

精准扶贫的媒介话语传播研究

王宏涛

(厦门大学 人类学与民族学系, 福建 厦门 361005)

[摘要] 精准扶贫的媒介话语, 通过媒介传播的多维表述, 体现出一种既是身体书写与符号文本的实践过程, 又通过国家权力与大众传播的多重勾连, 在精准扶贫媒介场域形成一种相互作用有效的分析框架。完善多重勾连, 以贫困村文化共同体发展理念为核心, 展开媒介扶贫话语的时空化立体传播, 建设精准扶贫媒介传播新话语。

[关键词] 精准扶贫; 媒介话语; 国家权力; 大众传播; 多重勾连

[中图分类号] G206 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1000-3541(2018)05-0101-04

DOI:10.13761/j.cnki.bflc.2018.05.018

Research on Media Discourse Communication of Precision Poverty Alleviation

WANG Hong - Tao

(Department of Anthropology & Ethnology, Xiamen University, Xiamen 361005, China)

Abstract: The media discourse of precision poverty alleviation, through the multidimensional expression of the media, embodies a practical process of both writing and symbolic text, and through the “multiple hooks” of state power and mass communication, effective analysis of the role of the framework. Improve the “multiple hook even” to the poor village culture community development concept as the core, launched the media poverty alleviation discourse of the three-dimensional spread, the construction of accurate poverty alleviation media to spread new words.

Key words: Precision poverty alleviation; media discourse; state power; mass communication; Multiple hook even

在全球信息化大背景下的精准扶贫问题上, 媒介话语传播扮演了重要角色。精准扶贫涉及贫困村和贫困农民, 而造成贫困的原因和产生的社会影响力却并不仅限于农村。事实上, 在传播的硬件设施大量进入农村, 带来现代化媒介的同时, 贫困农民并没有如想象中的那样, 自然地进入现代化的媒介环境中, 在媒介现代化和媒介环境转型过程中, 贫困农民仍然是弱势群体。为贫困村弱势群体提供更多的话语表达权, 寻找和重塑媒介话语表达空间, 在多维表述的媒介话语中, 将精准扶贫的信息传播到贫困村中, 以建设新的扶贫文化为契机, 拓展媒介话语的传播力度、广度和深度。

一、国家权力: 身体媒介话语与组织网络话语

(一) “第一书记”的身体媒介话语

麦克卢汉提出媒介即身体延伸。任何一种传播媒介的技术、形态及传播方式都是身体或身体性的传播媒介。身体与传播的关系表现为媒介内涵文化, 身体媒介在身体框架中和身体功能内运作, 媒介的发展以身体与传播的互动为表征, 通过身体的连接, 身体资源与媒介相遇从而转换为信息传播, 信息传播又提升反馈作用于身体。福柯的身体政治开启了对权力的新诠释。在《规训与惩罚》中, 福柯说, 身体也直接卷入某种政治领域; 只有在身体既具有生产能力, 又被驯

服时，才能变成一种有用的力量；身体是一种话语体系^[1]（p.27）。身体倚重于国家权力有形力量的出场与运作，不仅构成了精准扶贫的执行主体，还使精准扶贫工作得以贯彻并成功运转，不是身体制造贫困媒介话语，而是贫困媒介话语书写、勾连和重塑了身体。也就是说，精准扶贫之所以可能，在很大程度上是因为身体媒介话语传播代表的是国家形象，所承载的是国家资源，所行使的是国家权力，身体话语代表国家意志，成为精准扶贫媒介话语现身的国家政策传导者。精准扶贫鉴于经济社会资源总量的限制，在反贫困问题上，国家权力只能重点突破、集中力量解决精准脱贫的问题，就不得不借助于国家机关，进入精准扶贫制度化治理话语表述轨道。

2012年，中央政府为提高扶贫绩效，创新出“第一书记”新制度，随后这一制度在全国渐次推开，主要为发挥第一书记的能动性来缓和弥补官僚制结构性不足。自上而下的国家权力通过科层制组织借助媒介传播手段，以“身体”为载体，以“会议”为仪式，以“扶贫”为话语，从一个传统的乡绅社会改造为一个现代政权领导和组织下的政治社会，实现了国家权力对乡村社会的渗透^[2]（pp.117-121）。第一书记这种有形的“身体”存在，传播媒介通过外在于身体的技术手段和通讯设施的延展，身体在场将扶贫政策文件信息内化为符号文本，使得这一符号文本走村入户，以会议传达等形式得到传播，符号文本向下传播需借助“开会”这一“神圣化”的仪式展演来进行。文本经过会议逐级的扶贫话语传达，不断提升其执行力和紧迫感。“开会”是在中国当代国家权力体系内部或受其支配、影响的一种模式化的集体互动形式^[3]。会议严肃紧张的会场气氛和会议本身所具有的仪式的功能，制造出一种空间共同遵守的准则规范，第一书记身体在场的权力话语较其他传播方式更具有权威性，使参会者聚焦切身利益的特定问题，让贫困群众对国家权力传导下的符号文本经过筛选过滤，清除与己无关的信息，留下经过加工或还原成可理解部分的有用信息。媒介话语传播阶段，身体作为传播的终端，借助精准扶贫，“第一书记”在国家权力和贫困群众传播空间之间可以自由转换身份，其扶贫政策传递与贫困群众脱贫意识相互交织融合，使精准扶贫在村落内部和外部的贫困场域实现更为紧密和多元的互动。

第一书记在对贫困村亲属网络、风俗习惯与人情世故等地方性知识尊重的基础上，使得精

准扶贫工作权力的媒介关系网络在国家层面、乡镇政府、文化精英与贫困村民之间互动时，所借用的“资源”或“手段”中起着尤为关键的作用，是国家权力试图在实施有效边界与范围，在权力重点领域与时段，以扶贫媒介话语的方式来建构与重构权力，以此扩大或强化自身权威，从而使国家所预期的权威与秩序得以达成的一种治理努力与实践。例如，高校第一书记充分利用自己来自高校系统与自身的科技知识储备，助力精准扶贫，作为指导贫困村脱贫致富的顶层设计与科技传播者，第一书记从传统的扶贫方式朝着现代农业合作社智能方向转变，从以经济扶贫为主、以服务为辅向以服务为主、以管理为辅转变，通过充分发挥自己的专业特长，结合农村实际，为贫困群众脱贫精准把脉、出谋划策，着力在基础设施建设、产业发展、公共文化服务上，提供技术支撑和智力支持，依托文化引领作用，为精准扶贫开发工作的顺利搭建了高校服务贫困村的平台，建立起有凝聚力、感召力、影响力的精神家园。

（二）贫困村干部的组织网络话语

当村干部与第一书记在同一扶贫场域中相遇时，在国家权力话语层面，精准扶贫政策出发点上的合理安排是发挥第一书记的能动性，以此来缓解弥补科层官僚制结构性不足，但在实施过程中，并未给第一书记和村干部留下足够的合作治理的时间与空间。由于扶贫开发整村推进工作的主体是村一级，村域不仅是精准扶贫开发工作的核心场域，还是扶贫媒介政治演绎与运作的主场。中央政府是政策发布者，省、市、县、乡镇等四级组织是中央与农民之间媒介信息的传播者。传播者信息从最高权力层传播到基层组织，扶贫政策颁布与媒介话语传播之间会出现时间滞后与理解错位的现象。这种现象的产生，往往是时间关系节点衔接不畅，容易产生媒介传播中歧义性的政策解读，从而影响媒介话语的效力。扶贫政策宣传需设定脱贫时间表，相应的媒介传播也要设定时间表。时间表的起始阶段要从扶贫政策的历史出发，以政治变革、经济发展、文化变迁、技术革新为背景参照，可以解决精准扶贫信息经过逐级传播，在时间和空间上的误读或者扭曲，产生事实上存在的“信息分化”现象，从而做好基层组织网络协调工作。村干部对村里情况熟络，针对贫困户的思想工作方法和执行政策能力，经过长期在基层工作摸爬滚打的话语历练，他们的扶贫本地策略也更为精准有效，这是

作为下派干部的第一书记在精准扶贫工作中所缺乏的。村干部在扶贫工作中，可以借力第一书记的媒介资源提升效率和水平，对第一书记形成一种既依靠又独立的双重态势，村干部通过关系网络建立和扶贫项目实施得到了多方面的能力锻炼，学到了项目管理知识，积累了人脉技术资源，在传播方式上，力图打破村民权力认知格局，使贫困村干部树立组织网络在村民中的威信和合法性认可。

二、大众传播：弱势媒介话语与文化精英话语

（一）贫困村民的弱势媒介话语

媒体话语传播在社会层面更关注社会的精英阶层，对农村弱势群体的关注点主要在扶贫报道与国家发展战略结合，平面化的信息报道方式还在使用俯瞰的视角，并没有对基层社会有长期的观察和了解，以及其与国家与社会发展战略之间关系清晰的了解和已经发生的巨大变化，没有深刻地意识到“人们不是被随意书写的空白纸张”^{[4] [p. 248]}。因此，使得农村弱势群体的各项权益有效保障落实不到位，农村弱势群体话语权被边缘化。

就媒介自身的现状而言，这是媒介传播的组织结构决定的，农村媒介生态在发挥其功能时呈现矛盾态势：媒体主要有信息传播、舆论监督、文化传承和娱乐消费等功能，但媒介在农村传播生态系统中，主要发挥日常娱乐功能，而农业科技信息和文化传承功能发挥得不充分，文化引领作用不显著，除了娱乐交往，相对于贫困农村更需要信息的输送和实用技术的帮助。而实用性强，针对脱贫致富的内容比例较少，不能充分满足贫困农户了解信息和学习技术的真正需求，造成媒介在涉农传播中既受农村客观条件的限制，也受媒介生态结构的制约。电视“村村通”在农村传播面广，但同时缺乏“多元化”的媒介传播格局，没有多样化的媒介综合发挥其功能可供自由选择，电视音像一体的短暂性和时空传播的即时性，导致电视媒介传播功能的单向度发展。而媒介自身在传播过程中，由于媒介传播存在商业的趋利性，贫困农户并不是媒介的主要消费者，贴近农村实际的信息与科技节目在数量上，不占优势，在质量上，更是与贫困群众的需求存在现实的鸿沟。

（二）农村精英的文化网络话语

通过新的媒介信息“嵌入”自然村落体系，

以及自然的宗族血缘姓氏体系，在大众传播时代，媒介对贫困农户的影响多半是通过农村精英阶层来完成的。作为有知识有文化的群体，他们与乡村以外的商业活动交往较多，因此，见识更广，信息更灵通，思想更开阔，同时随着经济地位的提升决定其社会地位也相对较高，更容易接受外来新思想的影响，并且服从当地的社会民俗习惯和行为规范。人际传播在贫困农村较之城市运用更广泛，因为熟人社会可以消除对不确定性的疑惑。在一个有效的人际传播网络中，农村文化精英置身于信息中心，可以有效地把来自外界先进的信息传递到消息闭塞匮乏的贫困农民那里，由于同类性信息传播中交流话语频繁，亲友邻居的信任就成为最容易产生文化精英的因素。话语传播的信息往往因为其一贯的文化权威而具有可信性。文化精英的产生，是村民仍然会将相对具有一定社会能力的代言人当成他们的文化领袖。农村文化精英的语言权威大大高于大众媒介的影响。传统的乡村治理是在农耕文化、宗族观念基础上，形成的身份和血缘认同，农民心中自己信服的举荐人是知书达礼、获得功名、家族长者等有威望的人，成为文化精英是基于信息权威强势和农民的信息弱势。文化精英拥有很强的发现和创造文化的能力，通过农村喜闻乐见的一些曲艺形式，在他们的手中被赋予传播文化的内容，比如，广场舞、小品、山歌、花儿等，创作一些乡村扶贫文化的话语表达，他们主动宣传科技扶贫政策、移民搬迁动员、大棚种植技术，记述乡村扶贫文化变迁中的文化习俗和现代风尚，这些都是建设媒介扶贫新话语的重要资源。

三、“多重勾连”的精准扶贫媒介话语场域分析

通过分析国家权力和大众媒体在乡村精准扶贫场域的表述和行动，我们可以窥见第一书记、贫困村干部、贫困群体与文化精英，在受到话语限制的个体活动空间和突破时空限制的网络媒介空间在不同层面多重勾连的交织和转换。从这个意义上说，精准扶贫及人们在其中的互动，使其可能成为一个得以勾连不同身份、空间和多向度的新型地域媒介空间。在精准扶贫媒介话语意义的生产和传播过程中，即便是国家权力的意识形态的表达，也必然包含内在张力，力图涵容或抚平矛盾与争端。在精准扶贫透过媒介话语意义的生产再生产过程中，不断划分出新型权力场域和行动规则，媒介话语作为文本，在生产者完成

后,由大众来参与解读,大众会通过解码参与媒介话语意义的生产,话语权力的差别会映射出精准扶贫的效果。在精准扶贫的媒介场域中,现代媒介话语的多维传播信息渠道和手段,并没有完全替代贫困村中旧的传播体系,传统的人际传播方式仍然相当有效地运转着,人们的生产生活、丧葬嫁娶、农事节气等传统文化习俗都还根深蒂固地从上一代感染和影响着下一代人。在贫困村长期以来所发生的各种变迁中,话语传播媒介必须与其他因素相结合,才能展示出它应有的影响力。精准扶贫的话语媒介场域必须考虑多重勾连的四个要素:国家权力与大众媒体的关系;文化精英与贫困群体的关系;村落场域内外部的各种媒介力量之间的相互关系。这些错综复杂的媒介关系所形成的合力,就是贫困村文化发展变化的走向。作为权力场域之一的现代传媒所承载的意识形态对村落文化的发展有着规定制约作用,通过参与精准扶贫事务来实现对村落文化的控制,让文化在政府设定的轨道上运行,诸如教育扶贫、产业扶贫、文化扶贫等就是很明显的体现。大众媒体在文化模式、群体规范、人际交往等媒介话语传播中有着自己的“逻辑”。贫困户面对大众媒介传播的海量信息和不断变换的新观念,他们显得茫然无所适从,而且贫困村民的定式思维使得在对扶贫政策信息进行解读时,必然包含迟疑、隐藏和误读,在被动、消极与抵触间徘徊,他们在场域内外是弱势话语。贫困村民的消费水平既限制了传媒场域精准扶贫发展的现状,又制约了权力场域向村落文化强有力地延伸,并且村落场域内部各种力量之间的关系,又并不总是协调发挥作用。由此可见,村落文化的变化具有两可性和多重意义,仅靠国家权力媒介话语的力量无法推动村落文化的发展繁荣。受大众传媒文化的冲击,贫困村庄的文化面貌已与传统乡村有很大差异,但仍然有自己以传统为特征的整体文化特征,这就注定了精准扶贫媒介场域是一个既难以被全盘现代化改变,又难以被传统化保留的村落共同体。

四、建设精准扶贫媒介传播研究的新话语

在精准扶贫政策下,国家权力一直致力于将乡村社会整合在国家共同体中,并开展清晰化治理,这一理念是通过制度化的强制力推进的,身

(作者系厦门大学博士研究生,宁夏大学教师)

体媒介和基层组织传播正是这种硬性治理策略的体现。目前,媒介的大众传播则是采取软性的治理策略,借助间接的、更易于接受的地方性话语治理策略,符合贫困乡村社会作为一个有机生命体的需要。身体媒介和组织传播是贯穿国家权力连接基层政府引导贫困农民的媒介话语关系,大众传播将国家权力与村庄场域直接勾连在一起,改善贫困乡村政治生态环境,更容易达成乡村社会媒介场域话语博弈力量的均衡。大众传播作为国家对乡村社会的“嵌入”,建立了农民对国家的心理认同。我们看到一种具有现代意识的国家观念,抑或是一个它将分散的乡土社会纳入统一的精神文化体系中,建构起农村基层社会与国家意识形态的精神通道^[1](pp.117-121),将精准扶贫政策落脚到广泛的社会背景中,在多层次的媒介报道中,大大拓宽对政策本身的传播力度,展开媒介扶贫话语的时空化立体传播。因此,建设媒介扶贫信息的新话语,共享发展是一种行动视角下的参与式发展理念,通过媒介渗透及使用和信息技术扩散来促进国家与社会的现代化、促进人的现代化。媒介不仅成为报道精准扶贫的平台,还是参与者共同构建精准扶贫话语的平台,那么媒介便成为弥合不同阶层之间知识沟的一种有效工具。虽然贫困地区的媒介传播在很大程度上依然还在原来的社会关系中展开,但伴随新媒体的不断普及已有所突破,传播媒介在原来的人际传播方式基础上扩展开并发生变迁,媒介传播相互融合,共同发挥作用,积极培育贫困村庄媒介话语的内生性供给,发出跟进现实融入日常生活的声音,满足贫困群体和各种组织的信息诉求,增强网络媒介的向心力和凝聚力,传播媒介构成当前贫困地区传播方式的补充和延伸,并形成当前贫困地区的完整的传播生态,构成精准扶贫媒介传播新话语。

[参 考 文 献]

- [1][法]米歇尔·福柯.规训与惩罚[M].刘北成,杨远婴译.北京:生活·读书·新知三联书店,2010.
- [2]王越,费爱华.从组织传播到大众传播:国家治理乡村社会的策略演进[J].南京社会科学,2012(4).
- [3]刘光宁.开会:制度化仪式及其对当代社会观念和政治文化的影响[J].当代中国研究,2005(3).
- [4][美]D. B. 杜鲁门.政治过程——政治利益与公共舆论[M].陈尧译.天津:天津人民出版社,2005.

[责任编辑 吴井泉]