

农村公民人文科学素养的电视信息传播导向研究

——从农民的视角

谭 英

[摘要] 本文采用定量与定性相结合的研究方法,了解农民接触电视节目的行为偏好及其信息服务的意愿和需求,为探究电视传播在新农村建设中的作用提供第一手资料。研究表明,农民受众最喜欢看的电视节目是新闻、影视剧和气象预报;电视媒介传播“文化信息”对农民的观念改变、乡风文明建设发挥着举足轻重的作用。文章提出,电视虽是农民获取信息的主要渠道,可电视不是万能的,应正视电视节目服务农村的传播的功能;电视的单向信息服务模式不能满足农民的科技信息需求。建议利用电视媒介自身的传播优势,充分发挥电视文化信息传播的职能及其导向作用,提高农村公民的人文社科素养及基础自然科学素养。

[关键词] 科学素养 农民信息行为偏好 电视信息传播

Abstract: Based on qualitative & quantitative research methods, this article attempts to find out the farmers' preference for TV programs, willingness of and demands for information service, thus, to provide the first-hand data for exploring the role of TV communication in New Rural Construction. The research shows: farmers like watching TV news, TV film and weather forecast best; communicating "cultural information" by TV has a significant influence on the farmers' ideology change, rural civilization construction, etc. This paper puts forward: although TV is the major channel of acquiring information for farmers, TV isn't everything, the function of TV program communication in serving rural areas should be envisaged; one-way TV information service mode can't satisfy the farmers' scientific technical information demand. The research suggests using the communication advantage of TV itself, bringing the role and orientation of TV information communication into play adequately, for improving rural people's humanity quality and basic natural scientific literacy.

Keywords: science literacy; farmers' behavior preference for information; TV information communication

关于公民科学素养的概念始终没有确切的定论。因为科学素养是一个多元化的概念,是一个动态发展的概念,不同的研究群体关注科学素养不同的层面^[1]。比较一致的看法认为,科学素养包括了对4个方面——科学术语、科学知识、科学方法、科学技术对社会和个人产

生影响的基本了解程度^[2]。科学本身就包含自然科学与人文社会科学。中国科协组织的第五次全国性的公民科学素养调查显示^[3],我国公众具备基本科学素养的比例为1.98%,虽然比2001年的调查结果上升了0.58个百分点,但我国公民科学素养的整体水平较低,农村公民的

科学素养更低；而 2000 年美国为 17%^[4]，这与我国“2049 行动计划”提出的要求（建国 100 周年的时候，使我国国民的科学素质达到与中等发达国家经济社会发展程度相适应的水平）相差甚远。

科技传播是指科技知识新系统跨越时空的扩散而使不同个体间实现知识共享的过程^[5]。如何借助大众媒介加快提高我国公民的科学素养，特别是农民的科技知识的普及程度已成为当前“三农”工作中重要的问题之一。多数学者研究表明，72.9%~86.2%的农民闲暇时间最经常做的事就是“看电视”，电视是农民获取信息的主要渠道之一^[6]。然而，电视媒介在我国农村的传播过程中是否完全符合“魔弹”理论？多数学者实证研究的结果表明，农民对电视传递的信息是有选择地接受的。我国不同地区的农村受众究竟最喜欢看什么样的电视节目？电视对农民个人及家庭的影响主要体现在哪些方面？电视在我国社会结构转型及新农村建设的关键时期扮演着什么角色？农民受众最需要的信息是什么？电视媒介在提高村民科学素养方面能起到什么样的作用？从农民的视角回答这些问题，可以较为准确地把握电视媒介传播信息在农村信息服务中的主要职能，进而找准电视媒介在农村科学普及的定位，更好地促进城乡协调发展。

一、研究方法与被采访对象的概况

本文根据 2005 年中国农业大学人文与发展学院组织的学生暑假回乡“农村电视信息服务现状”调查，采取随机面对面问卷调查方式，试图从最基层的农民的视角反映电视在农村信息服务中存在的问题，分析电视文化传播在新农村建设中的作用。调查区域遍及中国除港、澳、台、藏之外的 27 个省市的广大农村地区，包括东部地区的河北、辽宁、江苏、浙江、福建、山东、广东和海南等，中部地区的山西、吉林、安徽、江西、河南、湖北、湖南和西部地区的四川、重庆、贵州、甘肃、宁夏、陕西、新疆、广西、内蒙古等省市自治区。问卷采用

无记名形式。发放问卷 1 000 份，回收有效问卷 939 份，问卷有效率为 93.9%。本研究通过对 939 份面向农户户主的调查及 SPSS 统计问卷结果，进行综合分析。

在本次调查中，农户户主的年龄分布为：26~55 岁者占 79.8%，25 岁以下和 56 岁以上者分别占 9.3%和 10.9%。户主的文化程度状况是：中小学及以下文化程度者占 34.4%，初中文化程度者占 44.2%，高中和中专文化程度者占 17.2%，大专及以上文化程度者仅占 4.3%。被调查的农户中，4 口和 5 口之家占总数的 53.6%，3~6 口之家占总数的 88.7%；而 1~2 口及 7 口以上的家庭只占总数的 11.3%。

被调查农户中，从事种植业者最多，占 62.1%；外出打工者占 7.9%；从事养殖业者为 8.3%；而从事贸易批发零售业、加工制造业、交通运输业、餐饮业和建筑业的户主比例分别为 3.9%、2.8%、4.1%、2.4%和 1.4%；其它行业占 7.0%。

二、电视媒介使用情况及信息对农民生活的影响状况

1. 农民接触电视媒介的行为偏好

(1) 农民选择电视的理由是节目好看，能了解外面的世界

认为电视节目声情并茂、好看，看电视已成为生活中的习惯，看电视能了解一下当地或全国发生的大事。调查中了解到农民闲暇时间经常做的事：78.3%的人看电视，8.2%的人打牌，5.3%的人串门，4.5%的人读书看报。这个现象说明，电视传播对农村精神文化生活的塑造影响较大。也有的村民认为，没事干的时候，只能看电视，没有其他选择。

(2) 农民受众获取不同种类信息的渠道偏好

农民经常收看的电视频道是央视 1 频道和本省市电视频道。农民受众获取农业政策的渠道主要是电视、乡政府等。农民受众获取文化知识信息的渠道主要是电视。农民受众获取市场信息的渠道主要是电视、集市等（见表 1）。

(3) 农民受众最喜欢看的电视节目是新闻、影视剧和气象预报

表 1 农民获取不同种类信息的渠道偏好 (多项选择%)

	获取农业政策的渠道	获取文化知识信息	获取市场信息的渠道
电视	65.50	70.60	54.80
乡政府	38.70	20.20	21.00
村喇叭	35.00	8.50	7.00
集市	34.30	14.70	35.90
邻居	32.60	23.20	28.80
能人	32.60	22.70	25.80
报纸	27.80	37.60	25.80
农技站	23.40	17.70	15.20
宣传册	18.30	20.60	13.50
电台	9.30	11.30	7.70
图书	6.30	17.10	4.70
电话	4.80	5.30	7.30
学校	3.90	25.70	2.70
旅游	1.40	1.10	1.80
网络	2.40	4.00	3.40
教会	0.40	0.60	0.60
商店	1.30	1.60	6.00
其他途径	1.70	1.70	4.60

村民最喜欢看的电视节目依次为：新闻节目 (67.5%)，电视剧 (45.9%)，气象节目 (35.4%)，农业技术 (29.6%)，文艺娱乐 (27.3%)，电影 (23.5%)，科技知识 (21.1%)。

由此可以看出，新闻类、电视剧、气象节目是最受老百姓欢迎的节目。另外，村民对农村题材的影片最感兴趣，其次是武打片、娱乐片、国产片和科教片。

(4) 农民受众最需求的信息

从调查数据来看，农民最需要的信息按照重要程度依次为实用技术、农业政策、动植物品种、招聘信息、市场信息和气象信息、科技知识等，而对文艺娱乐信息则不那么看重，仅作为消遣。几乎所有的人都认为自己需要培训。

2. 电视媒介传播信息的效果对农民的影响

(1) 对农民生计的影响情况

调查显示，农民对农业政策的理解情况：11.0%的人理解，39.5%的人基本理解，41.5%的

人理解一点，7.8%的人不理解。

对农业新技术的理解情况：11.2%的人理解，38.5%的人基本理解，41.3%的人理解一点，9.1%的人不理解。但当问到“你觉得通过哪种方式最能提高自己的文化水平”时，41.1%的人认为是参加培训班，29.9%的人认为是通过看电视。

另外，调查了解到，农民获取农业新技术及采用农业新技术的渠道按重要程度依次是：亲戚朋友 (21.0%)，政府推广 (20.4%)，村里的示范户 (15.9%)，报纸杂志电视广播等媒体 (14.1%)，出售者推荐和推销 (13.7%)，自己去乡农技站咨询 (11.5%)，与外地科技部门联系 (3.4%)。

这说明电视媒介在传播农业政策和新技术信息时，未能充分发挥其应有的职能和作用。依靠电视媒介进行科学普及传播的潜力有待进一步挖掘。

(2) 对农民个人及家庭生活的影响情况

1) 电视对农民的饮食、健康习惯有较大影响
调查中了解到, 71.3%村民认为最近3年比以前更关注饮食卫生。对自己的观念影响最大的信息渠道依次为: 电视(68.6%), 政府宣传(8.8%), 传统习惯(8.8%), 邻居(4.4%), 报纸(4.0%), 网络(1.3%), 4.0%的人通过其他途径。对村民身体健康的影响情况: 64.8%的人表示基本没变化, 35.2%的人认为比过去更关注健康情况了。受其影响最大因素依次为: 电视(69.7%), 邻居(11.2%), 政府宣传(5.7%), 报纸(3.8%), 网络(3.8%), 电台(2.7%), 3.0%的人受其他因素影响。

2) 电视对农民的婚姻观有较大影响

76.0%的人认为, 最近3年自己周围离婚的人数基本没有变化; 如果增多的话, 受其影响的因素主要是: 电视、广播(42.5%), 教育(13.3%), 传统习惯(12.1%), 报纸(5.8%), 邻居(5.4%), 网络(3.3%), 1.7%的人通过政府宣传, 15.8%的人通过其他途径。

3) 电视对农民接受新事物的影响不大

以农民外出打工为例。对村民外出打工的影响渠道主要为: 54.3%的人认为基本没有变化, 42.6%的人认为增多了, 4.0%的人认为减少了。增多了, 受哪个因素的影响: 43.0%的人受亲友邻居, 28.8%的人受政策变化, 16.6%的人受电视、广播, 1.9%的人受报纸, 1.3%的人受网络, 8.4%的人受其他因素影响。

减少了, 受哪个因素的影响: 40.0%的人受政策变化, 26.7%的人受网络, 10.0%的人受亲友邻居, 6.7%的人受电视、广播; 3.3%的人受报纸, 13.3%的人受其他因素影响。

4) 电视对农民消费观的影响较大

对村民消费观念的影响因素依次为: 电视(60.0%), 亲友邻居(20.3%), 传统习惯(10.6%), 报纸(2.4%), 政策变化(2.6%), 网络(0.9%), 3.1%的人受其他因素影响。另外, 村民购买某样东西时, 40.8%的人会注意它的牌子, 29.0%的人不会注意, 30.2%的人说不清。

三、结论与讨论

综上所述可以看出: 农民获取农业政策、

文化知识、市场产品等公共科学信息的主要渠道是电视; 农民最喜欢看的电视节目是新闻、影视剧和气象预报等节目; 电视传播农民需要的信息与农民生计密切相关的农业新技术效果欠佳; 通过电视媒介传播“文化信息”对农民传统观念的改变、道德规范、生活习惯及思维行为的改变有着其他传播媒介无与伦比的优势; 电视传播对农村的精神文化及实际生活能力(娱乐、健身、健康和卫生等方面)的塑造影响较大。换句话说, 电视信息传播对农民的人文素养和基础的自然科学素养的培养有比较明显的成效。涉及到新技术采纳、文化知识水平提高的方式时, 农民认为人际传播的效果好于电视媒介, 且起关键的作用。

究其原因, 与电视的传播方式有很大的关系。电视以传播者对受传者的单向传播为主导, 信息不能及时反馈。同时, 电视是一种“一遍过”的传播介质, 对于文化程度普遍不高的农民受众来说, 很难跟得上, 也难以透彻理解各种各样的疑问, 这不得不说是电视传播在农村信息服务中的局限性。

电视虽是农民获取信息的主要渠道, 但电视不是万能的, 电视媒介的单向信息服务模式不能满足农民的科技信息需求。“使用与满足”的传播理论告诉我们, 受众的媒介接触行为结果可能有两种, 即需求得到满足或没有得到满足。无论满足与否, 这一结果将影响到以后的媒介接触行为。换句话说, 信息媒介所提供的信息能够满足农户的需要, 农户的信息行为即信息意识和运用信息的能力才会增强, 信息本身的价值才能得以实现。电视媒体机构应如何发挥电视媒介自身的传播优势, 正视电视节目服务农村的传播功能, 应如何在提高农村公民科学素养的行动计划中发挥作用, 是电视媒体从业人员首要考虑的问题。

农民是我国公民科学素质建设的四类重点人群之一, 国家电视媒介机构无疑对此肩负着举足轻重的重任。为此, 提出以下建议。

1. 重视农民的信息需求和电视媒介接触偏好, 充分发挥电视信息传播的职能及其人文科学素养的导向作用, 达到寓教于乐的目的。如在农民喜爱的新闻节目中, 多安排一些有关农

业新技术的信息及农村文明生活的新闻。对农民需要的技术服务、文明生产和文明生活节目,应注重形式的娱乐性、参与性与互动性。中央7频道中的《乡村大视野》栏目及农村题材的电视剧《刘老根》、《马大帅》就较好地将知识性、趣味性、娱乐性融为一体。

2. 建立有效的“双向、互动信息服务模式”。所谓的双向互动传播模式也称为环型传播模式(Osgood 和 Scheamm)。传播活动是双向进行的,每个人既是信息发送者又是接收者,既编码又译码,都具有双重行为。而这种双向的关系是建立在反馈这一机制上的。也就是说双向传播模式,更注重信息反馈,注重传播效果。电视传播媒介要想取得良好的传播效果,就必须在反馈机制上下功夫。然而,据了解,目前的对农电视传播反馈机制还在建设中。如,农业部2005年在全国部分地区诸如广东、安徽、河南、湖北、四川、广西等地市开展了“信息进村入户”的富有成效的农业信息服务模式。即通过电视、电话、电脑3种信息载体的有机结合,主要传送农业科技信息,该模式不但能够充分发挥各个信息载体的优势,实现优势互补、互联互通,将农民所需求的农业生产信息直接入户,而且满足了农业生产经营者的个性化需求,可即时反馈农民所需信息。使信息服务形式立体化、内容形象化的同时,有效地提高了针对性信息服务。这种互动式的农村信息服务方式,无疑为解决农民信息供需错位探索了一条新路。但实际应用效果还需进一步验证和完善。

3. 中央、省、地市级广播电视部门应明确对农节目的定位,即找准提高农村公民的人文社科素养及基础自然科学素养的节目定位,重视农村电视节目议程设置,注重信息内容的建设。农民最喜欢收看的电视频道主要有CCTV-1综合频道和地方电视频道。因为收看中央台的节目可以了解到全国乃至全世界的各种信息,收看地方台的节目主要能了解当地发生的大事。

中央及省级广电部门应以提供广谱性信息为主,为我国不同地区的农民服务。中央级别信息服务部门,在提供信息内容时,应注重宏观性的、政策性的、思想性的、知识性的传播

和解析,以及发布国内外最新的农业科学技术、科技发展动态、国际市场行情方面的内容。省级信息服务部门,则应针对当地农业特色提供相关的信息服务指南,如与当地农时有关的种养殖技术、致富经验、农产品销售等方面的信息。

地方广电部门可针对不同层面的农民需求进行信息议程设置和服务,如提供当地农民最需要的符合当地农情的实用技术;也可与当地基层政府信息服务部门联合定期举办信息发布会,及时引导各种民间信息服务组织提供农民所需的贴近切身利益的科技信息,提前作出节目制作计划,随时提供贴近性科技信息。

4. 对广播电视媒介采编人员搞好农业教育培训工作,提高其制作对农节目的水平。调查发现,我国中西部广大农村的受众对广播电视中播放的农业节目,多半看不懂。其主要原因是广电部门制作的农业节目比较抽象、专业技术性强,媒介制作人员对农业行业的知识了解不深不透,以至于无法使用形象的直观的影视语言表达农业行业的高新技术和科学思想。为此,建议广播电视部门应与高等农业院校合作,定期开办适宜的不同层次的初、中、高级农业科技知识培训班和研修班,提高广电媒介部门从业人员的综合素质,提高农村信息服务的质量。

5. 传播科技信息要把握“科普度”。调查发现,我国中西部地区广大农民的文化程度多为初中和小学,农民对电视中播放的科技信息或新技术的理解度较低,几乎一半的农民不理解或不太明白。对于农村广大受众层来讲,广播电视媒介从业人员应将科技信息的“科普度”放在中级科普层面(初中,兼顾小学文化层)。这就要求编采人员能够熟练运用现代信息技术,采用多种影视艺术表现手法将抽象的深奥难懂的科学内容化为浅显的通俗的易懂的广大农民容易接受的信息。如对农节目的视觉语言要丰富、必要的字幕要及时加上、字号要比一般节目的大、必要的画面要放慢速度并多次重复等。

6. 重视农民受众的主体地位,加强对农节目的参与性。在大众传播学中,一般认为信息

传播的过程为信息源即传播主体将信息编码后,通过某种渠道(媒介)传递给信宿即受体或受众(信息接收者),信息受体经过信息解码后,再通过该渠道反馈给信息传播主体,如此循环往复;有时信息传播主体与信息受体相互交替角色。而在当前的农村信息服务体系中,农民长期作为信息的受体存在而并非是信息的发布者,农民受众的话语权受政治、经济、文化、社会等因素的影响被无情地削弱了。

调查中发现,农民们依赖的主要的信息发布渠道是亲戚朋友,而非电视、报纸、网络等渠道,普遍认为自己与大众媒体距离较远。尽管大众媒介或组织的传播渠道一再打出“要重视受众参与”的招牌,也采取一些与受众互动的形式鼓励受众参与,但终因媒体人员对农村了解不够,没能很好地与之沟通和交流,导致节目的亲和力不强、农民的参与度不高。

为此,建议各级广播电视媒体从业人员,改变过去“自上而下”的服务观念为“自下而上”的服务理念,在农业节目中,重视农民受众的主体地位,调动农民参与节目的积极性,共同为提高农村公民科学素养作出应有贡献。

参考文献

- [1] 郭元捷. “科学素养之概念”之辨析 [J]. 比较教育研究, 2004 (11): 12-15

- [2] 卫新华. 提高全民科学素养是新闻传媒的责任 [J]. 新闻导刊, 2006 (1): 20-21
- [3] “第五次中国公众科学素养调查”——测测你的科学素养有多高 [J]. 青年科学, 2005 (4): 6-7
- [4] 张增一. 我国公民科学素养标准的定位的思考与对策 [J]. 科学中国人, 2004 (11): 9-10
- [5] 翟杰全. 让科技跨越时空——科技传播与科技传播学 [M]. 北京: 北京理工大学出版社, 2002: 12-13
- [6] 何语明. 科学素养不断提高, 科普教育任重道远——来自南通市 48 个村的农村居民科学素养调查 [J]. 江苏统计, 2003 (8): 27-28
- [7] 谭英. 贫困地区不同类型农户科技信息需求分析 [J]. 中国农业大学学报(社会科学版), 2003 (3): 43-39
- [8] 谭英. 贫困地区农户信息获取渠道与倾向性研究——中西部地区不同类型农户媒介接触行为调查报告 [J]. 农业技术经济, 2004 (2): 28-31
- [9] 方晓红. 大众媒介与苏南农村文化生活关系研究 [J]. 当代传播, 2004 (4)
- [10] 李大光. 科学素养: 不同的概念和内容 [J]. 科学对社会的影响(中文版), 2000 (1): 45-49
- [11] 郭庆光. 传播学教程 [M]. 北京: 中国人民大学出版社.1999
- [12] 特里·K·甘布尔, 迈克尔·甘布尔著. 有效传播 [M]. 熊婷婷译. 北京: 清华大学出版社, 2005

作者简介

谭英, 中国农业大学媒体传播系副教授, 研究方向为传播与农村发展; Email: tanying@cau.edu.cn