

探究实践哲学视域下新媒体传播对于脱贫攻坚战的作用

王曦宇

西北工业大学 710129

[摘要]随着信息时代的到来,人们的生产生活方式逐渐被改变。传播媒介逐渐多样,信息资源迅速扩散,每个人都是信息传递的主体,都可以直接参与到信息传播当中。本文以哈贝马斯的实践哲学为理论基础,在脱贫攻坚以及乡村振兴的大背景下对于如何更好的利用新媒体的传播作用来助力乡村振兴进行探究。

[关键词]实践哲学;乡村振兴;新媒体

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2021.12.614

一、我国乡村社会发展现状

摆脱贫困,是我们全面建成小康社会,全面建成社会主义现代化强国,实现中华民族伟大复兴中国梦的重要任务。十八大以来,党中央把脱贫攻坚摆在国家发展的重要位置,做出了极大的努力,终于在2020年取得了全面的胜利。

2020年12月3日,脱贫攻坚总结评估会并从7个方面对日后的工作做出部署。其中强调要持续发展壮大扶贫产业,继续加强贫困地区产业发展的基础设施建设,健全防止返贫监测机制。在脱贫攻坚工作取得显著成果后,后续要继续巩固农村发展成果,进一步发展乡村经济,全面推进乡村振兴战略。

结合时代发展的特点来看,从根本上改变贫困地区群众的传统的生产方式和生活方式,加强他们与经济发达地区的联系,通过开发性的生产和经营解决贫困地区大多数人的温饱问题是当前以及今后乡村发展过程的重中之重。

二、新媒体在实践背景下对于扶贫工作的推进作用

互联网的出现,大大加速了信息间的更迭与传播。互联网技术的发展,为大众提供了一个全新的、自由的平台。现在的人们,足不出户,就可以了解到地球另一端的最新消息,再也不受收音机信号的约束,可以随时随地获取想要了解的最新资讯。随之而来的,是作为传播介质的各种新媒体、新媒介。新媒体的出现在潜移默化中改变着人们的生活方式、行为方式以及思考方式,加速了信息的扩散,由此带来一个全新的名词:创新扩散。

而扶贫工作的推进过程,实际上就是一个创新与扩散的过程。对于贫困地区的群众来说,新的扶贫政策,新的信息就是创新,而新的政策的宣传与讲解离不开人与人的沟通及传播。在政策的实际落实过程中则需要村干部、扶贫工作者的努力,才能具体落实到家家户户。在这一过程中,新媒介发挥了巨大的推动作用。

(一) 新媒体助力脱贫工作

1. 扩大信息来源

贫困地区之所以被列为贫困,其中很大的原因是因为地理位置偏远,交通和信息滞后,从而使得当地发展缓慢。贫困地区的农民群体对于信息的渴求十分强烈,并且信息的快速传播使得农民可以获取先进的技术信息、生产信息。从而将信息转化为生产资料,提高劳动生产率,增加经济收益。以云南省昭通市巧家县为例,巧家地处山区,交通不便,脱贫攻坚战打响后被列为国家级贫困县。随着技术的发展以及扶贫工作人员的努力,充分利用好网络、电视等新媒体的传

播效应,使得巧家的手工红糖从无人问津到逐步走进全国人民的视野内,增加销售量的同时还为农户带来了实实在在的收益。

2. 电商扶贫提高收益

电子商务作为近年来逐渐兴起的新媒介之一,在拉动经济增长方面发挥了极大的作用。譬如近年来还兴起的直播带货的模式,对于贫困地区的脱贫工作具有极其重要的影响。许多贫困村受到交通条件的限制,使得产品的销路得不到拓展,好多产品烂在地里,极大地损害了农户发展生产的积极性。直播带货的兴起,使得偏远地区的特色农产品走进了大众的视野,再加上新媒介的传播效应,极大程度上解决了农产品滞销的问题,在一些产业发展较成熟的贫困村,甚至打造了集生产、包装、运输于一体的产供销模式。以拼多多为例。拼多多作为近年来逐渐兴起的B2C平台的典型代表,在拉动社会经济,刺激消费方面产生了很大的影响。拼多多就是以C2B+“预售制”模式帮助农民实现“以销定采”,通过与农户直接对接,优先包销贫困户家中农货,实现在田间地头“边采摘、边销售”。在短短一年时间内,就扶持起4.8万小商户,带动其年销售额增速超过310%,帮助农货订单实现裂变式增长,极大地激发了农户的生产积极性,同时提高他们主动脱贫的意识,激发他们的内生动力。

3. 互联网技术助力精准脱贫

党中央提出了“精准扶贫,精准脱贫”的指导方针后,精准化、最大化地解决贫困地区的贫困问题就成了脱贫工作所依据的重要指导方针之一。2015年,李克强总理在第十二次全国人大三次会议上首次提出了“互联网+”的模式,鼓励把互联网的模式应用于脱贫的各项环节中。这一措施实际上旨在发挥好互联网的联通作用,加强信息间的交流和处理,促进产业分工细化和转型升级,从而提高劳动生产率,发挥好互联网在贫困地区配置资源的功能,从而提高当地的提高经济效益。

首先,互联网技术可以帮助村干部精确把握贫困人口信息,强化贫困人口数据库的建设,精确定位贫困人口的主要分布区域,综合利用现代技术对贫困人口的分布区域进行定位及分析,有利于整体把握贫困村的状况,从而精确地布局 and 规划。其次,在脱贫过程中,充分利用大数据详细记录贫困户的情况,教育水平、收入状况以及致贫原因等,方便扶贫干部“对症下药”,根据不同的情况对贫困户采取具体的指导。对于推进脱贫工作具有重要的建设性意义。

(二) “四个模式”推进脱贫进程

1. 信息-传导

在扶贫期间，媒体在扶贫工作中起到了很好的桥梁作用，促进了扶贫工作的顺利进行。要构建与扶贫行业相对接的商业媒介圈，加强信息沟通，促进两者的有效对接，达到定点转移的目的，从而增强扶贫的效益和可持续性。

2. 引导-激发

建立信息传播渠道。讲好“脱贫故事”，以真实案例带动全国范围内贫困户的脱贫积极性。采取拍视频、拍照片、上杂志、上访谈等形式，将镜头聚焦于贫困户和脱贫干部自身，从身边的小事取材，记录他们最真实的脱贫故事，从而使得脱贫效应以可视化形式进行多波段的传播，激发其他地区贫困户的脱贫动力。

3. 监督-反馈

将新媒体纳入到脱贫监测的各方面和全过程当中，落实好党中央要求在脱贫过程中持续推进的反腐败问题，确保“脱贫结果真实”。如脱贫过程中建立起的监察平台，确保了农户直接参与，农户可以在该平台通过扫码等方式获取最新的政策信息，并且还可以通过公众号对话框直接向后台提出意见建议，确保整个脱贫工作真实透明。对于扶贫干部来说，极大程度上节省了人力成本，并且可以第一时间接收到农户的信息反馈，大大提高了办事效率。

4. 嵌入-搭建

与传统的扶贫电商不同的是，新媒体通过第三方身份进入搭建好的“互联网+融媒体+电商”的平台中，探索出全新的直播带货模式，为农户带来直接收益。同时，将互联网技术和媒体融合形成全新的媒体生态圈，改善了传统电商扶贫的模式，带来经济效益的同时也为消费者带来更好的消费体验。

三、充分利用传播媒介，助力乡村振兴

（一）拓宽传播渠道，扩大信息来源

经过调研，笔者发现在农村地区，农户们获取信息的方式十分单一，大部分人还是通过广播、电视等传统媒介来获取信息，这就一定程度上导致农户们获取到的信息时效性欠缺。信息的获取和接收对于一个地区的一二三产业的发展至关重要，信息一定程度上可以转化为生产力，为当地带来经济效益。如果信息滞后，或者信息传播受到阻碍，对于乡村的可持续发展会产生不小的影响。

因此，要充分利用好不同媒介的优势，通过整合各种媒体资源，从而使政策信息的传播效果更为显著。一方面，加大广播、电视等大众传媒的投放率，使农民对政策有一定的了解，同时利用好村民以及意见领袖等人的传播能量，强化政府和村民间的沟通效率。其次，要加强农村基础设施的建设，架设网线。利用网络、计算机、手机等新媒介，拓宽信息资源，提高村民接收信息的时效性。最后，引进企业、银行等传播主体到乡村进行直接宣传，以丰富多元化的传播内容吸引村民。

（二）建立有效的信息沟通共享机制

目前，我国农村地区的信息传递方式仍处于“上→下”的格局。特别是那些没有受过良好教育的人，他们所能获得的信息相对较少。如前所述，一方面贫困人群需要获得更多

的资讯，但是由于资讯的多样性以及他们辨别信息的能力不高等原因，导致其在某种程度上对新资讯有抵触心理，从而使信息的效用不能发挥到极致。

乡村振兴是一项长期性的、系统性的工程，需要动员各方的资源，运用多元化的技术与平台，形成多种形式的力量，实现共同的发展。政府与主流媒体、农户自身、第三方新媒体等各个方面都是农村发展系统中的重要环节，每个环节都在各自的发展进程中扮演着不同的角色。要实现这一目标，政府等部门可以通过微信、微信等方式，打通政府、农户、社会组织、新媒体等主体之间的信息渠道，搭建有效沟通、精准对农、反馈及时的信息传播平台，让农户自下而上传达自己的需求。一方面，可以为单个家庭提供更加合适的扶贫信息；另一方面，还能更好地激发农民发展的自主性。

（三）提高农户素质，增强农户对于信息筛选的能力

随着信息时代的发展，新媒体变得十分繁杂，自媒体有着更多的途径，使得传播者和接收者之间的界限逐渐变得模糊不清，同时会导致信息的来源变得十分复杂且不明确。因此，在后续运用新媒体推动乡村振兴的过程中我们需要从两方面加强对于信息的引导和筛选。一方面，作为信息接收主体的农户，需要不断提高自身素质，提高自己辨别信息来源准确与否以及信息真实性的能力。另一方面，政府也要发挥好管控作用，净化网络环境，提高过滤和筛选信息的能力。对信息的有效性进行核查，杜绝虚假信息传播，从根源遏制有心人士利用新媒体对社会造成不良影响的行为出现。

四、结语

本文研究构建了信息传播在脱贫过程中的实现路径，同时探究了新媒体传播平台对于脱贫工作的有利影响，为后续在乡村振兴的过程中如何更好地利用信息媒介提出一些建议，从而推动乡村振兴战略发展，增强扶贫产业以及扶贫信息传播的后续影响力。新媒体在扶贫工作中进行了许多有益的探索，它以其独特的作用，引导、帮助了其他社会组织，为脱贫工作提供了强大的助力。目前，媒体深度融合的大环境给新媒体带来了新的技术力量，如何利用新媒体技术上的潜能，构建更加精确的新媒体技术扶贫途径，是未来需要进一步深入研究的课题。

参考文献

- [1][美]E.M. 罗杰斯. 创新的扩散(第四版)[M]. 辛欣译. 北京: 中央编译出版社, 2002: 11-21+145-184.
- [2]赵秀兰. “互联网+”精准扶贫模式: 主要内容与政策建议[J]. 农村经济, 2017(08): 57-61.
- [3]张洋. 哈贝马斯实践哲学视域下网络空间交往行为研究[J]. 山西青年, 2016(17): 46+44.
- [4]熊若愚. 理论传播效果评估研究述要[J]. 党政论坛, 2020(12): 40-42.
- [5]成倩, 王菲, 王江川. 新媒体语境下的农村脱贫攻坚模式创新——以陕西合阳县与山东夏津县为例[J]. 新媒体研究, 2020, 6(19): 70-72.
- [6]沈洁. 实践哲学视域下的中国科技典籍翻译研究[J]. 南京工程学院学报(社会科学版), 2019, 19(04): 13-17.