

论大众传媒与湖北农村发展的良性循环模式

赵津晶¹ 罗峰² 朱华乔²

(武汉工程大学艺术设计学院,湖北 武汉 430205;湖北广播电视总台,湖北 武汉 430061)

摘要:提出大众传媒、农村与政府协调发展的良性循环模式:大众传媒促进农村发展,监督政府行政;农村发展推动传媒变革,影响政府政策;政府服务与引导大众传媒和农村协调发展。并对此模式进行阐释论述。

关键词:大众传媒;湖北农村;良性循环模式

中图分类号:G206

文献标识码:A

湖北省农村大众传播的两个主体:大众传媒与农村构成了协同互进的关系。大众传媒的信息、教育、娱乐、监督等功能可以促进农村的社会经济文化发展,农村发展则反过来推动传媒变革与发展,而政府作为社会层级的上层,其作用也不可忽视。三者之间的关系可以简单图示(见图1):

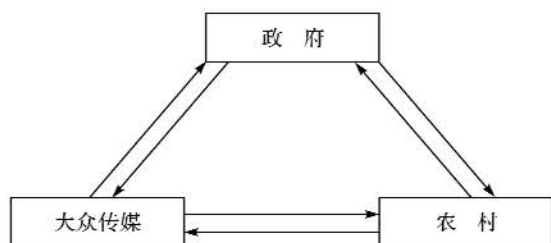


图1 大众传媒与农村发展的良性循环模式

如图所示,大众传媒、农村发展与政府之间的理想状态是三者互相促进形成良性循环。大众传媒提供农村发展所需的市場信息、技术知识、文化娱乐等,促进农村经济繁荣与社会文化进步;并及时将农村的社会问题与状态反映给政府;同时大众传媒又将政府的公共政策与政府行政信息传递给农村公众,通过其舆论监督职能,促进农村政治民主和农村社会的发展。在这个过程中伴随农村的发展进步,大众传媒自身也随之变革与发展;而政府在大众传媒与农村之间发挥服务与引导的社会职能,如根据农村社会状况制定相应的传播政策与农村政策,以促进传媒的进一步发展,推动农村的快速进步。

一、大众传媒促进湖北农村发展

大众传媒在湖北农村社会发展中的作用基于大众传媒的基本功能的同时,也具有一定的特殊

性,具体表现为以下几方面:

(一)推动湖北农村经济发展

“大众传媒在某种程度上可以补偿自然形成的乡村隔绝状态。报纸、杂志、广播和电视为农民传播了现代观念,大众传媒开阔了农民的视野,传播了信息,说服农民接受变迁。”^[1]在当前,农村居民需要能改变自己生活状态、提高自己生活品质的信息,希望能通过大众传媒开拓视野,学习先进的观念和技术,把握更多的市场信息与教育机会,实现发家致富奔小康的理想。

1. 信息服务。在信息社会中,信息将超过物资、能源成为第一战略资源,成为第一生产要素,成为主要资本,同时也成为主要商品。谁掌握了信息,就意味着谁掌握了市场,掌握了发展的主动权。对于迫切需要发家致富奔小康的湖北省农民来说,科技信息、市场信息等的大量需求成为他们接近传媒的主要动机之一。事实也证明了大众传媒所传递的有用信息对于湖北农村社会经济促进的作用。湖北省黄石市大箕铺镇农民郝安杰原来开采金矿,看了中央电视台七套《致富经》节目和湖北电视台的农村信息节目后深受启发,他跟着电视引进新品、调结构,投资农业种药材、种水稻、种蔬菜取得可观的收入,成为全国种粮大户。湖北电视台对郝安杰投入农业的事迹进行报道宣传,引起大冶、阳新附近的农民广泛关注,极大地提高了这两个地区农民种粮的积极性。郝安杰说在大冶、阳新“看着电视种田,盯着市场挣钱,依靠科技致富”已经成为一种时尚。

2. 技术推广。产业结构调整是湖北省农村经济改革的必经之路,由此产生湖北农村社会对于

新技术、新方法强烈的信息需求,如经济作物的培育技术,二、三产业的专业技能等,都是处于转型时期湖北农民迫切需要掌握的。大众传媒可以通过与农业科研、科技推广、技术信息服务等部门的合作,以最广泛的传播使得农业科技信息最快、最经济、最大范围地传递给农村受众,以提高他们对新产业结构的认识水平与适应能力、掌握新技能实现科技致富。由于中国农业人口占全国人口的大多数,推广现代化的农业科学技术,对于中国社会主义现代化建设,具有十分重要的意义。“七五”期间,农业部把通过电视向农民重点传授10项农业新技术列入国家重点科研推广计划。“八五”期间,传媒对旨在促进工农业发展的科技计划“星火计划”及其实施发布了大量报道。作为专门为特定对象播出的有特定作用与意义的节目,建立主动的、特定的联系通道、反馈机制是必要的,但显然,我们的传播媒介在这方面做得不够^[2]。在湖北农村现代化发展道路上,特别是处于当前农村发展的新阶段,大众传媒推广农业科技和科学发展观的作用显得更加突出和迫切。

(二)繁荣农村文化

大众传媒不仅传播文化,而且不断创造出新的文化,对人类社会生活方式等产生广泛而深刻的影响。大众传媒通过传递现代文化信息有力地冲击着农村社会的落后文化,摧毁传统文化中不合时代要求的桎梏,改变保守、封闭的传统观念,代之以现代化的观念,加速社会现代化的步伐^[3]。同时,大众传媒具有公共服务替代作用,对于农村发展中不完善或缺失的学校、影剧院、图书馆、书店、文化站等公共文化服务设施起到替代与弥补的作用。

1. 教育功能。大众传媒的教育功能是指通过传播实现教育、讲解、引导并解决现实问题的功能。在当今社会,教育的概念已不仅仅限于学校的课程教育,大众传媒也成为新型的大学,成为“没有围墙的学校。”大众传媒打破了学校教育的空间、时间限制,通过网上教学、电视课堂、教育普及栏目等方式弥补了正规教育的不足,对于提高湖北农村受众的文化素质与知识水平具有不可替代的功能。“当一个国家开始发展时,全国传播的教育作用是必不可少的,因为这是为全体人民打开通往更宽广的世界的大门,使他们得以了解现代技术知识与公共事务。^[4]”

农村社会教育水平低,农民缺少文化知识成为制约农村发展的关键性因素之一。提高农民的文化水平,优化其知识结构,为其提供必要的专业

技能及文化知识,推动农村发展的步伐,成为当前大众传媒应重视的职能之一。此外,大众传媒的信息传播中涉及方方面面的知识、道德、规范等内容,人们在接受新知识的同时也受到道德、社会规范等方面的教育,对社会价值体系的形成起到了潜移默化的作用。因此,大众传媒对促进农村社会的道德教育、提升整个社会的道德水平具有重要的意义。

2. 娱乐功能。社会主义市场经济条件下的大众传播,数量最大的不是时事新闻,而是大众文化信息,即每年成千上万集的电视剧,无数的影视明星和歌星,数以百万计发行的畅销小说、纪实文学和音乐光盘,还有各种国内外的电视娱乐“大片”,以及每天广播电视节目中各类文化专题节目等。娱乐是农村接近大众传媒的最主要手段之一。由于经济水平及地域条件的限制,农村公共娱乐设施很少,农民的精神文化需求难以满足,因此,大众传媒在农村的娱乐功能就显得格外重要。大众传媒提供各种各样的娱乐形式,使整个社会获得休闲、快乐,从而保持活力,促进和繁荣农村的精神文明。

(三)促进农村政治民主

“大众传播媒介可以通过其‘非政治’产品产生政治效果。^[5]”由于大众传媒所传递的信息内容很难脱离社会政治,同时能够最快、最全面地反映社会政治生活,它比其他意识形态部门更接近政治,因此,大众传媒可以促进和影响农村政治民主发展。

1. 监督政府行政。“媒介是社会舆论的助推器和集散地,它通过舆论的力量对政治活动进行广泛的社会监督。^[6]”大众传媒具有强大的社会环境监视功能,使它成为公众监督政府的重要途径。大众传媒不断向湖北农村传递政府政策与行政活动信息,使得政府行政置于农村公众的视野中,提高政府政策及行政活动的透明度,以保证政府行政民主与政策合理。

2. 促进农村民主行政。“大众传媒进入公众日常政治生活可能带来的直接影响之一,就是公众从这里得到有关政治信息后采取一定的政治行动,他们或者通过传媒来表达意愿、参与政治,或者直接策划其他形式的政治活动。^[7]”大众传媒可以扩大政策对话的范围,大众传媒将政治信息传递给湖北农村受众,促进了湖北农村政治观念的现代化,增强了农村居民的政治参与意识,使其能够积极主动地参与到政治活动中去,提高了农村政治的民主化程度。同时,大众传媒可以为湖北

农村受众提供政治表达的渠道,不仅沟通上下,而且方便社会各部门与农村社会各阶层的相互对话、协商与联系。

二、农村发展推动大众传媒变革

大众传媒对湖北农村发展具有促进作用,而湖北农村的发展则反过来影响大众传媒的发展,扩大传媒市场、优化媒介生态环境,湖北农村的发展变革成为传媒变革的推动力。

(一)扩大传媒市场

社会主义市场经济条件下,大众传媒面临三个市场:受众市场、广告市场和信息资源市场,湖北农村的发展直接扩大了大众传媒各个层面的市场空间。首先,社会发展与变革使得湖北农村受众的信息及精神文化需求呈现多样化,追求更多、更高层次的信息,对于传媒的需求也呈现多样化,必然加大其对大众传媒的接触,增加媒介资源及其相关产品的购买,扩大了传媒的受众市场。其次,湖北农村的发展进步提高了农民的现实购买力,使得湖北农村消费市场成为工商企业与广告商青睐的新天地,必然会扩大其在大众传媒的广告份额,传媒的广告市场扩大,经济效益得到提高。此外,湖北农村对于耐用消费品,如电视、电脑等的购买力提高,增加了其对信息的需求与接近,扩大了对大众传媒的接近,提高其媒介消费的层次,促进传媒节目质量的提高。第三,湖北农村社会经济文化的繁荣发展为大众传媒提供了广泛的信息资源。湖北农村的发展本身就是重要的媒介议程,农村社会的发展变化理应成为传媒关注的新闻热点,对农村传播的节目内容也将随之呈现多元化与丰富性。湖北农村发展对提升传媒的节目内容提出了要求,也创造了优化节目内容的现实环境。

(二)优化媒介生态环境

“媒介生态环境是一个借喻,借生物与它们赖以生存的生态系统之间的互动来比喻传播媒介与社会系统的关系。”^[8]湖北农村社会的发展为大众传媒的发展创造了良好的生态环境:湖北农村政治民主程度的提高可以使大众传媒获得更多的言论自由空间,舆论监督、社会监控的职能可以得到有效发挥;湖北农村经济水平的提高扩大了媒介资源及产品在农村的市场份额,并提供了更广泛的广告资源,提高了媒介的经济利益;湖北农村精神文化的繁荣带来了农民文化素质的提高,使其成为具有较高传媒消费力与鉴赏力的受众。开放与发展的湖北农村社会可以为大众传媒提供广阔的信息资源,农村产业结构的调整为大众传媒对农传播的专业化提供了市场空间,湖北农村具有

尚未有效开发的媒介生态环境。

(三)促使传媒变革

随着城市化进程的加快,农民内部的阶层分化明显,新的社会阶层必然会有不同于原先阶层的信息需求,如离乡不离土的乡镇企业从业人员的需求不同于农业生产者,与城市工人的需求也存在差异;农业结构调整后的新型农民对于新品种、新科技的信息需求也将呈现多样化与专业化。满足受众的需求,是大众传媒的生产动机。为了满足湖北农村社会发展中的新受众群的需求,大众传媒必然要变革现有的传播结构,进行新的媒介定位及媒介市场格局的分割,在变革中谋求发展。媒介定位首先是进行准确的目标受众定位,是将整个湖北农村受众作为目标受众进行泛化传播,还是将农业生产者、城市打工者、农村个体经营者等某一个具体的分化阶层作为目标受众进行专业化传播,媒介都需要进行准确定位,并在此基础上明确向目标受众进行传播的内容及风格形式定位,同时进行有效的信息传播并树立自身的特色。成为媒介市场格局中最先抓住未开发的市场先机的一员,才是媒介经营与发展的制胜之道。

三、政府的服务与引导功能

在建设社会主义市场经济和健全民主法制、深化行政管理体制改革的背景下,政府及其行政职能也在发生着深刻的变化。政府的角色定位得到新的界定,它应该是“公共物品的提供者、宏观经济的调控者、外在效应的消除者、收入及财产的再分配者、市场秩序的维护者”^[9]。服务与引导成为政府职能的新定位。

(一)服务三农

21世纪,中国社会最大的发展冲动来自农村,没有农村的现代化就没有中国的现代化,没有农村的发展就不能实现中国的全面发展。当前,“三农”问题的重要性也被提到了前所未有的高度。2004年中共中央1号文件《中共中央、国务院关于促进农民增收若干政策的意见》指出“要把解决好农业、农村和农民问题作为全党工作的重中之重”,从政策法规的角度明确了“三农”问题的重要地位,体现了党和政府对于农村问题的高度重视。湖北省政府对于农村问题的关注与政策扶持对于农村发展具有关键性的促进作用,湖北省政府通过政策引导与市场调控等方式服务于“三农”起到了良好效果。如湖北省农业科技大集、农博会的开办,就是在政府服务与引导、社会各界共同努力下满足湖北农村对于科技、市场信息等的需求,在解决农村信息传播中是一种有效的信息传

播渠道,农民在农博会上抢信息资料的现象是对这一信息传播方式的需求的有力证明。

(二)引导大众传媒

大众传媒及其产品具有的公共属性使其不但具有经济目标,更要追求公益性。为消除大众传媒在产业化过程中的负面影响,强化其作为公共产品的社会功能,政府就要通过政策与法制管理综合调控传媒的发展方向,再通过市场的建立与维护市场秩序来引导大众传媒,消除因市场运作而产生的信息不平衡,以保证大众传播的社会效益,维护社会各阶层的信息权利。政府已意识到“三农”问题的重要性,通过政策议程及行政调控等方式引导传媒的对农传播。目前采用的方法是设立对农传播的专业化媒体,或从现有媒体中分出一定的空间专门用于农村信息传播,以弥补市场经济中农村在大众传播中的弱势地位。近几年,湖北省政府对农民的信息报、农业网站及电视台中涉农频道或节目的重视及相应的政策调控正是政府引导大众传媒的表现形式。

(三)协调大众传媒与农村发展

社会结构失衡与经济发展不平衡往往是社会发展中的伴生因子。如果不经适时调节,往往会成为制约发展的新难点。我国农村发展过程中,因社会制度、历史遗留、地区差异等原因造成的大众传媒与农村发展的不协调也是一个显著的问题。因此需要政府以政策引导与财政支持的形式进行传媒资源的再配置,以弥补信息差距,促进社会的协调发展。政府具有社会调控能力与强大的财政支持能力,因此,政府在协调大众传媒资源的配置与发展时

能够取得影响广泛的显著成就。如“村村通工程”就是意义重大而深远的一项政府行政调控。自 1998 年至 2000 年的三年间,我国各级政府共投资 16.2 亿元,在 10 万余个通电的行政村接通了广播电视,极大地改善了农村的传播环境,使全国 7000 万农村居民能听到广播和看到电视^[10]。“村村通工程”极大地提高了大众传媒在农村的普及率,提高了农村的信息接收能力。

参考文献:

- [1] 方晓虹. 大众传媒与农村[M]. 北京:中华书局,2002:117.
- [2] 喻国明. 媒介的市场定位——一个传播学者的实证研究[M]. 北京:北京广播学院出版社,2000:35.
- [3] 赵津晶,朱华乔,黄艳,等. 当前农村居民生活消费变迁研究[J]. 武汉工程大学学报,2008(6):113-116.
- [4] 吴文虎. 新闻事业经营管理[M]. 北京:高等教育出版社,1999:135.
- [5] 单晓虹. 传播学:世界的与民族的[M]. 云南:云南大学出版社,2003:5.
- [6] [英]约翰·基恩. 传媒与民主[M]. 北京:社会科学文献出版社,2003:49.
- [7] 上官云开. 让弱者哭出声[M]. 北京:当代中国出版社,2003:103.
- [8] 郑保卫. 论媒介经济与传媒集团化发展[M]. 北京:中国人民大学出版社,2003:187.
- [9] 范剑平. 中国城乡居民消费结构的变化趋势[M]. 北京:人民出版社,2001:40.
- [10] 张福平. 公共空间:大众传媒的必然选择[J]. 新闻与传播,2004(1):14.

A good circular model of the mass media and rural development in Hubei province

ZHAO Jin-jing¹, LUO Feng², ZHU Hua-qiao²

(1. School of Arts and Design, Wuhan Institute of Technology, Wuhan 430205, China;

2. Hubei General Broadcast & Television Station, Wuhan 430061, China)

Abstract: This article puts forward a good circular model of the mass media and rural development in accordance with the government; the mass media improves the development of rural areas and supervises the government operation; the rural development boosts the media reform, and influences the official policies; the government serves and guides the mass media and the rural harmonious development. And the article illustrates this model.

Key words: the mass media; the rural areas in Hubei province; a good circular model

本文编辑:吴晏佩