

新城市居民的媒介素养教育： 文化差异的弥合和共同价值观建构 ——以H市周边新兴副城为例

赵 渊

摘 要：媒介素养教育的社会化进程是媒介素养教育的重要发展趋势。将媒介素养教育视角集中投射H市周边新兴副城这一特色样本，集中考察在当前全媒体背景下媒介素养教育对受众文化观念、文化价值、文化情感、文化习惯等的干预路径，以文化差异的弥合和共同价值观的建构为两大行动逻辑探索媒介素养教育的创新路径。实践证明，媒介素养教育是区域文化建设与人群素质结构提升的有效支点。课题组探索形成的优势集聚理念、因地制宜理念、分层实施理念、砥砺生活理念、协同共奏理念，以及群体性活动方式、分层性精准方式、专业性实体运行方式、规整化学校教育方式等四种方式，为媒介素养教育的社会化提供了有益的借鉴与思考。

关键词：媒介素养教育；区域文化；干预路径；模式创新

作者简介：赵渊，男，副研究员。（浙江传媒学院，浙江 杭州，310018）

中图分类号：G206.2

文献标识码：A

文章编号：1008-6552 (2017) 04-0104-08

一、研究背景

新型城镇化的核心是人的城镇化，它是城镇化的重要动力、支持要素，也是城镇化水平的重要标志。城镇化进程中城市功能、社会形态、文化建设、产业结构、社会治理等的完善本质上都依赖于群体素质的提升。在城镇化这场“凤凰涅槃”的变革中，如何建构新城市居民的价值取向、审美结构、群体理性、多元素质及精神文化心理成为一项重大课题。

群体文化特性及文化素质的养成有赖于社会文化氛围及文化建设机制的完善，有赖于学校教育及社会化培训体系等的建构。课题组试图从媒介素养教育的视角，尝试对新城市居民文化落差的弥合及共同价值观的架构进行有效文化干预，参与构建与城镇化进程相适应的新居民文化心态、审美追求、文化内容、价值取向等，探索媒介素养教育在新型城镇化建设及更广阔社会领域的实践机制。

H市是我国东部经济发达地区的重要省会城市，文化创意产业与互联网经济占比权重高。当前依托重大国际性活动的举办，正处于城市功能布局快速优化与质量提升期，也带动了其城镇化进程的迅速推进。同时，H市也是我国开展媒介素养教育的重要先行区，依托传媒专业院校，在社会不同阶层中开展了媒介素养教育的有益尝试，取得了明显的成效。以H市城镇化为考察蓝本，探讨在经济与文化发达地区，媒介素养教育的实施路径，不仅将丰富城镇化建设的理论与实践，也将对新时期媒介素养教

基金项目：本文系2015年度中国广播电视协会媒介素养专项研究项目“城镇化进程中文化生态建构及媒介干预：媒介素养教育的特殊范本及其启示”（2015ZGL003），2015年度浙江省“媒体传播优化协同创新中心”研究项目“城镇化进程中新居民阶层传播理念重构与调适：话语方式转化及身份认同”的研究成果。

育更好地走向社会与生活提供思考。

二、环 H 市周边新兴副城群体文化状况及存在的主要问题

环 H 市周边新兴副城建设具有鲜明的社群结构特点，即基于城市中心区域产业转移、新兴产业门类布局以及人群集中居住地建设形成的新城架构与原有乡镇产业及人群结构的复合型交融态势。这种交融态势折射到文化建设上，主要反应的是三重难题：其一是不同阶层受众的文化融合难题；其二是原有居民的文化适应难题；其三是新城市文化精神的建构难题。这也是本课题组媒介素养教育实践的主要关注点与切入路径。

课题组实地走访了环 H 市周边 8 个街道 17 个社区，访谈群众三百余名，发放调查问卷两千余份，经过梳理汇总，环 H 市周边新兴副城群体文化状况主要存在以下特征。

（一）新兴副城的群体“文化沟壑”依然明显

当前环 H 市周边副城的人群结构主要分为两类，一类是城乡原住民，通过城市化进程，实现了由“村民”向“市民”的过渡，但是生活方式、思想观念、文化习惯、认知结构等大都延续了原有的方式，与城市主流文化存在着不小的代差；另外一类是城市新居民阶层，工作在城区，选择在新兴副城购房入户，或者是伴随着新兴产业门类迁移与入驻，在副城居住的新城市居民群体。比如 H 市坐落在副城的高教园区，直接吸纳高校 14 所，有一万多高校教师选择在副城居住落户。这两类群体生活经历、知识层次、兴趣爱好以及所处的社会阶层存在明显的差异，文化沟通与文化交集点少。问卷显示，74.2% 的原住民表示和城市新居民缺乏文化交流，缺乏共同的话语内容与文化爱好。而对新居民的调查显示，高达 85.9% 的受访者认为与城乡原住民不存在共同的文化圈，且其中约三分之二的受访者对改善这种文化生态的可能性持消极态度。新兴副城的群体“文化隔膜”与“文化鸿沟”状况依然明显。

（二）新兴副城的“文化不适”现象在一定范围内存在

城镇化迅速推进释放的发展红利在短时间改变了城乡原住民的物质生活状况，拆迁补偿、房屋出租、股份分红等使其迅速步入“富裕”阶层，且这种财富积累缺乏自我奋斗的艰辛砥砺过程。一些城乡原住民在“吃穿不愁”和“富足有余”后，开始追求落后消极的娱乐方式，崇尚享受、沉溺赌博等，精神空虚、文化迷茫的现象在一定范围内抬头，个别人也因此重新返贫等。在走访过程中，绝大多数社区都提到了该类问题，虽然伴随着文化建设的推进，这类群体与现象呈现收窄的趋势，但仍不可忽视。同时，伴随着互联网技术的发展，文化传播方式与文化传播形态发生剧烈变革，绝大多数城乡原住民表示能够适应与共享技术发展带来的文化观念的革新，但其中有近五分之一的受访者表示，由于其原有的文化基础等原因的束缚，对网络多元信息的辨识能力不足，存在着一定的网络从众心理，也影响到其科学文化观的建立。还有部分群体呈现出明显的“文化焦虑”，一些原住民由于长期的经济边缘化、文化边缘化带来了“社会自卑”心理，在迅速致富后急于融入社会主流圈层，但由于能力、观念等原因，在过程中遭遇一些挫折，导致出现对于自身能力、境遇及社会公平有所怀疑的“文化焦虑”现象，主要表现在 20—40 岁年龄段的原住民创业群体中，占到问卷样本数的 7.8%。

（三）新兴副城的“文化堰塞湖”现象依然存在

“文化堰塞湖”的一个主要特征是外来的文化要素不断地向新兴副城集聚，而新兴副城缺乏文化的吸收、转化、传播及对外沟通交互的能力与意识，自身文化的存量累积越来越多，对内对外交流运行不畅，形成文化的栓塞现象。近几年来，伴随着文化强省战略的实施，农村文化大礼堂、乡村文化书屋工程等文化惠民工程大幅推进，新兴副城承接了大量文化建设项目，开展了多样化的文化建设工程。

但是由于城镇化建设前期高度关注产业结构调整、城乡布局优化等,对于文化建设的针对性、有效性研究不足,尤其是在文化城乡二元对立的情况下,对于新兴副城的文化需求精准把握不足,导致对创新文化内容、文化形态的吸收转化不足,一些文化建设工程的群众接纳度和现实影响力有限,文化形式、文化内容与文化传播绩效之间的关系还不成比例,也较大制约了新兴副城文化创新力的提升,导致其对外文化宣传、形象推介、文化交流上存在较大能力缺陷。调查问卷显示,有37.4%的受访者表示,现有的基层文化设施与文化宣传内容与群众需求存在一定落差,有43.5%的受访者表示,新兴副城的对外文化宣传与文化交流能力亟待提升。

(四) 新兴副城的文化发展与区情匹配度不高

新兴副城承载着产业转移、人口疏导、城市功能优化等多种职能,是一个具有巨大发展潜力的全新实体。副城长期以来的历史文化特色、全新的城市结构与形态、鲜明的定位等决定着独特的区域文化特色。在调研中,有三分之二左右的受访者提出,副城应该形成自身鲜明的文化特色与文化精神等,用这种文化精神去凝聚受众,增强城市新居民对新城的归属感,通过文化建设为产业创新赋能,促进新城发展层级与质量的提升。但在现实发展中,新城文化建设存在“离散化”特征,新兴副城的文化定位是什么、文化特色是什么、文化竞争力是什么、文化发展目标是什么、文化建设面临的首要难题与重点课题是什么、上级文化建设的要求与具体城市发展实际如何结合、新城文化建设如何体现城镇化的核心要义、新城文化建设如何统筹纳入都市圈文化建设范畴等都是亟待破局的命题。在调查问卷中,有78.8%的受访者表示新城当前的文化建设的定位、目标等有待进一步厘清。

三、媒介素养教育与新城市居民文化建设的内在契合点

媒介素养教育主要培养指向“人面对媒体各种信息时的选择能力、理解能力、质疑能力、评估能力、创造和生产能力以及思辨的反应能力”^[1],是文化创新、生产、传播的重要实现方式。自1997年介绍到我国大陆以来,经过20年的发展,已经形成了与中国国情紧密结合的教育理念,形成了丰富的学校教育与社会教育的发展模式。媒介干预及其素质培养是解决当前新型城镇化进程中面临的文化隔离、文化迷茫与文化创新能力不足等问题的有效切入路径。

两者存在以下五个方面的价值契合点。

一是建设目标契合。城镇化进程中文化建设的主要目标是培养新城市新居民的文化素质及文化创新能力,营造文化共识与文化价值认同,使之很好地适应与引领城镇化建设的要求,增强城市文化凝聚力,构建城市文化品牌,提升城市的文化层次与文化竞争力。媒介素养教育通过对受众媒介鉴别能力、吸收能力、创新能力、生产能力及传播能力等的培养,提高个体及受众群体的文化意识及文化能力。两者回归到本质上都是“文化与人”的培养。当前城镇化进程中面临的文化传播壁垒、文化观念落后、文化传播能力薄弱、文化定位有待进一步厘清等问题与媒介素养教育的实施目标、作用对象等存在着高度的耦合性,都可以通过社会化媒介素养教育的方式予以有针对性地解决。

二是实施路径契合。当前我国的媒介素养教育主要形成了学校教育与社会教育两种模式。社会教育主要立足区域文化发展的实际,依托于多样化的文化载体,通过对社会受众精准的文化干预,系统的文化宣传、文化教育,有效的文化实践等方式,提升受众的媒介鉴别及运用能力,提升综合文化素质。其教育的路径、实施模式、运行机制等与当前新城市新居民文化建设的主要形式、基本路径及发展模式高度趋同,两者可以形成有效的互补合作关系。

三是发展实际契合。当前,伴随着信息技术的进步,数字化、网络化、移动化为主要特征的媒介革

命深刻改变了文化生产模式与传播形态。虚拟交往、网络关系也成为新兴副城的主要社群交往方式。调研数据显示,在新兴副城中,87.9%的受众表示接触过网络和新媒体,65.4%的受众表示对新媒体有着较高的使用频率。网络和新媒体深刻改变着新城市新居民的人际交往模式与文化生态圈层,越来越凸显其在文化建设中的作用。而媒介素养教育作为一种全媒体素质的培养,尤其是面对新兴媒体建设性使用的教育,直接切准当前新城市新居民文化建设的枢纽和重要增量环节。以媒介能力的培养为支点,撬动受众整体文化素质能力的提升。以网络交互空间推动现实文化共融环境的形成,将有效引领区域文化价值体系的形成。

四是实施主体的契合。主体的契合有助于克服媒介素养教育在城市文化建设中的“多中心治理”现象,消减媒介素养教育推进的阻力。根据调研结果显示,当前新兴副城的文化建设主要采取政府牵头、市场力量介入、社会团体及市民个体共同参与的建设模式。这与当前媒介素养教育以相关高等院校与研究机构为主要实施主体,整合市场化力量与机制,全社会参与的模式存在内在吻合性。

五是教育对象的契合。媒介素养教育不是一个课堂的目标,而是一个贯穿一生的过程,既关乎现在,也牵扯未来。^[2] 社会正常运转所需要的理性、负责任的人民,都需要媒介素养教育对现代公民的培养。^[3] 经过20年的探索与实践,学术界已经形成共识,媒介素养教育是社会教育、素质教育、终身教育的重要组成部分,是面向所有社会公民的教育,贯穿在公民文化素养涵养、文化价值塑造、文化创新能力提升的全过程,而这与当前新城市新居民文化建设的对象具有高度契合性,也与解决当前新城市建设过程中的文化结构、文化内容、文化形态等方面的突出矛盾具有价值趋同性。

四、新城市居民媒介素养教育的实施路径及创新模式：以H市周边新兴副城为例

(一) 建构与城镇化建设相匹配的媒介素养教育新理念

区域媒介素养教育的开展,要与区域的社群结构、知识层次、文化习惯、发展定位、环境要素等高度匹配。当前在新城市居民中开展媒介素养教育,要树立五大理念。一是优势集聚理念。城镇化进程的推进与其所依托的城市建设层级、产业特色和文化传统等存在着密切关系。H市是我国的区域文化中心城市,长期以来形成了海纳百川、温婉大气的城市精神,已经成为世界名城建设中的一颗璀璨明珠。H市又是我国新媒体新经济发展的重镇,互联网经济成为城市经济的重要驱动力量。这样的发展特色及产业格局也深刻辐射传导到周边副城的建设中。在H市周边副城媒介素养教育开展中,要高度重视既有的文化优势与特色的传承。比如媒介素养教育开放性格局的建构,充分利用外向型城市建设的特点,借鉴和吸收中外文化交流中的创新性文化样态及内容,丰富媒介素养教育的时代性。H市连续举办了十三届国际动漫节,借鉴国际动漫交流的优秀文化内容,传播正确的价值观念,H市及其周边副城形成了浓郁的动漫文化的氛围,这也是媒介素养教育的全新载体。依托互联网发展重镇的基础,建设基于网络互动、多媒体融合的媒介素养教育平台正是当前H市媒介素养教育研究机构工作重点之一。二是因地制宜理念。课题组在H市周边副城走访调研过程中,发现高等教育的辐射外溢效应在日渐彰显。H市周边副城本身即是高等院校外迁集聚地,承接了主要高教园区的建设,近几年来又大力推动本科院校在周边副城异地办学。H市周边副城形成了独特的高等教育资源集聚优势,开展以校地合作为主的媒介素养教育具有独特条件。同时H市城市治理及其社会管理现代化水平较高,社会公益组织等第三方机构较为健全,志愿服务文化及机制健全,在G20、西博会等重大活动中经受了锻炼,架构社会力量充分参与的媒介素养教育实施机制具有独特优势。三是分层实施理念。根据当前H市周边

副城文化受众块状分离的状况,通过分层媒介素养教育的实施,弥合不同群体受众之间的文化隔膜,尝试逐步建立文化共识,进而形成区域文化特色和独特的文化圈层。比如对于新兴移民,要通过媒介素养教育,引导其树立文化包容意识、文化归属意识,破除身份意识和阶层固化带来的文化歧见,更好地融入新兴副城的文化建设。而对于城市原住民,则要通过媒介素养教育,破除其原有的文化观念、文化思想、文化视野的局限,使其文化价值观念、审美判断、文化习惯等更好地适应新兴城市的发展定位。媒介素养教育要通过其独特的教育支点和文化抓手的运用,搭建不同受众群体之间的文化感情融合载体与沟通桥梁。四是砥砺生活的理念。调研中发现,当前新兴副城自上而下的文化建设项目及文化建设内容现实成效不足的很大原因是,与受众精准化的文化需求对接不足,与多样化的文化主体个性特质等契合不足。媒介素养教育以“贴合生活”的媒介为教育载体,具有覆盖全、互动强、影响力大等特征。通过砥砺生活,扭转与建构新的文化观念。这样的探索,也将为媒介素养教育更加精准地走向社会分层群体提供经验。五是协同共奏的理念。媒介素养教育作为文化建设的重要支点与创新手段,它不仅在文化视域与范畴内运行,还必须与新城改革发展的重大时代命题相呼应。比如H市及其周边副城当前正在全力推进拆治归工作,即拆除违章建筑、推进五水共治、推动浙商回归,媒介素养教育、媒介意识的培育、媒介主流场域的建构、媒介正能量的传递必须在社会经济文化发展的主战场、切合群众利益关注的焦点问题上有作为,实现文化与经济的双向融入,媒介素养教育才能在有为中更加有位,有效克服调研中反映的“文化建设边缘化、支点及地位不够”等问题。

(二) 建构与媒介素养教育相匹配的媒介素养教育新模式

模式是媒介素养教育在推进过程中的具体方式与手段。经过理论探索与实践验证,当前在新兴副城中开展媒介素养教育主要有以下四种创新模式。

一是群体性活动方式。充分发挥政府性文化建设项目与文化建设平台等的作用,建立校地文化战略协作关系。高等院校作为区域媒介素养教育及文化建设的智库,依托其专业力量,在开展精准调研及对策研讨的基础上,举办面向全体受众的媒介素养教育实践活动。新形势下,群体推广的核心要义在于贴近大部分群众的文化需求,避免“传”“受”分离现象;关键作用在于让媒介素养教育和文化建设进入区域主流文化建设视域。在H市周边新城实践中,探索形成了定期策划与举办面向全体受众的媒介沙龙、优秀文化作品进社区、精品文化创作回顾展、主题文化宣讲活动等形式,增进不同阶层受众的文化交流,营造文化共识。比如近期某社区围绕全民热播的反腐倡廉电视连续剧《人民的名义》,高校媒介素养教育机构组织了观影分享论坛,邀请高校专业研究和创作者、社区的不同阶层的受众参与,共同探讨为什么该剧会热播,群众的观影焦点是什么。各个阶层的受众了解了彼此的文化思想,增进了文化交流与文化理解,密切了文化情感,也进一步提高了文化审美意识,取得了很好的成效。来自于不同群体的与会代表都表示要将活动长期化。比如对于传统的农村孝悌演变及二胎后社会家庭结构的变革等社会热点,高校媒介素养教育机构透过媒介报道的视角组织的社区沙龙,广大受众踊跃参与,碰撞出了很多思想的闪光点。问卷调查显示,经过需求、导向、情感之间的精准对焦,群体性活动方式的受众参与度由36.7%提升到67.1%,参与受众的满意度达82.6%。群体推广方式依然是受众分层背景下阶层互动的基本手段之一。

二是分层性精准方式。对于媒介素养教育与文化建设中的个性化议题,媒介素养教育机构采用分层实施的方式取得了明显成效。比如对于一些原住民群体拆迁后瞬间暴富带来的文化迷茫,及时进行文化干预,通过组建创业帮扶小组,建立文化发展示范带头人联系机制,开展做新城市人系列文化讲座,组织进高校、与大师对话活动,开展媒介报道反面典型宣传等,精准对焦其原有的文化自卑,迅

速暴富后的文化心理不适等命题，引导其正确看待财富，取得很好的成效，综合测评参与受众满意度达84.8%。对于新兴城市移民的社区不适应症，尤其对传统村落文化的情感排斥，通过组织一定范围的文化交流活动等，以全媒体背景下精英文化的多重表达、媒介对社会阶层结构的裂解、社会媒介身份的时代性表述、城镇化社会结构的媒介身份与使命重塑等，通过具有一定知识阶层的专业化议题的探讨，有针对性地消解文化思想障碍与情感隔膜，改变一直以来的“倡导什么、反对什么”等议题的直接铺陈方式，契合了一定群体的文化知识及个性结构，取得了一定成效。

三是专业性实体运行方式。在调研中发现，传统的公益性宣传教育方式缺乏深入有力的教育触角。在课题研究与实践中，尝试引入市场化机制与手段，以媒介素养与文化宣传为切入点，透过实体性创作与运行机制的建立，形成若干个媒介素养教育的纵深支点。比如建立具有一定市场化运作机制及特征的媒介素养教育网络客户端等，将原有的片面知识传授、公益性传播转为媒介现象、社会热点、助民服务等于一体的网络平台，通过媒介引导教育功能与其他关联功能的统筹开发、话题资源的深入挖掘等，在提升市场占有率与影响力的同时提高教育引导力。比如对原本公益性下乡文化扶贫式的帮扶演出转化为文化精品项目的引进、转化与输出，通过市场化手段，创作文化精品，将媒介素养教育的引导效果与正面宣传效果建立在市场对文化精品的认同上，从根本上提升媒介素养教育的质量与层级。在实践中，由高校与社区联合制作的以区域个体媒介使用变迁为对象的微剧，深刻折射社会变化，受到受众的欢迎，也得到了市场主体的关注。在专业实体的运行方式中，一些项目元素和内涵超出了媒介素养的边界，但媒介素养在这其中发挥了重要的支点、贯通、启发等作用，这也正是社会化媒介素养教育的重要体现方式之一。

四是规整化学校教育方式。规整化学校教育方式不是社会化媒介素养教育的主要方式。在实践过程中，根据H市周边副城高等院校富集的优势，尝试通过举办一定时间的社会化媒介素养教育培训班，对基层政府工作人员、社区骨干、有兴趣的受众等开展以媒介素养教育基本知识、基本能力普及及媒介危机应对为主要内容的教育活动等，提升了基层骨干的媒介意识与能力。他们在日常工作中结合相关主题工作与文化建设项目，开展多样化、日常化、生活化、零散化的媒介素养教育活动，将媒介素养的教育因子潜移默化地植入到各项工作中。但系统化学校教育的方式，要与所在地高等教育资源的配置情况紧密结合。如果距离较远、时间区域成本较高，则需要具体分析与论证。

（三）建构与城镇化建设相匹配的媒介素养教育新机制

一是构建媒介素养教育的动力机制。媒介素养教育的动力机制就是明确媒介素养教育在文化建设全局中的功能定位及政策规格，通过政策层级的科学厘定及政策运行逻辑的有效规制，确保媒介素养教育的可持续发展，这也是破解媒介素养教育“运动化、阶段化、概念化、零散化、附加化、自发性、志愿化、边缘化”忧虑的重要政策基础。

当前媒介素养教育是新兴副城文化建设的有效切入点和重要支点，新媒体对社会文化生态及人际交往模式的全新变革提升了媒介素养教育的话语层级。近二十年严谨的学科体系范式及丰富实践使其具有科学完善的内在体系，而与新兴副城文化建设的同题同义使其具有了重要的应用价值。从政策层级和规格上讲，媒介素养教育要进入党委政府文化决策的基本视野，成为全民文化素质培养工程中的基础性环节，进入文化政策性规划体系设计内容，纳入新兴副城文化发展全局统筹考虑，比如尝试编制媒介素养教育行动计划2020等。以其明确的政策身份更好地整合与调动市场化力量及社会公益性力量等，构建媒介素养教育开展的持续动力机制。

二是构建媒介素养教育的运作机制。H城周边副城在实践中探索形成了以校地战略性紧密协作为依

托,以政府规划与政策性实施为主要运行架构的机制。高校作为主要牵头实施主体,整合公益性机构、志愿者组织、市场化经营实体以及社区个体等各个层面的力量,构建联盟化架构的运行机制。在实践中,政府牵头组建了媒介素养教育工作领导小组,与文化建设领导小组合署,在文化融合、文化创新、文化生产、文化传播的视域内统筹考虑年度媒介素养教育的主题、教育内容、运行模式及实施策略等,研究解决媒介素养教育开展实施进程中的重点难点问题。领导小组下设具体的媒介素养教育组织实施机构,实施机构具有政府与市场化多重背景,政府以重大项目委托方式,明确双方之间的权责关系,实施机构根据年度任务及中长期发展使命,开展普及性、公益性文化推广活动或市场化运作案例,兼具政府委托授权和市场运行等多种机制。实践表明,当前这种机制最大限度激发了政府主体的牵引力量与市场主体的创新能力,参与主体对此的认同度达到91.3%。

三是构建媒介素养教育的保障机制。保障机制建设主要有三层要义。第一,政府在活动层级及规格、经费扶持、人员配备及场地安排上给予制度化保障,纳入相关文化预算与编制体系,在人员配备上可以试行专职借调与兼职任务模式,在实施主体上试行自主推进和市场委托实施等,充分调动各个主体的积极性;第二,建立以绩效为导向的市场化手段扶持机制,引导政策性文化发展基金和文化风险投资,参与相关市场化文化活动的组织策划实施等,对关联性文化创意活动给予支持,在政策范围内,对相关活动给予税收优惠等;第三,破除政策性壁垒,为社会公益性组织及其他第三方机构参与媒介素养教育及文化建设活动提供支持,由媒介素养教育牵头机构监管运行过程及各项风险规避。

四是构建媒介素养教育的评价机制。建立三维评价标准体系,即过程评价与结果评价并重,更加注重媒介素养教育过程实施的覆盖面、影响力、组织实施质量、活动的多样性及有效性评价;定量评价与定性评价并重,更加注重考察参与者的文化心理获得感、文化融合等内生性问题的改善程度、文化建设群众认可度等定性评价等,不片面依赖媒介素养教育的固化指标体系,形成社会化媒介素养教育定性评价的创新指标等;点状评价与面上评价并重,更加注重媒介素养教育点状评价。在新城市新居民媒介素养教育中,既要注重面上文化认知、文化融合、文化价值体系建设等共性问题的解决,更要注重以文化隔膜、文化迷失等关键性问题的疏解为切入点,针对性开展媒介干预活动等。

(四) 建构与城镇化建设相匹配的媒介素养教育新体系

H市周边新城媒介素养教育实践,是媒介素养教育的特殊样本,它打破了原有覆盖大中小学的学校媒介素养教育,以专业人群为主的职业培训教育,普及性志愿性社会推广实践教育的现有格局体系,以某个区域为特定媒介素养教育对象,以媒介视角、媒介干预为战略切入点,以突出文化问题的应对与解决为教育目标导向,实现了媒介素养教育从理论殿堂向复合型实践运用的转型,这是对原有媒介素养教育体系的全新拓展。在这个过程中,所探索形成的媒介素养教育与文化建设之间的深度嵌入、媒介素养教育对个性化群体的订单式教育、媒介素养教育公益性志愿活动推广与市场化机制的有效融合、以问题导向对媒介素养教育内容与模式的反推、媒介素养教育话题对周边文化建设资源的牵引、大媒介素养教育与泛媒介素养教育对原有媒介素养教育边界与内容的丰实等都为媒介素养教育的改革和发展提供了新鲜经验。

(五) 建构与城镇化建设相匹配的媒介素养教育新愿景

H市周边新城媒介素养教育实践对媒介素养教育新愿景的建构带来了四点启示。一是在媒介化社会中,新媒体带来社会文化生态与群体交往模式的全新变革中,媒介素养教育成为社会基础性能力与素质的重要伴生教育,与新媒体一样,成为社会中“无所不在”的教育。二是媒介素养教育成为众多教育模式及社会文化建设中的“元类型教育”,媒介素养教育因子会跨界、跨模式、跨体系进入到相关教

育与文化建设中，H市周边新城媒介素养教育实践中，很多突出文化与社会问题的应对与解决都是通过媒介素养教育的角度切入，整合各种文化宣传教育的方式来完成。三是媒介素养教育的社会化将对媒介素养教育原有课程体系及运行模式带来革命性的变革，从高校教育走向社会教育，是一种应用型教育真正成熟的标志。从H市周边新城媒介素养教育实施的有限样本分析，当前我国一些地区的媒介素养教育已经具备了走向社会的基本条件。它带来的，不仅是对传统媒介素养教育内容的丰富，更是对原有相对封闭的教育内容及体系的系统化再造与升级，真正回归其“社会课程”的价值理性定位。四是媒介素养教育将更多地从“技术教育”走向“意识教育”。从1997年卜卫将媒介素养教育引入中国后，学术界对媒介素养教育的基本定位即是“建设性使用媒介的能力”，当前伴随着时代的进步与发展，媒介素养教育将更多地从技术教育、传播能力教育升级转化为文化意识涵养、文化素质提升、文化价值塑造、文化精神传播等。技术能力向文化意识的升级，是本身发展层级的提升，更是媒介素养教育在社会主义核心价值观教育中的“主动融入”，是其社会使命与社会身份的彰显。媒介素养教育，不仅是塑造具有传播意识与传播能力的公民，更是要帮助公民科学厘定社会价值定位。H城周边新城媒介素养教育对群体文化意识、文化素质的关注与解决也鲜明地沿袭了这一路径。

媒介素养教育引入我国大陆二十年来，经历了由“舶来品”到“本土化”的发展历程。但总体来看，媒介素养教育的课程体系与教育模式仍大都局限在学校教育的视域内，社会化实践依然受到发展条件、受众认知水平等多方面的制约。H市周边新城社会化媒介素养教育的尝试生动昭示了媒介素养教育具备深度介入社会改革与文化建设的现实需求与直接触角。媒介素养教育的社会化进程所引领的教育结构、运行模式乃至价值定位的变革将带动媒介教育的全新升级。从某种程度上讲，这也是经历了二十年发展积累之后，媒介素养教育站在时代风口的又一次“全新起航”，开始由“教育的本土化模式建构”转向“教育的深度社会化”进程。

参考文献：

- [1] 张开. 媒介素养概论 [M]. 北京：中国传媒大学出版社，2006：94.
- [2] 张苑琛. 新媒体时代媒介素养教育研究的转向 [J]. 探索与争鸣，2011（8）.
- [3] 李德刚. 我国媒介素养教育目标体系的建构 [J]. 教育学报，2012（3）.

[责任编辑：赵晓兰]