

高年级媒体中文课的相关概念与教学

蒋冕华

宾夕法尼亚大学, 美国

摘要

媒体中文课可以提供给学生上网阅读、收听、收看中国新闻的机会,既能提高学生的中文阅读、收听、表达和分析能力,也能让学生即时了解中国国内外的要闻和社会最新的议题。鉴于美国学生普遍对媒体可信度持怀疑态度,对中国新闻网页的不熟悉,中美主流新闻报道又各有其不可放弃的立场,本文提出以多元读写素质教育、媒界素质、新闻素养教育的概念为辅助、增加中国报业早期和当代媒体的生态环境来设计高年级媒体中文的课学程。文章结论则为一门贯穿提高语言能力、培养媒体素质的媒体中文课对学生的中国观和中国研究会有长远的影响。媒体中文应当受到对外汉语界一定的重视,其潜力更是可由一门语言课转型为内容中心课,再深耕转型为一门专业汉语课程。

关键词

媒体素质, 新闻阅读, 媒体中文, 专门用途汉语教学

1 引言

随着人类文明发展由农业经济、工业经济、进入知识经济,其信息的传播也由口传文化、印刷文化、电视文化进入电子文化阶段。在 21 世纪的电子时代,网络媒体成为信息的载体,点击一下网络链接,浏览五分钟,中文学习者即可从网络上阅读到、浏览到、观看到、搜索到各个方面的讯息和视频,快速多维地学习语言文化并且认识中国。与此同时新信息传播工具也由古代张贴公告、阅读报纸、收听广播、观看电视,转变为由网络媒体和移动手机来传递信息,集文字、声音、影像为一体。

众所周知,新闻是对正在发展的新近事实或重大变化做出即时报道,使人们能够最及时地收看、收听、阅读,了解日常接触不到的国内外不同区域、国家、以及世界千变万化永不停止的新事件。新闻编排一般按内容分为国际新闻、国内新闻、经济新闻、社会新闻、体育新闻、医疗保健新闻等等,呈现的是各个专业领域公用公知的既专业又大众化的专题词语,有利于汉语学习者扩展跨学科词汇量。从一个社会的角度来看,新闻应该有公信力,希望大众享有普遍平等的信息,读者无论细阅或者浏览,以往新闻读者无法参与评论,是被动的接受者。全球化

时代,跨国界的重要新闻则是此起彼落,从而媒体也随时不断地向每个人的手机传送各国最新消息和突发事件。不仅是新闻媒体找新用户,个人也在找自己喜好和相信的新闻,手机上的新闻成了个性化的新闻,读者还可以对所接触的新闻发表意见或是与其他读者互动,甚至提出嘲弄式的反馈。

对汉语学习者来说,在初级和中级阶段,仍缺乏汉语新闻吸收能力,想直接接触中国新闻报道和搜索中国的网站不免受到限制。而对具有高级汉语水平的学习者来说,媒体新闻课可以有条理地提供给学生上网阅读、收听、收看、浏览中国新闻的训练,既能提高学生的中文阅读、表达和分析能力,也能让学生即时了解中国国内外的的重要新闻和社会议题,可以说具有双重的功能。从媒体中文的教学来说,本文建议除了提高学生的词汇量、正确地解读新闻文本,在当前铺天盖地的媒体信息环境下,媒体中文还需要重视教导学生认识报道者的立场,辨别新闻的真实性,比较分析同一事件在中美两国家是如何被报道的。进一步媒体中文教学要观照新闻来源,更广泛地认识新闻传播的盈利性质或官方性质,以求学生对当前中美新闻报道异同获得客观性认识,培养学生的中文媒体知识与能力,亦及下文所说的“媒体素质”。

2 教学相关概念

本节将简介美国近三十年来在多元读写教育、媒体素质教育、新闻素质教育的看法以及美国外语协会的五大教学目标,用以说明并支持笔者对媒体中文教学的理念和教学设计。

2.1 多元读写教学

首先介绍的是传统“读写能力”的不同诠释。英文的“literacy”,在中文里有三层概念:最早是识字能力,英文“illiterate person”是指未受过教育的文盲;“Literacy”后来是指语言教师熟悉的读写能力。而“computer literacy”是指电脑操作技能和电脑基本知识,“finance literacy”的概念是金融操作技能和金融基本知识,将文字读写能力上升,涉及到某个领域的一般知行的能力(functional literacy)。

鉴于传播科技的进步多元,全球连接的紧密,世界各大城市需要训练难民教育的阅读写作能力(literacy training),达到未来科技时代公民所需的读写能力,美国新伦敦小组(New London Group)提出阅读不仅是识字认读,写作也不仅是写文章或学术报告,未来大众需要的读写能力是“多元读写素质”(multiliteracy theory)(Cope & Kalantzis, 2000)。这所谓多元读写素质,具体有两个关键概念:(1)人类思想言语表达是多样性的,(2)当前资讯接收与传播手段也是多样性的。我们接触到的文字、声音、图像、视频都是某种的认知理解,我们在新闻媒体、社交媒体上发表自己的意见,均是写作表达。新伦敦小组推广的“多元读写素质教学法”将读写能力的重点从阅读和写作扩展到理解公共领域各类的话语表现形式。强调多元读写素质教学是要预备学生具有的多样的语言表达方式。例如脸书、推特、博客和 YouTube 视频都有各自传播信息的特点,从而语言、文字、图像之使用就有不同特点。根据多元读写素质的概念,无论是母语还是第二外语的学习者,我们所阅读的不再仅是课堂精挑细选的传统文本;写作也不仅是教师出题让学生写作文,而是考虑到不同的目的和载体,有选择地使用适当的语体、语域(register)进行各式各样日常性、教育性、报道性、娱乐性的多元化交流沟通。多元读写教学给媒体中文教学的启示则是传统的读课文和写作文教学在写读的多种多样化上明显不足,学生也没有习惯主动地找各自需要的信息阅读。

2.2 媒体素质教育

为推广媒介教育,美国媒体素养研究中心(Center for Media Literacy)在1992年提出媒介素质的内涵,认为理想的媒体素质涉及到个人对媒介信息需要具有选择能力、理解能力、质疑能力、评估能力和生产能力以及思辨反应的能力。该媒体素质中心于2005年又提出了5项媒体相关概念:

- (1) 所有媒体均是被创造之物
- (2) 媒体信息使用的语言具有创意性,会自成一格
- (3) 不同的人对相同的媒体信息会有不同的感受
- (4) 媒体信息带有其价值观和视角
- (5) 媒体信息不可避免地会为了求利或求权来报道信息

该研究中心认为媒体素质教育的对象是全体公民,教育目标在于培养全民具备思辨与产制资讯的能力,从而以批判性的角度去解读媒体信息。目前由于课时有限,笔者的媒体中文课不鼓励学生参与中文媒体互动或创作,然而对毕业后进入传媒事业的学生,他们应当有能力参与,中文的媒体创作。了解这五项媒体概念,有助于提高我们教学的目标和设计。

2.3 新闻素质教育

与媒体素养培养重视思辨能力一致,新闻素养教学也具激发公民思辨能力之意义,能够启发我们媒体中文的课程设计。美国萨兹堡媒体和全球变化学院(The Salzburg Academy on Media and Global Change)由不同国家媒体学者、新闻记者、教育家参与。他们的研究讨论主要关注的是,随着传统报纸的消失,新闻学受到科技、媒体商业化的相互影响,电视新闻越来越重视收视率、利润、市场、明星主播,而与此同时采访记者的资源却越来越少。科技的双刃剑使新闻快速产生又即刻消失,对事件的前因后果做更深入全面的报道越来越困难,新闻受众所得到的信息也十分片面(Mihailidis, 2012: 3-13)。萨兹堡媒体和全球变化学院的学者还注意到新闻外部的全球环境和数位科技一方面使新闻传播更公开、更即时并且跨越国界,从而新闻教育者更要探讨如何培养见多识广、有国际观的新闻记者和消费者。根据新闻业界和学界的推荐,探究新闻线索的可靠性、新闻选材、新闻如何运用特写达到视觉效果,都可以逐渐培养大众的新闻敏感度。一门媒体中文课涉及中国的新闻如何产出、传播和如何被接受等等方面,可以丰富课堂内容;借由构成新闻报道的五要素(何时、何地、何事、何故、如何),达到评估新闻价值的能力。分析新闻记者怎么写新闻导语和标题,可以归纳新闻用途的语言特点。比之于旧式高级中文不断提醒新闻的书面语特征,新闻学内部对新闻文体的研究更贴切语言运用,是课堂语言结构练习的良好补充。总体上来看,新闻学的基本概念和媒体素质教育、多元读写能力有共通性,亦可为教新闻材料阅读时的指导。

2.4 美国世界语教育五大目标

以媒体素质教育、新闻素质教育拓宽汉语教师对媒体新闻课的设计,教师们免不了会怀疑这些专业学科研究似乎远超出中文媒体新闻课程所涵盖的语言教学范围。事实上,媒体中文若融纳这两方的学科概念与美国外语教学委员会于2015年颁布的《面向世界的语言学习目标》的五大目标有不谋而合之处(蒋冕华, 2020)。根据2015年的《面向世界的语言学习目

标》，除了针对学习者的语言沟通能力（communication），外语学习还有文化（cultures）、比较（comparisons）、贯通（connections）、社群（communities）的目标。美国外语业界之所以选择提出这五个目标，基本上是要求语言教育目标必须超越 1980 年代的外语交际功能教学（communicative approach）的局限，更超越外语课仅为结构语言教学。

具体来说，在言语沟通能力上，学习中国媒体首先当然是中文听说读写的教学，媒体新闻教学涉及学生们阅读真实语言、观看新闻视频、人物访谈，要求负责任的解读和翻译新闻，是高年级语言沟通能力的更上一层楼。从文化来看，媒体和新闻都是一个社会的文化产物（culture products），是一种文化实践（culture practices），反映着各国的文化国情，虽然报道的是新闻时事，其背后继承着过去的文化思想（culture perspectives）。因此接触了解中国网络新闻也是深入了解目的语国家文化。从新闻中有财经新闻、国际新闻、医疗新闻来看，新闻阅读可以和学生专业和其他学科关系，掌握专题新闻阅读分析能力，学习者也进一步巩固和扩展自己所学的学科知识，这便达到外语学习与高校学科贯通的目的。从语言文化的比较目标来看，学习者课上要比较通用汉语与新闻报道汉语语体的不同，比较中美两国媒体生态异同等等，再做出自己对两国新闻比较的结论，是试图达到语言比较和文化比较的目标。最后，从走出课本、教室，进入社区社区的目标来看，新闻阅读能力培养，不仅仅是读课文、背生词、丰富和中国人交流的话题，更深远的目标是学生进入中国公众领域，联系世界，认识中国各类媒体社区，有兴趣的学生可以直接与中国社交媒体使用者互动，显然是一种超越课本，从课内走向课外的教学目标。反之，若一位教师的媒体新闻课仅仅专注于课文和语言本体的练习，撇开中美新闻比较、排除新闻报道背后的媒体立场、社会语境和文化思维，不从课内走向课外，这位老师的教学目标只是五大目标中的语言交际目标一项，而不属于一个整全框架下综合式目标的外语教学设计。

3 媒体中文教学与实施

3.1 如何应对媒体新闻公信力下降现实

除了外语教学的目标设定的考量，由于历史和国情不同，中国媒体和美国媒体存在着显著的差别。北美高校学生多数受到美国大众媒体的影响，他们的观念是中国政府对新闻媒体有严格的审查制，对中国媒体新闻持一种多疑态度。自特朗普竞选总统到执政，笔者发现学生也认识到在当前的自由、多元、快速的传媒生态下，世界各国都会有正能量、负能量、理性和非理性的媒体，他们清楚小型媒体还有意报道惊世骇俗的娱乐新闻和社会新闻来迎合受众喜好。学生还感受到美国新闻机构和社交媒体可能会传播编造的另类新闻（alternative news）、提供错误信息的新闻（misinformation）、虚假新闻（fake news）。可以说随着美国新闻公信力逐渐下降，对美国主流、非主流新闻媒体持多疑态度的学生也大有人在。

面对现实，Z 世代的阅读倾向浏览式、跳读式的浅阅读，不喜欢读长篇报道，而 Z 世代的汉语学习者既需要中文新闻又不信任所读的中文报道，汉语教师可以如何应对呢？笔者的经验是从传媒的生态环境入手。根据媒体所有权，媒体学者将媒体体制分为私有、国有和公有三类。私有媒体独立性强，以盈利为目的，收入来自广告和发行量，媒体犯了法，政府才干涉。国有媒体经费来自政府，从属于政府，承担政府的责任，与市场的关系不是那么紧密，盈利压力小。公有媒体属于社会，经营不受政府领导，主要收入来自募捐或是栏目盈利；英国的 BBC 是老字号公营媒体（王国珍，2008：92-96）。在建立了有关媒体所有权的大框架之后，便可将媒体新闻的来源分类，看出新闻报道是否倾向当受众的代言人、当新闻媒体拥有者的代言人、还是政治权力的代言人，如此激发了学生研究下去的兴趣。笔者还让学生分小组总结媒体与政府

之间的关系,比较支配模式与多元主义模式的媒体(附录一)。在比较两种政府与媒体关系的方式下,学生自己发掘新闻报道的生态环境,将自己对中国媒体模糊的概念做一个初步梳理。从文化比较来看,中美媒体隶属不同之文化与文明,中国国有媒体反映了中式的集体主义思维,新闻传播是从上至下的,认为官方媒体属政府,媒体自然为中国的政党服务。此外,国家媒体不主张过于自由开放,对上亿的媒体新闻使用者,万一不慎舆论失去导向,社会将不稳定。而在美式的个人主义市场经济下,媒体必须开放自由,人民有权自由地发表自己的看法,新闻有责任监督政府施政,从下至上舆论通达为重,两种传播各有利弊。教师们对学生们要说的是学生们可以怀疑中文媒体新闻真实性、失去中立性,但他们不能忽视中文媒体和新闻报道。教师切记的是不需要给标准答案,而是让学生分小组或各人逐步体会、逐步发展各自对中文媒体的看法,由主观到客观再到理性分析。

3.2 媒体教学实例

根据以上多元读写能力教学、媒体素质、新闻素质、媒体生态环境的现实,宾西法尼亚大学中文部的媒体中文课(CHIN361)由20年前读报中文(Newspaper Chinese),学生采访中国留学生编中文校报,逐渐转型成为当前的媒体中文,属于本校高级汉语课程的专业汉语课程之一。在本校属于300号课程,相当于一般大学400号课程水平,面向具有美国标准高级中等水平的学生,以一个学期的专题课程形式扩展学生的媒体汉语知识和语言和网络操作能力,学完后获得一个学分。这门课每周上课两次,一次80分钟。学生有华裔、非华裔、也有来自于亚洲的国际学生。学生人数不定,2019年共有12个学生,其中国际学生、华裔、非华裔几乎各三分之一。该年学生的专业包括东亚研究、国际关系、历史、媒体、经济、数学、心理学还有地质学。2021年秋季学期则是五个学生,全为非华裔,五位学生高中时都曾去过中国,专业分别为历史、国际关系、东亚研究、经济与金融。

本课程教材所采用的是《汉语新闻在线阅读教程》(曹贤文、陈源,2006),专为高级汉语学习者编写的汉语新闻阅读教材。此教科书从汉语新闻网站、新闻标题着手,然后依即时新闻、国际、国内、经济新闻等内容,各自逐课引导。虽然新闻已成旧闻,但内容排版简单明了,作业有语言练习,也有半开放性的任务型题目,是一本非常好用的教材。课上商业专业的学生常对财经新闻感兴趣,国际关系的学生对国际新闻感兴趣,几乎个各专业都可以找到自己专业相关的新闻,对扩大个别专业面也有益。由于笔者任教的大学有传媒学院,偶尔有传媒专业学生或是想从事媒体工作的学生选课,加之近年来高年级学生的语言能力逐年提高,这门课便又逐渐由语言课为重,发展成内容语言并重的课(content-based course)。教学法上,增加笔者设计的主题,也参考了美国语言教育委员会的沟通、文化、比较、连接、社区五大目标。目前课程共有六个目标:

- (1) 了解新闻体语言特征(语言理解)
- (2) 具备在线新闻阅读能力,浏览在线新闻视频能力,在线新闻翻译能力(语言沟通)
- (3) 能够做口语与书面语的新闻报道和时事评论(语言表达)
- (4) 对官方新闻和非官方新闻有识别能力(比较、文化、媒体素质、新闻素质)
- (5) 能够使用中国网络新闻、百度百科搜集中文信息,能够分析有争议性广告(连接、文化、语言沟通)
- (6) 初步了解中国传媒产业和国有媒体(走出课内进入课外目的语;专业汉语)

目前每周第一次的 80 分钟课以语言和课文的新闻为中心, 教学目标是词汇、句型练习、和课文内容阅读理解。第二次的 80 分钟课有 20 分钟的生词、造句、翻译复习和小考, 一方面要求学生复习, 一方面也是评估学生的学习进程。小考之后 20 分钟是相关新闻的视频听力练习、讨论中美媒体热点新闻, 并对课本老旧的新闻做一个补充。举例来说, 课文的国际新闻内容的是小布什总统访华新闻, 基于该新闻内容基础上, 第二次的课上就观看特朗普访华新闻视频和阅读其访华时的中英新闻标题。最后 40 分钟属于操作实践练习, 指定两人小组, 合作搜索、了解某一个网站、某一则新闻以及某一个热点话题, 保留 10 分钟由各组做新闻的概要报告, 全班进行讨论分析, 这 40 分钟的目的是培养中文网络操作和综合阅读能力, 并且要求聆听真实新闻语料。

开学时大家讨论各自使用的社交媒体以及家人朋友对网络安全的看法, 然后随着课本进度, 让学生熟悉中国大型新闻网页, 能够说出网页的各个栏目, 再介绍新闻标题, 然后进入不同的专题新闻阅读。鉴于近两三年中美主流媒体的各持己见, 笔者认为比较中美媒体报道异同更为重要。以下是教学活动设计与安排介绍。

3.2.1 扩大词汇, 指导新闻阅读法

《汉语新闻在线阅读教程》的教材以即时新闻、港澳台新闻、国际新闻、科技新闻、媒体和互联网新闻、体育新闻划分单元, 篇幅短、信息足、词汇丰富并有专业性, 受学生青睐。以科技新闻话题为例, 课程介绍的是时代杂志 2005 年重大发明, 自然地呈现了科技词汇如机器人、克隆、细胞, 脉搏监测、电池等。在即时新闻一课, 报道突发自然灾害新闻, 学生接触到飓风、泥石流、森林大火、海啸, 死伤人数等词汇; 其国际新闻报道中不断看到、听到四字格外交措辞, 如互利共赢、达成共识、求同存异、促进繁荣、交换意见等等, 这些都是三年级通用汉语少见少练的词汇, 它们却和当前生活息息相关。另一方面, 教师很容易在网上找到类似专题的新闻视频, 用来布置作业, 课堂活动是课内所学的生词的重新使用, 可以加深对同类话题新闻的内容和词汇的印象。对每则新闻, 课程必从该新闻报道的“何时、何地、何人、为何重要、有何影响”出发, 习惯成自然, 这也是培养未来自学的阅读习惯和指导阅读路径。

3.2.2 区别中国官方和非官方媒体

为了辅助学生开展中国媒体理解能力, 笔者根据《中国新闻舆论史》(林语堂, 1936/2008)《中国报纸(1800-1912)》(百瑞华, 1966/2011)和网络强国的中心思想的报道(冯粒、袁勃, 2018)在学期开始第三周笔者增加了自己编写的中国媒体特色介绍。实践和作业设计便要学生搜索比较中国重要官方非官方新闻网站; 如人民网、新华网、中央电视台网、百度网、腾讯网、新浪网的首页分别有什么栏目, 各网站当天的头版头条新闻是否一致, 各个网站可能的受众是哪一个群体。学生还各自表述美国保守派(Fox News)、自由派(MSNBC)和社交媒体脸书和推特报道之差异, 再将美方和中方新闻做平行对比, 归纳出这些主要新闻网站的特征。在科技推动的信息洪流下, 增添新闻来源是中国官方还是非官方网站, 对相同事件, 美国保守派和自由派媒体又是从什么角度写标题来吸引读者, 有助于学生理性对待中英文媒体新闻。以中国传播学历史和官方言论为起点, 有助于美国学生了解中国新闻报道的生态和立场, 在学完这门课之后, 他们常会表示事实上媒体都不免带有或商业或政治或娱乐的色彩, 有各自的立场。

3.2.3 分析公益广告和有争议性广告

为了丰富课程,笔者也增加了一个单元来观赏评论中国的有争议性广告和公益广告,此单元目标是从一个新视角训练跨文化敏感度。笔者搜索例如光盘行动、环境保护、注射疫苗等短视频让学生观看,学生都很感兴趣也了解对于避免食品浪费、注意公共卫生等的全球价值观也是中国的价值观。由于班上有时有会说日语汉语的国际学生,也有精通法语、西班牙语、希伯来语的美国学生,笔者便鼓励会第三外语的学生,用他们的第三外语搜索中、英语言之外的广告、从而有学生搜索了日本、新加坡、以色列的争议性广告并报告给大家听。最有趣的是全班一起认识何谓“辱华”言论或画面,某个奢侈品广告怎么被中国受众理解,为什么某种语言和行为在中国文化社会是具有偏见歧视,属于刻板印象,以及为什么某种语言行为在中国社会被视为美德。从文化行为分析、视频分享交流,这个单元不仅将语言、文化行为准则和视觉效果承载的意义整体联系起来,激发学习兴趣,并且利用国际学生的语言和文化背景把全球跨文化理解联系起来,为的是高年级不应仅限于中文的语言规则、认识中美两国的文化差异,还要认识国际社会的差异,归纳出文化思维和文化行为上各国有什么共同点,当未来学生成为全球化地球村居民时,他们对不同民族和文化更有共情心。

3.2.4 探索专业有关的学术网页

在帮助学生从新闻阅读、新闻视频观看培养了他们自主阅读的信心和能力之后,学期最后增加的一个单元是学术网页阅读。单元开始笔者为学生介绍北京大学网页与清华大学网页,两校特色,指出未来若去中国留学可有的选择。接下来这个单元便鼓励学生搜索他们的专业或研究上需要的中文网站,比方说一位金融专业的学生他自主地上了美国的美联储网站,又再搜索中国的中央银行网站,做网站栏目比较,用中文说出两个机构各自承担的国家金融调控作用。一位未来想进入动漫行业的东亚系学生则自主地地对比土豆影评网页和美国的烂番茄影评(Rotten Tomato)。此单元首要目标是培养学生日后专业学科的自学能力,其次是当学生在聆听别的同学报告交流时,学生们增加了对彼此了解,并从同学的报告获得了跨学科的知识。一开始学生们自觉的是他们一定不会如母语者能读得懂中文网站上所有的信息,但老师们指导学生的是我们的汉字、语法、词汇会永远不足,我们的目的不是读得懂所有信息,而是在已有的中文基础上,通过阅读吸收中国知识和专业知识。高年级教师有一个较少得到注意的责任就是我们要引导高年级学生走向自主阅读和专业阅读,成为终身的中文阅读者、使用者以及中国文化的爱好者。

3.2.5 学生反馈

总体来说,这门媒体课有意识地让学生更深刻地认识新闻与社会结构、文化、权力、技术、和资本等是紧密相关的。一再提醒学生他们所需要媒体能力除了语言之外,是分析语言层面背后新闻报道的复杂性,不轻易被媒体新闻误导或左右,并要养成主动多元阅读的习惯。根据以下三位学生在期末的学习心得报告,可以说这门课是成功的。

- (1) 做完报告和学完媒体中文以后,我觉得我更了解中国的媒体,尤其是美国媒体和中国媒体的区别。美国和中国的媒体表示两个国家的立场,所以了解媒体的区别很重要。我觉得我现在会用关于国际关系的网页,还会搜索和阅读专业主题。我还有问

题听新闻，因为新闻主播一般说得很快，但是我后来可以练习听力。我觉得最重要的媒体能力是搜索可信新闻，因为许多新闻表示记者的成见。（大三学生，国际关系专业）

- (2) 对我来说，上 CHIN361 非常有意思。当然我通过这节课提高了我的中文水平，可是我还对中国的媒体情况增进了解，比方说中国和美国媒体有哪些不同、中国政府常用的说法有哪些、中文新闻里会看到的题目是什么样的、等等。媒体都有一些根本目的和偏见，因此看网站、文章、视频等时，最重要的就是确定媒体的立场，再理解内容。使用从 CHIN361 学习的生词与获得知识，我更有信心来了解和分析中文媒体！（大三学生，金融专业）
- (3) 学完媒体中文以后，我发现我能够看得懂中文媒体了。这个期末报告好好准备了我查找在中国的不同的媒体实习机会。我的视频听力也大大地提高了。我的口头报告表演也逐渐地变好。我还需要练习怎么自己总结我看的中文新闻。（大三学生，东亚研究专业）

4 结语

由于网路技术革命，人类终身都将处于复杂的媒体之中。为了培养媒体素质、新闻的阅读能力，培养有洞察力和分析力的高级中文人才，教学法上，高年级教师首先要与时俱进改变思路，不再千篇一律地以课文、考试、词汇、语法、同义词分析为中心。其次是内容上，教师也要抛开自己所熟悉的题材，接触中国经贸、媒体等社会科学的报道，培养一定的“主修经贸、媒体+辅修中文”，或“主修中文+辅修经贸、媒体”的应用型中文人才。第三，则要自我提醒对于已经满足了学校外语要求的高年级学生，任何一门高级中文课都可能是学生最后一个学期上中文，在学生尚未告别中文课之前，教师要启发高年级的学生毕业后自己搜索专业相关信息，主动阅读，未来要借助机器翻译或其它的网络工具，中英文并行地吸收专业知识，成为中文和中国文化终身学习者和探索者和应用者。第四，面对中美关系中涉及政治、经济、科技、媒体、公共卫生等方面的各种争议性议题，中美媒体分析比较是极好的切入口，在媒体的基础上还可扩展学生本人的专业知识，对争议性和自己专业相关议题进行资料搜索和阅读，然后整理材料，做出理性的判断，从而不受媒体新闻和个人社交媒体激化或误导。由于媒体信息的重要性、多样性、即时性，从人才储备来说，美国需要高校培养具有一定的传媒专业知识和传媒技能的中英双语人才，媒体素质培养之中文网络搜索、分析、操作能力，是学生个人的就业和专业资源，未来这些学生无论是到中国留学、就业或者进入研究所深造，他们也是美国政府、企业、科研机构熟悉中国媒体的人力资源。作者建议高年级教师们不仅是偶然选用一篇新闻为课文，而需要慎重考虑有系统地开设一门高年级媒体中文课，注意新闻和媒体分析。

关于中美两国的媒体新闻研究非常丰富，本文不足之处是文章对于媒体素养教育、中国新闻史介绍无法深入，学生人数少，学习成果的调研不足。根据以上媒体素质概念、美国外语的五大教学目标、当前中美媒体生态等思想所设计出的媒体中文课，其教学法必该是多视角、贯串提高语言能力、培养媒体素养和多样阅读的一门课，其结果必应是对学生的中国观和学术研究产起长远的影响。总而言之，媒体中文应当受到对外汉语界一定的重视，占有高级中文课程的重要地位。考虑到中美两国庞大媒体产业的就业机会，影视娱乐和新闻报道对大众有形和无形的影响力，我们还可进一步着手开展媒体中文为一个专门用途汉语课程。

注释

1. 新闻素质教育有时和媒体素质教育互用,但也有学者细分,认为媒体包含电影、广告、音乐,而新闻仅是媒体的一部分。笔者课程名称为媒体中文,涵盖的范围比课本的网络新闻汉语课程广泛,扩及广告、画报、学术网站,适合北美大学,更吸引学生。另外,本专刊编辑为本文提出宝贵建议,宾夕法尼亚大学同仁胡静和范诗慧两位老师均帮助本人修改文稿,在此表示谢意。

附录

学生课堂练习:括号内供学生填写之参考

支配模式	多元主义模式
(媒体资源受统治者控制,传媒所有权集中)	(媒体多种多样,彼此独立)
(政府是看得见的手)	(鼓励创造,形式自由)
(内容和世界观由上级决定,多重复)	(内容多样化,关系受众的需求)
(媒体起维持社会秩序作用)	(媒体系统得到法律的保障)

参考文献

- Cope, B., & Kalantzis, M. (eds.). (2000). *Multiliteracies: Literacy learning and the design of social futures*. Routledge.
- Kress, G. (2003). *Literacy in the new media age*. Routledge.
- Mihailidis, P. (2012). Introduction-news literacy in the dawn of a hypermedia age. In P. Mihailidis (Ed), *News literacy: Global perspectives for the newsroom and the classroom*. (pp.3-15). Peter Lang Publishing.
- 百瑞华(1966/2011)《中国报纸(1800-1912)(王海译)》,暨南大学出版社。
- 曹贤文、陈源(2006)《汉语新闻在线阅读教程》,北京大学出版。
- 蒋冕华(2020)美国外语教学的五大目标与高年级汉语教学,《汉语国际教育学报》,7:46-60。
- 冯粒、袁勃(2018)习近平系统阐述网络强国战略思想,人民网(2018-4-23)。 <http://politics.people.com.cn/n1/2018/0423/c1024-29942146.html>
- 郝雨(2009)《媒介批评与理论原创》,上海三联书店。
- 林语堂(1936/2008)《中国新闻舆论史:一部关于民意与专制斗争的历史(刘小磊译)》,人民出版社。
- 王国珍(2008)《中国传媒生态研究》,学林出版社。
- 张黎(2016)《专门用途汉语教学》,北京语言大学出版社。

投稿:2021年8月24日;接受:2022年1月29日;出版:2022年4月8日

作者简介

蒋冕华，俄亥俄州立大学东亚系博士，宾夕法尼亚大学资深讲师，近年来负责宾大中文部高年级媒体中文、高级商业中文、20 世纪档案阅读以及中国文化等课的教学。其研究兴趣在汉语语法、汉语教学法以及专业汉语教学。

Concepts and Pedagogy of Media Chinese for Advanced Learners

Mien-hwa Chiang

University of Pennsylvania, USA

Abstract

Media Chinese course can provide students with the opportunity to read, listen, watch and browse Chinese news online, which can not only improve students' ability of reading, listening, expressing and analyzing Chinese, but also make students know the important news and the latest social issues in China. However, in view of the fact that current American college students are generally skeptical about the credibility of news media, unfamiliar with Chinese news web sites, and the mainstream news reports in both China and the United States have their own positions that cannot be abandoned, this paper proposes to transform the language-focused curriculum of Media Chinese course with the insights of multi-literacies theory, media literacy and news literacy education, as well as integrating the development of early and ecological environment of Chinese news media. The conclusion of this paper is that a multi-perspective Media Chinese course, which improves language ability and cultivates media literacy, has an important and long-term impact on students' view of China and future China research application. Considering the large number of media consumers in the US and China, the author advocates that Media Chinese should receive more attention by the teaching Chinese as a foreign language community. Media Chinese could be extended and elevated from a language-focused course to a content-based course, to a Chinese for specific purpose course preparing learners to work in the media industries in the US or China.

Keywords

Media literacy, news literacy, media Chinese, teaching Chinese for professional use

Mien-hwa Chiang is a senior lecturer in Foreign Languages in the Department of East Asian Languages and Civilizations at the University of Pennsylvania, where she teaches Advanced Business Chinese, Media Chinese, and Chinese Culture courses. Her recent research interests are on Chinese female third person pronoun “她”, teaching Chinese for professional use, Humanities and Business Chinese. Dr. Mien-hwa Chiang graduated from the Ohio State University studying Chinese linguistics and pedagogy.

References

- Bai, Ruihua (百瑞华). (2011). 中国报纸(1800-1912) (王海 译) [Chinese newspapers (1800-1912)]. 暨南大学出版社 [Jinan University Press].
- Cao, Xianwen (曹贤文), & Chen, Yuan (陈源). (2006). 汉语新闻在线阅读教程[Online reading tutorial for Chinese news]. 北京大学出版社 [Peking University Press].
- Cope, B., & Kalantzis, M. (eds.). (2000). *Multiliteracies: Literacy learning and the design of social futures*. Routledge.
- Feng, Li (冯粒), & Yuan, Bo (袁勃). (2018). 习近平系统阐述网络强国战略思想 [Xi Jinping systematically expounds the strategic thinking of a strong network country]. 人民网 (2018-04-23). [People's Daily Online]. <http://politics.people.com.cn/n1/2018/0423/c1024-29942146.html>
- Hao, Yu (郝雨). (2009). 媒介批评与理论原创 [Media criticism and theoretical originality]. 上海三联书店 [Shanghai Joint Publishing Company].
- Jiang, Mianhua (蒋冕华). (2020). 美国外语教学的五大目标与高年级汉语教学 [The 5Cs and advanced-level Chinese language teaching and learning in America]. 汉语国际教育学报 [Journal of International Chinese Education], 7, 46–60.
- Kress, G. (2003). *Literacy in the new media age*. Routledge.
- Lin, Yutang (林语堂). (2008). 中国新闻舆论史：一部关于民意与专制斗争的历史[A History of Chinese Journalistic Public Opinion: A History of the Struggle Between Public Opinion and Autocracy] (刘小磊 译). 人民出版社 [People's Publishing House].
- Mihailidis, P. (2012). Introduction-news literacy in the dawn of a hypermedia age. In P. Mihailidis (Ed), *News literacy: Global perspectives for the newsroom and the classroom*. (pp.3-15). Peter Lang Publishing.
- Wang, Guozhen (王国珍). (2008). 中国传媒生态研究 [Research on Chinese media ecology]. 学林出版社 [Xuelin Press].
- Zhang, Li (张黎). (2016). 专门用途汉语教学 [Teaching Chinese for specific purposes]. 北京语言大学出版社 [Beijing Language and Culture University Press].