

大众传媒对少数民族农村的影响度分析

作者：林晓华 钟熠

[摘要] 通过笔者主持的少数民族农村信息传播与农民媒介素养现状的问卷调查，对所得数据统计分析后，有以下发现：电视成为影响少数民族农民思想观念的第二大因素，其它大众媒介对农民也有不同程度的影响；但是少数民族农民对大众媒介内容的认识处于“模糊化”状态，媒介素养在少数民族农村严重缺位。

[关键词] 少数民族；大众传媒；接触与使用；媒介素养

大众传媒对（少数民族）农村有多大影响？这是一个很多人都能给出答案的问题：影响很大；或者说，大众传媒在农村很重要。不过，少数民族农村的大众传媒多种多样，最具影响力的是哪一种（些）？农民的媒介使用能力如何？他们对大众媒介的态度又是怎样？估计是一个难以用描述性的语言说清楚的问题。2006年7—9月期间，笔者组织西南民族大学学生40余人，面向全国主要少数民族地区发放调查问卷400余份，对我国少数民族农村的信息传播与媒介素养现状展开了初步的调查。其中，大众传媒对少数民族农民思想观念的影响度，是本次调查的重点内容。

我国民族自治地方行政区域的面积占全国总面积的64%，人口约10643万人，在此区域内的农村又大体占到民族地区总面积的三分之二左右。事实上，大众传媒的功能正在于其传播信息的即时、迅速，正好可以解决少数民族农村地区的信息闭塞、缺乏的问题。因此，如能对少数民族农村的信息传播现状有一个较清晰的了解，进而有步骤地提高农民的媒介素养，大众传媒尤其是涉农媒体①才有可能在占全国约一半面积的民族地区农村进行有效传播。这是一个从根本上提高少数民族整体素质的重要渠道，也是改变民族地区贫穷落后面貌的可能途径。

一、大众传媒对少数民族农民观念的影响度

问卷：您认为对个人的思想观念影响最大的是什么？（限选2项）

选项百分比排序：1.家庭48%；2.电视33%；3.学校19%；4.周围环境15%；5.朋友13%；6.工作环境6%；7.广播5%；8.书籍2%、报纸2%；9.杂志1%、网络1%；10.电影0.5%。11.VCD/DVD碟片0%。

分析：大众媒介对少数民族农民的思想观念有重大影响。

电视，成为影响少数民族农民思想观念的第二大因素。

在回答“对您个人的思想观念影响最大的是什么？”一题时，33%的受访人首选“电视”，“电视”选项名列第二，仅次于“家庭”48%。可以看到：“电视”超越了传统的对个人思想观念的强势影响因素，如学校19%，周围环境15%，朋友13%等。

此外，广播5%、书籍2%、报纸2%、杂志1%，网络1%的选项，分列第7，8，9位，表明其它大众媒介对个人思想观念有影响，但比较轻微。

分类来看，电视与广播相加，两项之和为38%，远远超过书籍、报纸、杂志之和5%，说明以电视广播为主的电子媒介在少数民族农村占有强势地位，因此应充分利用这一优势，加大电视广播中的涉农信息含量。

印刷媒介在农村处于“萎缩态势”。其原因大致有三，一是订阅或购买书籍、报纸、杂志不方便，二是部分少数民族农民不识汉字，阅读起来有困难，三是强势媒介电视广播的挤压，使印刷媒介在少数民族农村生存空间较小。

网络1%的选项，是因为电脑与网络在少数民族农村普及程度很低，其次是有使用上的障碍。

对策分析：1.考虑农民信息需求，做到为农传播。从媒介内容制作上看，大众传媒尤其是本地电视台应加强对少数民族受众信息需求的调查研究，做到“为农传播”而非“对农传播”。也就是说，改变目前大众传媒在少数民族农村传播的无序、低效的现状，考虑农民信息需求，将农民置于对农村媒介传播的中心。

2. 利用广播电视, 加强政府信息传播。从战略层面上看, 大众媒介是传递国家意识形态的日常的、也是最重要工具。但目前来看, 对农村大众传媒这一最为重要的信息传播工具运用得尚不够理想。在本调查中, 我们发现农民主要以收看电视剧为主, 而收看新闻则居于次席。因此, 媒体在制作政策、政府新闻时, 应多考虑与农民的关联性、有用性, 从而提高政府传播的效率。

二、少数民族样本对大众媒介内容的评价能力

1、农民对媒介内容真实度的评价。

问卷: 对大众媒介的传播内容或方式, 您能否作出评价:

(1) 可以26% (2) 有时可以53% (3) 不可以9% (4) 不知道12%

2、问卷: 您认为媒介内容是否真实?

(1) 真实26% (2) 不太真实49% (3) 不真实1% (4) 不知道14%

3、农民对媒介的看法:

问卷: 对媒介批露过的问题, 您认为现实中能否得到解决?

(1) 可以12% (2) 不可以4% (3) 不一定75% (4) 不知道9%

分析: 将信将疑——农民对大众媒介内容的真实度、大众媒介干预与解决现实问题的能力的态度。

“对大众媒介的传播内容或方式, 您能否作出评价”这一题, 选择最多的是“有时可以53%”; “您认为媒介内容是否真实”这一项选“不太真实49%”; “对媒介批露过的问题, 您认为现实中能否得到解决”, 选“不一定”的占了75%。

以上3题, 选择最多的项均是不确定性的, 这说明少数民族农民对大众媒介内容的真实度、大众媒介干预与解决现实问题的能力, 持一种将信将疑的态度, 但是又缺乏明确的分辨能力, 即处于一种对媒介内容认识的“模糊化”状态。

事实上, 传播学界对于大众媒介的态度, 无论是法兰克福学派“妖魔化”——对大众媒介的内容表示怀疑, 还是美国经验学派的“神圣化”——相信绝大多数媒介内容, 这两种价值取向都大有偏颇之处。在人们的实际媒介使用中, 没有人会对于媒介的内容表示完全不相信, 也不大会有人对媒介内容是完全相信的。大众媒介是一种“工具”——所谓“工具”, 就意味着它本身既不是妖魔, 也不是神圣。在这个意义上, 我们认为大多数人对大众媒介内容的认识处于“模糊化”状态。所谓“模糊化”, 是指人们已觉察到媒体内容有部分真实, 部分虚假; 但关键的问题是缺乏相应的素养, 无法分清哪些是真实的, 哪些是虚假的。我们把人们这种无法辨识媒介内容的状态, 称之为“模糊化”。

为什么较多的少数民族农民对大众媒介内容的认识处于“模糊化”状态? 是由于他们缺乏必要的媒介认识能力、利用能力所导致的, 媒介素养的重要性由此凸现。

三、大众传媒在少数民族农村所起的作用?

1、少数民族对农民、农村发展的自我评价

问卷: 您对农民、农村发展的看法是(限选2项):

选项百分比排序: 1.现在党的政策好, 农民大有希望51%; 2.当农民工作累, 收入低44% 3.路在脚下, 很多人不是凭自己的聪明勤劳致富了吗! 42% 4.当农民没什么出路11%。

分析: 农民——农村, 扶志——扶智

本调查中, 选择“如果党的政策好, 农民还是有希望的”名列第一, 半数的农民对农民与农村的发展前途充满了希望; 但也有四成的受访人选择了“当农民不好, 工作累, 收入低44%”。

说到少数民族农村, 比较一致的看法是: 区位偏僻, 交通不便, 信息闭塞等, 是该区域落后的原因。这些外部客观因素, 确实很大程度上导致少数民族农村的落后, 但这并不是落后的全部原因。但是从本次调查来看, 四成的受访少数民族农民选择了“当农民不好, 工作累, 收入低”。相当规模的少数民族农民思想观念的陈旧落后, 消极保守, 是少数民族农村落后的内在主观因素。

“扶贫先扶志”因此可以有两方面的解读: 一是“扶志”, 二是扶“智”。扶“志”——即帮助少数民族农民发挥对生产生活的主动性, 改变贫穷懒惰不主动、不思进取等靠要的保守落后思想, 调动生产生活积极性。扶“智”即帮助人们充分利用现代传媒, 克服区位偏僻, 交通不便, 信息闭塞等不利因素, 以提高生产技术水平 and 业务素质能力方面。事实上, 四成的农民已有利用现代传媒, 搞活生产经营的明确意识。这也可以从我们

的书面答题的答案中得到印证。

2、问卷:您认为电视、广播、报刊、电话、网络这些大众传媒在帮助您发家致富方面能起到多大的作用?您认为在农村应大力发展大众传媒吗?

从调查结果看,回答情况分为三类:

约50%的问卷上,这一题是空白的——尽管可以由调查员代填。据我们进行调查时的观察,本题目未回答,主要原因是调查要占用受访者较多时间,正常情况下每完成一张问卷就需要1到1.5小时,由于农活多,最后往往没有时间回答。有约10%的受访人的回答是“不知道”、“不了解”、“无所谓”。

而约40%的受访者认为:在少数民族农村,大众媒介在帮助发家致富方面有作用,应大力发展大众媒介。青海省海西蒙古族藏族自治州德令哈市郭里木乡团结村,一位家里主要从事养殖业的43岁的蒙古族妇女认为:

“媒介可以使我的养殖业更加科学,能使我了解市场需求,在农村应大力发展媒介。”

而在云南省红河哈尼族彝族自治州石屏县老街乡陆来村,一位初中毕业的42岁彝族妇女认识得更清楚:

“我认为电视、广播、报刊、电话、网络这些媒介对我们发家致富起到了很大的作用。在农村大力发展大众媒介是很大有必要的,通过媒介,让农民掌握市场需求什么,种植什么销路好,让农民早日走上富裕之路。”

也有人看得更远,想到了现代媒介在对外宣传报道少数民族农村发展中的作用。如,在甘肃省武威州天祝藏族自治县打柴沟镇安门村,调查员碰到了一位49岁的男性村干部,中专文化,他说:

“我认为农村发展大众媒介非常重要,可以向全国人民真实地报道少数民族地区的发展情况。少数民族地区还很落后,需要社会的共同关注,能够真正起到为农民办实事的作用,提高农民的思想意识。”

大众传媒在许多地区实实在在的促进了经济的发展。在韩国新村运动中,“快速方便的大众媒体,特别是在20世纪70年代后期,在农民阶层中影响着他们如何最有效的利用有限的资源来获得最大的现金收入,并能赶上城里人日益增长的生活水平。这产生了他们极大的兴趣去学习更多关于农产品定价的策略、农产品的市场改革、经济作物和畜产品的生产饲养技术。对农民的训练课程随着他们需求的变化进行调整。”[1]我国安徽省含山县半湖村的260户蟹农,从(中央电视台)七套节目中获知香港市场河蟹需求旺盛的信息后,立即多方联系,最后与香港创业集团签订了1.2万亩的无公害河蟹订单。在安徽,这种“看着电视种田,盯着市场挣钱,依靠科技致富”已经成为一种时尚。在以上案例中,大众传媒很好地激发了农民学习先进技术的兴趣和欲望,使农民通过报道得到启发和教育,并有效地利用自有资源来获得较大的收益。

结 语

从调查的总体情况来看,结论是明确的:其一,大众传媒(尤其是电视)成为影响少数民族农民思想观念的重大因素。其二,多数人处于一种对大众传媒内容认识的“模糊化”状态,反映出少数民族农民对媒介认识能力、利用能力较差,媒介素养有待提高。其三,约40%的受访者明确认为:在农村,大众媒介在帮助发家致富方面有很大作用,应尽快发展大众媒介。

信息的效益不是永恒的,观念的变革才具有长效性。[2]因此,只有从根本上改变边少数民族农民落后的精神面貌和思想状态,逐步形成积极开放、开拓进取,立志改变家乡贫穷落后面貌的思想,并能够利用现代媒介来获取各种生产经营所需要的信息与知识。只有少数民族农民的自我发展能力有了本质的提高,民族农村全面发展才能真正落到实处。其次,既然大众传媒已成为影响少数民族农民思想观念的重大因素,那么大众传媒,尤其是涉农媒体如何改变目前“传者中心”的局面,在占全国约一半面积的民族地区农村进行有效传播?在我国新农村建设语境下,涉农媒体所应承担的社会责任由此显现。

作者简介:林晓华,新闻学博士,西南民族大学文学院新闻系讲师。四川 成都610041;钟熠,副研究员,西南民族大学组织人事部副部长。四川 成都610041

基金项目:本文系西南民族大学博士创新基金项目《西南民族农村信息传播体系的整合机制研究》的阶段性成果。

注释:

①本文中的“涉农媒体”,一部分指直接以农业频道、农民报、农业信息网等命名的媒体,以及媒体上开办

的农业栏目；另一部分，因为我国2/3的地区是农村，2/3的人口是农民，所以党台、党报等主流媒体的为农传播应成为重点内容。所以，“涉农媒体”一词，我们认为应涵盖中央电视台一套，人民日报，中央人民广播电台，以及各级党台、党报等媒体。

参考文献：

[1][韩]朴振焕 韩国新村运动：20世纪70年代韩国农村现代化之路[M]：114—115

[2]方晓红 大众传媒与农村[M] 上海：中华书局，2002

（《西南民族大学学报》2008/09 5期，责任编辑吴定勇）

[回首页](#)

来源：西南民族大学学报
阅读：1098 次
日期：2008-11-06

【 双击滚屏 】 【 评论 】 【 收藏 】 【 打印 】 【 关闭 】 【 字体：大 中 小 】

上一篇：手机媒介与新闻传播

下一篇：英语翻译中的望文生义现象分析

>> 相关文章

- 从一则案例看采访中的关系处理
- 今日美国媒体变化对中国的提示
- 媒体“秀”“才”当慎重
- 应对挑战，纸媒需做“思想者”
- 用机制保障策划健康发展——访新华日报报业集团总编辑周跃敏
- 大震中媒介的足迹
- 着力网络访谈的贴近性和互动性——绍兴网直播访谈节目“交流”百期评述
- 大地震中新闻媒介的突进

发表评论



- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

点 评：
用户 名： 密 码： 发 表

备案号/经营许可证号：蜀ICP备05000867号

设计开发：阮思聪 QQ: 54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛：阮志孝、阮思聪. All Rights Reserved .