

关于农村受众媒介素养教育的思考

余 玉

摘 要: 媒介素养教育在我国是一个新兴领域, 针对农村的媒介素养教育和研究更是空白, 如何结合我国农村实际对农村受众进行素养教育是一项很紧迫的工作。概括分析了我国农村受众媒介素养的现状, 然后从三个方面探讨开展农村媒介素养教育的路径。

关键词: 农村受众; 媒介; 媒介素养

作者简介: 余玉, 男, 讲师, 硕士。(南昌大学 科技学院新闻传播系, 江西 南昌, 330029)

中图分类号: G206.2 **文献标识码:** A **文章编码:** 1008-6552 (2010) 03-0031-06

简单地说, 媒介素养教育可以界定为人们对各种媒介信息的解读和批判能力以及使用媒介信息为个人生活、社会发展所用的能力, 它是大众传媒发展到一定阶段的必然现象。随着传媒市场日益繁荣, 媒介素养教育研究提上了新闻传播学界的议事日程, 对其研究始于20世纪30年代初期的英国, 我国对媒介素养教育研究起步较晚, 始于上世纪末。这些年来, 它一直成为我国新闻传播界探讨的热门话题。从近年来的研究现状看, 国内关于媒介素养教育研究重心更多的还是集中于城市受众, 农村受众媒介素养教育还未受到应有的重视。我国目前13亿人口中有9亿农村人口, 他们是在我国推广媒介素养教育工作中不可忽视的部分, 也可以说是中国受众的媒介素养教育的重中之重。如何提高农村受众的媒介素养无疑是当前亟待解决的问题。

一、农村受众媒介素养的现状

探讨我国农村受众的媒介素养教育, 需要在对我国农村媒介接触现状和他们所处的媒介生态进行考察的基础上进行。

(一) 媒介结构和类别单调失衡

从农村媒介结构拥有率来看, 南昌大学郑智斌教授曾在江西省信丰县安西镇做过调查, 结果表明, 在农村受众中手机拥有率相当高, 达到64.5%, 已超过电话机的拥有率57%, 手机成为农民日常传播现代化的主流媒介。但是, 收音机(26.8%)、电脑(4.8%)、广播(2.6%)的拥有率相当低, 曾在农村盛极一时的广播处于绝对弱势, 位居倒数第一, 基本上正在退出农村生活。此外, 报纸、杂志等纸质媒体订户数都不到2成^[1]。可见, 农村媒介拥有结构明显失衡。

再从农村受众接触媒介类别来看, 根据赖浩锋对江西农村大众中致富农民的调查发现, 电视与农民的关系最为密切, 几乎每天接触电视的比例高达83.7%, 其它媒体根本无法和电视争锋^[2]。调查还发现, 中国农村大众通过电视获取信息的依赖性过高, 而广播在农村的影响力正在加速萎缩, 新兴的网络媒体对于农村受众只是“王谢堂前燕”, 还没有“飞入寻常百姓家”。调查显示, 多数农民不知道“互联网”为何物, 农村中能接触到互联网的人绝大部分居住于城镇或与城镇较近的地段, 普通的农村受众对网络媒体的接触几乎是一片空白。由此可见, 农村受众获取信息几乎是依赖手机和电视, 这种

单调的媒介接触必然会导致总体上各传媒渠道影响力的异常性差异及其相互关系的失衡,这也就导致了农村受众媒介素养偏低的面。

(二) 信息获取和认知能力不强

媒介素养的主要内容之一是增加对大众传媒的了解,学会获取媒介信息并以理性批判的意识接触媒介的信息。然而,在农村普遍存在这种现象:他们不知道通过媒介怎样获得自己所需要的信息,很多人在接触媒介时并没有具体的目标和计划,目的游离散漫,让媒体牵着鼻子走,更没有主动从中获取自己所需信息的意识,每日只是被动地收看电视,手机媒体在农村功能单一,只发挥打接电话和联络感情的作用,许多农民就是收到手机短信,由于不懂操作或缺乏信息意识从不翻开来看。

有些农民有主动获取信息的意识,但对信息的认知、分辨、筛选能力不强,对污染信息抵抗能力不强。由于农村受众缺乏信息认知能力,在海量信息面前,他们找不到符合自己需求的信息,无论是什么类型的信息,完全是凭借自己的兴趣和爱好来决定是否接受,缺乏深入了解信息背景的自觉意识。在目前的媒介环境中,信息内容极为混杂,良莠不齐,天使与魔鬼同在,瑰宝与垃圾并存,有序与无序共生。信息多元化,对媒介素养较高者来说,是一种资源的丰富;但对于媒介素养较低者来说,带来的却可能是选择的痛苦和无奈^[3]。对于过分依赖电视传媒的广大农村受众来说,在许多偏远的乡村,只能收到几套电视节目,清晰度、稳定性都不理想,而且大多是本地的电视节目,节目的质量又不高,其模式为电视剧+广告+县级政府新闻。那些和节目格格不入的广告和医疗讲座时长质差,甚至还有不少是虚假广告、色情、暴力和伪劣信息,严重污染了我们社会,对受众的身心健康极为有害,农村受众面对传媒信息只有无奈地被迫接受。

(三) 媒介利用范围异常狭窄

媒介素养的另一主要内容是,提高人们对媒介的有效利用能力,懂得合理地运用媒介完善自我、服务自我,亦即对大众传媒的使用与传播活动的参与,这是农村受众媒介素养考察中最重要的也是最核心的部分。

应该说,自改革开放以来,我国农村和农民接触大众传媒,获取外部信息的条件较过去有了明显改善。随着“村村通广播电视”工程的建设,有些农民能利用电视收看天气预报、农业讲座和农业广告等节目内容以指导农业生产;又由于手机是近年来农民使用的各种信息工具中增幅最大的一种,有少数农民通过手机接收天气预报、种植养殖技术、市场行情等各类信息,他们通过短信尝到致富的甜头;还有极少数农民在特定条件下利用传统媒体来维护自己的权益,例如,农民们为了保护自己的利益,在多次向基层领导反映未果的情况下,往往会给媒体写信或寻访媒体记者,甚至直接造访媒体,提出他们的诉求。

然而,从总体上来看,由于中国农村受众接触媒体的类型比较狭隘,认知媒介信息的能力不强,因此利用媒介的范围就异常狭窄,除了从媒体获得以上简单信息和求助外,他们不知道如何通过大众传媒表达自己的意见,诉说自己的委屈。具体表现在,农村受众还没有对媒体信息进行反馈与媒体联络的渠道,还不会主动向媒体表达对媒体提供信息的意见与要求;不会主动观察自己周围的环境,发现一些值得注意的现象,向媒体反映,以引起媒体的关注;当面对媒体时,不能自如地表达自己的想法和自身的利益诉求;自身利益受到侵害后,不会主动希望媒体介入等等,这一切说明农村受众在当前无疑是沉默的大多数,也正说明他们尚缺乏媒介素养。

从以上情况看,农村受众接触媒介的现状尚且如此,农村受众也就很难谈得上认知、接近和利用媒介,农村受众的传媒素养由此可见一斑,媒介素养教育如何也就不言而喻了。

(四) 媒介素养水平参差不齐

当前我国农村受众在媒介素养方面一个突出特点就是个体之间的媒介素养水平高低不一,主要表

现在区域受众和个体受众媒介素养水平参差不齐。

就区域方面来看，我国自改革开放以来，全国各地包括广大农村都加快了建设的步伐，而在加快发展的过程中，我国出现了东、中、西部发展不平衡的局面，在政治、经济、文化方面出现较大差异。在这样的发展背景下，各区域媒介发展状况出现失衡，农村表现尤为明显，久而久之，不同区域媒介素养水平出现了较大差异，其媒介利用、信息选择的区别已经甚大。从全国来看，东部农村受众媒介素养高于中部，中部农村受众又高于西部。

就个体方面来看，传统的农民阶层内部在社会转型中出现了分化，外出务工受众和留守乡村受众在媒介素养方面已有显著区别。自改革开放以来，尤其自新时期以来，随着农村各地春潮涌动，完全扎根于农村的受众在减少，进城务工是新时期农村的潮流，大部分农村青年纷纷踏上城市寻找出路，他们在工作之余接触报纸、广播、电视、网络等各种媒介者不在少数，再加上城市丰富的媒介为他们接触媒体提供了便利，这些农村受众的媒介素养得到明显提高，而长期留守农村的受众，一般以老人、妇女、儿童居多，由于他们受文化水平、媒介接触习惯和农村媒介结构等方面的影响，他们的媒介素养很难提高。这两者虽然同为农村受众，但他们之间的媒介素养水平出现很大的差异。

二、开展农村受众媒介素养教育的路径

在我国，公民媒介素养教育的整体状况不容乐观，媒介素养教育还处于起始阶段，教育的重心也是放在城市受众方面，而针对我国农村受众媒介素养教育几乎缺失。当前，我们应积极面向农村开展媒介素养教育，可以尝试按以下路径寻求突破。

（一）形成正确的媒介素养观念

首先是尽快在农村受众中树立“媒介素养”的观念。目前，在大多数受众的大脑中还没有“媒介素养”的概念，农村受众就更没有这一概念。当今，我们生活在被各类传媒所包围的社会环境中，尽快形成媒介素养是人的综合素养中的重要组成部分的观念，让农村受众主动进行媒介素养教育。当前最紧迫的任务是要对农村受众媒介接触行为和观念展开深入广泛的受众调查，帮助广大的县、乡、村干部及农民树立正确的媒介观念，改变农民不能自觉从媒体获取有用信息的观念，形成主动接触和利用媒介的意识。长期以来，“软件”（观念）与“硬件”（基础设施）之间存在较大差距，这造成了农村受众接触媒介的意识淡薄。硬件的建设是一方面，但更关键的是要激发农民自发的精神需求，以及具备这种使用媒介的能力。不过，这种观念的形成不能只靠农民自觉，而是要在农村受众中加大媒介素养教育的宣传力度，依靠大众传媒、政府宣传部门、文化教育部门以及农村基层干部正确引导和推进。

其次是对媒介素养教育观念的认识要正确。在进行媒介素养教育时，让广大农村受众形成以下正确观念：媒介素养教育不是面向少数人的精英教育，而是一种面向普通人的大众教育；不是单纯的学校教育，而是包括家庭、社会、政府在内的多元教育，要把媒介素养教育作为一项社会系统工程，实施媒介素养教育大众化；媒介素养教育不能一蹴而就，而是一种“活到老，学到老”的终生教育，因为媒介素养教育变无止境，应与时俱进，必须不断发展以应对随时变化的现实媒介，所以它是一种开放的、终生的、连续的教育。

（二）分层梯级地提升农村受众媒介素养

卜卫认为，媒介教育应该包括四个内容：“第一，了解基础的媒介知识以及如何使用媒介；第二，学习判断媒介信息的意义和价值；第三，学习创造和传播信息的知识和技巧；第四，了解如何利用大众传媒发展自己。”^[4]为了使这四个方面内容落实到农村受众中去，就要结合我国农村经济文化的整体发展水平，按认识大众传媒、评判大众传媒、利用大众传媒这一连续递进的过程，采取分层梯级的方

式面向农村受众进行媒介素养教育。

1. 媒介认知层面的教育

我国传媒经过改革开放三十多年来的发展,传媒市场出现了繁荣的景象,尽管如此,但对于农村受众而言,对媒介的认知水平还相当低,很多农村受众对媒介还保持着一种神秘感,这种神秘感是由于缺乏必要的媒介知识所造成的。对农村受众的媒介素养教育,首先应对他们进行媒介知识的扫盲教育,从普及媒介基本知识入手,帮助他们提高对媒介的认知能力,以平常的心态对待媒体本身和媒体内容,从而揭开媒体之上那层神秘的面纱。

普及媒介知识应从简单到复杂循序渐进地进行,可从新闻、信息、传播、受众和舆论等基本概念入手,了解新闻的起源、本质、特征及其传播规律,新闻事业的性质、功能及其产生和发展的规律等新闻理论知识,还可适当介绍新闻业务方面的基础知识,如了解版面、栏目、节目等专业术语及概念;了解报纸发行知识;学习照相机、录音机、摄像机的基本使用;了解计算机网络的基本操作知识;媒介经营运作等,这些是媒介素养教育最基本的内容。

2. 媒介评判层面的教育

农村受众掌握了媒介基础知识后,就要提高他们对媒介信息的评估和判断能力,即帮助受众学会解读、鉴别媒介中不同性质的信息,尤其是要提高受众辨别过滤媒介负面信息的能力,要让农村受众认识到大众媒介传递的信息可能是真实的、全面的,也可能是错误的;传承的文化可能是先进的,也可能是落后的;提供的娱乐可能使受众放松身心,也可能是迎合了受众的低级趣味。

目前,农民的媒介素养普遍低下,面对丰富多彩的媒介内容,能够有效地选择自己所需要的,而不至迷失于大众传媒的负面影响中,是农村受众媒介素养教育的一个重要目标。然而,我们常常听到由于错误捕捉和理解信息,或受虚假信息的蒙蔽,农民的经济利益受到直接损害的报道,这是受众理性评判信息能力不强所致,所以必须提高农村受众对于真善美和假恶丑的分辨能力以及迅速识别各类信息的意义和价值的能力,以能有效抵制低俗媒体和有害信息。

3. 媒介利用层面的教育

提高对媒介的有效利用能力,增强媒介“为我所用”的本领是对农村受众进行媒介素养教育的最终目的。媒介素养教育是要授人以渔而非授人以鱼,通过媒介素养教育,让农村受众学会利用媒介获取自己所需要的信息,对媒体的积极反馈,利用媒体传递信息和维护自己的各种权利,如知情权、参政权、议政权以及名誉权、肖像权、姓名权、隐私权等等,知道怎样运用媒体对国家机关及公务人员的决策、工作、作风等情况发表意见,开展批评,实行监督。尤其是当今进城农民工增多,当他们的权益受到损害时,让他们有利用媒体来维权的意识。总之,加强农村受众的媒介素养教育就是要达到利用传媒资源完善自己、发展自己的目标。

(三) 探索行之有效的农村媒介素养教育途径

要想扭转农村受众被动地受大众传媒影响的局面,确保他们不沦为大众媒介的奴隶,就得从现在起,结合我国农村经济文化水平较低的整体状况,面向农村进行媒介素养教育,并积极探索科学规范而又行之有效的媒介素养教育途径。

1. 建立完整科学的农村媒介素养教育机制和网络

农村受众的媒介素养教育想要取得成效,应有一套规范科学的工作机制作保障。首先可建立由宣传、教育、关工委、乡政府、村委会等部门组成的工作领导小组,统一安排、布置、协调此项工作。小组工作人员在全面摸底、充分调研的基础上做好实施媒介素养教育的各项细节工作;其次建设立体式的农村媒介素养教育实施网络,应发动各级政府,联合各类机构,形成一个自下而上、健全完善的农村媒介素养教育网络,从不同层面,以不同方式,通过不同渠道,开展长期稳定、丰富多彩、扎实

有效的工作，为农村媒介素养教育创造有利条件。

2. 编写面向农村的媒介素养教材和读物

借助外国媒介素养教育经验，集中我国大学现有的新闻传播类学科点的力量，组织编写出符合我国国情和农村现状的媒介素养乡土教材和普及媒介基础知识的读物迫在眉睫。教材编写以有利于面向农村中小学和普通民众实施媒介素养教育为标准。此外，还应编写简明的普及媒介知识的读物和媒介素养工具书，便于农村受众随时浏览查阅，成为他们的案头书，这是教材的有益补充。

3. 大力构建农村媒介素养教育的师资队伍

面向农村进行媒介素养教育，当前最需做好媒介素养教育的师资准备。教师是媒介素养教育的核心力量，加强老师的素质，提高老师本身的媒介素养，这是至关重要的。结合我国农村实际，为了构建高素质的师资队伍，一方面可以充分利用在高校从事新闻传播类课程教学的师资，发挥他们的骨干带头作用，依靠新闻传播院校来培养，每年选派一定数量农村教师和村党员干部到高校短期脱产进修学习媒介知识，或邀请高校教师和长期在媒体工作的媒介资深人士，如编辑、记者等对农村中小学教师和在职农村党员干部进行短期培训；另一方面是提高农村教师待遇，吸引有经验、有能力的老师向农村中小学转移，特别是经过系统教育的大学生，吸引他们投身到农村教育事业中，教会农村的孩子认识理解媒介、判别媒介信息。充分发挥这些教师的作用，将媒介知识传授给农村受众，提高他们的媒介素养。

4. 寻求丰富多样的农村媒介素养教育形式

卜卫认为，“媒介素养教育需要借助学校教育、社会教育、新闻媒介和家庭教养等多种途径，这些在国内都还很少实践。”^[5]的确，媒介素养教育是一个系统性工程，应整合社会资源，挖掘教育潜能，调动一切可以调动的因素，进行形式多样的媒介素养教育。

(1) 学校教育。从长远来看，学校教育是提高农村受众整体媒介素养的关键和重点。学校教育的对象主要是年轻的学生，而他们又是农村受众的组成部分，对他们进行传媒教育十分必要。开设有关课程是学校进行大众传媒素养教育的主要手段。早在上世纪60年代，英国、加拿大、法国、澳大利亚等发达国家就陆续地把媒介素养教育纳入了全国或国内部分地区中小学的正规教育课程，我国可借鉴他们的先进经验，尽快在中小学开设有关媒介素养教育的相关课程，争取在未来几年里将媒介素养教育纳入大中小学校必修课程计划。学校除设置相关的大众传媒素养的课程以外，通过具体的实践活动也可以提高学生的大众传媒素养水平，例如，组织学生记者团、支持学生办报办广播等。另外，学校还可在社会课、品德课等与媒介有关的课程上，有机地加入媒介素养教育的内容。

(2) 社会教育。这主要是针对成年农民的媒介素养教育，因为他们才是农村受众中的重要组成部分，当地村委会可从中发挥重要作用，他们应积极配合各级政府的宣传部门和文化教育部门利用多种形式组织农村受众学习媒介知识，重点是培养他们主动接触媒介，通过媒介获取信息的能力，培养质疑习惯和思辨能力，这能帮助他们消除盲从、被动地使用大众传媒的观念和习惯，引领他们自主、自觉、合理地选择和运用媒介为自己的生产、生活和健康服务。在具体工作中，要做到形式生动有趣、手段多样，如组织视听阅读、读报评报、新闻评议、重点示范、短期培训、开办讲座、领导蹲点等等，并且利用当地文化站、农民夜校、专业协会及其刊物等辅助进行。

(3) 传媒教育。当地传媒机构应借助自身的力量向农村受众普及媒介素养教育，可利用大众传媒广泛的社会影响力，通过“议题设置”，能有效地引导农村受众对媒介素养问题的关注，并通过示范作用，提高全社会对媒介素养教育重要性的认识，县市一级的广电传媒和报纸可以在这方面为农村受众提供近距离接触媒体的便利条件。建议当地媒体开辟专门的栏目或讲座，制作相应的媒介知识节目，向农民传授媒介知识，进行普及性宣传。

5. 重视培养农村媒介素养教育的“意见领袖”

美国传播学者拉扎斯菲尔德等人认为,那些活跃在人际传播网络中,经常为他人提供信息、观点或建议并对他人施加个人影响的人物,称为“意见领袖”,这些人是大众传播中的评价员、转达员,是组织传播中的闸门、滤网,是人际沟通中的“小广播”和“大喇叭”,他们是既非选举产生又无名号的人。这些学者还认为观念常常是从大众媒介流向“意见领袖”,然后由“意见领袖”告诉人群中不太活跃的那部分人。这一观点依然适用于农村受众的媒介素养教育。因为农村受众长期居住于信源相对单一、环境相对封闭的偏远农村,很少接触大众传媒或根本听不懂、看不懂媒介内容的那些不太活跃的农村受众就可以从“意见领袖”那里获得信息,所以应重视在农村受众中发现和培养“意见领袖”,重点提高他们的媒介素养,发挥他们的辐射作用,通过他们带动一定范围内的受众,逐步提高这一群体的媒介素养。

在农村培养“意见领袖”,可以充分利用乡政府和中小学校的资源。在乡政府可定期开办媒介素养教育培训班,邀请新闻院校教师、当地媒体的记者编辑、县市宣传部人员来授课,召集乡村干部、党员、农村通讯员以及自然村中的负责人或能人等来乡政府参加培训,让他们先掌握媒介素养知识,成为农村中的“意见领袖”,以能积极不断地影响农村普通受众;在中小学可重点培养老师和班干部成为学校里的“意见领袖”,普及媒介知识,还可以通过开展读报评报、创办校报和广播、参观传媒机构等活动来提高学生的媒介素养;另外,还可以让进城农民工,尤其是青年农民工成为“意见领袖”,因为他们在城里不断地接触各种媒体,媒体素养有一定的提高,让他们利用平时和春节回乡的机会充当“意见领袖”。

总之,媒介素养教育在我国还是一个新兴领域,在学界尚未形成一个相对独立的研究系统和话语空间,针对农村的媒介素养教育 and 研究还是空白。我们现在再也不能忽视这方面的工作,要根据农村受众的年龄、性别、文化层次等特征大力加强农村受众媒介素养教育,促进农村受众个体发展,抑制大众传媒对农村受众的负面影响,为建设社会主义新农村创造更有利的条件。

参考文献:

- [1] 郑智斌,樊国宝.论农村受众的媒介素养教育[J].南昌大学学报:人文社会科学版,2005(3):158-162.
- [2] 赖浩锋.农村生态传媒失衡研究——“江西省农民致富与传播状况调查后”的思考[J].当代传播,2005(1):75-77.
- [3] 牛新权.论农村受众的媒介素养教育[J].新闻记者,2005(5):52-54.
- [4] 陆小娅.面对铺天盖地的媒介传播你是做主人还是奴隶[N].中国青年报,1997-06-20.
- [5] 卜卫.论媒介教育的意义、内容和方法[J].现代传播,1997(1):81.