

传播“公共性”视角下的城乡数字鸿沟

郑晓迪

(1.山东大学 新闻传播学院,山东 济南 250100;
2.山东艺术学院 设计学院,山东 济南 250014)



摘要 公共传播是当前传播学研究的热点,在对传播“公共性”解读的基础上,从传播“公共性”的视角分析城乡数字鸿沟发现,当前城乡居民之间的数字鸿沟正呈加深的趋势,一方面表现在公共资源分配不均、传播渠道开放性差异等“物”的因素方面,另一方面表现在城乡传播者多元性、主体性、媒介素养、传播理念等“人”的因素方面,这种数字鸿沟的存在使得农村传播资源不足、传播渠道不畅、传播意识和传播能力缺乏等问题严重。为此,要保障城乡“数字公平”,使农村居民获得与城市居民平等的传播权益,就需要从减少城乡数字鸿沟开始:在新媒体环境下,加强农村居民对传播资源的使用权、媒介的接近权、话语的表达权和利益的诉求权等;尤其要加强农村居民媒介素养,唤起农村居民的主体传播意识,促进城乡数字民主化进程,让农村居民也能在公共传播领域表达、理解、批判、质疑各类信息,逐渐建立公共、公平、民主的城乡居民传播体系。

关键词 公共传播;数字鸿沟;数字民主;主体性;共享性;公共利益

中图分类号:G 206.2 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-3456(2017)04-0139-06

DOI 编码:10.13300/j.cnki.hnwx.2017.04.019

公共传播是近年来传播学研究的热点,进行传播“公共性”的理论探源可以深入探索公共传播的内涵。传播的“公共性”内涵既包括空间属性上的开放性,又包含了传播资源的共享性、传播主体的多元化、传播目标上的公共利益取向等。数字鸿沟问题与公共传播的应然性要求相悖,从公共传播视角来看待城乡数字鸿沟具有重要价值,可以分析城乡数字鸿沟的现状,寻找原因与对策,帮助农村居民进行有效的权益和诉求表达,促进城乡数字民主和社会公共治理。

一、“公共性”内涵解析与公共传播

哲学范畴的“公共性”(publicity)一词来自于古希腊,其内涵与古希腊城邦生活密切相连,主要是指古希腊城邦公民由私人区域走向社会区域,与他人协作、共事的过程。西方哲学家对“公共性”的概念内涵进行多种解读,汉娜·阿伦特在《人的条件》中区分了私人领域、公共领域与社会领域,并将亚里士多德视为公共政治生活的拥护者,他认为公共性是指公开和共同,即事物能够公之于众,让不同群体的人群从各自不同角度进行评价、议论和解读,最终形成共同的关系属性^[1]。近代对“公共性”进行集中深入研究的哲学家哈贝马斯对“公共性”进行重新解读,并赋予其新的内涵。哈贝马斯的“公共领域”的概念是近代政治哲学合法性和正当性论证的核心,其关于“公共领域”的论证继承了法兰克福学派对工具理性的批判思路,主张促进公民在国家整体和私人生活之间的公共领域内对公共事务进行批判式、反思式讨论,而参与这种讨论的人之间是互为主体的,即谈话双方是主体间性关系;后来,哈贝马斯把交往理性的概念引入公共领域,主张通过理性对话进行商谈从而达成共识^[2]。马克思对“公共性”没有直接论述,但是其思想中包含了“公共性”的观念,例如马克思认为人是社会现实中的

收稿日期:2017-01-13

基金项目:山东大学新闻传播学院部校共建研究项目;山东大学青年学者“未来计划”项目。

作者简介:郑晓迪(1982-),女,讲师,博士;研究方向:公共舆论传播。

人,不是抽象的、观念中的人,人存在于社会关系中,人与人之间进行着物质交往和精神交往。马克思还主张通过合理的分工和社会分配,实现公共利益,这些都是人的公共性的体现^[3]。Splichal 梳理了“公共性”的多维度的概念化过程,他认为公共性包含相互关联的五个语义层面,分别是:作为社会类目的“公众”(public);作为某种活动或空间属性的“公共性”(publicness);作为准则,作为人类基本权利的“公共性”(publicity);在国家与市民社会之间的公共空间的公共领域“public sphere”;作为意见表达的“公共舆论”(public opinion)^[4]。哲学上对“公共性”的探讨主要从政治治理的角度展开,主张为市民提供一定的场域空间,主旨是维护共同体的公共利益,具有共生、共治、共享的基本价值理念。

从“公共性”内涵解析中可知,“公共性”蕴含着“公意”、“公共舆论”、“公开”、“公益”等特点,与事实公开、广泛参与、民主监督、自由交流密切相连,这与信息传播过程密切相关。在人类传播过程中,传播的“公共性”问题一直隐含其中,这些问题包括传播的信息是否是公共意见的表达,是否关注了公共议题,信息是否是公开、真实的,传播资源对公众是否是公开的,传播价值上是否以公共利益为取向等。传播的“公共性”与公众权益表达和社会民主治理密切相关,对促进社会公平和社会稳定也有重要意义^[5]。互联网新媒体发展背景下,传播的“公共性”特征明显,表现在传播技术对时间空间界限的打破,使得人人时时处处都可以进行信息传播和接收,信息的丰富程度、公开程度和传播速度都得到空前提高,这是公共传播中传播主体的多元性、传播渠道的开放性和传播内容多样性的表现,是传播“公共性”的重要表现。除此之外,传播的公共性还体现为传播理念的公益性上,在互联网新媒体传播环境下,对传播的公益性关注需要提高,当前网络传播中的网络水军、谣言、隐私侵犯、网络审判等现象与传播的“公共性”相悖。公共传播能够促进多元社会意见的呈现,鼓励公众在网络公共领域内进行观点讨论和诉求表达,使得以公共利益为基础的公共舆论形成社会影响力^[6]。在这一过程中,公众议程可以通过公共传播影响媒体议程,进而影响官方议程,促进社会问题的解决和社会治理。公共传播使大众传播时代经典理论“议程设置”和“沉默的螺旋”部分失效,打破了官方对话语权的垄断,公众被互联网赋权,有利于社会民主和进步^[7]。基于以上对传播“公共性”的解析,公共传播的“公共性”可以做如下的概括,即传播资源的共享性、传播渠道的开放性、传播者的多元性与主体性、传播理念的公益性等。

与公共传播相背离的现象之一是数字鸿沟,数字鸿沟不符合传播“公共性”的应然性要求,是传播“公共性”不足的表现。数字鸿沟又称为信息鸿沟,其英文为“digital divide”或者“digital gap”。数字鸿沟来自于“知识沟”假说,“知识沟”由美国传播学者 Donohue 等在 20 世纪 70 年代提出,他们在对电视传播效果进行研究的基础上,认为不同的社会地位、文化水平与社交范围的人在接触电视节目后,原有的知识差距没有被缩小,反而被扩大^[8]。数字鸿沟是知识沟在互联网信息时代的具体表现,其内涵更加丰富,美国国家远程通信和信息管理局(NTIA)将“数字鸿沟”的内容概括为 ABCD 四个方面,即 A(Access)是互联网资源的可进入性上的差异,包括软件资源和硬件资源;B(Basic Skills)是人们在基础信息处理能力上的差异;C(Content)是指互联网内容和功能更迎合人群需求的差异;D(Desire)是人们上网的意愿、目的、动机和信息获取模式上的差异^[9]。这四个方面中,AC 属于客观条件造成的数字鸿沟因素,是“物”的因素,BD 属于主观媒介素养造成的数字鸿沟差异,是“人”的因素。这与公共传播内涵中的“传播资源的共享性”、“传播渠道的开放性”、“传播者的多元性与主体性”、“传播理念的公益性”相对应,其中,前两者属于资源和条件相关的“物”的因素,后两者是与传播者和传播理念相关的“人”的因素。

二、公共传播视角下城乡数字鸿沟中的“物”的因素

从传播的“公共性”视角来看待城乡数字鸿沟,首先需要探寻城乡居民在享受公共传播资源和条件方面的差异,这是城乡数字鸿沟形成的“物”的因素。公共传播的应然性要求在传播资源上具备共享性,在传播渠道上具有开放性,在城乡不同环境中,传播资源和传播渠道的差异为居民进行传播提供了不同的客观条件。

1. 城乡传播资源的“共享性”与数字鸿沟

公共传播的前提是传播资源的均等与共享。传播资源的共享性是指各类传播资源能实现共享,实现公众对资源的共用。《贝弗里奇报告》提出了现代福利国家普遍认同的社会保障原则:3U 原则。

即普享性(Universality)、统一性(Unity)和均等性(Uniformity)原则^[10]。他认为社会福利政策应该覆盖各类人群,这是社会公平的重要尺度;国家需要建立统一性公共福利保障体系,这样可以保障优质的公共服务;每个受益人都可以均等地享受公共服务和资源。新中国成立以来,我国的公共传播服务体系建设不断发展,有线电视、广播、网络等技术与服务正在覆盖全国各区域。但从城乡公共传播资源对比来看,存在硬件资源和软件资源的明显差异,这可能制约农村居民对传播资源尤其是数字化资源的使用,不利于均等地共享公共传播服务。

1983年以前,我国的广播电视主要作为公共文化事业存在,针对农村广电服务的不足。1983年以后,随着广播电视基础设施改革措施的推进,“四级办”、“村村通”、“三位一体”、“三台合并”、“三网融合”等战略逐一出台,农村广播电视公共服务领域的技术、信息和服务功能不断增强,网络数字化发展趋势明显。2016年,国务院提出“户户通”的新目标,提出到2020年实现数字广播电视“户户通”,形成“覆盖城乡、便捷高效、功能完备、服务到户”的新型广播电视覆盖服务体系的新目标。目前,绝大多数农村可以通过卫星、地面无线和有线收听、收看广播电视,其覆盖率在90%以上,我国有线电视传输网络覆盖全国30多个省。截至2016年6月,农村宽带接入用户同比增长了36.8%,达到6 955.4万户,包括“村村通”、“户户通”在内的直播卫星用户相比去年年底增长超过1 600万户,达到8 772.1万户^[11]。虽然在政策上对农村网络公共服务体系的建设有所倾斜,但是仍然存在许多问题:网络基础性设施普及不平衡,农村宽带覆盖率不足,网络信号不稳定,宽带速率远低于城市;网络专业技术人员匮乏,设备老化、故障难以及时维修;网络便捷性人性化服务不足,在服务质量、服务效率、服务态度等方面远不及城市网络服务;对农村网络宽带的管理和监督不足,用户反馈机制缺乏;地方网络提供的内容单一,以政策宣传为主,难以满足精神文化需求。为此,2016年7月中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《国家信息化发展战略纲要》,提出了加强城乡网络公共服务保障、改善城乡发展不平衡的措施,以实现“用得起,用得上,用得好”的目标。

2. 城乡传播渠道的“开放性”与数字鸿沟

传播渠道的开放性是公众使用传播渠道的基础。传播渠道的开放性是指公民在参与传播时,传播的各种渠道应该是开放的、共享的,这体现了不同公众在媒体渠道的平等接近权。在近代报纸媒体出现以前,我国民众的信息传播主要通过人际传播和群体传播实现,传播形式也仅限于实物、语言、文字等,官方对民众的发声权和发声内容进行严格限制,传播渠道也主要垄断在统治阶级手中。到了近现代,报纸、电视、杂志等媒体形式使传播效率迅速提高,但传媒机构是传播信息的主体,是大众传播系统的发声者,将公众看作信息的接收者,公众参与传播渠道的机会较少^[12]。当前,以互联网为主的多种媒介形式的并行发展对公众进行赋权,使公众享有自由发声的权利,这是传播渠道开放性的集中体现。在这一背景下,公众可以在互联网虚拟空间中以不同方式表达诉求,这从传播渠道开放性上看是传播公共性的重要体现,也是社会进步的重要表现。

网络公共媒体是公众社会监督和诉求表达的渠道,各类网络传播平台的兴起虽然在一定程度上实现了媒介使用的平等权,但是当前网络传播渠道对城乡居民的开放程度上存在明显差异,网络公共媒体向农村居民的开放程度低,专门针对农村居民诉求表达的平台较少,农村居民在网络平台中的零星表达很快就淹没于互联网的海量信息中。由于网络公共媒体的栏目或版面设置中,媒体关注的议题内容的偏向性,使得传播渠道对城市居民的开放程度远高于对农村居民的开放程度,公共媒体中反映的与城市相关的需要解决的问题也高于农村相关问题,农村议题难以进入公共议程。专业化的农村网络媒体较少,而且关注的话题一般是农业技术、经济、党政等问题,由专业的媒体从业者来规划内容,对农村居民的开放程度低,农民参与媒体内容生产的机会很少,农民的话语权也难以在专业农村网络媒体上实现。媒体在进行社会监督过程中起重要作用,专业媒体更是要发挥媒体在农村社会中的监督作用,《南方农村报》网络版是践行传播渠道“开放性”的先锋,其网络版专门设有“读者俱乐部”板块,用户可以登录账号进行爆料、评论或其他互动。其基本定位是为农民代言,为农民“维权”、“平权”和“赋权”,维权是维护法律政策赋予农民的基本权益,平权是使农村居民和城市居民享有均等的公共权益,赋权是赋予农村居民知情权、话语表达权等^[13]。这三大功能的实现很大程度上是通过农村居民传播渠道的开放,在线广泛吸纳农民建议和意见的方式进行的,这是农村媒体进行开放性改

革的初步尝试。传播渠道的开放性是实现公共传播的必要非充分条件,要解决城乡数字鸿沟的问题,就得提高公民媒介素养,这样传播渠道对于公众来说才可能是公共的,否则公众在媒介使用能力上的不足会影响传播的公共性效果。

三、公共传播视角下城乡数字鸿沟中的“人”的因素

城乡数字鸿沟不断加深的主要原因是“人”因素,即因不同的受教育程度、经济能力及文化背景等,城乡居民群体对公共信息进行获取、理解、鉴别、使用、质疑、评估、思辨等能力存在差距,这些差距本质上是媒介素养的差距,这与传播的“公共性”相悖。在公共传播视野下,城乡传播者的多元化、主体性程度存在差异,公共传播理念的公益性意识也存在差距,这些差距使得城乡居民在原有资源差异的基础上数字鸿沟进一步扩大和加深,加剧了传播不平等。

1. 城乡传播者的“多元化”与数字鸿沟

公共传播的特点之一是传播主体的多元化。传播者的多元化是指在传播过程中,传播的参与者是多元化而非一元化的,即不同传播主体的平等话语权,这是传播公共性的重要体现。不仅政府、组织是传播的主体,任何个体也是传播的主体,不仅精英个体是传播主体,任何人都可以进行信息的接收和传播,传播者的身份更加多元。公共传播的“公共”与“公众”密切相连,公众参与才可以建构真正的传播“公共性”。理论上,多元公众参与传播的过程实际上是平等话语权的表现,每个群体和个人都可以对某事物发言,其声音能够得到传播。互联网带来了多元主体参与传播过程的可能性,在互联网平台多元主体可以参与到民主政治、社会治理、舆论监督、新闻传播、文化艺术传播等多种活动中去。

网络媒体的最大特点是传播主体的多元化。互联网的开放性使得各类人群都可以参与到信息传播过程中,促进舆论场中观点的多元化和信息的丰富性。然而,在参与信息传播的过程中,城乡居民的参与比例、参与能力等存在明显差异。根据 CNNIC《2016 年第 39 次中国互联网络发展状况统计报告》,截至 2016 年 12 月,农村互联网资源普及率为 33.1%,城镇地区互联网普及率为 69.1%,城乡普及率差异较 2015 年的 34.2% 扩大为 36.0%,城乡差距进一步扩大^[14]。这体现出在网民构成比例中的城乡差距,这可能会引起农村网民传播力的不足。城乡居民在通过网络媒介形式进行信息接收和传播时,城市居民的各阶层、各年龄段都可能通过网络媒体接收信息和表达诉求,但是农村居民中能够进行多元化信息接收的比例很少,能够通过网络媒体进行诉求表达的传播者也很有限,实现多元化的传播尚不现实。这是由于城乡居民在传播身份认知上的差异,农村环境中的传播主体一般被认为是官方政府、媒体等,个体缺乏互联网传播意识和传播能力,而城市居民对自我传播身份的认知度较高,认为不仅政府、媒体组织、企业可以进行网络信息传播,城市居民也可以通过互联网进行信息传播。在网络信息的传播过程中,农村相关的信息主要由政府、媒体等规划,农村居民进行自主信息传递的意识和能力较弱,即使有农村居民进行信息传递,其内容也是代表一部分人群的利益诉求,对农村居民的整体性和代表性不足。而城市居民在网络信息的传播中,多元主体参与信息传播和互动,城市中的各类问题都可能在公共领域中通过不同人群进行传递,进而引发关注,经过讨论后热点事件可能形成舆论,引起政府或媒体的关注,促进事件的解决^[15]。

2. 城乡传播者的“主体性”与数字鸿沟

公共传播的主体性主要表现在传播的自觉意识中。在大众传播时代的传播过程中,各组织与机构往往致力于将宣传性信息灌输给受众,“靶子论”的观点在一定程度上有存在的土壤。互联网提供了一个“去中心化”的语境,在舆论生成和舆论传播中,每个人都可以作为“主体”身份参与到传播过程中去,这种广泛的公众参与性打破了信息垄断,使“个体”的权力得到放大,个体的传播主体意识得到增强,实际上体现了传播的“公共性”。这就要求传播者正确认知自身的主体性传播身份,树立传播的自觉、自主传播意识,在公共传播背景下进行公开、公共、理性的发声。随着网络传播时代的来临,网络对公众赋权,公众的主体意识被激发出来,每个个体既是信息的接收者,又是信息的发送者,这与“靶子论”时期将公众看作被动的、消极的、容易被影响的理念完全不同,公众的传播主体地位得到确立。卓越公关创始人詹姆斯·格鲁尼格提出的“双向平衡模式”的传播理念,该理念主张组织应该以双向、平等、对称、互利的理念来与公众进行沟通与对话,这一理念与传播的主体性紧密相连,主张在

尊重、平等的基础上与公众对话,将公众看作信息传播的主体之一,充分尊重公众的主体传播权。

城乡居民在传播话语表达上的主体意识以及表达能力的差异突出。在公共传播时代,各传播主体都可以使用各种媒体渠道进行发声,与城市居民相比,农村居民的传播主体意识不足,对媒体的使用停留在信息接收阶段,对其传播功能的认知和使用不足。在公共舆论场域中,农村居民利益表达机制严重缺失,农村居民的群体意见趋于沉默,公共权益难以通过媒介使用和媒介表达的方式受到关注,这与社会公共治理鼓励多元化意见表达的要求不符。农村居民的传播主体意识的缺失还表现在对媒体的“权力化”、“权威化”认知上,认为对媒介的使用是特权阶级的专利,对媒介上的信息过分的信赖和认可,农村居民习惯于被动地接受制作好的各种信息,难以发出自己的声音和提出批判性意见。这体现出城乡居民媒介素养的差异,这种差异使得农村居民虽然对互联网等媒体有了“接近权”,但是其“使用权”难以保障。另外,农村居民对信息的获取、理解、鉴别、理解能力有限,农村居民在使用网络媒体进行诉求表达时,传播能力有限。尤其是针对公共事件表达代表农民权益的观点时,其话语难以引起主流舆论的关注,农村居民的观点难以进入主流话语体系。农村居民在网络“公共领域”中进行观点表达的意见领袖缺位,“公共领域”中的意见领袖一般是公共知识分子,农村居民中能成为意见领袖的很少,能发出代表农民阶层公共利益呼声的群体极少,所以在媒介渠道使用效果上与城市居民差异较大^[16]。这就要求加强农村媒介素养教育,减少“数字鸿沟”,尤其是随着农村青壮年外出务工,农村以老人和留守儿童为主的社会现象的出现,使得农村儿童在接触媒介方面与城市儿童差异巨大,减少城乡青少年之间的数字鸿沟,也是农村阶层“数字公平”和“数字民主”的呼求。

3. 城乡传播理念的“公益性”与数字鸿沟

公共传播的理念是追求公共利益的一致性。传播理念的公益性是指公共传播的目的上应该是有利于公共利益的,其出发点是公众利益。无论何种传播主体,在进行公共性传播时,其应然性角色应该是信息的客观、公正的提供者,舆论探讨的推进方向应该是公众的群体利益,通过信息的共享和充分互动,达成共识,在实现公共利益的基础上强化群体的归属感。网络传播时代多元主体发声提供了一种互联网民主理想的可能性,然而在互联网传播中公众参与不是公共性的全部,因为公众的“众声喧哗”不代表民主,公众话语要发出理性、公正、正义的声音,表达共同体的一致利益才是公共性的要求^[17]。传播需要从“大处着眼”,进而实现“公共之善”的目的。公共传播视野内的公益性应该是任何组织和个人的传播,都应该将公共利益纳入考虑范围内,违背了这一原则不仅不利于公众、社会,还会危及组织、机构及个人的利益。网络信息中出现众多媚俗新闻、虚假新闻、媒介审判、媒介暴力等现象,从社会公益视角来看,这严重违背了传播的公共性原则,会造成媒体公信力下降,危及公众利益。传播的“公益性”原则体现的是传播的“应然”状态。

城乡居民在对传播理念“公益性”的理解上存在差异,体现在作为媒介使用者对信息的公益性评判和作为信息传播者的公益性价值判断的不同上。农村居民的媒介接触以电视媒体为主,对电视的依赖程度很高。据调查,从农村居民的媒介接触习惯来看,电视的接触率高达94%,比位居第二位的报纸高出70个百分点,92%的农村居民表示每天“至少看一次电视”,对其他媒介的接触很少^[18]。农村电视节目的稳定性、清晰度差,对传播“公共性”的认知差,尤其是媒体节目侵害到农村居民利益时,也不能有效反抗,对自身权益的维护意识差。目前农村居民对电视节目中的虚假医疗广告、庸俗暴力节目、综艺的色情化趋势等都习以为常,这与公共传播的“公益性”要求相背离。农村居民对网络信息接触少,且对网络信息的批判性差,尤其是对网络信息中的“虚假新闻”、“标题党”新闻等辨识能力较差,例如农村居民在微信“朋友圈”中点击和传播虚假信息的比率较高,而且对信息是否危害公共利益的判断意识缺乏。在媒介使用中的“自身利益”意识匮乏,例如在2011年针对农村留守儿童的媒介素养调查中发现,农村儿童接触电视节目最多,接触网络为其次,使用的主要媒介功能是娱乐和游戏^[19]。这体现出家长在儿童媒介使用监督位置的缺失,对媒介信息把关的缺位。这与城市儿童使用媒介进行学前教育、艺术教育、语言教育等功能存在差异,另外,城市儿童家长对儿童媒介接触时间和接触频率都有所控制,这体现出在接触媒介时,使用媒介功能的差异,这种差异体现出农村居民对媒介负面作用的忽视。虽然目前城乡儿童都可以便捷地使用智能手机上网,但是在网络媒介使用上的差异不会缩小数字鸿沟,正如“芝麻街”的实验结果,媒介的使用反而会加大城乡数字鸿沟^[20]。另外,

农村居民作为信息传播者在网络上进行意见表达时,在公共事件中的评论缺乏理性视角和公共视角,往往受主观判断及网民情绪渲染的影响,在互联网中的发言过于主观、极端,出现“仇富”、“仇官”等倾向,在网络评论中缺乏自主判断力,往往出现语言暴力和极端化意见表达,其立场的私人化倾向使得其观点难以进入主流话语体系,传播的“公共利益”视角意识较差。农村居民进行网络诉求表达的极端化案例不断上演,通过跳楼进行讨薪,通过自焚引发政府对拆迁的关注,通过虚假新闻制造噱头以引起对腐败的关注等,这些农村居民诉求表达的方式体现出其传播缺乏公益视角,也体现出其话语难以引起社会公共关注的无奈。

四、结 语

当前城乡居民之间的数字鸿沟正在呈加深的趋势,这一方面表现在公共资源分配不均、传播渠道开放性差异等“物”的因素方面,另一方面表现在城乡传播者多元性、主体性、媒介素养、传播理念等“人”的因素方面的差异。这种数字鸿沟严重妨碍了农村居民使用传播资源、渠道进行公共诉求的表达,在信息化时代会加大信息贫富差距,不利于社会公平,必须引起足够的重视。在公共传播发展背景下,对传播“公共性”的内涵解读非常有必要。在对传播“公共性”解读的基础上,需要考虑这种“公共性”中包含的公平性内涵,尤其是城乡居民在新媒体环境下的传播资源使用权、媒介接近权、话语表达权和利益诉求权等,对农村居民的传播权益的保障需要从减少城乡数字鸿沟开始。为保障城乡“数字公平”,尤其是社会公共治理视角下官方对农村声音的呼求背景下,更应该加强农村居民媒介素养,唤起农村居民的主体传播意识,促进城乡数字民主化进程,让农村居民也能在公共传播领域表达、理解、批判、质疑各类信息,逐渐建立公共、公平、民主的城乡居民传播体系。

参 考 文 献

- [1] 汉娜·阿伦特.人的条件[M].竺乾威,译.上海:上海人民出版社,1999:38-46.
- [2] 哈贝马斯.交往行动理论:第二卷[M].洪佩郁,蔺青,译.重庆:重庆出版社,1994:7-16.
- [3] 莫春菊.马克思的公共性思想[J].学海,2015(4):24-29.
- [4] SPLICHAL S.Public opinion:developments and controversies in the twentieth century[J].Journal of communication,1999,29(140):122-126.
- [5] 荆学民,苏颖.论政治传播的公共性[J].天津社会科学,2014(4):62-66.
- [6] 王笑妍.新媒介时代的公共性变局:论网络传播的转型对公共领域的重构[D].长春:吉林大学,2009:88-92.
- [7] 陈刚.意见的公共表达:公共争议的传播偏向与话语民主化[J].南京社会科学,2011(8):118-125.
- [8] DONOHUE G A,TICHENOR P J,OLIEN C N.Mass media and the knowledge gap a hypothesis reconsidered[J].Communication research,1975,2(1):3-23.
- [9] 美国国家远程通信和信息管理局.在网络中落伍:定义数字鸿沟——美国电信与信息技术产业差距的报告[M].北京:社会科学文献出版社,2002:201-287.
- [10] 岑子彬.《贝弗里奇报告》的社会保障理念及其启示[J].重庆科技学院学报(社会科学版),2010(15):85-86.
- [11] 中国广播电视网络有限公司.2016年第二季度——中国有线电视行业发展公报[EB/OL].(2016-08-02)[2016-12-18].http://www.tvao.com/a/182634.aspx.
- [12] 胡艳蕾.政府购买公共服务的多元主体监督机制[J].山东师范大学学报(人文社会科学版),2016(6):97-104.
- [13] 陈娟.涉农媒体构建意见平台的理念与方法——《南方农村报》“南农评论”评析[J].中国记者,2012(2):111-112.
- [14] 中国互联网络信息中心.第39次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL].(2017-01-22).http://www.cac.gov.cn/2017-01/22/c_1120352022.htm.
- [15] 吴春梅,雷定鹏.共识与制约:“中国梦”在乡村社会的传播[J].华中农业大学学报(社会科学版),2015(3):53-57.
- [16] 武中哲,韩清怀.农村社会的公共性变迁与治理模式建构[J].华中农业大学学报(社会科学版),2016(1):15-21,128.
- [17] 张林庆.论政治传播公共性的实现[J].山西师范大学学报(社会科学版),2014(S5):3-5.
- [18] 胡娅莉,胡劲松.提升农村居民媒介素养的对策探讨[J].新闻世界,2012(4):7-8.
- [19] 郑素侠.农村留守儿童媒介使用与媒介素养现状研究[J].郑州大学学报(哲学社会科学版),2012(2):157-160.
- [20] 李玲梅,王毅.智能手机的普及对城乡中学生知识沟的影响[N].中国社会科学报,2013-08-28(A08).