

中国农民大众传媒认知研究

特约专家 罗以澄

当代中国社会现实中有两大问题十分引人注目:一是日益扩大的贫富差距;二是城乡断裂背景下的倒“T”型社会结构——两极分化社会开始形成。倒“T”型社会结构是社会学家李强对第五次全国人口普查抽样数据进行分析之后,按照“国际标准职业社会经济地位指数”(ISEI数值)测算的我国社会经济地位结构。在该结构中,构成倒“T”型社会结构底部一横的,是巨大的农村社会阶层;而构成中部一竖的,则是城市的社会阶层。

无论是日益扩大的贫富悬殊,还是城乡两极分化的社会开始形成,这两大问题都与农民社会阶层的生存状态相关,表现着农民社会阶层的底层化和弱势化;其投射到传播领域,则表现着农民社会阶层的传媒资源占有和传播接近权实现上的弱势地位日趋凸现。目前,我国社会弱势群体指的是经济上贫困的、在社会和政治层面表达与追求自己利益的能力处于弱势的社会群体,主要包含着贫困农民、进入城市的农民工、城镇下岗职工三类人,农民是其主体之一。弱势群体尽管人数众多,但他们所能掌握的社会资源很少,他们的声音很难在社会中发表出来。在现实社会中,凡是涉及弱势群体的利益,往往要靠政府和大众媒体来为他们说话;如果政府和媒体不为他们说话,他们则难以有效地表达和追求自己利益。在城乡社会结构断裂和两极化发展的背景下,尤其是经历了媒介都市化、阶层化之后,农民受众的传播弱势地位的凸显,已经成为一个不争的事实。

农民社会阶层的传播弱势地位,彰显出农民阶层在当代社会结构中利益表达话语权的缺失。这种缺失的根源在于社会利益博弈机制的失衡。传播领域是处于社会政治、经济、文化场域之中,并受到这些场域影响与制约的社会中介场域。它直接映射社会政治、经济、文化场域的矛盾、冲突与问题。因此,社会利益博弈机制的失衡,自然而然地要投射、显现到传播场域之中。市场经济从本质上说是一种建立在利益主体分化基础上的博弈经济,它要求建立四大利益关系机制,即利益表达机制、利益博弈机制、利益协调机制、制度化的解决利益冲突的机制。这当中,首要的问题就是利益表达机制。在现代市场经济中,利益表达是博弈的基础。从利益关系与博弈的视角,审视现今占全国人口70%的农民群体,居然没有一个真正意义上能为他们说话、为其争取应有权益的利益集团。一些长期关注“三农”问题的学者认为,正是由于农民缺少自己有组织、有力量、掷地有声的“代言人”,才造成在公共政策决策中几乎没有话语权,在分配与再分配活动中只能成为任人宰割的对象。农民自己的“代言人”,主要是指那种能够把农民组织起来,使分散的、弱势的农民,能够成为一种社会整体的政治、经济力量,一种参与社会利益的表达与博弈的社会组织;当然,也包括能够呈现农民的生活与意见、满足农民受众的信息需要的大众传媒。

要解决农民社会阶层的利益表达话语权的缺失和传播弱势地位问题,建构“以农民为本”的新农村传播体系,就必须研究和考察农民阶层的媒介认知,进而研究它们的媒介评价和期待。因此,考察农民阶层的媒介认知具有重要的意义。这种意义至少有两个方面:一方面,可以帮助我们把握农民与媒介关系的实然状态,有利于传播层面洞悉农民信息需要、优化媒介结构、调整传播内容,解决结构失衡、内容失语等问题,形成有利于中国社会和谐发展的传媒结构和传播机制。另一方面,能够为形成农民阶层的利益表达与博弈机制提供支持,有利于实现社会结构优化、阶层利益合理配置的建设发展思路,有利于缩小贫富悬殊、修正承修断裂,促进城乡一体化统筹发展的现代化进程的推进。

为此,教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目“新闻传媒发展与建构和谐社会关系研究”课题组,在2007年2月—5月间,抽取江苏省常州市武进区、广东省东莞市属镇、湖北省枣阳市、湖南省浏阳市、四川省资阳市雁江区、陕西省白水等位于我国东、中、西部的6个县级行政区,进行了农民大众传播认知调查,形成了研究发现和结果,并且针对调查中发现的问题,提出了对策和建议。本栏目发表的论文,就是该项研究结果和解决问题对策的呈现。