

西部地区乡村柔性治理中的 情感传播现象研究

——基于广西L县的调查

赵晟¹, 王邦安¹, 覃发钦²

1. 广西师范大学 新闻与传播学院, 广西 桂林 541006;
2. 广西师范大学 政治与公共管理学院, 广西 桂林 541006

摘要:在乡村振兴场域中,柔性治理策略能有效激发治理主体与治理客体的内生动力与创造性,蕴含着传播学领域中的“情感传播”这一全新命题。基于广西L县的调查发现,驻村干部与村民之间的治理行动主要依靠制度化交往与非制度化互动两种方式进行,前者通过权威性的文件、开会和广播来进行,后者则是基于微信和以人为媒形式的信息传递来开展。在现代传媒与乡土文化互嵌的乡村治理场域下,情感传播建构让乡村社会的多元诉求得到满足,调适村民的行为差异;让寻求认同和信任的交往得以进行,构建起有助于治理工作的平常关系;让群体情感与规范成为牵引,优化村民个人思想行为,实现情感传播的行动期望。

关键词:西部地区;乡村;柔性治理;情感传播

中图分类号:D422.6 **文献标识码:**A **DOI:**10.12186/2023.03.006

文章编号:2096-9864(2023)03-0042-11

形成积极情感氛围,塑造共同体精神,保持乡村传统特色并融合现代国家制度,是中国特色社会主义基层社会治理的新方向。为规避驻村帮扶工作中的刚性嵌入带来的风险,柔性治理理念与实践方式逐步为驻村干部接纳,柔性治理已经成为乡村治理发展的新趋势^[1]。既有研究围绕乡村柔性治理与情感传播两个视角展开,并取得了丰硕成果,但大多偏向单纯谈及乡村柔性治理问题、措施与成效,从传播学视角出发的学理阐释相对较少,压缩了学术对话乃至普适性理论建构的空间;或是从宏观层面将情感传播与政治工作结合论述,缺乏微观层面的

案例解读。鉴于此,本文拟从情感传播这一核心概念出发,构建交往-效用的系统性分析框架,结合调研案例对L县开展乡村柔性治理工作中的情感传播进行理论分析,以期阐发乡村场域下情感传播的意义所在。

一、情感与情感传播

马克思恩格斯在讨论各民族交往心理时,曾多次论及“情感因素”的中介作用,认为其于传收双方的互动中起到调节甚至决定性的效用;传播学的经典研究也表明,人际互动中非逻辑、非理性的因素所发生的影响占据80%左

收稿日期:2023-04-14

基金项目:国家社科基金项目(21CMZ014);广西高等学校高水平创新团队及卓越学者计划专项经费资助项目(桂教人才[2020]6号);自治区级大学生创新创业训练计划项目(S202310602055)

作者简介:赵晟(1985—),男,黑龙江省哈尔滨市人,广西师范大学讲师,博士,主要研究方向:华夏传播。

右^[2]。可见,传播活动既是信息的传递也是情感的沟通。情感是人类特有的体验,是对自我与环境中的客体某种有意识的感受。在传播活动中,情感能够帮助人们完成对媒介信息关注、筛选、判断等从内到外的认知,以情感为介质的传播颠覆了以往大众传播单向的流动模式,联结了传受双方的共享、互动与反馈^[3]。长期以血缘、地缘为基础的人伦关系成为维持乡村社会秩序的隐性基础,小农生产方式也决定了中国农民在交往的过程中更看重情感的成分。驻村干部通过情感交流获得群体认同和集体接纳,传达道德情感和人文情怀。村民与驻村干部之间天然存在着情感传播现象。

所谓情感传播指的是直达人心、打动人心的传播活动,采用情感逻辑架构和指向方式,通过情感主体活动和过程影响传播受体达成互动与共享,以情感为前提和桥梁,将情感作为心路历程和传播图式,力求达到传播目标和效果^[4]。这种传播方式使得“信息范式”转变为“情感传播范式”^[5],传播语言感染力强,传播内容更为主观,传播行为追求高度亲和,能依据传播活动现场寻找对话接点,调整自己的语态与传播内容,消解传播主体与受众的言语盲区。但这种传播方式不是单纯地输出感性体验,也需要传播经过理性筛选之后的核心内容,传递抽象的、推理形式的道德符号,表意确切而固定^[6]。进而言之,情感传播实践强调传播内容的共情,要在了解传播对象的情感、心理需求的基础上把自我想说的与他人想听的融会贯通,让叙事具有情感共鸣性^[7]。

情感传播能够洞悉和揭示人与人之间沟通的意义和共享空间,让人的自我情感“带入式”地对他人情感产生共鸣,同时又能够避免因个体认知结构与价值体系等差异产生的偏差性解码^[8]。把握和理解他人的心理感受依赖于情感

感染等方式产生的共感,追复感受是借以把握和理解别人内心生活的一种行为,它从本质上说是一种回应性感受^[9]。同时,情感传播的发生首先需要有一个社会结构作为支撑,这是因为客观社会结构所形成的社会分层在情感世界的投射中会形成一种特殊的主观社会结构——情感结构^[10]。而乡村社会的组织结构已然构建出了乡村党组织引领的党群行动网络,各主体的资格权能与权责关系在这个网络中愈加明晰,并在广开言路的基础上达成乡村治理共同体的价值共识,返乡精英、村居民众共同参与乡村治理行动网络的效能不断增强^[11]。如今,乡村话语空间逐步开放,情感传播成为当下塑造乡村共同体意识和维系乡村共同体的有效路径。在当前众声喧哗的乡村传播语境中,对于共同体的认同已经不能简单地通过信息灌输来实现,更多地需要感知的调动与情感的互动共享来达成^[12]。情感关系良好是驻村干部与村民进行对话沟通的基础和前提,基于“情感黏性”形成的干群关系化解了传播过程中村民对驻村干部的陌生感与不安感,增进了驻村干部的信源可信度。以真挚和共通的情感为媒,向村民做好具体制度和政策宣传解释工作,可以有效减少对立带来的排斥与冲突。

二、L县村民与驻村干部的交往互动

本研究将L县作为田野点^①,L县位于广西西北部,下辖8个乡镇(其中4个瑶族乡)、110个行政村(社区)。全县人口约19万,经济基础薄弱,曾为国家级贫困县。自新一轮扶贫工作开展以来,L县举全县之力集中脱贫攻坚,共有6000名扶贫干部与贫困户结成对子,110个行政村均配有“第一书记”,近300名扶贫工作人员驻村开展工作,干部驻村工作取得较大成就,2020年5月获批准退出贫困县序列。

^①资料主要来源于笔者2019年11月至2022年8月在广西壮族自治区西北部凌云县的多次实地调研,调研团队以国家社科基金项目和大学生创新创业项目为依托,收集到整个县的扶贫与基层治理参与人员资料。

在新一轮巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接工作队轮换中,L县共下派174名干部进行驻村工作。本研究调研周期从2019年11月到2022年8月,历时将近3年,选取当地乡村振兴局3位工作人员、22位驻村干部、24户村民进行深度访谈(见表1),综合分析实地调研所取得的资料与政策文本材料,从个案中提取普遍经验。从L县的实践来看,村民与驻村干部的交往可以分为两大类:制度化交往与非制度化互动。

表1 实地访谈对象与内容

访谈对象	访谈的主要内容
L县乡村振兴局工作人员3位	1. 巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴工作有效衔接情况; 2. 对驻村干部管理的情况
L县驻村干部22位	1. 驻村工作开展的基本情况; 2. 开展工作的行为(与情感传播相关); 3. 对驻村干部制度的评价
L县村民24户	1. 对现实生活的情感认知; 2. 对乡村振兴政策与落实的认知; 3. 对驻村干部工作的情感认可

1. 制度化交往

正式的制度结构使人们可以用较低的成本来表达他们的观念,也为人们将自己的观念和意识形态纳入到选择中去提供了自由^[13]。人们的交往行为若符合既定的制度框架,则会降低行动的交易成本。这是一种制度化行为,能够满足农民的“经济人”诉求。农民愿意采取制度化的交往行为也透露着自我对驻村干部的情感信任。驻村干部推进着国家乡村治理目标的实现,其权力合法性、权力来源、权力运用方式和运作效果都与传播行为密切相关。L县的制度化交往行为主要是通过会议、文件和广播而进行的。

(1) 会议、文件

会议是有组织、有领导、有目的、有程序的议事活动,在一定时空条件下对某一对象进行讨论,是国家权力下沉基层后的集中叙述,也是一种体系内部模式化的集体互动。会议是乡村

地区的权力实践,通过塑造并成为临时性的半封闭环境行使国家权力。媒介环境学认为“环境即媒介”,从这个角度来看,乡村间召开的各种会议也属于一种传播媒介。驻村干部通过会议来宣传国家政策、开展党建活动、表彰先进个人等,使其正面形象与权威期望在乡土上循序建立。与会议形影不离的文件是党和国家意志的表达载体,并在当代中国政治体制运转中衍生出了文件制度,而上级拟定的红头文件是情感传播工作的坚实后盾与行动依据,在广大村民的眼中,文件所蕴涵、传达的精神往往是国家的化身、权力的象征^[14]。

以S村为例,其要事决议都需召开村民大会以广泛征集群众的意见(见访谈1)。人们在会议这个以对话为中心的固定序列中根据特定的主题和程序进行讨论,通过识别群体成员的身份来唤醒情感,参与到驻村干部的治理工作中。S村定期开展“话家常”式的村民大会、第一书记夜话等活动。松散的、无目标的农民群体被整合起来,有助于初步的方向性共识和情感形成,实现国家意志在乡村社会的传达贯彻。对文件的研究学习能促进乡村会议的开展,又会产出新的文件(见访谈2)。干部们将上级文件精神充分领会之后转化为具体的工作目标,通过文件传达和沟通逐级向上汇报研究成果与行动计划,并有序向下开展合法合规的治理实践。已完成的会议、已解读的文件和新商榷的文件成为共享“往事”过程与结果的集体记忆。村民依据相关文件对治理工作进行审视,将思想动态反馈至干部群体中,科层系统内部与外部达成一定且良性的信息交换与情感交际,从而助力实现善治。

访谈1:“我们有比较重要的事情都会召开村民大会或者是第一书记夜话,请一些代表过来参加。主要是告诉他们并征集大家的意见,按照民主集中制进行,该表决的时候就表决。

我们的出发点也是为了改善他们的生活,他们也不会刻意跳出来反对。”(L20220707,S村党支部书记,男^①)

访谈2:“我们会把村支书、副主任叫去开会,第一书记会组织村联委还有联席会的人过来,也会让一些村民代表来听听,保证文件的传达,有的时候也会形成一些新的文件作为成果。”(A20220708,L镇副镇长,男)

(2)广播

大众传播媒介作为国家用作潜移默化地形塑群众的价值取向和认知框架的意识形态工具,使得国家政策话语得以高效传递到农村社会,强化了农民群体与国家的情感勾连。中华人民共和国成立以来,“广播下乡”的开展创造了中国历史上的“声音政治”时代,“声音”与“倾听”广泛地应用在了农村治理上^[15]。诉诸听觉的广播是扎根乡土的适宜媒介,深刻体现了国家对农村尤其是农民中弱势群体的关怀与守护,如同毛细血管般地遍布开来,成为中国农村的标志性符号。正因如此,乡村因广播的存在更具乡土味,收听广播也早已嵌入村民们的媒介惯性中。广播产生的声音文本成为国家基层治理的样本性渠道,是基层治理中“古老”的政治信息传播工具。

L县融媒体中心根据各村内部民族的语言偏好设置广播内容,“村言村语”成为“大喇叭”的传播语言,满载农耕传统与地方气息的“本土编码”更易于当地人接受,无接收门槛的特点破除了沟通梗阻(见访谈3)。另外,L县融媒体中心经常使用广播向各村播放国家政策与方针,广播成了乡村里“国家在场”的形式之一。广播联结起作为个体的村民与整体的国家,政策通过“广播”这个桥梁自上而下地传

达,田间地头充满着公共信息,村民在这样一个环境中从精神上与国家联系在一起,乡村人民与国家的关系得到有机整合^[16]。中国农村社会中的文化生产场域会被媒介场域影响,地方通过对区域内文化生产场域的建构,能激发并形成受众高度的心理认同,从而让人们在认知维度上达成共识^[17]。针对不同民族语言特点的广播内容高度符合传播活动“以人为本”的当代要求,能够帮助村民更好地理解国家政策。这样能日益稳固村民对国家的政治信任,为驻村干部情感传播创造环境基础。

访谈3:村里面有些人是认不得什么字的,手机也不是很会耍,这个时候广播的作用就来了。我们这边主要是壮、瑶、汉三个民族,瑶族内部又分为兰靛瑶、背陇瑶和盘古瑶,民族构成比较多样。我们就按照这几个民族的语言找相关的人来对应好,在一些边缘地带也设置好广播,然后把广播内容交给各村的书记或者村委播放。这样边缘地区的人也听得到。我们经常用广播宣传一些国家政策。广播在乡村仍是很重要的,即便它是一个传统媒体。(Y20220706L,县融媒体中心H副主任,男)

2. 非制度化互动

非制度化互动是指互动主体间的互动行为没有遵从正式的制度框架,而是采取了非制度化手段。驻村干部处于上级和村民之间,是二者信息传播过程中的桥梁,他们贯彻上级的意图但并不一定以官方行政规则为摹本,也会在行政系统的认可下根据实际情况和意愿行事。这样的行为能更好地将国家话语延展到作为政

^①案例访谈的编码原则主要采用被访谈人员的姓名首字母加访谈日期、单位或所在村的名字首字母、性别的形式,后续编码均是按照这一原则进行。

治、经济、精神生活集合地的乡村中。从L县的实践来看,村民与驻村干部的非制度化互动主要是基于微信和以人为媒形式的信息传递。

(1) 微信

传播媒介时刻都在影响着乡村的社会变迁与关系转换,同时作为国家便捷有效的治理工具又以国家形象的符号嵌入乡村社会。微信中既没有严格的公共性,也没有绝对的隐私性,变革了传统的一对一交往模式。以微信为代表的社会化媒体成为乡村治理中培育内生动力的赋能工具,帮助村民生成了新的生活与社交方式,架构起村庄网络社会,形成“微信社区”。村民被驻村干部拉进微信群里了解驻村干部在群里发布的政策动态与解读,与他人联络感情、交换意见、达成共识。

村务微信群为公共信息的传播与服务提供了便利,各种信息的公开与发布维护着群里的多方互动(见访谈4)。作为一种超越时空的沟通手段,微信群表现出“共在性”。L县外流村民可以实时接收信息并反馈自我的“乡村情感”,公共事务的传播触角向更广阔的空间延伸。驻村干部通过村务微信群与在外村民积极互动,不仅推动了现实交往关系的亲密,也丰富了“共在性”网络公共空间的实践内容,增强了村民们对公共空间的信任感^[18]，“离土不离乡”的参与性得以实现,社会交往更加密切,社会关系的连接实现重构。在乡村内部叙事中,驻村干部展开积极正面的引导,让村民在公共话题的讨论与参与中,实现从“他者”到“自我”的转变,形成一股道德力量促发村民主动配合治理工作,推动集体记忆的共同书写(见访谈5)。由村民产生的意见性信息反过来能够对公权力予以监督,敦促驻村干部改善优化村务工作,对治理方式进行反省与修正,规范了乡村治理的实践样态。这样的良性互动促使良好干群关系的形成,关系在实践互动中实现意义的生成,产生“公众聚合认同”,为驻村干部的情感传播提供了信任积累。微信朋友圈是基于网络社会的

虚拟社区,强连接的特点使其更能提供情感上的支持。在乡村治理场域下,微信朋友圈成为驻村干部传递信息、促进交流、反思自我、联结村民的有效工具。

访谈4:“我们把村里的人拉在一个微信群里面,有事大家可以在里面说。有些外出务工的青年我们也会拉进来,他们需要知道村里面发生了什么。”(H20220707,H村驻村干部,男)

访谈5:“干部们有事会在群里发通知,一些政策和工作都会在群里讲。”(G20220707,H村村民B,男)

朋友圈的场域结构是以个人为中心向外生成的社会关系网络,这使得朋友圈的信息流具有明确的方向性^[19]。村民在微信朋友圈中浏览驻村干部的微信动态,通过点赞评论加深彼此之间的理解(见访谈6)。好的评论可以提升在他人心目中的印象,重新勾画自我形象,增强关系联结。如果把朋友圈视为一个巨大的虚拟剧场,那么我们每个人就是这个舞台上的演员,目的是建构在朋友圈好友中理想的公共形象^[20]。精心塑造表演“前台”有利于情感传播的开展,适当开放工作中的“后台”展现自我更显生活真实。社会性软件使人与人之间充满人情味,变成一个具有黏性的、湿乎乎的存在^[21]。L县驻村干部除在朋友圈转发政务信息外,也会分享生活日常信息,平衡“表演前台”内容展示的构成(见访谈7)。村民对驻村干部朋友圈的“点赞”与“好评”本身就可解码为对驻村干部工作某一信息的赞同与认可。有趣的动态与亲密的互动会帮助驻村干部赢得村民的情感认同。在情感互动加持下,村民与驻村干部之间可以产生勾连彼此的私人关系,信任充当着情感关系的“润滑剂”。这种私人关系不但能调节驻村干部朋友圈内容与村民社会动机之间的关系,而且会调节村民社会动机在现实中发生

的情感方式,促使驻村干部与村民之间产生强关系。在“熟人社会”习惯性思维中,强关系下的人容易主动促进情感维系和意义互动。借助社交偏向的微信,驻村干部通过“强连接”的人际传播在乡村的熟人社会里面既可联系他人又能呈现自我。微信朋友圈成为驻村干部在情感传播中的“个人形象流动展板”,有利于拓展驻村干部在乡村的社会资本并增强其个人治理实践的能力。

访谈6:“朋友圈嘛,我们除了转发一些政务内容,平日里也会把一些工作日常信息发在朋友圈里面,有的村民看到了还会在下面点赞评论,交谈都是挺融洽的。久而久之跟他们也更加熟了。”(D20220707,H村第一书记,男)

访谈7:“有时候看到他们分享的一些事情感觉还是很有意思的,做政务的人其实也挺辛苦的,压力也比较大,他们的生活也不只是有工作。”(C20220708,S村村民A,男)

(2) 以人为媒

在乡村人情社会的环境下,人们基于一定的情境和机制而展开的人际互动和群体互动是比传播本身更重要的部分。在村级治理中,立足乡土,深层次地融入文化情感、社会氛围、民俗风气等乡村语境成为服务型治理创新的关键^[22]。中国乡村历来是情理法合一的社会,人情关系错综复杂,仅靠文件的传达、会议的部署和线上的连接很难彻底拉近现实中人与人的距离。以人为媒的传播效果和影响比其他传播媒介更为有效。

一个在村庄中生活的人,总会被种种强有力的关系挂在村庄社会这个“人情网”上^[23]。人情往来构成了乡村的文化惯习,乡村中无时无刻不在彰显着人情,人情传递的媒介是人本

身。乡村人情分为两类:一类是日常性人情;另一类是仪式性人情^[24]。前者源于日常生活往来,后者则发生在仪式性活动中。入户走访,或者与村民在路上闲谈,主要形塑日常性人情,同时也作为L县驻村干部融入乡村的必要手段(见访谈8)。日常的交往满足了村民对村务信息的需求,增强了村民对乡村社区的心理归属感,又拉近了驻村干部与村民的情感距离。人是社会性动物,任何一种通过媒介进行交流的方式都不能替代面对面的交流。“以人为媒”式的人际传播是保持乡村柔性治理长期稳定且有效的重要内部力量。

访谈8:“文件那些东西我们自己要先吃透,也要换位思考,从群众的角度来想问题,自己平时在和村民日常交流时会把文件内容传达给他们。上面发下来的文件我们不可能不做解读,就直接递给他们看的。有些人文化水平不高,不一定看得懂。”(H20220707,H村党支部书记,男)

L县的驻村干部与村民的人际交谈总是自觉或不自觉地包含一定的政治目的,但不无真诚性。在真诚的互动中,驻村干部可以更深入、更准确地把握村民的所思所想,帮助自己调整工作议题,让治理行为获得更多的乡土支持(见访谈9)。当驻村干部自我感知到满足了村民预期并获得村民肯定后,所体验到的积极情感会促使其保持有益的治理举措,最终使情感传播活动产生实效。除普通村民外,L县驻村干部也会走访乡贤,努力赢得他们的支持并凭借他们自身的能力、道德、声望和公心向普通村民传播国家声音(见访谈10)。也就是说,乡贤能够成为乡村治理传播信息的发布者,帮助驻村干部扩大政策传播力度与效果,激发村民的群体主义意识,推动和谐乡村的建设。以意见领袖为身份标签的乡贤与村民们存有千丝万缕

的情感关系,把控着乡村的集体情感,能够整合存在于空间中的一些无序状态的行动规范,从而促使村民在思想上与行动上保持相对一致性。从这个角度来看,赢得乡贤的信任有助于驻村干部获得村民的情感认同,方便以情感传播驱动基层群众广泛地进行政治参与。

访谈 9:“我们会在晚饭后入户,把大家聚在一起说说话,有火的时候还烤火。大家对村里面有什么期望,或者是自己家庭有什么困难,都聊聊。大家都是很积极地把自己的想法跟我们说出来,这样气氛是很融洽的。有什么困难提出来我们能解决就去解决,解决不了就先上报,能尽自己职责去帮助他们……我们也联系过乡贤,他们在村中更有信服力,有了他们的支持我们的工作也更好开展。”(X20220708, Y 村驻村干部,男)

访谈 10:“平常路上碰见他们了也会说说话,聊聊最近的情况。有的时候我们还约在一起打球什么的,时间久了自然而然就熟了嘛。他们举办一些集体的娱乐活动我们都会去的。之前村里开展大扫除(干部回乡·扮靓家园)也是他们组织的,村里的几个乡贤都在。我们大家一起搞,村子更清爽了。”(E20220708, Y 村村民 A,男)

衣食住行中的“食”虽隶属马斯洛需求层次中最基础的“生理层”,却在乡村中被赋予了“仪式化”的烙印。交往色彩浓厚的“饭市”被认为是农村的代表性文化,形容的是人们在吃饭的时候聚在一起“拉家常”这一现象,也被当作一种“活跃的群体传播方式和典型的村落公共空间”^[25],承担了村民信息交流场所的职能,是村民“闲聊”的重要场所。

村民们借助吃饭,既互相交流着自己所获

得的信息,同时也在交流着自己对周围现实的理解(见访谈 11)。人们在吃饭的时候交流所知所感,分享自己的喜怒哀乐,不同的情绪、思想、观念也在此碰撞、融合。驻村干部来到乡村后,与村民同吃同住同劳动,遵循着乡村社会的熟人逻辑。而驻村干部能否与当地村民一同吃饭,不仅折射出干群亲疏,也反映着驻村干部是否被纳入村民共同生活场景,身份是否获得情感接纳^[26]。“饭市”中没有主持者,每个人既是某一话题的传播者又是受传者,人人在闲聊的过程中都有发表自己意见的权利^[27]。在这样的情境下,人与人之间的交往是一种平等、简单、和平的相处方式,国家政策也会很容易成为谈资并为人所理解认可。双向互动交融着亲情话语,衍生出情绪与情感,并让感情传递叠加了政策信息符号。驻村干部通过情感能量推动政策话语以一种积极的方式在干群间传递,这正是情感传播的价值所在,并影响着村落权力的运作与表达。

访谈 11:“一起吃饭是很多的,特别是有事情的时候,大家也会说别回去了直接在这里吃了算了。我们之前村里面也开过百家宴,规模还是很大的,也很热闹,都是有驻村干部参与置办的。我们经常有交流,吃饭的时候都会聊聊天。”(F20220708, A 村村民 C,女)

三、情感传播的作用与效果

情感传播可在与人的交往中增强义务感与责任感,亲切、细腻的言行举止可让他人产生愉悦和享受的体验。这就要求传播工作采用适切的情感传递方式,增强受传者对传播者观点和立场的认同与理解,赋予传播以积极的情感能量。L 县驻村干部基于当地环境的特殊性,将工作中的情感传播方式与地方特色相结合,形

成了独特的传播逻辑,产生了良好的传播效果。

1. 满足乡村社会的多元诉求,调适村民的行为差异

意义与社会结构是通过社会互动来实现和维持的。人拥有主动的力量,不会受到环境与他人影响而被动式全盘接受,而会基于自己的身份认知在互动情境下表达独特的诉求。为实现乡村振兴的宏伟蓝图,驻村干部的情感传播需要精准把握并满足村民们的情感诉求。这需要驻村干部依据不同村民的政治与情感特征实施差异化对策,迎合或引导不同村民的诉求,使情感传播生态健康化,对多元诉求下村民的行为差异进行调适。

村民接收、理解国家政策信息有赖于驻村干部对信息的选择、组织和解释,驻村干部需要根据村民自身特点来优化信息传递方式,从而提高传递效率。乡村治理空间的活力重构须在充分了解不同行为主体公共诉求与个人诉求的基础之上,促进同一空间下不同群体的沟通、接触与交流。通过共同参会,作为传播者的驻村干部与作为接受者的村民置于同一时空之下,驻村干部能清晰地了解到村民的反应,以便对自己的“语态”做出适时的调整。私密、权威、严格限制入内的会议有村民参与,文件的解读与新文件的生成有村民参与,这些都使得村民与驻村干部有更多的情感认同。已完成的会议、已解读的文件和新商榷的文件成为共享“往事”过程与结果的集体记忆,凝聚着乡村中的多元诉求。

在会议与文件的具体落实上,L县驻村干部以自我为媒,挨家挨户聆听村民的心声,他们在长期的乡村工作中浸润,深谙乡土规则,平等、友好地与村民用“平民语言”对话。这种以充分满足广大村民诉求为目标的对话具有丰富的情感性。借助情感的信息传播往往能更有效地影响村民的认知构建及其对政务信息的感知与判断。作为治理主体的村民,在与驻村干部

“交心”后会主动表露自己的诉求,“有事好商量”的传播情境得以建立。村民的部分诉求会成为工作的“促进剂”,并折射出驻村干部的治理实效。这样,驻村干部的工作与村民的诉求之间就形成了一个传播闭环。

受制度、利益、关系、能力等多种因素交互作用的影响,不同村民的诉求必然存在差别,从而产生行为差异,这可能与治理路径不相符。在传播闭环下,驻村干部对村民合理诉求的满足可以强化拥有积极认同情感的村民的支持倾向,稳固其行为与治理目标的一致性。而对于那些处于中性层面的村民,驻村干部可借此与之构建融洽关系,培养他们正向的政治感情,将他们转变为积极层面的拥护者,调度其行为与治理在同一轨道上。这两类村民也是与驻村干部同在的情感传播主体。但处于消极立场的村民与驻村干部们背对相离,容易提出不合理的诉求。驻村干部会遵循“理性公民精神”原则,对之采取“寓教于不教之中”的方式,用自我的真诚与他人获得的治理实惠影响其思想状态,消解其负面情感,转变其态度与行为立场,从而化解或转向其不合理的诉求。不同类型村民的诉求即便多元但也在不同程度上有所实现,行为差异得到了调和。情感传播与政治参与相互驱动,从而促进人际的政治沟通和政治理解,在理性指导下维护了村庄的公共利益。

2. 开展寻求认同和信任交往,构建起平常关系

“心理归依”的政治权威性源自民众内心,指向于民众对执政党和政府的主动且持久的“自愿相信”和“自愿服从”^[28]。当今的政治认同构建更注重价值、强调传播主体的人文关怀,通过拉近与传播对象之间的心理距离赢得传播客体对自己的认可与支持,用人的政治情感共鸣消弭意识分歧^[29]。成功的情感传播离不开彼此间的认同和信任,构建平常关系开展寻求认同和信任交往,更符合乡村治理中情感传播

的现实需要。

情感存在于有互动关系的情境中,天然具有社会交换性与沟通性。借助情感传播构建认同与信任,利用情感的凝聚性保持认同与信任的稳定和深化,是现代乡村社会交往的有效路径。L县驻村干部与村民在各种互动中或多或少都会迸发情感能量,促进人际认同和集体团结。长期的交往也让村民逐渐理解驻村干部的工作难处,村民对驻村干部愈加信任,个人所想与国家政策也日益产生紧密联结。驻村干部与村民通过日常性人情与仪式化人情,增强了自我内在情感的可见性,双方在此基础上平等地交流协商、相互理解,达成价值共识,同时也扩展了个体一般化的道德情感立场^[30]。

情感传播并不意味着驻村干部仅仅是从情感上来影响村民,还强调利用情感叙事的方式来满足村民的情感需求,从而获得村民的情感认同与信任。由于受教育水平的限制,法律政策的生搬硬套对多数村民来说是难以接受的,也是不切实际的。在乡村语境下,村民早已形成了“大喇叭一响起来就是村里有要事”的条件反射,广播的内容对他们来说天然具有说服力,也是村民们最朴素最永久的印记。基于不同民族的语言特点生成的广播文本口语性十足,以服务群众的方式引导群众,在个人与国家之间建立起了一种认同关系,让个体村民意识到自己是国家的一分子,是国家政策落地的重要一环。

在广播加持下,驻村干部坚持走好群众路线,增强群众观念,提升群众语言运用能力,以春风化雨式的语言开展交往、赢得认同,成了帮扶工作的必然要求。他们通过充分熟悉村治场域环境与人际交往规则,将远离村民日常生活逻辑的扶贫政策话语转变为乡土话语。语态的同一,便于通过情感化叙述最大限度地贴近村民,让村民不自觉地将自身的经验与传播的内容相联系,从而加深情感传播的渗入程度。L

县驻村干部通过“躬躬”在村民眼中完成从“外人”到“陪伴者”、从“陌生人”到“熟人”甚至是“村里人”的转变,实现与村民轻松的对话、沟通和互动,构建有助于治理工作的平常关系。

3. 以群体情感与规范为牵引,优化村民个人思想行为

情感与道德具有天然的联系,二者不仅发源自人内心的生活经验,更来自社会建构与群体约束。以群体情感与规范作为个人思想行为的牵引,能更好地运用情感控制机制把握情感传播的脉络。人在特定的情境规范与文化背景下会调整“表演”活动。在“表面表演”的心理作用下,理性表演成为最优选择^[31]。L县驻村干部入户走访、主动倾听村民的心声,搭建起情感传播的渠道与桥梁。在充分考量村民文化语境、思维方式、价值观念的前提下,驻村干部基于村民的心理特征和交流习惯成功实现情感传播策略在地化转换,并通过与个体的互动交流逐步赢得认同,利用被劝服的个体将这种认同向周围推介,完成“个体—小群体—大群体”的集纳。乡村中异质的个人聚集在一起时,会表现出一些同质的情感特征,产生群体情感的建立基础并反作用于个体思想行为。这种基于人文价值关怀的治理方式蕴含理性、尊重和意愿,也在国家统摄的框架下最大程度地平衡了“小我”与“大我”之间的摇摆。

乡村需要内生性、在地化、乡土气的媒介来反映当地的环境与价值,流于形式、诉诸商业化的乡村媒介仅悬浮于乡村生活的表层,也是交往场域中的失语。微信在L县驻村干部的乡村治理工作中是重要的实时互动平台。村民使用微信更多的是基于情感生活需要,在彼此间相关联的事务中诉说各自观点、表达各自意志的同时逐渐发现了自我的能力与潜力,激发其为乡村振兴下的自我幸福奋斗的欲望。对于那些离场的村民,微信成为感受共同体氛围、密切干群和邻里关系的重要平台。他们在虚拟平台上

“共同在场”,了解并参与公共空间的村务动态,通过对话协商有效促进公共事务的处理。作为“利益同在者”的驻村干部也在该场所下展现自我,根植于乡村情感深处,将外界宏观讲述体系的政治性内容导进村庄“微信生态”,与村民一同呼唤着和谐的社会情感关系,推动着情感传播的不断延展。

乡村语境下的意见领袖与情感领袖具有一致性,以乡贤人物为突出代表,他们是乡村群体情感与规范的核心成员,在特定的情感导向下富有高度影响力,可将村民的认知转为情感,弱化村民的抗拒和排斥。驻村干部对乡贤进行情感劝服,投放政治信息,通过乡贤影响村民对乡村振兴工作的认知与判断甚至情感基调的塑造。对群体情感指归的统一有助于发展情感传播的共情关爱,化解驻村帮扶中“自说自话”的传播困境。村民在乡贤的引领下,个人对驻村帮扶工作的负面情感逐步转向中性或积极的情感,并随着群体趋势强化,一种更大范围、更强效能的群体性压力促使村民思想、认知与行为偏向群体规序,让乡村圈层的公共诉求牵引着村民的个性化诉求,从而为情感传播提供良性政社互动保障。

四、结语

随着我国经济的快速发展和主要矛盾的转化,过往对“治理有效”的实现手段存在一定限度。既要民主与民心,又要效率与成果,这是中国乡村发展的特定国情。换句话说,驻村干部要在乡村场域中平衡国家与村民的利益诉求与价值偏好,避免对外部强加式行政权力干预过分依赖。这不仅需要驻村干部吃透国家政策文本,更要把握村民的思想动态,培育和建构自身的柔性治理能力,“以情动人”地让村民接纳国家话语的“入场”。借助情感的作用,媒介信息往往能够更加有效地影响村民的认知过程及其对媒介内容的感知和判断。

乡村有效治理需要柔性手段的介入,柔性手段的情感策略也是一种传播的运作。现代传媒与乡土文化联姻能更好地实现L县政府和社会的良性互动。L县驻村干部满足乡村多元诉求以调适行为差异,迎合或引导不同村民的情感诉求,实现情感传播生态健康化,让情感传播与政治参与相互驱动。为获得深层信任,L县驻村干部与村民开展富有乡土亲情的人际互动,让自我与乡村“同生共构”,驱动着“情感—行动”链条的同频共振,构筑出情感网络与行动网络,既耦合了“中国之治”的价值底蕴,又符合工作开展的实际需要。群体情感与规范牵引个人思想行为,保证情感传播的连续性与稳定性,从而构建起乡村发展的长效机制。可以说,L县驻村干部进行的情感传播为我国乡村振兴下的柔性治理提供了理论与实践参考。但是也要意识到,情感传播需要付出更多的时间成本与机会成本,过度弱化政府工作的刚性容易造成秩序的失范,当前对村民的情感传播行为尺度也缺乏标准意义上的统一规范,容易带来行动、认知、理解和辨别上的新窘境,对乡村柔性治理中的情感传播现象仍然需要理论研究人员和实务操作者进一步去探究。

参考文献:

- [1] 朱慧劼,姚兆余.乡村振兴背景下农村社会治理的新路径[J].中南民族大学学报(人文社会科学版),2022(10):102.
- [2] 喻国明.传播机制中的情感因素研究:序言[M].北京:人民日报出版社,2020:1.
- [3] 周鑫慈,范红.身份·媒介·情感:中华文化全球传播的逻辑与方向[J].出版广角,2022(15):42.
- [4] 李建军,马瑞雪,周普元.论情感传播的特点和原则[J].东北师大学报(哲学社会科学版),2020(5):100.
- [5] 李琳.情感传播:媒介化基层社会治理的新路

- 径[J]. 新闻爱好者, 2022(9):8.
- [6] 李建军, 刘会强, 刘娟. 理性与情感传播: 对外传播的新尺度[J]. 江西社会科学, 2015(5): 240.
- [7] 徐明华, 李孟秋. 中国现代性与情感传播: 国际话语的锚点与转向[J]. 中华文化与传播研究, 2022(1):71.
- [8] 徐明华, 李丹妮. 情感畛域的消解与融通: “中国故事”跨文化传播的沟通介质和认同路径[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019(3): 38.
- [9] 张任之. 爱与同情感: 舍勒思想中的奠基关系[J]. 浙江学刊, 2003(3):29
- [10] 蒋晓丽, 何飞. 情感传播的原型沉淀[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2017(5):12.
- [11] 陈桂生, 吴合庆. 情感治理何以成为乡村社区治理的新转向: 基于“治理有效”的解释[J]. 求实, 2022(4):96.
- [12] 徐明华. 情感传播: 理论溯源与中国实践[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2021:137.
- [13] 冯华超, 钟涨宝. 精准扶贫中农民争当贫困户的行为及其阐释: 基于武汉近郊Q村的实地调查[J]. 中国农业大学学报(社会科学版), 2017(2):78.
- [14] 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):117.
- [15] 潘祥辉. “广播下乡”: 新中国农村广播70年[J]. 浙江学刊, 2019(6):4.
- [16] 沙垚, 张思宇. 作为“新媒体”的农村广播: 社会治理与群众路线[J]. 国际新闻界, 2021(1): 120.
- [17] 陈苏, 丁和根. 乡土认同建构中的媒介力量: 从有线广播视角的考察[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2017(10):155.
- [18] 王一岚, 刘阳. “脱域”与“重建”: 乡村网络公共空间的媒介转向[J]. 青年记者, 2022(12):90.
- [19] 穆筱蝶. 农村居民微信朋友圈自我呈现研究[D]. 长沙: 湖南大学, 2019.
- [20] 王玲宁. 微信使用行为对个体社会资本的影响[J]. 新闻大学, 2015(6):114.
- [21] 刘砚议. 微信朋友圈中的“印象管理”行为分析[J]. 新闻界, 2015(3):58.
- [22] 刘鹏, 孟伟. 媒介的服务性与情感在地化: 乡村治理的创新路径[J]. 中国广播电视学刊, 2022(5):37.
- [23] 金梦, 张蓉. 人情交往在我国农村存在的价值[J]. 山西农业大学学报(社会科学版), 2012(1):96.
- [24] 杨华. 农村人情的性质及其变化[J]. 中南财经政法大学研究生学报, 2008(1):41.
- [25] 陈新民, 王旭升. 电视的普及与村落“饭市”的衰落: 对古坡大坪村的田野调查[J]. 国际新闻界, 2009(4):63.
- [26] 余沐苓, 杨萌芽. 嵌入与浮出: 媒介视角下驻村干部日常工作沟通交往[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021(4):28.
- [27] 赵华梅. 现代性视域下村落传统公共空间研究[D]. 沈阳: 辽宁大学, 2013.
- [28] 李腾凯. 情感传播视域下的政治认同: 挑战与对策[J]. 湖北社会科学, 2022(1):32.
- [29] 徐明华, 李孟秋. 中国现代性与情感传播: 国际话语的锚点与转向[J]. 中华文化与传播研究, 2022(1):71.
- [30] 王仕勇, 陈超. 良性互动与价值同构: 网络舆论情感表达与主流媒体内容生产[J]. 中国编辑, 2022(5):46.
- [31] 张爱军, 梁赛. 论情感在政治传播中的作用: 一个新的视角[J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2020(4):72.

[责任编辑:毛丽娜]



引用格式: 赵晟, 王邦安, 覃发钦. 西部地区乡村柔性治理中的情感传播现象研究: 基于广西L县的调查[J]. 郑州轻工业大学学报(社会科学版), 2023, 24(3): 42-52.