

主流大众传媒在新课改推进中之价值、不足及改进

邹慧明

(湖南师范大学 教育科学学院, 湖南 长沙 410081)

摘要:基础教育课程改革的舆论宣传及公众的心态导引需要主流大众传媒的积极介入,然而,新课改推进中的舆论造势却存在诸多不足:推进策略存在“单军作战”的方法论失误;专业引领忽视了对社会各界的导引;舆论宣传很少在主流大众传媒中反映。新课改的有效推进必须重视专业和大众传媒的共导共引,为此,应确立“课程改革即社会改革”的观念及“系统”、“协同”的改革方法论,发挥主流大众传媒的作用,重视以新课改题材的节目制作。

关键词:介入;导引;造势;主流大众传媒;新课程改革

中图分类号: G423.07

文献标识码: A

文章编号: 1671-6124(2015)01-0065-06

大众传媒(mass media)又称大众媒介,是指人们用来沟通信息的各种通讯方式和交往手段,在现代社会中主要指报纸、杂志、电视、广播、网络等。信息社会,大众传媒的存在不仅改变了传统社会基本的教育方法——口耳相传、言传身教、代代相传(美国社会学家理斯曼《孤独的人群》),而且可以迅速地向人们传递有关社会实践和变革的信息,通过提供一定的社会角色行为模式及特定的价值观而在一定程度上促使大众转变思想观念及行为方式,从而部分地决定事态的发展进程。有统计显示,20世纪初,一个城市居民的闲暇时间有70%是用于面对面的人际交往的,今天,70%的闲暇时间则用于和大众媒介的交往^[1]。在众多媒体当中,主流媒体的地位和作用格外显著,这类媒体“设置着新闻框架”(乔姆斯基),所有二三流的媒体每天都在主流媒体设置的这个框架内筛选新闻,它们“报道主流信息,拥有主流大众,占据主流市场,吸引主流广告并形成主流品牌”^[2],因此,大众传媒,尤其是主流大众传媒正广泛而深刻地影响着人们生活的广度和深度。

我国新一轮基础教育课程改革是一项系统的、整体的自上而下改革,旨在彻底改变应试主导的传统教学之弊端,全面推进素质教育,以培养适应未来社会发展的新型人才,这既彰显了现代教育理念,同时也反映了现代社会发展对教育的期待和要求,因此,其实施不仅应反映教育自身的需求,还应充分吸纳社会各界的意见并寻求其理解与支持。鉴于“真正的教育离不开新闻(媒介),因为大众传播工具是一种扩大器,可以

使教育者的作用超越一般传播的对象”^[3],故新课程改革推进中主流大众传媒的介入十分必要而且相当重要。它的介入不仅能有效地传播新的教育理念,而且能通过深刻地分析各种教育现象,特别是有争议的意见倾向,来揭示课程改革的本质及其与政治、经济、文化及公众生活之间的内在联系,从而调控并导引社会舆论的价值取向。另外,主流大众传媒强大的传播影响力还可凝聚大众智慧,网罗信息资源,反馈群众意见,从而推动新课程改革全面、深入、有效的运行。

一、公众心态是制约课程改革的重要因素

“任何一次课程改革都是一项牵涉面广且错综复杂的系统工程,从课程改革方案的制定、课程标准的研制,到课程资源的开发、教材的编写、教学方式的变革、课程评价与管理等,每一项工作都需要多方人员参与进来共同探讨、选择、决策并采取相应的行动。”^[4]因此,课程改革的实施与推广,不仅需要自上而下的行政力量及专业支持,还需聆听广大公众真实的声音,了解他们的意见想法及思想动态以争取其积极关注与参与。公众的参与既是改革的内在动力,也是改革取得实效的关键,而公众参与改革的前提在于知晓并理解课程改革究竟是什么、为什么以及需要些什么。课程改革的根本目的在于更好地促进社会的和谐发展和人的素质的全面提高,直接目的则是使教育更好地满足人们日益增长的教育文化需求,因

收稿日期:2014-10-13

基金项目:湖南省研究生科研创新项目“新一轮基础教育课程改革之专业引领研究”[X2013B184]

作者简介:邹慧明,湖南师范大学教育科学学院博士研究生。

此,新课程改革的继续深入推进必须建立在充分掌握公众心态的基础之上,而主流大众传媒的宣传则能有效地引导公众心态,营造积极的社会舆论环境并争取公众广泛的配合和支持。

1. 课程改革是社会改革之一部分,公众对此享有知情权、参与权和监督权

20世纪50年代以后,课程改革的关注点逐渐由教材编写、学校管理、教学方法等转向课程与其他社会领域的联系及互动,课程开发的理论基础也逐渐扩展出教育学领域而转向寻求社会学、政治学、经济学、文化学等更广阔领域理论的支撑。20世纪70年代,课程改革争论的重点从做些什么来改善教育系统转移到该由谁来作出决定,课程改革带有明显的政治性^[5]。深入分析历次课程改革背后深层次的问题不难发现,这些问题往往受到与之相关的社会问题不同程度的影响,课程改革越是进入深入推进阶段,其所暴露出的问题与相应的社会问题的关联就越密切,并且需要在更大范围内的社会改革中得到有效解决,而改革对各社会集团权力和利益关系的调整也必然会受到其关注,由此而带动社会改革的悄然兴起。

社会改革的推行旨在平衡各社会集团的利益,那么,其方案或决策就必须建立在充分了解民意并积极寻求公众关注的基础之上。民主社会的重要标志之一就在于公众能积极地参与到各项社会事务当中,充分发挥其作为公民所享有的各项权利,政府和社会则应为此提供恰当的途径和适宜的条件。正如有学者说:“据说民主的实施需要民众具有‘民主素质’,我不知道有什么比公开透明理性的参与本身更能训练民众的‘民主素质’。”^[6]因此,对作为当今我国社会改革之一部分的、融于中国政治改革进程中的新课程改革,公众享有知情、参与及监督等基本的权利。他们有权知悉、获取课程改革的相关信息,有权表达自身的意志,在此基础上参与到新课程改革的推进或决策当中并充分发挥监督作用。《中华人民共和国宪法》指出,“中华人民共和国的一切权力属于人民”,“人民依照法律规定,通过各种途径和形式,管理国家事务,管理经济和文化事业,管理社会事务”。但事实上,公民在参与各项具体事务的管理和监督过程中往往因“信息不对称”而难以发挥实质性的作用。鉴于“公共管理者在其专业领域的‘专家’身份,外人无法挑战其专业性,也不能用间接的方法揣摩其决策或行动,加之他们掌握着一般人无法获知的信息,故公共管理者所拥有的特殊专业知识和信息,使得他们比监督者更具有优势,可以躲避监督”^[7]。公众切实的监督则可打破这种专业性垄断并使改革的决策得到更多的意见反馈,从而使决策更加合理、更加公平。要保障公民知情权、参与权和监督权的切实到位,就需要借助具有庞大受众的主流大众传媒,通过其巨大的舆论影响力来传播改革信息,唤醒公众的权利意识,充分凝聚公众的力量来共同促进课程改革的有效推进。

2. 课程改革涉及社会各群体的利益和需求,应通过各种渠道了解公众的心声

新课程改革几乎涉及教育的各个方面,而在现代社会,“教育已成为所有人的事情,它涉及全体公民,公民今后都是学校施行的教育的积极参与者”^[8]。马克思认为,“把人和人连接

起来的唯一纽带是天然必然性,是需要和私人利益”^[9],人们之所以参与到教育中,就是因为每个公民都是教育的直接或间接利益相关者。课程改革涉及社会各群体的利益及需求,例如,政府“在教育中渗透着支持其政权及施政方式相关的思想、意识形态体系,从而通过教育取得合法性”^[9];学校在课程改革中争取到了更多的权力,借此机遇它们可以更好地满足其特色发展的需要,从而有利于打造学校品牌,提高学校的影响力;企事业单位借助课程改革传达了其对人才规格的需求,从而有可能获得更符合其要求的“教育产品”,减少其员工培训的成本;家长在课程改革中获得表达家庭教育理念的话语权力,并在参与课程管理和决策的过程中更有效地表达其期望和需求,从而与学校教育一起更好地培养其子女,实现其家庭利益。除此之外,学生、教育者、教育研究者、教育行政人员以及越来越活跃的教育媒体从业者、教育产业投资者和人才消费者^[10]等都可成为教育改革的利益主体。而“对于绝大多数利益相关者而言,他们是否会支持教育改革,很大程度上要取决于、在许多情况下甚至首先取决于他们对教育改革可能结果的估计,即预计教育改革最终结果是否对自己有利”^[11]。因此,课程改革要获得公众支持的前提在于通过各种渠道了解公众的心声、诉求和意见,在此基础上切实给公众以合理的利益回报。借助主流大众传媒,不仅公众可以较好地表达自身的诉求,同时也有利于课程思想及理念的有效传播,如通过网络,公众可自由地表达需求并提出意见,教育行政部门可借此获得有助于调整改革方案的信息,教育学者也可借此平台向公众宣传最新的教育政策,论证政策的合法性和合理性并通过普及性的要领解读使公众能更好地理解。因此,只有在大力宣传和广泛征求民意的基础上,课程改革方案及其实施才能进一步完善,社会各群体的利益需求才能得到平衡,社会总体利益的结构最优化才能逐步实现。

3. 新课程改革的推进需要舆论引导,而主流大众传媒的作用不可忽视

沃尔特·李普曼在其经典著作《舆论》一书中写道:人们对自身所处世界的认识往往不是来自直接观察和亲身体验,而是依赖他人或大众媒介提供的有关情况。在信息传播如此快捷且传播渠道多元的社会,人们对世界的认识和形成的观念在无形之中往往超越了自身狭隘的经验,有意或无意间总会受到大众传媒提供的信息的影响。近年来,微博的出现又进一步改变了公众的生存状态及信息获取方式,“在这个便捷的新兴交流渠道中,受众已从被动的信息接受者逐渐成为主动的报道参与者、信息传播者和解读者”^[12]。美国学者麦克利德(J. McLeod)认为,在舆论形成的过程中,媒介是作为“渠道或联系者、变动的代言人及认识方法”来发挥作用的,而“无论作为表达意见的渠道,还是作为舆论的代表者或是认识方法的提供者,传媒对舆论形成的每个发展阶段的影响几乎无时不在、无所不在”^[13]。在现代信息社会,显而易见的现象是,媒体所报道的话题往往很快成为大众津津乐道的舆论主题,而在众多媒体当中,“制造”话题或使话题被注意的主要是主流大众传媒,其他传媒或是主流大众传媒的“传声筒”,或是对主流大众传媒所关注的问题作进一步阐释或深入挖掘,可以说,主流大众传媒作为当代社会舆论的“制造者”及引导者,把握着

舆论的内容方向及价值取向,从而在一定程度上控制或影响着社会事件的发展方向 and 动态进程。

“教育改革,尤其是大规模的教育改革必须寻求相应的舆论支持。迄今为止,我们还未发现哪一项教育改革是在缺少舆论支持的情况下取得成功的;事实上,也没有哪一个教育改革者不重视舆论支持。”^[14]教育的特殊性在于它几乎涉及社会当中每一个人的利益,因此,每一个人都可在教育问题上发表自己的意见和想法,每一类群体都有表达自身教育欲求的权利,这就为舆论的形成提供了可能。因此,课程改革意欲寻求最大范围的舆论支持,不仅应通过教育专业传媒进行专业的舆论宣传和导引,同时也应重视发挥舆论影响力更为广泛的主流大众传媒的作用。主流大众传媒的积极介入不仅可使课程改革的理念以公众所能接受的方式传递,从而更好地为大众所理解并有效地消解“信息不对称”的弊端和障碍,而且能有效地形成全民论教育、全民关注课程改革的舆论环境,并使新的教育观念和方式潜移默化地为受众所接受,还可通过对不同群体的思想观念、心理动机、行为规范等的协调整合,使社会成员在价值意识及目标取向等方面契合主流发展方向。

二、新课改推进中舆论造势之不足

新课程改革已历时十余年,但时至今日,大多数国人对基础教育的认识依然停留于自身的教育经历,对当前基础教育中存在的问题的认知和评价往往局限于自身的有限经验和浅认识。新课程改革要干什么,新课程改革的理念及主要举措是什么?改革的价值何在?对此,公众知之甚少。当人们不确定新课程改革能否为自己或自己的孩子带来哪些好处时,他们怎能不持怀疑态度?课程改革的主要阻力并非来自教育领域专业性的公开的反对意见,而在于这些变革的有利之处不被广大民众所认同。舆论宣传的不位不仅使新课程改革缺乏必要的群众支持,而且还有可能使其进一步推进变得举步维艰。

1. 推进策略存在囿于教育领域、“单军作战”、忽视协同的方法论失误

孔德认为:“任何社会事实如果不与其他社会事实联系起来,都是没有科学意义的。”^[15]社会作为一个有机的整体,其各部分是相互联系、相互影响的,按照斯宾塞的观点,社会结构越复杂,功能越分化,其各部分间的功能联系和相互依赖的程度就越高。因此,社会中任何一种改革都不是孤立进行的,改革越深入越需要社会其他系统的配合与支持——渐变式的课程改革尤其如此。作为复杂的社会系统的一部分,教育过程中的“每一个方面和每一个细节都需要放置到整体的社会生态与教育生态关系的现实背景之下,放置到历史和当下共同构成的教育改革时空背景下定位和做出属性的诊断性分析”^[16]。这样一种强调整体而非部分、强调整体中各要素的整合融通而非孤立片面的综合协同式方法,应是课程改革应有的方法论取向。然而,纵观此次新课程改革,我们看到的却是改革者在教育领域内大扬改革旗帜,改革行动在教育领域内进行得轰轰烈烈,然而跨出教育领域,我们却丝毫感觉不到改革的热情和广泛的回应。从家长看,有调查显示,55.15%

的家长不了解新课改理念,59.70%的家长不清楚新课改的具体内容^[17],可见,作为新课程改革重要参与力量的家长对新课程改革的认知明显不足;从政府看,国家教育行政部门虽然在政策宣传上强调了新课程改革的重要意义,但许多实践机制却未能同步跟进,如,政府各部门统筹协调不够,改革的配套措施不完善且其他各级政府部门很少参与到新课程改革的实践过程中,如此,便难以为新课程改革的推进提供切实的保障;从社会各部门看,据调查,60.7%的学生反映,在综合实践活动课程开展的过程中,调查对象和受访部门根本没有听说过这门课程,且35.6%的学生反映,这些部门会“给出种种理由婉言拒绝”,甚至“一口回绝”他们的调查和访问要求^[18],由此可见,社会各部门并没有为新课程改革的实施提供必要的支持。

号称新中国成立以来规模最大、力度最强、范围最广的新课程改革,对课程目标、课程结构、课程内容、课程实施、课程评价、课程管理到学生、教师及教材等各方面均进行了颠覆性、“推倒重来”式的变革,改革的幅度几乎遍及基础教育的每一个领域,以此希望彻底解决各种冥顽不化的问题,全面提升基础教育的质量。但只有当改革的发动者或决策者正确地定位基础教育的地位和影响力并充分考虑其制约因素时,其决策才可能合理且可行。作为社会子系统之一的教育,其发展不仅受自身业已形成的基础的制约,而且还在相当程度上为社会其他子系统如政治、经济、文化等所束缚。再美好的课程目标,再完善的课程方案,如果得不到社会各界人士一定程度的认同、支持和参与,不与其他社会子系统协同合作,而只在教育领域使力,仅依靠教育力量“单军作战”,那么,“其直接结果便是,家长、学校与社会沟通不畅,家长消极防范,社会冷漠旁观、学校独木难支”^[19],如此,改革是难以取得实质性成功的。新课程改革历时十余年成效依然不尽如人意,固然与理念超前、政策偏差及改革本身的复杂性等有关,但其实施和推进策略中存在的囿于教育领域、单军作战、忽视协同的方法论失误,不能不说是重要原因之一。

2. 专业引领沉迷于“自娱自乐”,忽视了对社会各界的舆论导引

基础教育课程改革中,新理念的推广、新举措的践行、教师教学行为的转变均需经常、有效的专业引领。“专业引领就其实质而言,是理论对实践的指导,是理论与实践之间的对话,是理论与实践关系的重建。”^[20]它能够在理论与实践之间架起桥梁,其对象主要是教育教学的一线人员。然而,对专业引领的这种理解未免狭窄,专业引领在指向教育实践、面向一线教育教学人员的同时,也应关注影响实践的各种因素。新课程改革推进中,公众的教育观念、社会各界的教育参与意识、相关部门的配合与支持等均间接地影响到新课程的落脚点——教学实践,因此,新课程改革的专业引领不应仅限于教育教学实践活动和教育教学一线人员,而应跨出“教育专业”之界,注重对社会各界进行舆论宣传和导引,以便为新教学实践的开展营造积极的环境氛围,争取广泛的舆论支持,这就需要考虑并寻求专业领域之外的其他力量的介入,尤其是大众传媒的参与。而在此次课程改革中,专业引领并未突破专业束缚,而是沉迷于教育专业领域内“自娱自乐”,忽视了对通过多种

渠道来引导和带动广大公众。即使从专业领域的引领看,就内容而言,许多课程研究者沉迷于“教育科学知识”而忽视了对日常实践活动的研究,这就导致其专业引领阐释的理论难免混乱,宣传的理念难免晦涩,由此而产生的“信息不对称”则造成公众领会费力,故公众的教育观念难以转变。就途径看,专业引领仍然是传统的教师培训(“讲座”形式占到了49.6%),即使培训质量优良,宣传效果良好,也只能在教育领域内产生一定的影响而难以在其他领域及整个社会中引起反响;就被引领者看,专门针对非教育工作者的宣传引领十分有限,有调查显示,家长从广播电视、网络和书刊报纸获知新课改理念的比例仅占6.36%和5.15%^[17]。然而,此次新课程改革中新旧理念的强烈反差和剧烈碰撞,使得不具备教育教学专业理论基础的广大公众在接触到新课程时难免会感到茫然或无所适从。殊不知,课程改革在一定程度上是对人们原有观念和习惯的一种扬弃过程,如不改变校长、教师、家长、学生以及非教育领域各界人士的教育观念,课程改革的种种举措就很难落到实处。

3. 舆论宣传的“轰轰烈烈”只体现在教育专业传媒,主流大众传媒很少反映

相对于专业传媒,主流大众传媒具有较大的发行量和较高的收听、收视率,其受众群体涉及社会各个阶层,并且具有较强的公信力,其报道和评论被社会大多数人广泛关注并引以为思想和行动的依据^[2],因此,任何一项社会改革如欲获取最广大民众的认同和支持,必须借助大众传媒,尤其是主流大众传媒的舆论引导力和影响力。然而,此次新课程改革的舆论宣传却只局限于教育专业传媒,主流大众传媒很少介入。以报纸为例,笔者在知网上以“课程改革”及“新课程”为主题,搜索各大报纸2000年1月至2014年10月期间的相关报道,其中,作为教育专业传媒代表的《中国教育报》15年间登载有关课程改革的报道共862篇,相比之下,其他被知网收录的全国发行量靠前的报纸对此的报道量则极为有限,如发行量排名第二的《人民日报》期间关于课程改革的报道仅19篇,此外,《新华日报》14篇,《中国社会科学报》9篇,《南方日报》8篇,《广州日报》2篇。从网络来看,有研究者对中国最大的互联网网站之一“搜狐”进行实证分析发现,即使在新课改讨论最为激烈的2006~2007年间,其“教育论坛”中相关的发帖量在所有的教育类发帖数量中也仅占5%,其中2006年4%,2007年6%^[21],这直接表明,搜狐网站教育论坛对课程改革这一重大事件的关注力度还较弱,同时也间接表明新课程改革尚未成为大众关注的焦点。另外,据笔者的日常观察和访问交流看,央视各频道及各省、市、自治区卫视节目中,很少有关于新课程改革的内容,即使是那些“教育台”或“教育频道”也极少涉及新课程改革,更不用奢望在“黄金时间”里“偶遇”了。这表明,相对于教育专业传媒,主流大众传媒对新课程改革的关注和介入十分有限。正因如此,笔者才断言,新课程改革推进的“轰轰烈烈”只体现在教育专业传媒中,即使关于新课程改革的宣传效果“良好”,终究也只能在教育专业范围内施展拳脚,跨出教育专业领域走向公共生活,我们则很难感受到新课程改革的氛围。然而,主流大众传媒零星的、蜻蜓点水式的宣传和报道是难以调动广大公众的参与积极性的,更不用说获取

其必要的支持和帮助了。这种态势自然会影响新课程改革的效果和进一步推进。

三、新课改推进中专业 and 大众传媒应共导共引

1. 确立“课程改革即社会改革”的观念,重视社会各群体的利益和教育需求

在新课程改革深入推进的过程中,我们必须时刻秉持“课程改革即社会改革”的观念,将课程改革纳入社会改革的范畴当中,视课程改革为社会改革的重要内容,如此方能将改革置于广阔的社会大背景之中而不至于在教育领域内自娱自乐、自说自话。毋庸置疑,课程改革直接或间接地涉及社会各群体的利益需求,“如果改革触动了一些人的利益,使一些人的利益受损,自然会有人反对、阻碍改革;反过来,如果有些人可以通过改革获得利益增值,这些人自然是改革坚定的支持者和推动者”^[22]。因此,我们必须充分重视社会各群体基于各自利益和教育需求的关注和参与,在兼顾各群体利益需求的基础上进一步促进其利益的增值,并调和其中实际存在或可能存在的利益冲突和利益不均等问题,以寻求整体利益的最大化,实现促进学生全面发展的根本利益追求。在具体的实践过程中,首先需要厘清课程改革涉及的社会群体并明晰各自的利益和教育需求。课程改革涉及的社会群体主要包括学校、教师、家长、学生以及相关教育媒体、出版商、用人单位等,如欲切实获取其支持,我们必须通过各种渠道了解和明晰他们对改革的要求,在此基础上反思改革可以为他们带来什么,在平衡改革成本和效益之后进一步思考,参与改革能够在多大程度上实现他们利益的增值。唯有如此,方能切实吸引各群体积极参与到改革实践当中;其次,协调改革群体间的利益冲突,寻求利益的最优化。“教育改革就是要改变人们之间在教育资源上的利益分配格局和关系。”^[23]因此,改革所牵涉的利益冲突便不可避免,冲突的衍化必然带来某一方利益的受损或利益的不均衡,由此产生一批改革的抵制者和反对者,因而,协调改革过程中各群体的利益冲突也是获取改革支持的必要举措。为此,我们需要秉持寻求最多数人的利益最大化并兼顾少数群体利益需求的原则,不仅考虑到主流群体的利益要求,同时也应注意倾听来自民间乃至“弱势群体”或“边缘人群”的声音,在此基础上寻求共同的利益追求,实现利益的共生共赢。凡此种种,仅囿于教育专业传媒的宣讲是很难达成的。

2. 确立“系统”、“协同”的改革方法论,重视对公众的舆论引导

改革是一项系统工程,课程改革更是牵涉到社会各群体的相关利益,因此,新课程改革的推进应确立系统、协同的改革方法论。新课程改革不仅需要扎实的专业支撑,还应寻求广泛的社会支持。要在教育专业领域内使力的同时重视通过大众传媒,尤其是主流大众传媒对公众进行舆论引导,同时要设法获得其他社会部门的参与和配合,以求教育领域与相关领域的协同发展。坚定的支持和积极的配合往往基于全面的认识和深刻的理解,只有使公众切实认识到新课程改革的意義和价值并明确其实施和推进与自身利益密切相关,他们才能实质性地投入到新课程改革之中,新课程改革也才能真正地

从广大公众身上获得深入推进的积极力量,取得改革所必需的各社会部门的支持与配合。尤其是,改革越是进入纵深阶段,越需要寻求与相关领域共商谋略以共同进步。而在部分公众对新课程改革知之甚少甚至一无所知、其他社会部门对新课程改革不管不问、不理不睬的现实背景下,我们更需要通过多种渠道进行一场关于新课程改革的通俗化、普及性教育。在此,主流大众传媒应扮演重要角色,新课程改革在其热点栏目、黄金时段应占有一席之地,以便让公众明确到底何谓新课程改革,其理念和举措有何特点?为什么要推进新课程改革,其意义和价值何在?新课程改革对于解决他们所关注的“高分低能”“高招不公”“异地高考”“资源不均”等问题有何意义?新课程改革的推进与他们又有何密切关联,他们从中可以获得什么?等等。这一系列基本问题的阐释和宣传,不仅可使公众对新课程改革有一个基本的认识并有效激发他们参与的积极性,同时也会增强新课程改革的监督力量,扩大其监督的范围和力度,从而有利于改革的进一步完善。

3. 发挥主流大众传媒的作用,加强与专业传媒的舆论共造和心态共导

如前所述,新课程改革欲加强与社会大众的沟通对话必须借助一定的媒介,而具有广泛受众的主流大众传媒在其中可以发挥“强力传声筒”的积极作用,因此,在教育专业传媒探讨和宣传新课程改革的同时,应当注重加强主流大众传媒与教育专业传媒的舆论共造和心态共导,以弥补专业传媒对象狭窄、影响力有限的不足,全面提升新课程改革的公共影响力和社会关注度。这一方面需要主流大众传媒能够明确自身的社会责任和使命,深刻认识到基础教育的社会价值和意义,主动关注新课程改革的动态及发展趋势,并利用其形式多样、通俗易懂、受众广泛等优势积极配合教育专业传媒开展关于新课程改革的宣传报道。“主流媒体的境界与追求是:深刻地关注和记录社会上正在发生和形成的历史”^[24],教育改革作为影响和推动社会发展的重大事件理应成为主流传媒重点关注的对象,也只有对这些重大问题给予足够的关心和重视,主流传媒才能准确地把握社会发展的动向;另一方面,教育专业传媒也应积极寻求与主流大众传媒的交流、沟通和协作。教育专业传媒应深刻认识到教育问题的复杂性和多因素制约性,并充分认识到自身固有的不足和局限,在专业范围内发挥理论解读力、舆论引导力的同时,本着切实促进新课程改革有效推进的责任感和使命感,主动加强与主流大众传媒的宣传合作,共同策划面向非专业人员的有关新课程改革的宣传报道,将专业性强的教育改革信息主动“下嫁”,借助于主流大众传媒的权威性、普及性和公信力,以公众喜闻乐见的方式呈现新课程改革的图景和画面,使新课程改革成为人们津津乐道的话题,从而在社会中形成有利于新课程改革的舆论氛围。

4. 重视以新课改题材的节目制作,以公众乐于接受的大众化艺术形式进行传播

新课程改革首先是作为一种教育改革而存在,其本身的专业性使其难以通过一般的宣传报道便为大众所熟知,因此,在对其进行大众化宣传时需要采取有效的形式,使其既能体现专业特性又能较好地为大众理解,既能引发人们的思考又能激发相应的行为。为此,主流大众传媒应重视以新课程改革

为题材的节目制作,采取公众易于接受并乐于参与的大众化艺术形式进行传播。制作以新课程改革为题材的节目,首先可邀请或吸引有影响力的教育学者开办以新课程改革为主题的系列讲坛或讲座,如旨在弘扬中国传统文化、对公众进行人文素养教育的《百家讲坛》,旨在普法教育的《今日说法》等,如此便能使节目既符合多数受众的文化水平,也契合受众的心理,还能引发广泛的讨论。其次,现有节目中可加入有关新课程改革的内容,如《共同关注》、《新闻调查》、《面对面》等,将新课程改革的核心理念和重要举措以多样化的形式向观众呈现,并结合教育的现实状况和公众最关心的教育问题进行对照解读,使观众不仅愿意收看并能主动参与到相关问题的讨论当中,引导公众对相关教育问题形成理性而全面的认识。再次,应当重视节目的反馈及反馈的现实观照性。公众给予节目相应的反馈(不管是正面的还是负面的)表明其对该问题有一定的关注或有所思考,而欲使这种关注继续保持并引发公众的进一步思考则需要有一定的回应。最好的回应则是回到教育现实,将公众反映的教育问题逐步解决,或将好的意见和建议在实践中切实施行并在相应节目中予以报道——对教育实践变革结果的全面了解才是促使人们持续关注教育问题的最好保证。需要指出的是,一个好节目的制作不应只是为了提高收视率和关注度而一味地迎合大众的喜好和需求,而应在考虑受众接受心理的同时明确自身的社会责任,特别是主流传媒,应时刻牢记自身所肩负的引领大众思想、开展正确舆论导向的使命。

毋庸置疑,新课程改革的推进需要主流大众传媒的积极介入,需要教育专业传媒与主流大众传媒的协同联动、共导共引。看不到这一点,包括新课程改革在内的一切教育改革都会夭折或流产——这并非耸人听闻,而是基于对教育及教育改革的全面认识和教育学者社会责任意识的理性警示!

参考文献:

- [1]沙莲香.社会心理学[M].北京:中国人民大学出版社,1987.
- [2]莫梅锋,刘滢樵.论主流媒体[J].新闻爱好者,2005(5):5.
- [3]瓦耶纳.当代新闻学[M].丁雪英,译.北京:华夏出版社,1986.
- [4]辛继湘.制约课程改革的文化语境分析[J].湖南师范大学教育科学学报,2013(5):61.
- [5]江山野.简明国际教育百科全书(课程)[M].北京:教育科学出版社,1991.
- [6]刘瑜.民主的细节:美国当代政治观察随笔[M].上海:上海三联书店,2009.
- [7]黎民.公共管理学[M].北京:高等教育出版社,2003.
- [8]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.
- [9]蔡春.在权力与权利之间——教育政治学导论[M].北京:北京师范大学出版社,2010.
- [10]余清臣.当代中国教育改革的动力机制分析[J].教育科学研究,2009(10):10.
- [11]吴康宁.教育改革成功的基础[J].教育研究,2012(1):28.

- [12]吴果中,胡 琴.微博语境下新闻报道路径选择和模式建构——以调查性报道为例[J].湖南师范大学社会科学学报,2013(2):142.
- [13]陈力丹.试论大众传媒与舆论的互动[J].北京理工大学学报(社会科学版),2003(4):3.
- [14]吴康宁.反思我国教育改革的舆论支持[J].湖南师范大学教育科学学报,2012(2):5.
- [15]黎 民,张小山.西方社会学理论[M].武汉:华中科技大学出版社,2005.
- [16]李政涛.论当代中国基础教育改革的思维方式[J].基础教育,2009(10):5.
- [17]杨 卉.新课改背景下家长对学校教育的看法及对策[J].学理论,2012(19):230.
- [18]刘红姣.城市初中综合实践活动课程实施现状调查——以长沙市城区中学为对象[D].长沙:湖南师范大学硕士学位论文,2007.
- [19]曹俊军.反思与构想:我国基础教育新课程改革研究[D].长沙:湖南师范大学博士学位论文,2008.
- [20]余文森.论以校为本的教学研究[J].教育研究,2003(4):56.
- [21]刘军梅.新一轮基础教育课程改革的媒介舆论环境研究[D].长沙:湖南师范大学硕士学位论文,2009.
- [22]王永红,王志鹏.基础教育改革的利益主体及其利益分析[J].当代教育科学,2006(4):6.
- [23]马健生.论教育改革过程中的利益冲突[J].教育科学,2002(4):1.

The Value, Defect and Improvement of the Mainstream Mass Media in the Progress of the New Curriculum Reform

ZOU Hui-ming

(College of Educational Science, Hunan Normal University, Changsha, Hunan 410081, China)

Abstracts: Promoting the curriculum reform and guiding the public attitude need the mainstream mass media to get actively involved in. However, the publicity of the new curriculum reform was inaccuracy: the promoting strategies appear methodological mistake to fight alone, the professional leading neglects the guidance for all parts of social, and the reform propaganda rarely reflected in mainstream mass media. Effectively promoting the new curriculum reform must attach importance to the propagating and guiding by the professional media and the mainstream mass media together. Therefore, we should establish the idea of 'the curriculum reform is the social reform', and the reform methodology of 'system' and 'cooperation'. What's more, we also should pay attention to the mainstream mass media, strengthen the program production as the theme of the new curriculum reform.

Key words: intervention; guidance; propaganda; mainstream mass media; the new curriculum reform