从不成熟的研究思路到最终可见的成果，赵老师都给予了我丰富的视角与精心、严谨的指导。另外，我要感谢山东师范大学教育学院的所有教师。你们的教学帮助我发展了自己专业学习的内容与兴趣，严谨的治学态度深深地影响着我的研究过程。谢谢你们，各位老师！最后，我要感谢我在山东师范大学结识的各位好友。感谢彭冠军、安波两位室友对我的学习与生活提供的无微不至的帮助，张甜、石倩两位朋友与我之间的学术探讨让我受益匪浅，感谢韩兴杰、徐建慧两位同门的照顾，同时也感谢阎君梅、孙秀宁、吕新华三位师妹对我论文的帮助。

研究过程中得以各位的悉心帮助，才有我这个论文的产生。在此真诚地对各位说一声：谢谢！

艾丽娜

2009年3月于泉城

攻读学位期间取得的科研成果

1. 学习共同体理论对中小学教学实践的启示[J]. 中华现代教育, 2008年第2期, 独立作者。