

赵丽芳◎著

 中央民族大学出版社
China Minzu University Press

民族语言媒体研究

功能、效果与受众



· 教育部人文社会科学研究资助项目

· 教育部人文社会科学研究资助项目



民族语言媒体研究

功能、效果与受众

赵丽芳◎著



中央民族大学出版社
China Minzu University Press

图书在版编目 (CIP) 数据

民族语言媒体研究：功能、效果与受众 / 赵丽芳著. —北京：中央民族大学出版社，2016. 12

ISBN 978-7-5660-1302-6

I. ①民 II. ①赵… III. ①少数民族—民族语—媒体—研究—中国 IV. ①H2②G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 298075 号

民族语言媒体研究：功能、效果与受众

作 者 赵丽芳

责任编辑 白立元

封面设计 严 兮

出 版 者 中央民族大学出版社

北京市海淀区中关村南大街 27 号 邮编：100081

电 话：68472815 (发行部)

传真：68932751 (发行部)

68932218 (总编室)

68932447 (办公室)

发 行 者 全国各地新华书店

印 刷 厂 北京宏伟双华印刷有限公司

开 本 787×1092 (毫米) 1/16 印张：18.5

字 数 290 千字

版 次 2016 年 12 月第 1 版 2016 年 12 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5660-1302-6

定 价 68.00 元

版权所有 翻印必究

目 录

导 论	1
第一节 民族语言媒体	1
第二节 少数民族受众研究	3
第三节 关于本研究	18
第一章 语言、文化与媒体	23
第一节 语言与文化	23
第二节 少数民族语言与媒体	29
第二章 民族语言媒体简史	47
第一节 早期少数民族文字报刊的发端：传媒社会学视角	47
第二节 民族地区早期广播的发端：宣传的工具	55
第三节 中国少数民族语言媒体的发展：传媒政策的视角	57
第三章 民族语言媒体的传播功能研究	81
第一节 大众传播功能与传播效果	81
第二节 大众传播功能研究	88
第三节 民族语言媒体功能研究	97
第四节 西藏、新疆地区少数民族语言媒体的功能评价	102
第四章 认同的建构	107
第一节 认同及认同危机	107
第二节 民族认同、族群认同和国家认同	113
第三节 国家如何在场？	132

第四节 民族语言媒体与国家认同生产	140
第五章 实证研究	171
第一节 少数民族受众对母语广播、电视的媒介接触与使用研究	171
第二节 基于央广民语广播听评员的受众研究	199
第三节 藏文媒体的人才结构、成因与影响	215
附录	
附录 1 新疆、西藏地区受众媒介接触与使用调研 深访执行手册与问题	223
附录 2 民族地区广播电视受众调查	231
附录 3 2016 年 9 月《人民日报》藏文版内容	247
附录 4 新疆地区受众访问报告	255
附录 5 西藏日喀则深访报告	261
附录 6 听评员在中央人民广播电台听评工作会议上的 意见与建议	267
附录 7 1985 年民族广播工作经验交流会纪要	273
附录 8 全国少数民族文字报纸经验交流会议纪要	279
主要参考书目	285
后 记	289

导 论

第一节 民族语言媒体

一、少数民族语言媒体

语言是文化的符号和民族的象征，也是人类文明的写照。关注少数民族语言媒体的内容与形式，不仅具有当下民族文化建设的现实重要性，更具有观照民族文化命运与走向的深意。

本书中民族语言媒体特指少数民族语言媒体，是指以少数民族语言作为生产与传播语言，主要面向少数民族受众进行传播的媒介机构。与汉语文媒体相比，民族语言媒体的受众以民族聚居区的本民族受众为主，再加上边疆民族地区的藏族、维吾尔族、蒙古族、哈萨克族等群众大多信教，因此，民族语言媒体具有民族性、对象性、地域性和宗教性等特点。少数民族语言媒体既包括报纸、广播、电视等传统媒体，也包括新兴的媒体。少数民族语言媒体已成为民族地区大众媒体的重要组成部分，同时，因其面向的受众以单语（本民族语言）和双语（本民族语言和通用语）受众为主，传播、覆盖地区以民族聚居区为主，与汉语文媒体相比，具有一定的特殊性。在少数民族语言保护、文化传承与国家认同构建等方面有其独特的作用与价值。

少数民族语言媒体主要分布在民族聚居区，比如，蒙古文报刊、蒙古语广播、电视主要在内蒙古自治区。除此以外，全国还有北京喀喇沁左翼蒙古族自治县、辽宁省阜新蒙古族自治县、吉林省前郭尔罗斯蒙古族自治县

县、黑龙江省杜尔伯特蒙古族自治县、甘肃省肃北蒙古族自治县、青海省海西蒙古族自治州、新疆维吾尔自治区巴音郭楞蒙古族自治州和博尔塔拉蒙古族自治州等地区有蒙古族聚居地，因此，在这些地区也基本开办有蒙古语媒体，比如乌兰察布蒙古语广播、赤峰蒙古语广播、阜新蒙古语广播、新疆蒙古语广播、青海蒙古文报纸柴达木报（蒙古文版）、甘肃肃北县蒙古语电视频道等。总体上，开办有少数民族语言媒体的地区也是我国少数民族语言活力较为安全的区域。目前，少数民族聚居区域双语传播模式成为基本传播模式，藏汉双语传播、蒙汉双语传播，在多个少数民族聚居的地方，比如新疆汉语、维吾尔语、哈萨克语、蒙古语、锡伯语、柯尔克孜语等多语种传播体系，广西汉语、苗语、壮语等多语种的传播模式。

少数民族语言媒体具有两个特点，一个是作为政策性媒体，一个是作为补充性媒体。

作为政策性媒体，民族语言媒体在国内发挥着政治宣传工具、文化传承工具、教育工具、娱乐工具的普遍性功能，同时面对跨境民族和国外少数民族侨胞还具有不可替代的国际传播功能。因此，在国内，民族语言媒体通常被纳入公共文化服务体系，具有公益性，享受政策支持与扶持。作为民族新闻宣传的主力军，民族语言媒体担负的基本任务是宣传党的民族理论、民族政策和民族法规，宣传民族团结、民族平等和民族繁荣，促进民族地区的社会稳定，为经济、文化发展提供必要的保证和良好舆论环境。作为补充性媒体，对国内主流媒体不能有效覆盖范围内的民族地区、少数民族受众，特别是母语少数民族受众而言，民族语言媒体具有信息获取、文化家园、国家认同建构的补充性作用。大部分少数民族都是居住在边疆地区，随着民族融合和社会流动，中国民族分布呈现“大杂居、小聚居”的特点。这种分布特点造成了中国语言的复杂性，存在着不同类型的单语社会和单语人、双语社会和双语人，以及多语社会和多语人。随着信息流动和人的流动，民族地区的社会变迁会加速，单语社会和单语人会逐渐减少。随着单语人越来越少、双语人和多语人越来越多，民族语言媒体的功能与价值将趋向于文化传承、民族认同构建。作为少数民族受众的精神家园，民族语言媒体传播与传承的是少数民族与民族地区的地方性知识（local knowledge），侧重于基于文化持有者内部视界的知识体系传播，以增

进少数民族受众对本民族文化的诠释与理解。

二、族裔媒体

在国外，与“少数民族语言媒体”比较接近的概念是族裔媒体（ethnic minority media）。伴随着全球的同质化与差异化，受文化研究的影响，在美国、英国、加拿大和澳大利亚，少数族裔与传媒的研究被延伸到意识形态层面，与政治经济学、话语权、文化身份等相结合。在9·11后，上述议题依然是国外文化研究与传媒研究的主要议题。

在族裔媒体具有的功能方面，研究者普遍认为其具有寻求族群认同、自我发声和争取权益的普遍功能。多元文化和多元文化主义为族裔媒体的合理性存在提供了理论支持和政策依据。这些功能一方面会增强民族认同（族群认同），另外一方面也可能会造成少数族群媒体只将传播视角专注于社区之内，产生少数族群与主流社会割裂，自成“孤岛”的危险。

从边缘与中心、多元文化与国族构建的关系来看，族裔媒体扮演着同化与多元的双重角色。

综上，在国外，研究者对于族裔媒体的价值与功能有不同研究范式。在文化研究领域，研究者关注的是少数族群的媒介再现以及文化身份生产；在传播政治经济学领域，研究者关注的是少数者赋权（minority empowerment），认为位居少数边缘的族群借由此类型媒体追求自我族群的发声渠道，重新找回并重新赋予被剥夺的权力（disempowered）；从行政研究或者功能—结构主义角度出发，很多学者关注的是公共领域的制度设计和保障族裔媒体功能发挥的传播政策。

第二节 少数民族受众研究

受众研究是新闻传播学研究的组成部分，受众研究也是中国传播学开展较早、成果较丰富的研究领域。随着新闻传播业的发展与变迁，受众研究越来越重要，受众也早已超越单纯的信息接受者。受众也是传播过程中

积极的参与者、反馈者，与信息的生产者。受众需求影响着媒体发展与媒介的生态。

边疆民族地区市场调查难度大、成本高，因此，在市场调查公司所开展的受众调查中，中国边疆地区很少被涵盖。发布的大量市场数据也基本不包含民族地区的媒体数据，民语媒体的传播效果如何更是鲜有关注。

一、受众研究

媒体的内容生产者最希望了解、捕捉的是受众的需求与变化，即便在传者为中心的单向传播时代，来自读者、听众、观众座谈会的反馈也会偶尔为之，这应该是早期的受众研究。

传播学 20 世纪 80 年代在中国大陆生根发芽后，科学的实证主义研究成为受众研究的主要范式。1982 年，中国社科院新闻研究所和首都新闻学会调查组进行了“北京地区读者、听众、观众调查”。这次调查首次采用了国际上通用的抽样调查方法对受众接触媒介的行为进行研究，既是方法创新，也是思想解放。自此，我国大众媒体的受众研究开始得到重视并发展迅速，出现了受众研究的专业组织，受众理论的研究水平也有很大提高。^① 较早进行受众研究的中国社科院新闻与传播所研究员陈崇山也将 1982 年的“北京调查”视为我国受众调研的里程碑。

之后，受众调查兴起。1982 年杨云胜、程世寿对湖北襄阳地区农村进行了读者调查；1983 年祝建华等人对上海郊区农村进行了传播网络调查；1985 年张学洪等人对江苏农村进行了受众调查；1986 年《人民日报》也采用了抽样法调查读者，在当年 7 月 2 日，《人民日报》在头版发表题为“我们的心愿——就人民日报改版三十周年致读者”的编辑部文章；1987 年中宣部、广电部及国家农调总队实施了“中国不发达地区农村广播电视受众”调查；1988 年中央人民广播电台进行了全国农村听众调查。随着受众调查的多次开展与研究，受众研究的框架也开始突破早期的基本信息调查而更多地与现代化、发展传播相结合，中国农村的发展传播成为当时的

^① 白贵，赵晖．从无到有：中国受众研究 20 年——“全国第三届受众研究学术研讨会”综述 [J]．新闻记者，2001（12）：67．

一个研究热点。这方面的研究以复旦大学张国良教授主持的“大众传媒与扶贫报道”与“我国农村受众媒介接触行为调查分析”、复旦新闻学院和云南大学新闻系开展的云南少数民族地区信息传播调查，以及南京师范大学方晓红主持的江苏农村受众与大众传播媒介接触状态的发展关系调查等具有代表性。

1986年10月以甘惜分教授任所长的中国人民大学舆论研究所成立，标志着我国的受众研究有了专门的研究机构，从而结束了零散无序的研究现状。陈崇山认为，在前20年的受众研究中，1990年亚运会广播电视传播效果研究是受众调研的新起点，带动受众理论与实践从显性向隐性深入。^①对中国早期受众研究进行实操与理论总结的还有香港城市大学英文与传播学系教授祝建华，他本人早在复旦大学读研究生时就学习调查研究方法，后来去美国又经过了系统化的训练，他的《精确化、理论化、本土化：20年受众研究心得谈》一文影响较为广泛。他强调在搬用西方理论研究中国传播问题时如何进行本土化，因为中西方的社会结构有所不同，应从本土的实情出发，从西方理论中严格选择直接相关而又具有可操作性的概念、命题或框架，发展本土化的理论。^②

1995年以后各类媒介调查公司大量涌现，媒体的受众调查也越来越常规化。国外的调查公司也开始进行中国市场。1998年我在北京广播学院读研时，导师郭镇之教授申请到了国家社科基金项目，我们同门研究生都参与到了关于焦点访谈的研究课题中，初次接触到了受众研究和效果研究。这次研究在方法设计上采用了深度访问（对央视焦点访谈以及地方焦点访谈类栏目记者编辑进行访问）、焦点小组讨论（对不同阶层、职业的观众进行焦点小组访问，印象深刻的是北京出租车司机和公检法人员的讨论）以及收视率数据分析（对央视提供的数据进行二度分析）等，采用量化与质化相结合的方法在当时国内算是较早的尝试。后来，郭镇之老师在总结这次研究时，谈到“在方法论实践方面的意义似乎超过所获资料的价值。因此，最后，我们愿以这次尝试性的工作继续呼吁加强实证研究。我们感

① 陈崇山. 中国受众研究之回顾（中）[J]. 当代传播, 2001（2）: 12-14.

② 祝建华. 精确化、理论化、本土化：20年受众研究心得谈[J]. 新闻与传播研究, 2001（4）: 68-72.

到，中国传播学研究发展到今天，更加需要大量实证研究的经验及其发现，以此作为理论建构的基础。”^①

2005年郭建斌《独乡电视：现代传媒与少数民族乡村日常生活》出版，对于传媒与少数民族社会变迁、传媒与少数民族日常生活研究而言，是一个新的阶段，其创新点就在于把民族志的研究方法引介到了新闻传播学，特别是民族地区的新闻传播学。郭建斌这一研究方法的跨学科使用路径与20世纪80年代的新受众研究方法相契合，与英国文化研究学者的关注点、研究路径有相似之处。也说明中国的受众研究在方法、理论上有了新的发展。

用民族志方法研究电视与日常生活也是英国文化研究学者采用的方法之一。文化研究学派把电视和电视受众作为重点研究的对象，他们关注电视是如何影响人们的生活。人们又是如何使用电视的。戴维·莫利是文化研究学派从文本研究转向受众研究的关键人物。1980年，莫利的《〈举国上下〉的受众：结构与解码》一书出版，他选择了不同职业的观众来观看《举国上下》节目，并分析他们的解读行为，采用的方法以内容分析为主，辅助方法有深度访谈和统计学方法。莫利试图发展他的老师霍尔的编码/解码理论，却发现个体受众对电视的解读过程远比霍尔模式更复杂，解码模式比单一阶级决定论要复杂得多。1986年莫利出版的《家庭电视》（Family Television）研究是采用民族志方法的典型案例。他在研究中强调对受众使用媒介的具体情景和受众社会网络及亚文化，即家庭收视语境，进行分析研究，对不同家庭环境对受众的影响以及受众在不同的收视语境下表现出的多维性进行解读，开创了受众研究的典范。莫利民族志转向的研究注重整体式的观察与日常生活的情境，将受众与文化、科技及日常生活状态视为相互作用的要素予以共同探讨。^②

民族志的方法被引用到受众研究后开启了新受众研究。新受众研究（New Audience Research）之新在于：（1）在原来科学实证主义的基础上更重视受众日常生活经验，将受众与社会和其生活的文化环境相结合，而不

① 郭镇之，赵丽芳，聚焦《焦点访谈》[C]，北京：清华大学出版社，2004。

② 曹书，何威，“新受众研究”的学术史坐标及受众理论的多维空间[J]，新闻与传播研究，2013（10）：21-24。

是抽离，反对过度迷信人口统计和问卷调查方法；（2）关注日常生活和“深入的受众”（embedded audience），提倡“深描”（thick description）式的观察与阐释，以分析特定受众从媒体内容中生产了什么意义，真实生活场景中的受众在阐释自己对媒介内容的理解时受到了哪些社会因素的影响。因此，从1980年开始，关于电视的新受众研究呈现出的两个新发展是：身份认同研究与技术转向，前者是指电视使用如何影响不同民族、性别、年龄的受众的身份认同，后者将媒介技术的视角结合到对日常行为模式的研究中，媒介技术对媒介使用、社会权力分配、赋权等的影响。

尽管与新受众研究相比，国内的受众研究滞后二十多年，但国内外总体的研究趋向是突破对受众和文本之间的单一联系，重视在日常生活中开展受众研究，将传受关系复原到或放置到真实的传播情境中与具体的人、具体的社会环境相结合，才能够阐释、解释媒介实践。西尔弗斯通的这番话表述得更为透彻，他认为，在观众研究中，立论基础应以观众为个体的、社会的和文化的实体，把观众放置到包容性的结构和日常生活的实践之中加以研究。观众研究所必须探讨的，并不是一组预先构成的个人或定义严明的社会团体，而是一组日常实践与论述，因为唯有在这些脉络中，收看电视的复杂行为，以及其他行动，方得以发生，而这个复杂行动也是透过这些实践与论述而构成的。在关于观众的能动性以及强调文化空间方面，西尔弗斯通和莫利立场一致。他们都认为考察观看的背景时，既要注意它的社会向度（主要是家庭环境），又要考虑技术向度。^①

二、中国少数民族地区的受众研究

边疆地区、西部地区的大学和民族院校是开展中国民族地区受众研究的主体，其中新疆大学、云南大学、兰州大学、中央民族大学所展开的几项研究各有其侧重点。除此之外，民族地区的媒体以及民语媒体也在进行各类方式的小型受众调查，也有媒体聘请市场调查公司提供数据支持。新闻传播与民族地区社会发展、变迁也成为一些重点院校关注的领域，复旦

^① [英] 罗杰·西尔弗斯通. 电视与日常生活 [M]. 陶庆梅译, 南京: 江苏人民出版社, 2004: 196-234.

大学、武汉大学、中国人民大学、中国传媒大学、清华大学、北京大学、四川大学等与云南大学、新疆大学、西藏民族学院、西北民族学院、内蒙古大学等互动良多，除了合作开展受众调查，也为这一研究领域培养了不少硕士和博士研究生。

1. 郭建斌《独乡电视》研究和李春霞《电视与彝民生活》研究

云南大学1998年与复旦大学新闻学院合作开展的研究“云南少数民族地区信息传播与社会发展关系研究”是当时国内开展民族地区信息传播较早的实证研究。云南大学的新闻传播学学科建设在研究取向上转向了人类学的民族志取向，郭建斌和孙信茹是其中的学者代表。郭建斌《独乡电视：现代传媒与少数民族乡村日常生活》是在其博士论文《电视下乡：社会转型期大众传播与少数民族社区——独龙江个案的民族志阐释》基础上出版的。郭文围绕“权力的媒介网络”如何形成之后改变着当地社会关系。作者从传播接受者的角度展开分析，对独龙江少数民族社区的村民从“看与不看”“看懂与看不懂”“认同与不认同”等方面进行“深描”，并对当地人电视的解读模式、电视文化与当地原有的地域文化之间的张力问题等进行了分析。这一研究选择了独龙江个案，从三个层面递进展开研究，“看与不看”勾勒了基础信息层面，“看懂与看不懂”作为第二层面的研究将大众文化与民族区域文化之间的冲突、将普遍的观众与民族地区文化不同、教育背景不同、社会经济发展水平不同的特殊观众之间的冲突呈现出来，“认同与不认同”作为第三层面关切到观念层面的问题，当电视与受众日常生活联系越来越紧密时，“权力的媒介网络”也在重新建构着一种新型的“中心与边缘”“自我、民族与国家”的关系。^①

李春霞的博士论文展示了一个只有14户、60人的彝族人家——高山村落草坝子^②在1998年通电、1999年迎来电视后的社区变迁。作者以半个文化中国人的身份既深入其中，又保持观察者的距离，细微地记录了

^① 郭建斌. 电视下乡：社会转型期大众传播与少数民族社区——独龙江个案的民族志阐释[D]. 上海：复旦大学，2003.

^② 草坝子坐落在雅碧江边，隶属于位于米易县西南边的团结镇（现已撤销，并入临近的得石镇）。海拔在2800米左右。从草坝子到原团结镇约16公里，需要步行2~3个小时；原团结镇到盐边新县城乘坐出租车，近2个小时，如果再去攀枝花市，还需班车或之前的微面出租车，近30分钟。由此描述可知，草坝子作为“边缘”到“中心”的交通状况。

电视“植入”彝民生活“肌理”过程，电视、现代、城市、汉族和地方文化体系等如何按照各自的逻辑共同生成一个“现在的草坝子”的故事。只有六年时间，电视媒介跨越时空把新的“外面”、新的生存生活方式、新的未来和憧憬直接呈现在村民家中，这给了研究电视与彝民生活相关性最好的学术素材。李春霞发现，没有电视，今天的草坝子是无法呈现、观察和解释的，电视与村落的生活一直处于相互建构的过程中，电视仪式赋予彝民们关于世界、宇宙和自己关系的新观念，村民按照自己的方式将电视纳入当地生活，同时村民们也渐渐调整自己的生活和文化结构以适应电视。^①

这两项研究所面向的社会环境与媒介环境相对封闭，研究对象均是电视作为新事物进入少数民族社区，这一时间节点是参与观察电视下乡与少数民族社区变迁的极好时机，无论是在发展传播的语境下，还是现代化的语境下，电视相比其他社会因素，对于独龙族、对于草坝子都是一个决定性的外力因素。正如李春霞所言，草坝子是一个这样的研究场景：“她正处于电视植入生活，并与生活开启复杂关系的初始阶段，是可以观察研究‘电视与生活关系’源头的地方。在电视已经普及的今天，要找到一个相对封闭的，可观察电视刚刚植入人们生活的地方已经不容易了。”鲍德里亚这个描述可以说明媒介进入日常生活后潜移默化的力量：“铁路带来的‘信息’并非它运送的煤炭或旅客，而是一种世界观、一种新的结合状态。电视带来的‘信息’，并非它传送的画面，而是它造成的新的关系和感知模式、家庭和集团传统结构的改变。谈得更远一些，在电视和当代大众传媒的情形中，被接受、吸收、‘消费’的，与其说是某个场景，不如说是所有场景的潜在性。”^②

郭建斌和李春霞研究所展开的这种相对封闭的环境在很多民族地区依然存在，特别是当研究深入深山、高原、刚刚通电的自然村落，面对的受众多以母语或单语受众为主时，这一研究路径、研究结论仍然具有适用性。比如李春霞的研究中还有一些发现应该对少数民族语言受众也具有普

① 李春霞. 电视与彝民生活——对一个彝族社区电视与生活关系的跨学科研究 [D]. 成都：四川大学，2005.

② [法] 让·鲍德里亚. 消费社会 [M]. 刘成富译，南京：南京大学出版社，2008：114.

遍性。彝族妇女，尤其是老年妇女普遍喜欢看歌舞晚会，因为音乐和舞蹈没有界限，是最能看懂的电视节目。除此之外，“动物世界”是另一个大家喜欢而且有亲切感的节目，原因是画面能叙事、说话，而不必借助解说词。其次，村民在讨论电视节目内容是98%会使用彝语，电视带来的世界几乎被“翻译”或置换为草坝子自己的世界，他们以自己的当地知识体系来阐释电视里看到的世界。男性，尤其是青年男子对电视内容中展演的世界有更符合传播者传播意图的理解方式。在草坝子能看到时髦的小伙子穿着印有“流星花园”字样的红色衬衫，听到放羊的小伙子在唱阿杜的歌而不是“ya'huo”。也有年轻人不满自己的彝族身份（去商店被人小瞧，认为彝族穷没有消费能力）而选择逃离家庭，电视剧中的生活方式提供了一种未来生活参照、选择的可能性。

2. 阿斯买·尼亚孜《现代传播行为与边疆少数民族传统文化观念的冲突与调适》研究^①

“现代传播行为与边疆少数民族传统文化观念的冲突与调适”是新疆大学阿斯买·尼亚孜教授在2003年开展的一项较为全面的大样本研究（合格问卷1587份），其价值在于从受众研究的角度对新闻多民族多语言的受众进行了较为规范的抽样调查，获取了新疆少数民族受众对民语媒体的接触、使用与需求的信息；同时又从效果研究的角度对“传媒与民族地区社会与人的发展”展开研究，探讨传播对少数民族地区文化的影响、对少数民族女性的影响。

研究开展的背景是基于新疆作为多民族地区，民族成分多，区域社会经济发展不平衡，新闻传播具有其特殊性，一是对新疆多元文化地区的新闻传播系统和传受双方之间的双向信息交流进行科学分析，二是如何根据受众心理找到更适合于受众群体的内容和传播手段。研究主要运用的方法是抽样调查和综合分析，研究设计涵盖了新疆15个地、州、市县少数民族，形成了自治区、自治州、自治县三个观察层面，研究样本包括维吾尔族、哈萨克族、回族、柯尔克孜族、蒙古族、锡伯族、塔吉克族7个民族。研究被置于现代化的发展传播学框架之下，调查希望达成的目的是在了解

^① 阿斯买·尼亚孜. 新闻传播与少数民族受众：现代传播行为与边疆少数民族传统文化观念的冲突与调适 [M]. 乌鲁木齐：新疆大学出版社，2006.

不同民族、不同经济地区、不同性别的受众群体接受大众传播的途径，在受众接触与使用媒介的数据基础上分析现代化进程中媒介与少数民族文化观念的调适关系。

本研究的几个发现：

(1) 新疆少数民族受众 2003 年获取信息的媒介来源所占比重分别是电视 44.1%，收音机 22.2%，报纸 21.2%，杂志 6.5%，他人 6.4%。

(2) 根据新疆社会经济发展数据，经济发达地区、中等发达地区和欠发达地区教育水平、劳动者职业构成、通电率、广播电视信号和交通工具、信息获取渠道均有显著差异。人际传播行为随着经济的发展而逐渐减少，而在欠发达地区人际传播的作用还较为重要，很多人到集市赶集就是为了给人带话。喜欢逛街的比例也与经济发达程度相关，欠发达地区、偏远地区人们最喜欢逛街，是可以到繁华的街上能够感受新的信息、获取新的信息，这是一种主动追逐信息源的行为。

(3) 电视在 2003 年基本比较普及，在经济发达地区、中等发达地区和欠发达地区电视百户拥有量分别是 99 台、89.1 台和 76 台。三个地区首选节目都是新闻节目，对于不同范围的新闻节目，三个地区有一致的选择偏好：国际新闻>全国新闻>新疆新闻>地州新闻>县级新闻；排在第二位的是娱乐节目；排在第三位的有所不同，经济发达地区选择经济类节目，其他两个地区选择科教类节目。观众喜爱的维吾尔语译制栏目有《焦点访谈》《国际时讯》和《人与自然》。

(4) 与 1997 年新疆广播的覆盖率相比，到 2003 年新疆广播迎来大的发展。1997 年，广播电视厅在南北疆的调查显示，在新疆 840 多个乡镇中，78 个乡听不到广播，全区 8846 个行政村中，1707 个行政村听不到广播。这些行政村多是偏远的农村、牧区和山区，交通不便、居住分散。到 2002 年底时，全疆共有广播电台 6 座，发射台及转播台 42 座，发射机功率 2335 千瓦，市县区优先广播站 24 个，乡广播站 765 个；有汉、维吾尔、哈萨克、蒙古、柯尔克孜五种语言，100 多个小时的节目均有广播卫星和电视台卫星实现“双星”传输，制作广播节目达 13.26 万个小时。广播的覆盖率得到大的提升。在三个地区的收听率分别为 79.5%、93.4% 和 88.3%。有意思的发现是不听广播的原因恰恰是电视对广播的替代性，比

如经济发达地区有 72.3% 的人用看电视代替了听广播。2003 年已经是西新工程开展的第三个年头，电视覆盖率进一步提高，广播虽有伴随性的便利，但电视视听传播模式更具吸引力。从广播的内容需求来看，人们收听广播主要是了解国内大事、市场信息、技术信息，因而新闻节目、天气预报、教育及农牧知识节目是首选，音乐、小说、广播剧也都是受欢迎的节目。

(5) 少数民族语文报纸的调查结果到今天依然很有价值，说明不管媒介形态如何变化，受众的基本需求和受众对媒体的基本期待与评价指标还是相当稳定的，表现出了基本的内核。比如读者最喜欢阅读的是要闻版，最不感兴趣的是会议报道、理论文章、军垦建设报道、民族团结报道和典型报道，认为这类新闻宣传色彩过浓。对党报内容的评价普遍不高，批评的声音依次是反映群众呼声差、报道不全面、报道真实可行度不高、报道内容枯燥、报纸舆论监督力度不够、有偿新闻多。

从本项研究中获得的一些有价值信息值得政策制定者和媒介内容生产者注意：

(1) 多民族多语言地区，媒介内容在为本民族受众服务的同时，也应考虑到其他民族受众的兴趣需求。在新疆，很多少数民族是多语使用者，在媒介接触时也是多语媒介的使用者。比如这次调查显示，55% 以上的塔吉克族、38% 以上的柯尔克孜族和 18% 以上的哈萨克族听众收听维吾尔语广播。这是多语言地区新闻传播媒介的一个重要特点。在媒体内容的安排上应考虑到不同民族的受众需求与情感交流。

(2) 新疆跨境民族多，境外广播也是不少新疆少数民族收听的选择之一。居住在边境地区用母语可以方便收听跨国广播的内容，比如收听哈萨克斯坦、塔吉克斯坦和吉尔吉斯斯坦等国家的广播。这既涉及国内广播与国外广播竞争的问题，也涉及国家安全与稳定的问题。特别是新疆一些少数民族，比如塔吉克族并没有国内塔吉克语广播节目可以选择，自然就会从跨国广播中去获取信息。

3. 王斌《西藏、新疆地区电视传播效果研究》

中央民族大学王斌老师的《少数民族地区电视传播效果研究——以西藏、新疆为例》是国家广电总局资助的项目。2010 年课题组招募了 30 名