

Rural Community Media and Farmers' Information Modernization

Yuan Yongtao

Abstract: The modernization of peasants, that is inseparable from the modernization of agriculture and countryside, has been examined in communication studies mainly focusing on the consequences of mass media. Based on the field investigation in Baima village, this paper puts forward the concepts of *rural community media and individuals' information modernization* as analytical framework to explore the correlation between media use and personal development of the peasants. Result shows that the traditional community media such as audio broadcasts hardly function nowadays and *WeChat groups* are rising to be appealed to. However, in accordance with the purpose and preference for self-entertaining, the use of WeChat groups does not result in improvements of peasants' knowledge or cognitive structure. In the light of the investigation, the practices of rural communication in future should make more efforts to improve quality of contents and efficiency of delivery in addition to the relatively well-developed media infrastructure.

Key words: Rural communication; Peasants; Community media; WeChat group

乡村社区媒介与农民的信息现代化

原永涛

摘要: 乡村振兴要求推进农业农村的现代化, 农民个体的现代化是其中的必要组成部分。本

作者简介: 原永涛, 宜春学院文学与新闻传播学院讲师, 博士, E-mail: yyf1909@126.com。

课题项目: 国家社会科学基金项目“乡村传播生态变迁与西南边疆地区乡村治理研究(19BXW072)”。

文章引用: 原永涛. 乡村社区媒介与农民的信息现代化 [J]. 中国新闻评论, 2022, 3 (1): 17-28.

<https://doi.org/10.35534/cnr.0301003>

文从传播学视角的“传播与人的现代化”命题出发,选取乡村社区媒介这一特定媒介形态,考察它在农民的媒介使用和信息现代化过程中的作用。基于白马村的个案研究表明,传统乡村社区媒介(乡村广播、布告栏等)的信息传播功能正在瓦解,乡村微信群作为一种新型社区媒介被积极使用。但乡村微信群目前更多被用于娱乐消遣性用途,在提升农民知识水平、改善认知结构、促进个体信息现代化方面的效果尚不明显。未来的乡村传播建设应重点关注农民接触的信息品质及接收效率。

关键词: 乡村传播; 农民; 社区媒介; 微信群

Copyright © 2022 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



乡村振兴战略要求推进农业农村的现代化,促进“农业全面升级、农村全面进步、农民全面发展”^①。农民的发展是农业农村现代化建设的目标之一,农民现代化即“人的现代化”是农业农村现代化的题中应有之义。农民的现代化命题在人文社会科学研究中有多条分析进路,本文试图采用实证研究方法从传播学视角做相关探讨。

一、传播与农民的现代化命题

当代社会科学关于“现代化”的讨论大致可以分为两类。常见的一类是从总体上关注宏观层面的国家、社会现代化进程。在世界范围内,现代化的理论研究区分为社会学、经济学、政治学三条主干进路,^②我国则主要从“社会过程”“理论路径”和“价值理想”三个维度去认识其意义和功能。^③另一类从“人的现代化”——即个人现代性的发展——角度进行考察。个人的现代性是指一整套能够在现代社会中比较顺利地顺应生活的价值观、生活态度和社会行为

① 习近平总书记在2018年9月21日主持十九届中共中央政治局第八次集体学习时的讲话。

② 孙立平. 传统与变迁——国外现代化及中国现代化问题研究[M]. 哈尔滨: 黑龙江人民出版社, 1992: 3-6.

③ 陈映芳. “转型”“发展”与“现代化”: 现实判断与理论反思[J]. 南京社会科学, 2012(7): 51-58.

模式，^①人的现代化也就是这些观念、态度和行为模式的养成过程和结果。秉持这一研究范式的学者认为，人的发展是现代国家、制度和经济产业发展的先决条件，现代社会的进步必然依赖于民众的现代人格和品质。^②

出于对现代化这一重大时代主题的关注，传播学于20世纪50年代提出“传播与人的现代化”研究命题。勒纳（D. Lerner）、施拉姆（W. Schramm）、罗杰斯（E. Rogers）等知名研究者不同程度的投入其中，他们一致认为，大众媒介在人的现代化进程中发挥着积极、显要的作用。^③国内相关研究从20世纪80年代中期陆续展开，在基本观点上大致继承了西方研究者的立场。一项代表性研究是孙五三在20世纪90年代主持的“媒介与观念现代化”全国调查，结论认为居民媒介行为作为文化程度与观念现代化的连接中介，促成了二者之间的正向显著关系。^④

在涉及乡村社会问题时，中国的传播学研究从一开始就吸纳了现代化的话语框架，20世纪后期的乡村传播研究绝大部分是从“人的现代化”这个点上来切入的。^⑤1987年，中宣部、广播影视部联合开展了一项农村抽样调查，重点研究大众媒介对农民现代化的影响。结论认为，较多接触大众媒介（广播、电视）的农民在进取精神、参与意识、教育期望、家庭生活观念等现代性方面得分较高。^⑥进入21世纪之后，大众传播依然被认为是农村现代化、城市化发展道路中的两股力量之一，引导和促进农村社会向现代化迈进。^⑦总体而言，现有研究大都对传播在农民现代化进程中的作用给予了积极正面的评价。

但是，既有研究也存在方法或概念运用上的不足。在方法上，国内现有的研究大多是将英克尔斯（A. Inkeles）和史密斯（D. Smith）创立的个人现代化指标稍加变通，再与传播效果研究中的媒介接触调查相嫁接，理论模型与中国农民传播实践的契合不够紧密。譬如，中国乡村的重要特点之一是“熟人社会”性质，农民日常信息接触中的非大众媒介（Non-mass Media）发挥了重要作用，但这在以往的调查研究中往往被忽视。在概念运用上，有些研究将人的“现代化”简单地化约等同于“观念现代化”，导致问题域被压缩，分析路径也相对单一，而且传播学学科的理论特长也未得到发挥。

① 周晓虹. 流动与城市体验对中国农民现代性的影响——北京“浙江村”与温州一个农村社区的考察 [J]. 社会学研究, 1998 (5): 60-73.

② INKELES A, SMITH D. *Becoming Modern: Individual Change in Six Developing Countries* [M]. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1974: 3-4.

③ 李斯颐. 传播与人的现代化研究：源流、认识及评价 [J]. 新闻与传播研究, 2004 (1): 71-80.

④ 孙五三. 交往行为与观念现代化（媒介与观念现代化全国调查报告之一） [J]. 新闻与传播研究, 1994 (2): 16-24; 孙五三. 媒介行为与观念现代化（媒介与观念现代化全国调查报告之二） [J]. 新闻与传播研究, 1994 (3): 70-80.

⑤ 郭建斌. 传媒与乡村社会：中国大陆20年研究的回顾、评价与思考 [J]. 现代传播, 2003 (3): 47-50.

⑥ 王怡红. 大众媒介对观念现代化的影响 [J]. 新闻与传播研究, 1990 (2): 31-37.

⑦ 顾炜程, 朱娇娇. 社会转型中农村的传播媒介与观念变迁、交往格局的关系研究——以青浦农村家庭调查为例 [J]. 新闻大学, 2007 (2): 70-74.

在以上讨论的基础上,本文尝试引入两个概念——“乡村社区媒介”和“信息现代化”——来搭建传播学视角下的农民现代化研究框架。通过对白马村研究个案的田野调查,试图回答两个问题:(1)农民是如何使用乡村社区媒介的?(2)作为后果,乡村社区媒介是否或如何促进了农民的信息现代化?

二、两个主要分析概念

(一) 乡村社区媒介

西方社会科学所称的社区媒介(Community Media),是指以媒介近用权为核心、与主流媒体相对而言的另类媒介(Alternative Media),具有由社区管控、规模较小、双向传播、非商业化、支持社区发展等特征。^①在中国的社区治理和传媒体制背景下,则通常是指以特定的居住与生活社区为空间边界的信息传播载体,相关研究亦主要面向城市社区语境,将分析的着眼点聚焦于“社区报”或“小区业主网络论坛”。但实际上,“社区”一词被引入中国社会学研究时,最早是被用于描述中国乡村的性质,^②中国早期的社区研究主要就是村落社区的研究。^③因此,社区媒介的概念也同样适用于中国农村的媒介研究,而不仅限于城市社区语境。

从社区媒介的使用来考察农民的现代化问题,其价值在于社区媒介潜在的社会功能。在一般意义上,社区媒介既是居民的嘴和腿,也是政府的耳目喉舌,具有促进公共协商、培育社区共同体的价值。^④在农村地区,一方面主流大众媒介(如电视)并未在乡村发展中发挥可见的积极作用;^⑤另一方面,在“推动社会治理重心向基层下移”的政策导向下,村委会的工作重要性日益凸显,与之配套的乡村社区传播机制也将相应地被强化。这意味着乡村社区媒介将在农民信息接收活动中扮演日益重要的角色。

在具体形态方面,认定某种媒介属于乡村社区媒介时,该媒介应当符合四个条件:(1)具有公共性特征,不包括私人交往活动中的人际或圈群媒介;(2)具有清晰可辨的传播空间边界,一般是以村或乡镇为范围;(3)传播主体以本地村民为主,也包括村委会等村庄组织机构;(4)强调传播活动参与者之间的互动,排除单向度的大众媒介。这四条标准是基于乡村社区的

^①FULLER L K. Introduction [M] //FULLER L K. Community Media: International Perspectives. New York: Palgrave Macmillan, 2007: 1-20.

^②费孝通. 江村经济: 中国农民的生活 [M]. 北京: 商务印书馆, 2001: 25.

^③狄金华. 中国农村田野研究单位的选择——兼论中国农村研究的分析范式 [J]. 中国农村观察, 2009 (6): 80-91.

^④贾茜, 蔡雯. 中国社区媒体运行模式及其价值研究 [J], 当代传播, 2015 (1): 14-16.

^⑤申端锋. 电视下乡: 大众媒介与乡村社会相关性的实证研究 [J]. 华中科技大学学报(社会科学版), 2008 (6): 100-105.

传播实践而提出的，有较好的操作性和实用性。

以之为标尺，国内乡村最常见的社区媒介大体上可分为两类。第一类是“公共设施媒介”，包括乡村公共标识设施、墙面标语和宣传画、乡村广播、公共布告栏。这类媒介的日常运行由公共职能部门（如村委会）来负责，本质上是一种组织传播媒介。第二类是习惯上所说的“新媒介”，即数字网络媒介，在乡村地区（以本文的调查样本白马村为例）直接表现为村民使用的微信群。

（二）农民的信息现代化

所谓农民的信息现代化，是在“传播与人的现代化”命题框架下，农民以科学、高效的媒介手段和积极、理性的态度观念来获取信息和文化知识，以达到适应现代社会生活、提升个体价值的目的与效果。这一概念的价值首先在于其操作性。“现代化”作为一个宏大的理论命题，在具体研究工作中必须赋予其操作性意义；“信息现代化”经由传播学的分析视角，给出了具体的研究问题落脚点，有助于研究者建立清晰的分析路径。其次是对外部行为的重视。与此前更多被讨论的“观念现代化”相比，“信息现代化”更强调农民外在的媒介使用行为及其信息接收效果，这使得研究结果具有更好的客观性，同时也更符合英克尔斯的个人现代化模型。后者既包括主观态度取向的“分析模型”（革新倾向、效能感等多项人格特征）和“主题模型”（对宗教、妇女等多项主题的看法），也包括客观行动取向的“行为模型”（话语表达之外的实际行动）。^①

信息现代化的测量可以参考英克尔斯和史密斯的工作。经过繁复详尽的调查研究，他们认为，人的现代化的测评指标应包括是否以及多大程度上积极认知世界、认同教育价值、努力提升经济状况、强调责任感等，也包括对大众媒介和非大众媒介的使用。^②在调查所使用的119个问题中，最终发现3个问题能够典型地反映受访者在媒介使用指标上的现代化程度，分别是：（1）受访者从报纸上获取新闻的频度（每天/经常/很少/从不）；（2）最信任的国际新闻来源（大众媒体/非大众媒体）；（3）最感兴趣的新闻类别（国际/国内/社区/体育/宗教）。^③从媒介获取信息的频度更高、更信任大众媒体、更偏爱国际新闻的受访者通常具有更显著的现代化特征。这三个问题分别对应于媒介接触频度、媒介类型和新闻类型，本文将其列为农民信息化程度评测的关键指标。

① [美] 英克尔斯. 人的现代化素质探索 [M]. 天津: 天津社会科学院出版社, 1995: 44-65.

② INKELES A, SMITH D. *Becoming Modern: Individual Change in Six Developing Countries* [M]. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1974: 29, 30, 109.

③ SMITH D H, INKELES A. The OM scale: A comparative socio-psychological measure of individual modernity [J]. *Sociometry*, 1966, 29 (4): 353-77.

三、个案和方法

本文采用个案研究法，以山东省白马村为对象，^①实施定性分析。该村所隶属的L县名列国家“千年古县”之一，改革开放以来先后入选全国农村综合实力百强县、全国财政收入百强县；但在第二、第三产业快速增长的同时，全县粮食产量从2012年开始下滑，2015年设施农业面积大幅度缩减。^②这些数据表明L县正在从传统农业经济向现代经济模式转变。以此为背景，白马村也正处于从传统农村向新农村转型的进程中。这对于考察农民现代性的发展具有较好的代表性。

经验材料来自田野调查。笔者于2018年12月至2019年8月期间进入白马村，以参与式和非参与式观察为主，辅以非结构化访谈，采集到足量的一手资料。与乡村传播研究中常见的问卷法、结构化访谈法相比，田野方法更关注被调查者的外在行动表现，即英克尔斯所说的“行为模型”；通过观察农民外在信息接收和传播行为，能够最大限度地避免自述偏差，提升结论的客观性和信度。^③

分析逻辑主要遵循英克尔斯和史密斯确立的方法原理，同时结合白马村农民的传播实践进行了拓展阐发：（1）考察白马村农民从社区媒介获取信息的频度，该频度与农民的信息现代化程度正向相关；（2）考察白马村农民从社区媒介上获取的信息类型，知识类、时事类和跨生活区域（Beyond Geolocation）的信息获取与农民的信息现代化程度正向相关；（3）考察白马村农民社区媒介使用的目标，其中信息性目标（Information-acquiring Purpose）与农民信息现代化程度正向相关，消遣娱乐性目标负向相关。

四、白马村的社区媒介调查

对照前文所述乡村社区媒介认定条件，白马村的社区媒介可分为两种具体形态，一是公共设施媒介，二是农民使用的微信群。

（一）公共设施媒介

公共设施媒介本身属于村庄集体的公共设施，但又承载了信息传播的媒介功能。在白马村，这类媒介主要有公共标识设施、墙体标语和壁画、广播“大喇叭”以及村委布告栏。

公共标识设施，例如界碑、牌坊、村委会大院铭牌、村内人造景观等，承载了特定的信息指示功能。这些设施在刚刚建成的时候能吸引村民们的注意，短期内成为村子里日常闲谈的一

① “白马村”为所调查村庄的化名，这里遵循社会学乡村研究的惯例而隐去其真实名称。

② 中国经济信息网统计数据库 [EB/OL]. <http://db.cei.cn/page/Default.aspx>.

③ [美] 约翰·扎勒. 公共舆论 [M]. 陈心想, 等译, 北京: 中国人民大学出版社, 2013: 75-76, 89-90, 109.

个话题，但很快就被熟视无睹了。应该说，这类媒介设施对于村民的信息获取而言较少具备实质性意义。

墙体标语和壁画分布于村内主街两侧，喷绘于临街的民房山墙或院墙上。标语是过去农村里常见的宣传手法，在村民的集体记忆中，村里的标语先后出现过建设四个现代化、发展集体经济、反邪教等内容。但目前现存的已经不多，走遍全村能够辨识出来的就只有零星的几条，如“只生一个好”“关爱女孩从心开始”“建设社会主义公德”。作为一种曾被广泛使用的乡村宣传方式，墙体标语正被逐渐弃用。村委会会计 YFT（男，55岁）说：

“（标语）都是镇上统一安排的，上面有要求，咱就搞，没有，就不乱搞。”^①

墙体标语消失的另一个原因是被更美观的壁画所取代。2017年，在L县开展的新农村建设行动中，临街的绝大部分适用墙面均被重新粉刷，由政府安排专业人员绘制中式水墨风格的宣传画。其主题或者是社会主义核心价值观，或者是福气、善恶、慎行等中国传统文化。这些壁画制作精良，不但美观大方，而且历经两年多的风吹日晒仍然保持完好，成为村里的一道特色人文景观。不过，由于内容从不更新，这些壁画与公共标识设施一样几乎不具有实质意义上的信息传播价值。

相比较而言，喇叭广播和村委布告栏具备了较为实用的信息传播能力，可视为村里公共设施媒介的代表。被村民们称为“大喇叭”的广播设备是两个外径约为50厘米的户外扩音器的组合，悬挂在村委会大院内两根电线杆的顶端，喇叭口分别朝向南、北方向。村委大院位于白马村的中心位置，因此喇叭的声音可以覆盖到全村每个角落。“大喇叭”的主要用途是向全村通报各类通知，例如催缴电费、代收电话费、召开党员干部会议、提醒村民秋收，等等；有时候也会帮忙发布一些临时性广告信息，例如替贩卖化肥的流动商贩广播一下，以方便村民上街购买，当然这是不收费的。除此之外，在没有集体公共事务和通知信息需要发布的时候，喇叭保持关闭状态，不会被用来广播娱乐内容，比如音乐或戏曲。这确保了它作为村庄信息工具而不是公共娱乐设施的基本性质。

村委布告栏被开辟在村委大院临街一侧的外墙上，高约一米，宽约三米。顶部象征性地安装了一块挡水檐，表示这块区域是张贴公告专用。大部分时候，这里只供村委会张贴政府和相关部门的正式公告文件，例如人民检察院发布的案情公告、市文明办发布的《乡村公约》、市环保局发布的《环境保护倡议书》，以及村庄内部的一些公共事务公告，如《白马村红白理事会章程》；间或也会被张贴商业广告，来自镇上或者县里的商场、店铺的促销单页。

与广播喇叭相比，布告栏的传播效果要更差一些。从田野观察的结果来看，村民们几乎从不在布告栏前驻足阅读上面内容，无论是公告文件还是广告单页。在一次街头闲话中，笔者以

^①2019年5月11日在白马村村委会的访谈记录。

县环保局发布的《环境保护倡议书》为话题，询问在场的农民是否在布告栏看过或者了解更多细节。村民LXC（男，72岁）说：

“在哪里贴着？俺没看见。（我们）老东西字都不识几个，还看什么告示？”^①

后来笔者又以同样的方式试探着询问村里的年轻人，村民YYH（男，35岁）笑着说：

“哥哥你又来笑话我了。那什么公告啊通知啊，那是你们文化人看的东西，俺这小老百姓没事儿跑去瞅那个干什么，屎壳郎冒充大先生嘛！”^②

这些话语反映出了村民不阅读布告栏的原因：一方面，自身的文化水平决定了他们对文字这种信息介质不敏感；另一方面，他们对于内容本身亦没有足够的主观兴趣，并不认为这些东西与自己的个人生活有何关联。

总的来看，在白马村的上述四种公共设施媒介中，公共标识设施、标语壁画和布告栏基本上不能产生有实质意义的信息传递；村庄广播的使用频率相对较高，但广播内容大多为事务性的通知，比如催缴电费。一定程度上可以说，这类社区媒介设施所折射出来的更多是一种“前现代社会”^③特征，它们均未被用来传播科教知识、新闻资讯或者政府宣传内容，从而也就无助于提升村民的信息化水平。

（二）乡村社区微信群

值得更进一步探讨的是数字媒介技术背景下的新型社区媒介。在城市生活社区中，这类媒介形态相对多样化，除业主微信群之外还有小区物业网站、业主网络论坛、社区LED屏幕等。但在白马村为代表的乡村社区中，这类媒介单一的表现微信群。

将农民使用的微信群视为一种新型社区媒介加以考察，首先是因为它符合乡村社区媒介的基本特征，群成员主要来自本地村庄，群内互动内容也主要面向大家所熟悉的本地事务。之所以说它“新”，是因为数字化、网络化的技术应用使它承载的乡村交往具备了一定的“虚拟性”，而中国农村则属于典型的以面对面互动为特点的“熟人社会”，因此它的广泛使用会带来什么样的信息传播效果，就有了新的想象空间。

1. 白马村农民的微信群使用概况

在白马村的手机用户群体中，微信已经成为“装机必备APP”之一。在谈到使用微信的初衷时，村民LYJ（女，51岁）哈哈大笑着说：

“抢红包啊！哎呀你不知道那些人，每天早晨还没睁开眼就开始（抢红包）了！半宿溜夜

①2019年5月13日的街头访谈记录。

②2019年5月13日的串门访谈记录。

③[以]艾森斯塔德，晓良。论传统社会、现代社会和后现代社会[J]。国外社会科学，1991（12）：3-7。

的也有人发！他们的手机弄了个自动功能，小C（指她的儿子）他们说是装了个什么软件，红包一来自动就抢了，真叫他们热闹坏啦！”^①

红包营销策略在农民群体中效果显著，有效促进了微信在农村的普及。为了抢得更多、更热闹，LYJ通过亲戚朋友的互相招呼、串联，先后加入了十几个微信群，在每个群里都参与过抢红包活动。同时，也通过这些微信群“发现”并添加了更多的微信联系人。

经由“红包大战”所组建出的若干规模不等的微信群，其中一部分在抢红包的活动场景结束之后（例如由春节转入农忙季）就自然转入非活跃状态，但有一些规模较大的群则长期保持下来。为了了解村民在群内的聊天内容，笔者通过村委妇女主任LSR（女，48岁）的“邀请”加入了七个本地微信群，分别是：（1）“白马社区”，151人；（2）“L市旅行部落”，168人；（3）“Z镇农商行客服群”，164人；（4）“喜洋洋窗帘快乐骑行”，118人；（5）“游山玩水吃喝群”，117人；（6）“爱心公益服务”4队，412人；（7）“相识就是缘”，240人。^②从2018年12月到2019年8月，笔者在这些群里以“潜水”方式开展网络田野观察。

所得到的经验材料无疑是琐碎的。经过梳理归纳，可分为两个方面进行描述呈现，一是各微信群的运行概况，二是群内传播的信息内容。

微信群的运行概况反映了它们作为一种社区媒介在农民日常信息活动中的结构性地位。首先是各微信群的“主题”，或者说该群的组建初衷或存在目的。从群名称可以看出，这些群的主题五花八门，包括闲话消遣型、事务导向型、组队娱乐型、社会公益型、相亲交友型等。不过，从实际调查情况来看，随着时间的推移和新成员的加入，各群内互动的内容并没有什么特定的方向。换言之，这些微信群均属于结构松散的公共闲聊群，除了名称不同之外，性质上并没有什么明显区别。其次是群成员的组成。在七个微信群样本中，“白马社区”的成员绝大部分为本村常住居民，其他六个群的成员结构相对复杂，既包括本村居民，也有来自本镇其他行政村的村民。这些群成员大多通过微信好友互相拉人头的方式入群，因此大部分人彼此之间不同程度的相识。再次是各微信群的活跃度。在LYJ的手机里依然保留着若干个无人发言的微信群，LYJ称之为“死群”。而笔者所加入的七个群则始终保持了较高的活跃水平，群成员数量保持缓慢但稳定地增长，群内几乎每天都有人发言、互动以及转发动图、网络链接等。各群每天的新消息约为几十到上百条这样的数量级，不过没有什么特别的规律性。

微信群的传播内容方面，调查结果显示，村民们在群里发布和互动的信息大致分为五类，按照数量比例由大到小排列为：网络搞笑类和鸡汤类的图片和视频；各种形式的广告，包括商业广告和个人广告（如网络拉票、出售个人物品等）；涉嫌违法的内容，如叫卖假烟、转发淫

^①2019年2月21日的串门访谈记录。

^②各群成员人数数据采集于2019年6月30日。

秒视频、公积金套现等；彼此相识的群成员之间的日常闲聊；少量其他内容。在信息的文本形式上，他们明显偏爱富媒体（Rich Media），经常转发图片、视频和超级链接，与其他群成员互动时最常使用语音，很少使用屏幕键盘输入文字消息。

相较于媒介拥有数量和使用频率来说，人们选择的内容及兴趣指向是影响其现代化程度的更重要的因素。^①令人遗憾的是，白马村微信群的日常传播内容当中极少表露出现代性因素，如积极认知世界、认同教育价值、强调责任感等。特别值得注意的是，在笔者实施网络田野观察的9个月中，村民们从未在微信群中就公共社会议题开展讨论。换句话说，如果仅从微信群里的村民话语去考察他们的信息结构，很容易得出他们毫不关心国家或世界公共事务的判断。当然，这种判断实际上并不准确，农民们在日常交往中仍然会谈论新闻时事，但不是在微信或者其他媒介平台，而是在街头闲话或酒桌饭局上，以人际传播的方式展开。

2. “准官方”性质的“白马社区”微信群

在以上所调查的七个微信群中，“白马社区”的性质尤为特别一些。这种特别表现在两个方面。其一，“群主”由白马村妇女主任LSR担当，村委会的其他几名干部也均已入群，并且保持了相对普通村民更高的活跃度，经常在群里发布集体通知或公告等内容，事实上把该微信群作为了“大喇叭”的替代或补充。这样的人员结构和功能使“白马社区”被赋予了一种“准官方”性质，与那些结构松散的微信群相比，它正被有意识地改造成乡村基层治理的制度化媒介工具。其二，“白马社区”的群成员绝大部分是本村常住村民，仅极少数是因务工或随子女搬迁而在外居住的，但户籍仍在本村。这种简单的成员结构决定了它更加“纯粹”的村庄社区媒介性质，而且无形中也建立起以行政村为范围的话题边界：作为严格意义上的熟人社群，他们开展传播活动的“公共意义空间”基本限于本村新闻和事务。由此两点来看，“白马社区”作为村庄社区微信群，既具备自上而下的制度化特征，也拥有自下而上的受众整合度；理论上，它有能力成为乡村传播治理的主平台，承担起引领农民走向信息现代化的功能。

然而，截止到本文的田野调查结束，这种预期还没有成为现实。出于多个方面的原因，“白马社区”作为农民信息现代化工具的功能未能得到很好地发挥。首先，在群内的消息类型和内容方面，与其他六个研究样本相似，也充斥了大量网络转发而来的“垃圾消息”，包括低俗和搞笑视频、奇闻轶事链接、网络拉票二维码、广告以及各种谣言等。这些内容的受欢迎情况暂时还缺少严谨的研究结论，但可以肯定的是，它们在总体上能够反映出村民对微信群的用途认知。从调查结果来看，这些用途认知当中很少包含环境监测、社会化、知识传承等内容。

其次，群内人际互动的话题大多聚焦于“家长里短”，比如这一场雪下的多大，那家的话

^① 孙五三. 交往行为与观念现代化（媒介与观念现代化全国调查报告之一）[J]. 新闻与传播研究, 1994（2）: 16-24; 孙五三. 媒介行为与观念现代化（媒介与观念现代化全国调查报告之二）[J]. 新闻与传播研究, 1994（3）: 70-80.

养得真好，应季水果去哪里买，等。从信息现代化的评测指标（积极认知世界、认同教育价值、努力提升经济状况、强调责任感等）来看，这些话题没有表现出明显的现代性。这种互动虽然在形式上接近乡村中的街头闲话，但不具备闲话的“隐秘的公共性”，^①还不能成为一种非正式的控制手段以维护村庄熟人社会秩序的效果。

再者，即使仅将“白马社区”视为农村基层政宣工作的窗口，其实际效果也不尽如人意。如前所述，作为一个“准官方”性质的微信群，村委干部经常会在群里发布各类政策、通知、公告等消息，诸如农田防火、垃圾堆放、新农合投保动员等，甚至还有镇政府下发来的民意调查问卷。然而，这些消息极少在群里收到回应，既无人表示收到，也无人询问细节，更没人提出质疑。村民YZJ（男，43岁）说：

“（群里的通知公告信息）有时候就看见了……但是正经营生还不够你忙的，谁能成天抱着个手机捣鼓呢？”^②

总体来看，虽然村委会干部班子有意将“白马社区”微信群打造为村庄公共信息传播平台，但在本文的研究阶段内，村民们并没有表现出明显的配合意识或行动。

五、结论与讨论

本文以山东省白马村为个案，在乡村振兴战略背景下考察农民的信息现代化状况。农民的信息现代化受到多种媒介因素的影响，以往的研究大多关注主流大众媒介（特别是电视），本文则择取乡村社区媒介作为分析视角和路径，并将其区分为村庄公共设施媒介和农民微信群两种具体形态。在分析逻辑上，提取农民对社区媒介的使用频度、使用目的和信息类型三个指标作为推论的依据。调查结果显示：（1）白马村农民从公共设施媒介获取信息的频度/数量显著偏低，这类媒介仅发挥出很低程度的乡村信息传播载体功能；农民微信群的整体活跃度较高，理论上具有成为重要乡村传播媒介的潜能。（2）使用目的方面，两种社区媒介的共同点表现为日常事务性信息的传递，其中，微信群的使用还呈现出高度显著的娱乐化特征；信息现代化所需要的如环境监视、社会化、知识学习等媒介用途表现不明显。（3）信息类型方面，除了村委干部张贴、转发的通知公告之外，在村庄社区媒介上保持流通的主要是娱乐消遣类内容，知识类、时事类和跨地方性的资讯较为罕见。这些分析表明，在白马村的社区媒介中，无论是作为“旧媒介”的公共设施媒介还是作为“新媒介”的社区微信群，在农民信息现代化进程中的积极推动作用均不明显，暂未在提升农民知识水平或改善其认知结构方面发挥实质性效用。

^① 李永萍. 隐秘的公共性：熟人社会中的闲话传播与秩序维系——基于对川西平原L村的调研[J]. 西南大学学报（社会科学版），2016（5）：46-53.

^② 2019年2月19日的串门访谈记录。

当然,这并不能简单推论出对农民信息现代化的消极态度。实际上,本文仅仅从乡村社区媒介这单一角度进行了讨论,而影响农民信息接触结构的要素还应包括大众媒介阅读、个体教育、生活经验等多重变量。即使仅从本文的研究角度上,也还是能够发现一些积极的事实,例如准官方性质“白马社区”微信群的建立以及村委干部在其中的工作,本身即是从无到有的进步。而且,微信群为代表的新媒介正被用于补充甚至逐步取代传统的乡村媒介(如布告栏和大喇叭),一定程度上可以表明,新媒体时代的农村正在铺设数字化、网络化传播基础设施,为消解信息鸿沟、促进城乡融合发展提供物质条件准备。

另外还有两点需要说明。其一,本文调查的七个微信群是基于“乡村社区媒介”的定义标准而选取的,性质上具有公共媒介属性,不同于农民私人社交网络上的微信群。后者对于农民信息化的影响可能更加依赖于群成员的个体特征。例如孙信茹考察了云南大羊村37位年轻人组成的“大羊青年”微信群,这些年轻人都有过在外打工或社会流动经历,见识比一般村民更广;对他们而言,“大羊青年”既是对当地生活情境的“在场”,同时又充满了“脱域”和现代性。^①

其二,乡村社区媒介之所以暂时未能有效发挥农民信息现代化的促进作用,主要障碍并不在于农民的媒介阅读能力,而是在于信息获取的主观意识。在白马村,大部分中青年农民已经在积极使用智能手机,对一些常见的操作和应用也能熟练掌握;但是,他们并未将其视为获取社会信息、了解更多知识的媒介工具,而是更多作为一种新奇技术推动下的电子玩具。在这种意识主导下,视频和游戏成为他们手机上使用频度最高的应用类型,新闻资讯类则受到“冷落”。

基于以上研究结论,本研究对农村信息现代化建设提出“两个基本方针、三个操作策略”建议。两个基本方针是指,一方面继续推进以覆盖率为目标的乡村传播基础设施建设,特别是数字化、网络化的新媒介基础设施,以之作为乡村信息现代化的必要物质条件;另一方面加强以质量为目的的传播内容建设,引导农民有效、高效地接收高品质资讯。三个操作策略是指基于政府部门的“主动作为”,首先继续在部分经济落后的农村地区推行电脑下乡、宽带下乡,消弭传播基础设施的城乡差异;其次运用新媒介技术建设统一的对农信息集成播控平台,有计划、有组织地向农民传播高品质资讯;同时在乡村基层组建结构化的传播渠道,将“准官方”性质的村庄社区微信群升级为官方的、正式的结构化信息平台,发挥乡村干部和乡村能人的管理和示范作用。

^① 孙信茹. 微信的“书写”与“勾连”——对一个普米族村民微信群的考察[J]. 新闻与传播研究, 2016(10): 6-24.