

新媒介环境下大众传播与少数民族现代性形象建构

——以重庆少数民族聚居区为例

□ 陈艳花

【摘要】随着互联网、手机等传播技术的飞速发展，大众传播媒介将信息传播推向前所未有的高度，这对于少数民族窥望他民族形象，展示本民族形象而言，是一种前所未有的机遇与挑战。本文以重庆少数民族聚居区为例，梳理新媒介环境下少数民族聚居区大众传播新格局，分析大众传播对少数民族现代性形象建构的影响，并就如何运用大众传播有效促进重庆少数民族现代性形象建构提出对策。

【关键词】大众传播；少数民族；现代性形象建构

21世纪的今天，随着人类电子通讯技术水平的提高，全球化时代也随之而来。世界日益形成一个有机的整体，现代性演变成成为具有世界历史意义的现象。对于长期处于经济落后、生活贫困的少数民族而言，现代化是其发展的必由之路。而现代化过程中，少数民族现代性形象建构是非常重要的内容。本文认为，少数民族现代性形象建构是指少数民族在新的时代背景下为适应社会发展及现代生存环境而进行的自我形象改造与重构过程。“现代社会电子技术的飞速发展，促成了媒介的极大丰富和体外化信息系统的发达”，一方面，以报纸、电视、广播等为代表的传统媒介不断进行数字化革新，另一方面，以网络、手机为代表的新媒介发展迅猛，并以无孔不入之势迅速进入人们生活。麦克卢汉说，媒介即人的延伸，任何一种媒介对我们来说都是外在化的客观事物，它们会有着自己的运动规律，以自己的独特方式反过来制约和影响人类社会的发展，带来社会结构的变化，改

变人类的观念和生活方式。不仅传统媒介，以互联网为核心的新媒介，都力图通过大众传播发挥其强大的信息传播优势和功能，为人们“放眼看世界”和“向世界展示自己”提供技术条件和现实可能，这对长期以来生活在边远地区或内陆腹地、对外交往不便的少数民族窥望他民族形象，展示本民族形象而言，是一种前所未有的机遇，也是一种挑战。本文以重庆少数民族聚居区为例，指出新媒介环境下少数民族大众传播出现新格局，大众传播对少数民族现代性形象建构具有积极作用和消极作用，并就如何运用大众传播有效促进重庆少数民族现代性形象建构提出具体建议。

一、重庆少数民族聚居区大众传播新格局

重庆是我国唯一辖有少数民族自治地方的直辖市，全市现有少数民族成分54个，黔江、酉阳、秀山、石柱、彭水是重庆市少数民族聚居区，共有少数民族人口183万，占全市少数民族总人口

的92.7%。长期以来，重庆少数民族由于居住在中国内陆腹地，山高沟深，交通不便，与外界的沟通和联系少之又少，新中国成立后，特别是改革开放以来，重庆少数民族政治、经济、科技、文化等各方面获得长足发展，尤其是直辖十多年来，伴随着西部大开发的大好形势，整个重庆大发展、城市形象大提升的同时，重庆少数民族的自我形象也发生了巨大变化。导致这一变化的因素有很多，其中一个重要因素，就是大众传播的发展与使用。

从大众传播的发展来看，以黔江区和酉阳县为例，2010年，黔江区互联网用户为2万户，手机用户为24.41万户，广播覆盖率为96.8%，电视覆盖率为97%；酉阳县互联网用户为1.2万户，手机用户为19.95万户，广播覆盖率为62.4%，电视覆盖率为90.5%。这表明，重庆少数民族聚居区传统媒介继续发展的同时，新媒介也得到了较快发展。

从大众传播的使用来看，截至目前，黔江、酉阳、秀山、石柱、彭水都

已建成了各自的门户网站,包括黔江区人民政府网、彭水新闻网、秀山网等;有的还建立了多个网站,例如酉阳还建立了酉阳新闻网、酉阳在线等网站;彭水还建立了中国彭水网、彭水生活网;有的还在其门户网站中嵌入当地电视台新闻、当地公安机关报或手机报新闻、当地广播电台新闻。

上述现状表明,现阶段重庆少数民族聚居区大众传播已经一改过去广播电视一统天下的垄断局面,呈现出以电视为主、网络为辅,传统媒介与新媒介资源共享、优势互补、融合发展的新格局。

二、大众传播对重庆少数民族现代性形象建构的影响

1922年,美国新闻评论家沃尔特·李普曼在《舆论学》中指出,人们由于实际活动的范围、精力和注意力有限,不可能与他们有关的整个外部环境和众多事件都保持直接接触,对超出自己亲身感知之外的事物,人们大多通过大众传播去了解认识,于是在人与现实世界之间就插入了由大众传播构建的“拟态环境”——它并非对现实环境“镜子式”的再现,而是新闻传播媒介通过对事件或信息进行选择和加工,重新加以结构化后向人们提示的环境。这说明,大众传播对少数民族现代性形象建构不可避免具有重要影响。具体而言,大众传播对少数民族现代性形象建构既具有积极影响,也具有消极影响;运用得当,会收到事半功倍的传播效果;运用不当,其传播效果可能适得其反。

(一) 大众传播对重庆少数民族现代性形象建构具有积极影响

长期以来,报纸、电视等传统媒介对少数民族生活状态的习惯性报道,给大量受众造成了少数民族举止野蛮、不讲卫生、文化素养低等刻板印象。事实上,社会的发展、科技的进步以及党和国家对少数民族地区采取的一系列优惠与扶持政策,很多地方的少数民族生活与精神面貌已经发生了巨大变化。以重庆少数民族聚居区为例,2010年5月28日,重庆市石柱土家族自治县县委、政

府在县城休闲广场举办了首届土家族服饰展演活动。主办方首先选派优秀的设计师设计出了款式新颖充满时尚元素而又不失民族特色的土家族服饰,然后邀请石柱嘉钦纺织科技公司和县职教中心喜洋洋服饰公司近百名模特模仿电视新闻中所看到的时装秀,进行了土家族服饰展演。模特们身着土家族盛装,充满自信地展示了旅游、酒店、厂矿、窗口、舞台、公务员等带有民族元素的土家服饰。活动画面通过当地电视新闻以及中国民族新闻网、中国民族宗教网、水易华龙博客等网站和个人网页,以大量新闻图片配解说文字的形式传播后,激起不少关注家乡发展的本民族人士的自豪感。通过网络新闻传播,土家族服饰还引来许多他民族人士关注的目光和由衷的赞叹。可以说,正是现场感极强的电视新闻传播,尤其是受众面广、不受时空限制的网络新闻传播,使土家族服饰文化受到了广泛关注。通过自信时尚的服饰展演,当地土家族儿女与时俱进、清新时尚、自信大方的现代性形象成功改变了外界以往对他们落后、土气、不合时宜形象的认识,在这个过程中,大众传播对重庆少数民族现代性形象建构起到了积极影响。

(二) 大众传播对重庆少数民族现代性形象建构具有消极影响

大众传播是一把双刃剑,如果运用不当,对重庆少数民族现代性形象建构将起到消极影响。“在现代生产条件无所不在的社会,生活本身展现为景观的庞大堆聚,直接存在的一切都转化为一个表现”。新媒介环境下,电子技术与数字技术的发展,使得报刊、电视等传统媒介也日益呈现出数字化发展态势,并与网络、手机相融合。这就使得无论传统媒介还是新媒介,都越来越表现出视觉化传播特点和趋势,在此情况下,大众传播给大众带来的,更多的是视觉化的景观社会。黔江、酉阳、秀山、石柱、彭水作为拥有丰富少数民族文化资源的重庆少数民族聚居区,其独特民风民俗、地域文化,越来越多地通过报刊、电视、网络、手机等大众传播

媒介视觉化的镜头,进入本地和异地广大受众视野。例如,有的新闻记者为帮助宣传当地旅游景点,专门邀请了当地人穿着少数民族盛装,以旅游景点为背景摆拍了“富有民族风情”的旅游推介照片;有的传媒机构或个人拍摄制作了当地充满浓郁民族风情的土家摆手舞视频或土家民歌、苗族歌谣MTV,这些照相机或摄像机镜头中的土家少男少女、苗家阿哥阿妹,身穿色彩鲜艳、花纹独特的民族服装,头戴造型独特的民族头饰,或在青山绿水之中曼妙起舞,或在田间地头浪漫对唱,其欢快甜蜜的现代性形象令受众感到神往。然而身临其境,其景象大相径庭——有网友曾对此提出了自己的质疑:“搞旅游才穿着少数民族服装,造假得很!”是什么原因让受众对大众传播所精心建构的少数民族现代性形象如此反感?究其根本,大众传播提供给受众的少数民族视觉化现代性形象固然生动,可是一旦失去客观性及真实性,其精心建构的当地少数民族现代性形象再美好也不过是浮云。

三、运用大众传播有效促进重庆少数民族现代性形象建构的对策

如前所述,在新媒介环境下,同样是运用大众传播建构少数民族现代性形象,有的取得了理想的传播效果,有的取得了适得其反的传播效果,可见,运用好大众传播这把双刃剑,有效促进重庆少数民族现代性形象建构是要讲求策略的,如何才能行之有效呢?这里提出如下几点对策:

(一) 推行全新的传播理念

传播者是传播行为的引发者,既包括少数民族个体或群体、组织,也包括大众传播记者、编辑乃至传媒机构本身。在新媒介环境下,要改变人们头脑中对少数民族的刻板印象,首先少数民族个体或群体、组织应充分认识和发掘本民族文化精髓,围绕时代所需、社会所需精心建构本民族文化形象,避免盲目进行与急功近利,并选择适宜的、具有权威性的传播媒介向外界传达和展示其现代性形象。其次大众传播作为职业传播者,要重视民族文化传播。除了

掌握有关传播的专业知识,还应对民族文化,特别是对重庆少数民族聚居区的土家族、苗族的心理结构、生活习惯、历史文化传统等有足够深刻的了解,在新闻采写、编辑和对外传播各个环节认真对待,精心选择那些最能体现少数民族自身特点的人、事、景、物进行客观、真实、原生态的记录和深度报道,传达出这个民族的精神和精髓,才能激发包括民族地区受众在内的广泛人群的关注、认同和行动。受传者是信息的接收者和反应者,包括少数民族个人、群体或组织,也包括他民族个人、群体或组织。由于各种复杂原因,受传者自身的知识文化素养、媒介素养,尤其是对于传播与文化的认识,存在很大的差别。少数民族地区的受传者,受客观条件的限制,文化素养和媒介素养普遍不高,对信息的解读和认知能力有限,尤其是伴随着新媒体成长起来的少数民族新生代,他们接触网络大多就是为了了解一些信息甚至满足娱乐需求,主动进行文化层面的交流和分析的能力尚未形成,他们很难对自身民族文化进行积极传播和有效传播。因此,强化民族文化传播的同时,必须加强对普通受传者尤其是少数民族受传者文化素养、媒介素养教育。需要说明的是,传播者与受传者并非固定不变的角色,在大众传播中,尤其是在互动性极强的网络传播中,这两者能够发生角色互换或交替。文化作为“具有意义的现实世俗,它在社会上的建立和巩固是通过传播来达到的。”文化和传播的关联如此紧密,增强传受双方对传播与文化的认识,有利于运用大众传播有效促进重庆少数民族现代性形象建构。

(二) 采用恰当的传播手段

尼葛洛庞帝在《数字化生存》一书中预测:如今最有价值的不是信息本身,而是信息中的信息。在信息社会,人们需要的是高度整合、实用性与时效性、真实性与生动性俱佳的信息。所谓“内容为王”,意在强调信息内容的重要性,它是信息传播的中心环节,无论是以文字、图片,还是影像、声音

的形式,内容都是人们了解信息,解读信息的第一途径。新媒体环境下,重庆少数民族聚居区各区县除了拥有比较完善的广播电视系统,还拥有自己的门户网站和多家特色鲜明的私营网站,随着当地经济的发展和城乡居民收入的提高,有条件上网和使用手机的民众越来越多,因此当地人在“瞭望世界的同时,也有了更多机会向外界传达自身信息”。他民族或外地人对当地的民风民俗、美景美食的好奇与品味也越来越强烈,这样的情况下,作为民族文化新闻的传受双方,都应注重内容的传播技巧和方式。例如,将当地热情好客的土家族、苗族儿女自然淳朴的民风民俗、独具特色的民族文化活动等特别能够体现当地少数民族新生活、新风貌、新精神的人、事、景、物拍摄制作成为纪实图片或纪实视频,配上简洁的文字和优美的音乐,上传到各大网站、论坛、博客、播客甚至QQ空间、百度空间等网站和个人网页,以这种方式传播的内容,比之单调的文字传播,或者声音传播,既容易吸引受众的眼球,也不会因为夸大和虚假,遭到受众的质疑、反感、抵制,有利于实现传播者所预期和追求的传播效果。因此,采用恰当的传播手段,生动逼真而又不失原汁原味展现当地少数民族风土人情及生活风貌,有利于运用大众传播有效促进重庆少数民族现代性形象建构。

(三) 建立完善的反馈机制

反馈是受传者对接收到的信息作出的反应或回应,也是受传者对传播者的反作用。新媒体环境下,反馈是体现新闻传播双向性和互动性的重要机制。随着人们对传播效果的日益重视,反馈越来越成为新闻传播过程中不可缺少的因素。作为少数民族现代性形象建构的重要途径,大众传播的反馈环节必须得到足够重视。重庆少数民族文化发展很快,但其中出现了很多问题,例如有网友所说的“伪少数民族文化”、“假苗族”等,其中一个重要因素,就是沟通不畅,传播者普遍没有给受传者提供反馈渠道,或者提供了反馈渠道,但对受

众的反馈意见视而不见。例如,华龙网、大渝网,以及重庆少数民族聚居区各区县门户网站,很多网站的新闻网页没有开通网络评论通道或者网络评论通道被强行关闭。可以说,对于重庆少数民族聚居区而言,即使是在新媒体环境下,该地区长期以来以单向直线性传播为主的传播模式并没有得到改变。忽略反馈就是忽略受传者或者普通人对信息的能动反应和主动传播能力,这会直接导致受传者在某种程度上感到自己的话语权被剥夺,觉得不受尊重,从而冷淡甚至放弃对该网站新闻的关注,或者对自己的满腔感怀无从表达与宣泄而产生不满、抗拒甚至逆反心理。从另一方面来看,忽略反馈也不利于传播者认识和改进自身传播缺陷,对少数民族传播者来说,反馈机制的缺乏或不健全,将十分不利于自身现代性形象建构,最终会阻碍自身发展。因此,建立健全反馈机制,有利于有关各方运用大众传播有效促进重庆少数民族现代性形象建构。

▲ 本文为重庆市社会科学规划项目青年项目“新媒体环境下信息传播与重庆少数民族文化的现代建构研究”(项目批准号:2010QN48)研究成果以及乌江流域社会经济文化研究中心开放基金项目《乌江流域民族文化传播与创新研究——从传播学视阈看民族文化解构与建构》(项目批准号:2012Y04)阶段性成果

参考文献

- 张舒予.论网络时代民族文化的发展与传播[J].复旦学报,2003(4)
- 重庆市人民政府办公厅.2010重庆年鉴[Z].重庆:重庆年鉴出版社,2010:14
- 重庆市人民政府办公厅.2010重庆年鉴[Z].重庆:重庆年鉴出版社,2010:338,403
- [法]居依·恩斯特·德波.景观社会[M].南京:南京大学出版社,2006:3
- 吴国富.乌江画廊开启游船观光可从彭水乘游轮到龚滩[OL].大渝网,http://cq.qq.com/a/20110102/000053.htm
- [美]斯坦利·J·巴伦.大众传播概论——媒介认知与文化[M].北京:中国人民大学出版社,2005:16
- [美]尼葛洛庞帝.数字化生存[M].海口:海南出版社,1996:45
- 赵婷婷.当前少数民族文化传播的问题与出路研究——谈“两个阶段,两步走”的少数民族文化传播理念[J].新闻世界,2011(10)

(作者陈艳花:长江师范学院文学与新闻学院讲师,乌江流域社会经济文化研究中心兼职研究人员,武汉大学文学硕士,中国人民大学新闻学院访问学者)