

# 草根文化视阈下的公众媒介素养教育

李文冰

**摘要:** 草根文化作为当代中国文化格局中的新力量,其借助新媒体的广泛传播促进了中国文化和社会价值观念的不断嬗变,对社会发展产生了两重性影响。针对草根文化的崛起及其传播特征,有必要对当代中国公众媒介素养教育的对象、内容和实施路径进行重新审视与建构,以引领草根文化向健康方向发展。

**关键词:** 草根文化;传播;媒介素养教育

**作者简介:** 李文冰,女,副教授。(浙江传媒学院 人事处,浙江 杭州,310018)

**中图分类号:** G206.2      **文献标识码:** A      **文章编码:** 1008-6552 (2010) 03-0026-05

新世纪以来,草根文化的方兴未艾和借助新媒介的广泛传播,高度体现和概括了中国社会转型期的社会心理和文化价值,草根文化因此成为中国社会历史进程的重要环节和中国文化格局中的新力量。草根文化以一种常态加入传播领域所表现的特征及其价值两重性,必然对公众媒介素养教育提出新的课题。

## 一、草根文化:中国社会转型期文化格局中的新力量

在西方词源中,“草根”即 grass roots,“草根”一词首先被应用于19世纪美国淘金热中。当时盛传山脉土壤表层草根生长茂盛的地方,蕴藏着黄金。后来被引申到社会学领域,指“基层民众”。到20世纪上半叶,grass roots 通常被用来反映基层民众的政治诉求。有学者研究认为,“草根”一词在大陆的使用可大致分为三个阶段<sup>[1]</sup>:1978年至1990年为第一阶段,是“草根”新义由港台向大陆的渗透期,意为“群众、平民、百姓”;1990年至2000年为第二阶段,是“草根”词义萌发期,意为“平民的、群众的、民间的”;新世纪以来为扩展期,借助媒介其词义日广,主要有四层:(1)泛指为生计奔波、没有社会背景和显赫地位的平民大众阶层;(2)指称同政府或决策者相对的民间组织、非政府组织(NGO)或势力;(3)指非主流的、非精英的、业余的、大众的;(4)指出生卑微,或非出身名门望族。与“草根”搭配的新名词也层出不穷,如草根族、草根阶层、草根大使、草根偶像、草根学者、草根英雄、草根力量、草根组织、草根精神、草根意识、草根情结、草根作品、草根媒体、草根博客等等。

“草根文化”是“草根”在文化领域的延伸使用。作为一种文化现象,从文化属性上看,草根文化可划归为大众文化谱系。大众文化这一概念最早出现在美国哲学家奥尔特加《民众的反抗》一书中,主要指的是一个国家、地区、社团中新近涌现的,被大众所信奉、接受的文化,与来自官方的主流文化、来自学界的精英文化相对应,通俗性、流行性、娱乐性、消费性、商品性是它的主要特征。草根文化是大众文化在新时期的进一步发展,但又不能简单地等同于大众文化。草根文化是反映草根面貌、体现草根精神的文化,是广大草根自身创作的文化。草根文化的主角是草根自身,即广大基层民众;

草根文化的主要价值和社会功能是张扬草根民主，彰显公民意识。而大众文化主要体现的是文化的商品价值、大众的消费需求。社会学家、民俗学家艾君这样界定草根文化：“草根文化，属于一种在一定时期内由一些特殊的群体、在生活中形成的一种特殊的文化潮流现象，它实际是一种‘副文化、亚文化’现象。它具有平民文化的特质，属于一种没有特定规律和标准可循的社会文化现象，是一种动态的、可变的文化现象，它有区别于阳春白雪的雅文化、上流文化、宫廷文化以及传统文化。”<sup>[2]</sup>从文化类型看，草根文化在娱乐、信息、交流、消费等各领域都有广泛涉猎，近几年来尤其在娱乐、信息领域出尽风头。以2005年《超级女声》为龙头的一大批电视平民选秀节目是草根文化在娱乐领域的强势亮相，而在信息传播领域，从国家大事到市井传言，草根的关注和参与通过不断涌现的网络流行语形成强大的文化浪潮，草根信息传播呈井喷之势。

作为文化格局中的新力量，草根文化的崛起是中国社会转型期技术发展水平、经济方式、价值体系、社会阶层等社会因素共同作用的结果。社会转型作为社会的根本属性和存在方式，涉及社会形态的变迁、社会结构和社会制度的变动、人们的思想观念的变化、社会风貌的转变等多个层面。改革开放以来，我国社会结构、社会制度和社会运行方式正经历一场从传统向现代的全面变化和转型：社会体制从计划经济体制向社会主义市场经济体制过渡，传统农业社会向现代工业社会转变；工业主义又渗透到经济、政治、文化、思想各个领域，从而引起从传统经济向现代经济、传统政治向现代政治、传统社会向现代社会、传统文明向现代文明的变迁和转型。

首先，草根文化是中国社会转型期现代化发展的产物，是中国进入后工业时代的文化现象。后工业时代的概念是美国社会学家贝尔提出的，他把人类社会的发展进程区分为前工业社会、工业社会和后工业社会三大阶段，后工业社会是以服务业为基础的社会，知识是轴心，技术和信息是主要社会资源，生活是人与人之间知识的竞争。后工业化时代，电脑以铺天盖地之势进入人类习以为常的生活，互联网技术把曾经非常遥远的时空距离几乎缩短为零，基于互联网络和电讯的WAP，GSM，CDMA，GPRS，3G，4G及流媒体技术不断涌现，草根文化正是伴随着信息技术和通讯技术的发展、应用和普及而发展起来的。

其次，草根文化是我国社会主义市场经济高度发展的产物。草根文化作为一种文化现象属观念形态的上层建筑，其归根到底是由生产力所决定的，正是由于生产力发展的要求，才建立起与之相适应的生产关系，并在这种生产关系的基础上建立起相应的上层建筑。社会主义市场经济体制下日益精细的社会分工使社会生活发生了根本变化，人们不再受土地的羁绊，也不再受他们的社会阶级、阶层、等级和身份的限制，生产力变革和经济模式的变化、社会的高度市场化以及市场竞争导致的人们生活节奏的加快都使普通民众对文化生活的需求更加多样化，有赖于现实的物质力量的驱动，草根文化作为一种全新的文化形态应运而生。

再次，草根文化是中国社会转型期价值观念多元发展、平民意识崛起的产物。改革开放和市场经济解放了个人的主动性和创造性，价值观念、思维方法、生活方式发生了深刻的变化，“人们迅速抛弃了所有的传统，整合社会思想的中心价值观念也不再具有支配性，偶像失去了光环，权威失去了威严，在市场经济中解放了的‘众神’迎来了狂欢的时代”。<sup>[3]</sup>

## 二、草根文化的传播特征及其价值两重性

文化作为借助符号来传达意义的人类行为，其本身和传播密不可分。如上所述，草根文化兴起的坚

实的社会基础之一是中国社会转型期信息技术和通讯技术的发展,正因为如此,借助新媒介的传播也就成为草根文化的显要属性。草根文化在当代社会的广泛传播改变了中国文化的基本结构,促进了中国传统文化的不断嬗变,并对社会价值审美和大众道德观念的形成、民族心理和国民性格的塑造、以及社会发展的方方面面产生多重影响和效应。

在草根文化中,草根是文化的主体,又是文化的对象。与之相一致,草根文化的传播首先表现出草根的主体性特征,即无论是传播者还是受众,其主体都不再是精英,而主要是草根。首先,草根摆脱传统媒介时代精英传播的权威束缚,成为思想自由、利益独立、非政治的传播主体,以前所未有的热情参与到草根文化的创造和传播中,博客的兴起便是有力的例证。2005年中国第一门户网站新浪网首推博客,博客成为中国压倒精英话语权垄断的最后一根稻草,当年度开始写博客的中国人达到1600万;<sup>[4]</sup>到2009年底,博客应用在网民中的用户规模已达2.21亿,其中活跃博客规模达到1.45亿。<sup>[5]</sup>草根在自己的博客里天马行空地写作,淋漓尽致地表达,草根博客对平民创造力和思想意识的充分展示和话语表达又得到更多的草根的认同和追捧,其作为草根文化扩大影响力的传播平台的地位和作用日益彰显。其次,由于草根文化与当代社会生活零距离接壤,草根文化传播的终端——受众的主体,也是广泛的草根层,他们来自不同地域,具有不同的知识背景,但他们有一个共同的身份——平民阶层。从网络草根的结构看,根据2009年的统计,年龄上,青少年是草根文化传播的主要力量,30岁以下的青少年占到网民的61.5%;学历上,高中及以下的低学历网民占比达75.6%;城乡结构上,城市网民占比达72.2%;收入上,月收入在2000元以下的网民占比达69.6%。<sup>[5]</sup>他们以最本真的状态,把最基层的声音通过互联网传唱成属于自己的草根文化。传播主体的草根性客观上塑造了中国社会的自主意识、平等意识和开放意识,促进了独立的公民人格和民主的公民社会的产生,但其表现出的对大众情绪与平民价值的绝对顺从和对精英传播和主流话语的绝对排斥,又使草根文化表现出民粹主义的一面值得我们重点关注。<sup>[6]</sup>

传播手段的新媒体性,是草根文化传播的又一显著特征。这得益于新兴媒体的蓬勃发展及其低门槛进入机制。过去,传统媒体的官方控制和精英垄断使草根文化既难以登大雅之堂,又因其传播范围有限走不进寻常百姓家。随着互动电视、互联网等新媒体的兴起,特别是以技术简便易行、信息处理自主、资源众人共享为显著特点的新一代互联网模式的广泛应用,这一局势得以根本性扭转,草根文化借助网络实现了无障碍传播。根据第25次中国互联网络发展状况统计报告,截止2009年12月30日,我国网民规模达到3.84亿,宽带网民规模达到3.46亿。随着3G业务的开展,使用手机上网的网民也已达到2.33亿。<sup>[5]</sup>而这些网民也基本构成了草根文化传播的主角。草根文化借助新媒体的传播引发了传播领域的一场革命,从影响力和传播效果看,草根文化所营造的民间舆论已成为社会舆论的主战场,监督着公共权力的行使并影响政府决策,互联网在媒介格局中的地位与重要性也由此得以突显。但草根群体构成的复杂性和非专业性又使草根文化的传播不可避免地存在不成熟性和偏差,而这种不成熟和偏差借助网络的声势往往能以“社会共识”的面目出现,甚至成为所有社会生活、政治和文化活动的唯一合法性解释,从而有形成网络舆论暴力绑架政府之嫌。

价值取向的多元性,是草根文化传播的第三大特征。草根文化传播的内容庞杂,流行音乐、民间艺术、街头俚语、股市金融、国家政策,都是草根或创作、或传播、或点评的范畴,草根们打破了现实中因为地理、职业、年龄、民族和个人文化修养而造成的局限性,各种原生态的、未经修饰的文化和价值观自由平等地交流,在草根文化的传播领域,没有尊卑贵贱,没有纲常名教,没有秩序重心,没

有话语鸿沟，庄严可以被嘲弄，真与伪、美与丑、雅与俗可以共存，信息环境空前开放、民主、宽松。草根文化传播的这一特征表明了中国社会转型期多元文化并置的背景下草根阶层寻求文化出路与争取话语空间的愿望，不受主流文化规制和牵引的大众意志和审美自主充分得以表达，社会因此可能变得更加包容和扁平。但多种价值取向随心所欲传播所导致的社会主流文化以及道德规范的消解及其对社会生活和人们的思维、心理和行为所造成的深层负面影响，同样不可忽视。

### 三、草根文化视阈下公众媒介素养教育的重构

伴随技术发展、社会进步和全民素质的进一步提升，草根文化及其传播将不再是喧嚣一时的文化现象，而将以一种常态加入中国文化的现代化进程。针对草根文化的崛起及其传播特征，有必要对当代中国公众媒介素养教育的对象、内容和实施路径进行重新审视与建构，以引领草根文化向健康方向发展。

在媒介素养教育对象上，坚持全民教育与重点人群教育并重、更加重视对城市青少年草根的关注。开展媒介素养教育的初衷是为了抵制媒介文化对青少年的负面影响，随着大众媒介作用的日益彰显，世界各国都已把媒介素养作为现代社会公民必须学习和具备的一种素质和能力。基于这一认识，国内学者对媒介素养教育的理论研究和实践探索在对象上已开始多维扩散，研究视野从大学生到农村受众，从青少年到老年群体，从一般人群到党政官员，从非专业人士到媒体从业人员，关注的主体有泛众化趋势。把媒介素养作为一个亟待重视的全民教育课题本无可厚非，但从网络草根文化的传播主体看，其主要参与者是城市中人数众多、具有一定文化基础和经济资源、却行走在精英体制边缘难以出头的青少年，他们的媒介素养直接关乎草根文化的内在品质和传播走向。为此，当前国内公众媒介素养教育的重点人群是城市青少年，从媒介素养教育的迫切性和落实的可能性看，城市在校生尤其应成为当下中国媒介素养教育的重中之重。

在媒介素养教育的内容上，坚持信息技术教育与媒介伦理教育兼顾、更加注重媒介伦理教育。笔者曾把公众媒介素养概括为四种能力，即媒介了解力、媒介消费力、媒介制作力、媒介运用力。<sup>[7]</sup>媒介了解力和媒介制作力的培养是信息技术教育的内容，教育部从2001年起实施“校校通”工程，至今全国中小学已基本普及信息技术教育。但媒介素养教育的实践仅仅停留在对技术层面的普及上是远远不够的，支撑公众媒介消费力、媒介运用力的是人们特定的知识背景、思维方式、行为准则、道德观念和价值取向，在公众媒介技术素养普遍获得后，媒介伦理教育应成为媒介素养教育的核心。观照草根文化传播的特征及其价值两重性，媒介伦理教育应在两个层面同时展开：一是技术伦理层面。在草根文化传播中，传播主体的群体青春特征与新媒体技术的活力一拍即合，深度依赖和痴迷网络的青少年网络沉溺现象正成为新的社会问题。媒介伦理教育的重要内容之一就是教育人们在娴熟使用媒介的过程中，认清电脑的工具性作用和网络技术本身的虚拟性特征，增强媒介批判意识，避免媒介使用的过度化。二是道德伦理层面。草根文化具有民主的天然禀赋，其借助网络自媒体的传播发展到一定阶段一定规模能形成“聚媒体”效应，<sup>[8]</sup>从而对舆论产生引导作用，对政府决策产生影响。媒介伦理教育重要的使命就是培养公众的专业主义意识、道德自律精神和社会责任感，使公众以专业旨趣、社会道德规范自己利用媒介彰显个性、张扬自我及监督公共领域的行为，避免人肉搜索、舆论暴力等异化传播，避免数字化浪潮给社会现实带来的巨大的舆论压力，避免草根传播加速膨胀而产生新的文化霸权。

在媒介素养教育的实施路径上，坚持自下而上的自发性推动与自上而下的政府主导相结合、更加

突出政府主导的作用。当前我国中小学媒介素养教育仍停留在浅层次的课堂信息技术普及阶段,而高校的媒介素养教育实践尚处在教育研究者推动下的专题讲座、课程选修这样的蜻蜓点水阶段,远未形成作为公民通识性教育的整体教育框架和实践体系。但草根文化的发展并不因公众媒介素养的缺失而放慢脚步,其对公众媒介素养的要求也不因媒介素养教育的缺位而有所降低,反之,公众以参与式媒介为载体所创造的草根文化正展现出全新的参与式文化样式,这种文化样式已对公众媒介素养提出了由媒介批判意识向新媒介交往能力、即在虚拟网络世界中个体与他人进行社会交往的能力和利用新媒介来进行现实社会交往的能力转向的要求。<sup>[9]</sup>为此,草根文化背景下公众媒介素养教育已成为一项亟待普及和深入的社会系统性工程,研究者和教育者开展的理论探讨和实践探索打开了我国媒介素养教育的一扇窗,但民间力量自下而上的推动已不足以承担无论是传统媒介素养教育还是新媒介素养教育的重任,媒介素养教育的实施需要在政府强有力的主导和督导下才更有效度。政府应从提升民族素质和繁荣民族文化的高度把公众媒介素养教育纳入国民教育体系,通过舆论引导、政策规制、经费投入自上而下推动,有效整合各种教育资源,从而形成政府主导,学校主体,家庭、社会、媒体各种力量联动的良好局面。

#### 参考文献:

- [1] 苑秀杰. 凝视“焦点”中的“草根”——探寻“草根”的词源、词义 [J]. 美与时代, 2007 (4): 29-30.
- [2] 草根文化 [EB/OL]. <http://baike.baidu.com/view/2331172.htm>.
- [3] 孟繁华. 众神狂欢 [M]. 北京: 今日中国出版社, 1997: 13.
- [4] 宋守山. 传媒三十年 [M]. 广州: 南方日报出版社, 2009: 266.
- [5] 第25次中国互联网络发展状况统计报告 [EB/OL]. <http://www.cnnic.net.cn/uploadfiles/pdf/2010/1/15/101600.pdf>.
- [6] 陈丹丹, 刘起林. 草根文化诉求的价值两面性及其民粹主义根基 [J]. 理论与创作, 2007 (5): 40-43.
- [7] 李文冰. 危机信息传播的公众认知与媒介素养教育 [J]. 浙江传媒学院学报, 2009 (5): 24-26.
- [8] 史历峰. “聚媒体”: 民意表达的新平台 [J]. 新闻记者, 2008 (3): 34.
- [9] 李德刚, 何玉. 新媒介素养: 参与式文化背景下媒介素养教育的转向 [J]. 中国广播电视学刊, 2007 (12): 39-40.