

[文章编号] 1009-3729(2015)06-0026-10

亲近与疏远间的倾斜： 我国藏区僧人的媒介接触探析

欧阳明，耿尕卓玛，刘英翠

(华中科技大学 新闻与信息传播学院，湖北 武汉 430074)

[摘要]僧人是关乎并影响我国藏区社会稳定的重要因素，通过调查，发现藏区僧人的媒介接触存在着亲近与疏远之间的倾斜。一是藏区僧人的媒介选择在不同媒介之间出现了倾斜：在传媒接触方面，疏远报纸媒体，亲近手机媒体；在新闻选择方面，亲近电视媒体，疏远手机媒体；在娱乐选择方面，亲近电视和网络媒体，疏远报纸和广播媒体；在传媒信任方面，亲近电视和手机媒体，疏远报纸和广播媒体。二是藏区僧人的媒介接触在同一媒介内部出现了倾斜：对报纸媒体的接触最多，地理原因为其主因；境外广播是藏区僧人收听广播媒体的主要选择；娱乐类是藏区僧人最喜欢收看的电视节目类别；娱乐是藏区僧人接触网络媒体的主要目的；亲近手机媒体的通讯功能而疏远其媒介功能。三是藏区僧人的选择在内容信任上出现了倾斜：在新闻内容方面，亲近国际新闻，疏远娱乐新闻；在内容评价方面，亲近地方藏文媒体，疏远其他媒体。用“使用与满足理论”分析以上情况，有如下发现：其一，语言对藏区僧人媒介接触的影响不大。我国藏区的大众传媒不仅要实现双语化，而且应依据科学性原则和社会需要认真分析，进一步完善其传媒语言大众传播的导向、结构、流程和分布。其二，内容是影响藏区僧人媒介接触的关键因素。藏区僧人对藏区媒体新闻内容的不信任反映了媒体管理层的主导观念与藏区实际存在脱节，传媒体制改革的方向和内容与藏区的实际不符，藏区大众传媒的新闻工作方法与受众需求之间存在一定的脱节。其三，渠道是影响藏区僧人媒介接触的重要因素。这反映出藏区媒体种类结构不平衡，同一媒体内部结构安排不平衡，媒体传播程序存在漏洞，在事关信息国际交流的投入上力度不够。藏区传媒业审时度势进行相应调整已成为必然。

[关键词]藏区僧人；媒介接触；大众传媒；使用与满足理论

[中图分类号] G206.2 **[文献标识码]** A **[DOI]** 10.3969/j.issn.1009-3729.2015.06.006

当前我国藏区僧人对大众传媒的接触情况，与藏区在国家安全中的特殊地位、僧人在藏区的重要社会作用，以及大众传媒的社会影响力直接相关。首先，藏区长期以来是我国与西方大国国际互动的重要着力点，关涉国家主权、社会制度、人民幸福、大国关系和地缘政治，维护我国藏区的稳定、发展与进步，是我们同达赖集团进行分裂与反分裂斗争的关键。其次，藏族同胞全民信教的生活状态使僧人至今在藏区“广受尊重、拥有重要话语权”^[1]，这是我

国内地所难以见到的。僧人是出家的佛教徒^[2]，为藏区知识、精神文化的重要生产者、传承者与社会软实力的主要代表者，他们通过与政府、民众的互动在我国藏区拥有了不容忽视的社会影响力。而政教合一的历史惯性在藏区民主改革后逐渐淡出政治生活，让僧人的社会影响存在一定的不稳定性。2008年“3·14”拉萨事件及其后的多起僧侣自焚事件对我国藏区的社会稳定、和谐发展构成强烈而连续的冲击，既严重损害了僧人的自身幸福，又彰显了僧人

[收稿日期] 2015-10-21

[作者简介] 欧阳明(1957—)，男，湖南省常宁县人，华中科技大学教授，主要研究方向：应用新闻学。

在我国藏区权力格局、国内外政治斗争中的特殊角色和不容忽视的社会动员能量。再次,大众传媒正在重构我国藏区僧人的舆论场。我们目睹不少藏区僧人手握手机、爱看电视剧、上网津津有味。通过大众传媒,不少僧人习得一套与传统僧人有别的行为方式,认知也为此受到影响。还有僧人收听境外广播,接收境外负面言论,僧侣自焚行为与这不无关联。同时,僧俗各界对僧人的媒介接触褒贬不一。因此,分析藏区僧人的大众传媒接触,有助于准确、贴切地认识藏区僧人,提升大众传播的正效果,推动我国藏区的稳定、发展与进步。

目前,通过 SSCI 链接外文数据库进行英文、印地文文献检索,我们未发现国外学者有对藏区僧人媒介接触的研究。通过中国知网数据库检索,我们发现国内关于我国藏区的媒介接触研究有如下特点。一是研究对象以藏区一般民众为主,以藏区僧侣为研究对象的则仅见《论互联网对藏传佛教寺院僧人教育的影响——基于对甘南藏区的调查研究》^[3]一篇,相关媒体仅限于互联网。二是王斌等^[4-5]虽对藏区的媒介接触进行了研究,但所针对的媒体仅限于电视、网络和手机。三是研究思路以个案研究为主,且地域仅限于接近内地的甘肃甘南、云南迪庆等藏区,如陆双梅等^[6-9]的研究。四是研究的学科视野一般限于宗教学、民族学。五是研究达成如下共识:电视是藏区民众接触最多的媒介,青少年是媒介接触时间最长的群体,手机在藏民中得到普及。总之,通过对国内外相关文献的梳理,我们发现,目前学界对我国藏区僧人的大众传媒接触现象很少探讨,研究欠全面、系统。鉴于此,本文拟根据“使用与满足理论”、采取问卷调查的研究方法,集中探讨我国藏区僧人的大众传媒接触问题,从中发现一些规律,以供学界和相关方面参考。

一、研究设计

1. 问卷设计

考虑到我国藏区的社会区划,本文采用非概率抽样方法中的判断抽样法,对卫藏、康巴、安多和以农业为主的嘉绒四大藏族居住区分别抽样,选取西藏自治区(卫藏地区)、四川省甘孜州、青海省玉树州(康巴地区)、青海省西宁市、四川省阿坝州红原

等县(安多地区),以及四川省阿坝州马尔康等县(嘉绒地区)为地区样本。2012年12月16日~2013年3月21日,我们向以上区域内的27个寺院*发放问卷200份,回收问卷162份,问卷回收率81%。由于时局和宗教等原因,对藏区僧人的调研困难重重,尤其是在西藏自治区,人员出入和宣传在相当长的时间内都受到了政府的控制,僧人对专业调查颇为敏感,因此,最后确定的问卷数量仅为200份。其中,卫藏地区占11.7%,康巴地区占10.5%,安多地区占47.5%,嘉绒地区占30.3%。3月份是寺院祈福做法的忙碌期,调查问卷的回收遭遇一定障碍,故有效问卷仅有162份。2012年我国藏传佛教僧人总数是120 000^[10],抽样率为1.35‰。由于时局、宗教、僧人等社会因素的影响,此次问卷送达困难,为保证研究的可靠性,我们在问卷调查的基础上又辅以深入访谈和田野调查,其中后者是由本文第三作者于2012年7~10月、同年12月至翌年4月在阿坝州进行的。问卷调查结束后,我们采用SPSS(17.0)统计软件对有效问卷进行了数据录入和统计分析,并结合此次入户访谈和田野调查的所得资料,对藏区僧人的大众传媒媒介接触情况进行分析。

2. 被调查对象基本情况

本次问卷分基本情况问答、僧人大众传媒接触状况及其对大众传媒的态度3个部分,调查范围覆盖我国四大藏族居住区(将藏区按语系分为卫藏、安多和康巴三大区域,而在这三大藏区内,又分为卫藏、康巴、安多和嘉绒四大藏族居住区)的27个寺庙;所涉及的大众传媒既包括传统的报纸、广播、电视,又包括新兴媒体,如网络、手机等。本文中的媒介指大众传媒。参与问卷填写的藏区僧人的基本情况如下:以僧为主;年龄集中在18~60岁,占91.4%;出家年数在6~10年的占24.1%,11~20年的占32.1%,21年以上的占27.2%;具有活佛身份的占27.2%,普通身份的占72.8%;从未接受过教育的占19.8%,小学文化程度的占33.3%,初中文化程度的占29.6%,高中以上文化程度的占17.3%。由于活佛在住寺僧人中不足百分之一,再结合本次调查的僧人年龄、职务、出家年数、受教育程度等,我们认为本次调查对象以寺院的主导群体

* 27个寺庙分别为更前轮寺、马尔康寺、昌列寺、江宫寺、确尔基寺、麦洼寺、查理寺、塔公寺、巴美寺、木亚大寺、日卡寺、拉卡寺、多吉扎寺、色达寺、西木寺、尕益寺、扎西寺、哲蚌寺、甘丹寺、色拉寺、塔尔寺、萨多寺、年龙寺、哲然寺、多本寺、扎西求寺、闭关寺。

为主,能够反映我国藏区僧人的主流价值观。

3. 统计方法

(1)本次研究采用分值统计的方法,用以检验我国藏区僧人对不同类别新闻内容的信任度、传媒内容的信任度,以及对不同媒介的信任度。具体情况是:问题下设A~E 5个选项,依次计为1~5分不等,分值越高表明僧人们对该问题的信任程度越高。

(2)本次研究还将采用百分比统计的方法,用以检验我国藏区僧人的其他选择情况。具体计算分为两种:一是计算每个选项在样本总量中所占的百分比,如A选项的百分比=A选项的人数/样本总量;二是计算每个选项在该类别选择量中所占的百分比,如“不读报纸原因”一题,A选项的百分比=A选项的人数/阅读报纸的人数。

二、研究结果

通过本次研究,我们得出如下结果。

1. 藏区僧人的媒介接触在不同媒介之间出现了倾斜

(1)在传媒接触方面,疏远报纸媒体,亲近手机媒体

调查显示,手机是藏区僧人接触最多的媒介,接触率为93.2%;报纸则成为接触最少的媒介形式,仅29.6%的僧人表示会经常阅读报纸,14.2%的僧人表示很少阅读报纸。与此同时,受访僧人中有88.9%的僧人表示接触过电视,比手机的接触率少4.3个百分点,可见电视是藏区僧人较为亲近的媒介。另外,僧人对广播和网络的接触率分别为52.5%和56.2%,均超过了半数。不过,表示经常接触这两类媒介的僧人较少,分别只占样本总数的11.7%和17.9%,更多的只是偶尔接触。由此可见,作为藏区主流传媒的报纸被僧人所疏远,而手机媒体则被僧人亲近。

(2)在新闻选择方面,亲近电视媒体,疏远手机媒体

调查发现,僧人获取新闻信息最为偏爱的媒体是电视,且无论是获取所有新闻,即文中的“新闻选择”项(占比45.20%),还是其中的“重大新闻选择”项(占比60.70%),电视都呈压倒性趋势。与电视媒体的被亲近相比,手机反倒是僧人们最少考虑的获取新闻信息的媒介。调查显示,不管是新闻整体还是其中的重大新闻,手机的选择率都较低,分别为9.70%和6.00%。此外,较之新闻整体信息,僧人在重大新闻信息的选择上对电视媒体的依

赖度较高,对手机媒体的依赖度较低(见表1)。由表1可见,接触境外新闻信息较为便捷的广播遭到僧人的冷落,电视反而成为僧人获取新闻信息的首要选择。

表1 藏区僧人的新闻媒体选择情况 %

媒体	新闻选择	重大新闻选择
报纸	19.40	11.20
广播	11.30	15.50
电视	45.20	60.70
网络	14.50	8.60
手机	9.70	6.00

(3)在娱乐选择方面,亲近电视和网络媒体,疏远报纸和广播媒体

在媒介的娱乐功能上,藏区僧人对电视和网络表现出明显的偏爱。调查显示,在放松、休闲时,有32.4%、29.7%的僧人分别选择了电视和网络,电视和网络成为了僧人娱乐时接触率最高的两种媒介。相比之下,僧人在娱乐时是较为疏远报纸和广播的,选择率分别为7.2%和9%,由此形成媒介选择上的鲜明反差。由此可见,报纸和广播遭到僧人疏远。

(4)在传媒信任方面,亲近电视和手机媒体,疏远报纸和广播媒体

我们将问卷设置成“很不信任”“较不信任”“一般信任”“比较信任”和“完全信任”5个选项,依次计1分、2分、3分、4分和5分,分值越高,表示僧人对该媒介的信任程度越高。调查结果显示,僧人对大众传媒的信任度主要位于两个区间:一是3~4分,即介于“一般信任”与“比较信任”之间,这样的媒体有手机、电视和网络;二是2~3分,即介于“较不信任”和“一般信任”之间,这样的媒体有报纸和广播。

从媒介亲近情况来看,僧人对电视和手机的信任度较高,分值分别为3.198分和3.179分;由疏远情况来看,僧人对报纸和广播的信任度较低,分值分别为2.809分和2.815分,未过及格线(满分为5分,及格线为3分)。此外,僧人对网络媒体的信任度在5大媒体中居中,为3.068分,介于“一般信任”与“比较信任”之间,超过及格线。由此可见,藏区僧人在对传媒的信任度上,对电视媒介的信任度最高、对报纸的信任度最低。

2. 藏区僧人的媒介接触在同一媒介内部出现了倾斜

藏区僧人的媒介接触在同类传媒内部亦出现倾斜,具体如下。

(1)对藏语报纸媒体接触最多

藏区僧人的大众传媒接触在语言上出现倾斜。对于报纸,僧人的选择存在语言上的差异。调查显示,在29.6%的报纸接触率中,选取藏文报纸的为17.9%、汉文报纸的为9.9%、英文报纸的为1.8%。报纸在藏区僧人大众传媒媒介接触率中居尾,其直接原因不是内容而是渠道。问卷结果显示,51.7%的僧人放弃阅读报纸的主要原因是“地理原因,难以订购”。2013年春季,四川马尔康寺寺主泽尔登接受本文第二作者的采访时表示,僧人们平时很少接触报纸,寺主偶往宗教局办事时才将属于寺院的寥寥数份报纸领回。同时,“看不懂汉字”“没有时间阅读”“没有想看的内容”“有了广播电视等视听媒体后就不看报了”等,也是僧人放弃阅读报纸的原因。不过,这些选项的被选择率除“看不懂汉字”在23.7%之外,另外3项颇低,均在15%以下(见图1)。由此可见,地理原因是僧人报纸接触少的最大障碍。

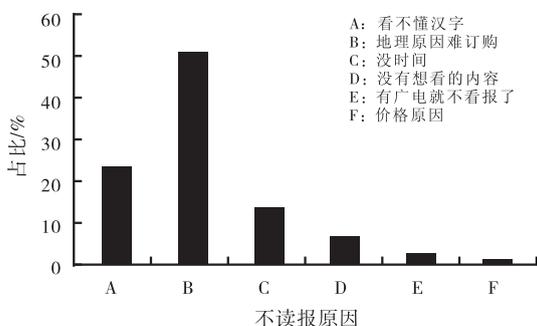


图1 藏区僧人不读报的原因

(2)境外广播是藏区僧人收听广播媒体的主要选择

就“是否收听广播”“是否收听境外广播”“收听哪些国家的境外广播”等3个问题,本文做了相关调查。结果显示,有57.6%的僧人表示会收听境外广播,有42.4%的僧人表示会收听境内广播。在收听境外广播的僧人中,有49%的僧人表示收听过美国的广播,有22.4%的僧人表示收听过印度的广播。此外,在境外广播的收听国别上,也有10.2%的僧人选择了“英国”,另有8.2%的僧人选择了“其他国家”。由此可见,美国和印度成为我国藏区僧人境外广播的最大广播信号提供国。

(3)娱乐类节目是藏区僧人最喜欢收看的电视节目类型

在所列电视的4类节目中,居于僧人喜欢收看前两位的是娱乐类节目和新闻类节目。其中,娱乐类节

目居首,占37.1%;新闻类节目次之,占31.1%;教育类节目位居第三,占21.2%;服务类节目居尾,占10.6%。同时,调查结果显示,有35.8%的僧人表示每天会收看1~30分钟的电视节目,有45.7%的僧人表示每天会收看31~60分钟的电视节目,还有18.6%的僧人表示每天会收看超过一个小时的电视节目。由此可见,藏区僧人每日接触电视的时间不算少,并以获取娱乐和新闻信息为主,其接触媒体以电视为主。

(4)娱乐是藏区僧人接触网络媒体的主要目的

在接触网络的僧人中,有44%的僧人表示接触网络的目的是为了娱乐,其比率远高于电视。除了娱乐目的外,僧人接触网络的目的也包括“阅读新闻”“学习”“人际交往”“查看生活资讯”“处理个人事务”,但这些目的的选择率较之娱乐目的的选择率都较低,分别为19.8%、19.8%、11%、2.2%和3.3%。藏区僧人对网络的看法以肯定为主。其中,持乐观态度的所占比例过半:认为“上网丰富了个人生活”的占19.1%,认为“上网带来了乐趣”的占19.8%,认为“上网提高了社会适应能力”的占14.8%;持悲观态度的也接近四成:认为“上网容易影响到修行”的有17.3%,认为“上网容易使人品性变坏”的占19.8%;另有9.3%的僧人选择了“其他”选项。由此可见,藏区僧人接触网络主要以娱乐为主。

(5)亲近手机媒体的通讯功能而疏远其媒介功能

就“是否用手机打电话”“是否用手机发短信”“是否用手机上网”“是否用手机玩游戏”“是否用手机进行软件聊天”“手机联系的范围”“使用手机的原因”7个问题,我们对藏区僧人手机功能的使用情况进行了调查。调查结果显示,使用手机“电话功能”的最多,占92%，“短信功能”的次之,占40.1%;而在地域范围(有7.4%的受访僧人未选)上,以省内居多(占比54.9%),省际次之(占比31.5%),国际第三(占比6.2%)。除电话、短信等通讯功能外,软件聊天功能、游戏功能、网络功能等也是僧人使用手机的客观原因所在。但较之通讯功能,僧人对这三种功能使用选择率都较低,分别为23.50%、19.10%、17.30%。由此可见,藏区僧人在对手机的功能选择上,更多倾向于其通讯功能而疏远于其媒介功能。

3. 藏区僧人的媒介接触在内容信任上出现了倾斜

在渠道无碍的情况下,内容通常是影响受众媒

介接触的首位因素。藏区僧人对媒体的内容选择有所倾斜,具体如下。

(1)在新闻上,亲近国际新闻,疏远娱乐新闻

根据分值统计方法得出的分值,藏区僧人最信任国际新闻,最不信任娱乐新闻,其信任度排行呈现如下趋势:国际新闻(3.31分) > 体育新闻(3.19分) > 社会新闻(3.00分) > 财经新闻(2.96分) > 时政新闻(2.81分) > 娱乐新闻(2.48分)。其中,国际新闻的受信任分值最高,娱乐新闻的受信任分值最低。

依据上述分值,我们计算出了藏区僧人对前述6类新闻的信任平均值为2.96,未超过3分。这就是说,藏区僧人对新闻内容的总体信任度介于“较不信任”与“一般信任”之间,尚未达到及格线。具体到6类新闻,藏区僧人对国际新闻的信任度最高。由图2可知,6条曲线均在A~D选项(很不信任为A,较不信任为B,一般信任为C,比较信任为D,完全信任为E)上,僧人对不同类别新闻的选择率相对均衡,但在E选项(完全信任)上呈现出较大反差,即僧人对国际新闻的选择率(26.5%)远高于其他5个类别的新闻选择率,且分别高出体育新闻(16%)10.5个百分点、娱乐新闻(13.6%)12.9个百分点、社会新闻(10.5%)16个百分点、财经新闻(9.9%)16.6个百分点和时政新闻(6.8%)19.7个百分点。国际新闻成为最受藏区僧人信任的新闻类别,而国内时政新闻的信任分值仅高于娱乐新闻,在“完全信任”选项上居6类新闻之末。由此可见,藏区僧人对新闻内容选择有所倾斜,其亲近国际新闻,疏远娱乐新闻。

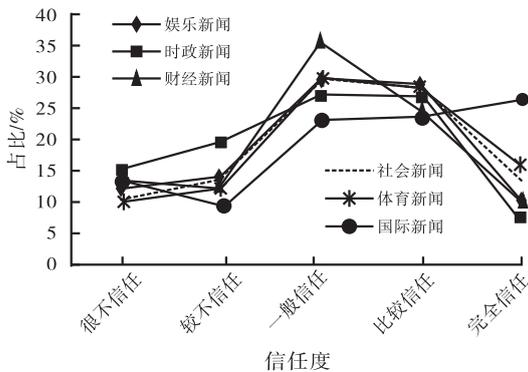


图2 藏区僧人对不同新闻类别的信任度选择情况

(2)在内容评价方面,亲近地方藏文媒体,疏远其他媒体

关于媒介公信力的判断维度,近年西方最为推

崇的是美国学者梅耶的公正、无偏见、报道完整、正确、可信赖5个指标体系^[11],而我国学者设计出的相关指标体系则是由权威性、实用性、真实性构成^[12]。根据前述理论并结合我国藏区的实际,如僧人对最高宗教领袖的认同等,本问卷关于藏区僧人对大众传媒的内容评价部分共设计了6方面的问题,即媒介内容的公正度、客观度、准确度、完善度、信赖度和实用度,意在了解藏区僧人的以公信力为核心而对不同类型媒体内容的评价。由表2、图3可知,藏区僧人对媒体的内容评价出现以下倾斜。

表2 藏区僧人对不同类型媒体的内容评价度%

媒体类别	公正度	客观度	准确度	完善度	信赖度	实用度
中央媒体	20.00	13.50	16.00	15.20	17.60	12.00
地方藏文媒体	56.80	62.40	63.20	51.20	50.40	64.00
地方汉文媒体	14.40	14.40	9.60	18.40	16.00	12.00
境外媒体	8.80	9.60	11.20	15.20	15.20	12.00

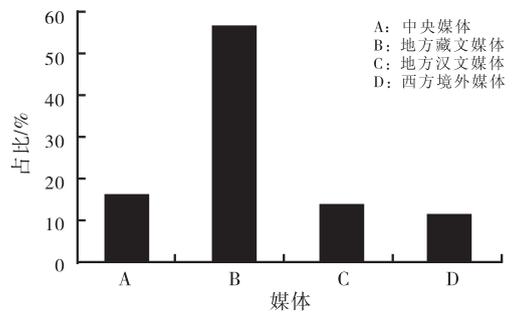


图3 藏区僧人对不同类型媒体公信力的评价情况

首先,在中外媒体之间出现倾斜。在各项指标上,藏区僧人对境外媒体内容的评价全面低于对我国地方藏文媒体内容的评价,无一项目高于我国中央媒体,仅有一项高于藏区僧人对我国地方汉文媒体的内容评价,其公信力的平均值低于我国媒体。在内容信任上,准确度是基础,公正度是关键,客观度、完善度、实用度体现了信任的不同维度。藏区僧人认为我国地方汉文媒体的准确度低于境外媒体,境外媒体的公信力低于我国媒体。

其次,在我国媒体内部之间出现倾斜。这集中表现为藏文媒体公信力的各项指标过半,平均值远高于汉文媒体,呈现“一边倒”的选择优势。藏文地方媒体的实用度最高,但其信赖度最低,说明其虽有用但又让藏区僧人不够放心。中央媒体的公正度最高,但其实用度最低,说明其权威性受到重视,但与藏区僧人的利益关联不够密切。地方汉文媒体的公信力平均值偏低,具体指标中完善度最高、准确度最

低,仅在客观度上超过中央媒体。由此可见藏区僧人对外国媒体的内容评价较低,而对地方藏文媒体的内容评价较高。

三、讨论与启示

传媒接触与传媒满足之间存在内在联系。“使用与满足理论”是较早研究传媒受众的重要理论,始自1940年代。虽然同为研究传媒受众的反应,但“效果理论”以传者为出发点,“使用与满足理论”则以受众本身的特性和需求为出发点。1960年代,学者围绕传媒接触的社会条件对“使用与满足理论”加以深化。其中,日本学者竹内郁郎认为,传媒接触行为的发生需要两个条件:一是媒介接触的可能性,即身边须有电视机或报纸之类的物质条件;二是媒介印象,即在以往媒介接触经验的基础上对媒介能否满足自己现实需求的主观评价^{[13]184}。结合我国藏区僧人的传媒接触实际,我们发现前述两个条件对僧人的传媒接触均产生了制约性的影响,并分别表现在渠道和内容方面。同时,藏区僧人身处民族地区的特殊性,又使语言成为影响其传媒接触的重要因素。“使用与满足理论”认为,受众的传媒接触是实现其传媒满足的必要条件,而受众的传媒满足是影响受众态度及其再次接触、如何接触或不再接触传媒行为选取的重要原因。^{[13]167}纵观我国藏区僧人在传媒接触上所存在的倾斜,语言对藏区僧人媒介接触的影响不大,而传播内容、渠道与藏区僧人媒介接触息息相关。

1. 语言对藏区僧人媒介接触的影响未为关键

鉴于藏区僧人对经卷的研习和藏语、藏文的使用范围,我们曾假设语言为制约藏区僧人媒介接触的关键性因素,但调查结果并非如此。由高到低来看,语言因素在“不读报纸的原因”调查中占17.3%;在“不上网的原因”调查中占12.3%;在“不看电视的原因”调查中占2.5%;在“不用手机的原因”调查中占0.6%;在“不听广播的原因”调查中占0。显而易见,语言不仅没有成为藏区僧人媒介接触的障碍,而且随着有形语言(文字)、有声语言分别与大众传媒互动的不同而有所差异,并呈现出由高到低的趋向。其中,在由符号中介所形成的交流中,有声语言的听说远重于文字。

语言除了有交流思想的功能之外,还是文化的重要表征。一是教育的发展与大众传媒的扩张相辅相成。新中国成立后,国家不断加大对藏区教育的投入,通过普及义务教育、注重汉藏双语教学等,建

立健全了科学的教育体系,到2012年底,西藏自治区初中入学率已达98.6%^[14]。我们的调查也证明了这一点:藏区僧人在出家尤其是在年幼出家前后,已普遍接受国民教育,有80.2%的受访僧人接受了基础教育,有的甚至接受了高等教育,如四川阿坝县查理寺僧人嘉祥出家后曾入福建佛学院进修。同时,汉藏文化的包容性、佛教文化的共通性、汉藏两地交流的日益密切,又推动藏区僧人心灵沟通,帮助藏区僧人修行。教育极大地推动了藏区僧人对汉藏语言的学习与交流,这有益于藏区僧人的大众传媒接触。二是僧人接受大众传媒的能力存在差别。首先,在僧人内部存在差异。在藏区,僧人属于知识阶层,以研习密宗的藏文经卷为主,整体文化水平高于一般的农牧民,虽然部分由印度回来的僧侣能讲一口流利的英语,自如地阅读英文报纸,但仍有23.7%的僧人因为看不懂汉字而放弃阅读报纸。即便藏文采用天城体字母,但藏语属于汉藏语系而非印地语的印欧语系,故藏区僧人对外国媒体的评价较低,这应与僧人整体的外文阅读水平、外语收听能力有关。此外,藏区僧人内部又在年龄、地域诸方面存在媒介接触差异。问卷统计显示,由于交通、对外交往、经济等条件的不同,卫藏地区和嘉绒地区僧人的汉语水平存在高低之别,能正常使用的比率前者达63%,后者仅为31%。其次,在有形语言与有声语言间存在差异。由于藏区僧人汉语的听说能力要强于汉字的书写能力,因此,在手机的接触上,微信远比短信受欢迎。在面访中,青海省塔尔寺管会副主任加央师傅介绍自己经常拍摄寺院风景并将之分享到微信朋友圈内;查理寺罗真次南活佛介绍,通过微信已经和藏区寺院僧侣、国外寺主管家、各地信众保持联系,并认为发微信比打电话、写短信方便。

在这样的情况下,大众传媒如何进行语言配置值得深思。我国藏区大众传媒语言具有多样性,既有中文、汉语,又有藏文、藏语;既有汉语的普通话、汉语方言,又有藏语及其方言;还在一定范围内使用双语。无论《人民日报》(藏文版)、还是地方报纸《西藏日报》《阿坝日报》均有汉、藏两种文字版本;广播电视,如西藏人民广播电台除了用藏语普通话广播外,还用藏语方言康巴话广播;网络媒体上还载有本地网民上网用的班智达等藏语输入法、藏文版本的游戏软件。不过,问卷显示,现有的语言多样化还不能很好地满足我国藏区民众尤其是僧人阶层的媒介接触需要。首先,藏区经卷以藏文为主,以研习宗教经典为本务的僧人藏文务必精熟,这容易导致

年事偏高的中老年和生活在偏远地区甚至卫藏地区的僧人重藏文而轻中文。媒介语言的不到位容易引起僧人的远离甚至诱发其产生分离、抵触的情绪,做出偏激的行为。其次,传媒语言的多样化事关藏区的现代化、文化自治和中华文化内部各个子文化间的互动。唐朝佛教兴盛的于阗,即今新疆和田一带在北宋时被其西部的信仰伊斯兰教的喀喇汗国征服并遭灭佛。而宋代,于阗以东的吐蕃,即今天我国藏区却巍然不动,依旧为佛教文化区^[15],且至今仍如此。1991年出土于宁夏的世界上现存的第一份木活字印刷品《吉祥遍至口和本续》为西夏文,是北宋时期译自藏文的藏传佛教密宗经典之作。现代的佛教文化区以中南半岛为主,我国藏区因处于佛教文化区、儒家文化区、伊斯兰文化区和印度教文化区的交汇区域而具有独特的文化价值。同时,语言能够为受众带来熟悉感、亲近感,便于受众自如接触、使用媒体。当然,今日藏区人民同样具备分享社会现代化资源而不是仅仅具有做文化化石角色的权利。再次,传媒语言的多样化事关我国藏区形象的塑造,属于应对西方社会和达赖分裂集团歪曲我国藏区社会的焦点领域。作为国家软实力的重要组成部分,凝聚人心为大众传媒的本职之一。要保持藏区和平稳定,需要大众传媒通过文化的感召力来化解隔膜,消解对抗。所以,我国藏区的大众传媒不仅要实现双语化,而且应依据科学原则和社会需要进一步完善其传媒语言大众传播的导向、结构、流程和分布。

2. 内容是影响藏区僧人媒介接触的关键因素

调查显示,藏区僧人对我国报纸内容的评价高于对境外媒体内容的评价,但对国内媒体新闻内容较缺乏信任。藏区僧人对国内媒体新闻内容的信任均值仅为2.96分,介于“较不信任”与“一般信任”之间。关于不信任的原因,僧人们看法不一,但以“不敢监督”与“假新闻过多”为主,均为29.6%,还有22.2%的僧人认为“新闻内容不关注民众利益”,11.1%的僧人认为“新闻内容存在大量的抄袭和引用”,7.4%的僧人认为“广告新闻过多”。这反映出我国藏区传媒业存在以下问题。

一是媒体管理层主导观念与藏区实际存在脱节。我国藏区工作的特殊性和近年来遇到的挑战,容易让管理层在统筹兼顾的同时顾虑重重、缩手缩脚,担心新闻传播处理不当会影响藏区的工作大局,不易放弃传者本位思想。如此观念若行之于媒体行业管理,媒体传播势必会因信息性质单一甚至报喜不报忧和传受间的信息壅滞而导致信息不对称,并

引发受众的误解、猜忌甚至藐视,从而引发舆论事件。而受众的反应又驱使行业管理层和合法的大众传媒集中于一次次“灭火”,从而形成新闻传播的恶性循环,新闻工作难免为“头痛医头,脚痛医脚”的格局所束缚。同时,体制内的大众传媒若无法回答僧人的真正关切,亦难充分调动僧人阶层的正向积极性,有效化解社会矛盾,难免自降为僧人用以打发时间的生活调味品。我国藏区新闻传播活动与内地相比既有共性,又有其特殊性。当前,我国存在不止一种舆论场,除了由报刊、广播电视构成的传统舆论场外,还存在由互联网、手机构成的新兴舆论场。这两类舆论场在互动中既同向而行,又有矛盾,甚至有尖锐的对立。我国藏区的舆论场也是如此。但是,我国藏区的舆论场除此之外,还有国际传播舆论场,以及藏区的包括藏文、藏语在内的舆论场。其中,后者为藏区所独有,前者则因我国藏区的特殊地理位置而表现得异常活跃。这四大舆论场使得我国藏区的舆情变得更为复杂和更具有挑战性。比如,在僧人的广播接触问题上,接受调查的僧侣多表示“这个话题不好说,太敏感”,他们在很大程度上形成了“广播”等同于“境外广播”、“境外广播”等同于“藏独”的陈旧印象。这也说明广播在藏区僧人信息获取上具有特殊的功用,显示出我们关于广播问卷调查数据的不稳定性。因此,当僧人真正的媒介需求未得到根本满足时,则会因藏区舆论的特殊性而转求他途,通过新媒体、非法媒体或出境,推动信息的“出口转内销”或导致不良信息大行其道。德国发行量最大的《图片报》记者汉诺·考茨曾在一次会议上指责中国政府不重视保护西藏的传统文化,当时我国访德的官员、活佛立时予以澄清,其中,西藏自治区政协副主席白玛朗杰说:“我是土生土长的西藏人……我可以用亲身经历来说明,中央政府采取了巨大努力来挽救、保护和传承西藏文化,西方人其实只要亲身去西藏看看,就能得出正确结论。”^[16]若像德国《图片报》这类的新闻报道和言论被我国藏区僧人获悉并缺乏恰当引导,势必会冲击藏区主流媒体的公信力,诱使藏区僧人仅通过媒介所构成的间接环境来认识社会,并因境外媒体的不实报道而对我国藏区产生误解,从而影响藏区的社会稳定和发展。2013年春季,我们面访的一位70多岁的僧侣在评价国内关于达赖喇嘛的新闻报道时说:“全世界都说达赖好,只有中国说达赖不好。”当我们再问老人何以了解这样的信息时,对方答曰:这是每次去村口茶馆听人聊天时听到的。可见,这位老

僧人关于达赖及传媒的评价,根据是由道听途说所构成的虚拟世界而不是现实世界。作为软实力的有机组成部分,藏区大众传媒肩负着思想政治工作重任,若回避社会矛盾无异于放任自流,甚至自我缴械。在多媒体时代和国内外信息交流便捷的复杂传播格局中,我国藏区的大众传媒应加强媒体的内容建设,针对僧人讲好多种道理,处理好信息传播的主导与多元之间的关系。

二是传媒体制改革与藏区实际不符。近年来,藏区大众传媒的文化体制改革搞得有声有色。作为西藏自治区第一家文化体制改革试点单位,西藏传媒集团于2012年正式挂牌。当然,文化体制改革不可能一步到位,其很多问题如产权不明晰等属于社会改革大局中的一部分,唯有立足我国藏区实际进行调配、调整才有助于尽可能少地支付改革成本。同时,如何处理大众传媒社会效益与经济效益之间的关系,不能仅仅停留在口号上。遍览西方发达国家,“社会效益第一、经济效益第二”为其主流社会所恪守的关于大众传媒业的不二法则。我国藏区社会的后发展特征与实际,要求藏区坚持大众传媒的“社会效益第一”的原则,审时度势,在意识形态安全和文化安全的基础之上推进文化体制改革。

三是藏区大众传媒的新闻工作方法与受众之间存在一定的脱节。首先,信息传播的针对性落后于实际。传播学理论中的社会关系论认为,受传者的社会关系(如宗教等)对于他们如何看待传播工具的信息有重要影响。^{[17]136}有位僧侣在关于自焚态度问卷旁留下一段藏文,译为汉文为:“我认同这种做法,因为这不是为了个人,而是为了民族。在这种体制下只有这种方式能说明一定的问题,只有政府做出改变,才能减少这种情况。”可见,该僧人赞同自焚事件。其实,这一认识与教规、僧侣的身份是不相符的。因此,帮助、引导藏区僧人明辨是非善恶刻不容缓。针对藏区的特点和僧人的特殊社会影响力,大众传媒可通过适当强化或开辟以僧人群体为目标受众的版块、栏目、频道,及时回应舆情,强化主流信息传播,加大与非主流信息传播间的良性互动。地方藏文媒体之所以能够超越《人民日报》藏文版,获得受调查僧人们好的评价,这与报纸的区域性传播优势息息相关。其次,舆论领袖的舆论引领功能弱化。美国学者拉札斯菲尔德认为,观念通常经过传播工具传播至舆论领袖,再经由这些舆论领袖传播至民众中不太活跃的人们。^{[17]27}因此,强化与僧人领袖之间的交流,倾听僧人领袖的意见,并据此调整传

媒工作手段,应成为藏区大众传媒业顺应传播规律的正确选择。例如,可挑选恰当的宗教领袖在报刊开辟专栏,或邀请其到广播、电视、互联网演播厅接受采访,或参与手机报等的访谈等。让爱国爱教的高僧做舆论领袖,有助于明辨是非善恶,便于从思想深处触动其他僧人,从而优化信息传播质量,提升传媒的舆论引导水平。依靠宗教领袖,离不开与其及时沟通,尊重其合理合法诉求。比如,既然四川省查理寺管理人员认为电视可能会打破寺院的清净,那么社会管理者在推行电视进入僧人活动场所时应与僧人领袖密切交流,恰当控制僧人电视信息接受的信息性质、结构、时间等。再次,大众传媒缺乏将僧人与一般藏族同胞有机融合的意识。调查显示,僧人重大决策对父母亲友的依赖为53.1%。这说明僧人与家人普遍保持着密切联系,这也是藏传佛教的特殊性。可见,针对僧人的大众传播活动与广大藏族同胞的传媒接触密不可分。

3. 渠道是影响藏区僧侣媒介接触的重要因素

一般情况下,内容是影响受众媒介满足的关键性因素,而在特殊情况下,渠道也是影响受众媒介满足的重要因素。问卷调查显示,藏区媒介渠道的不畅已成为影响僧人媒介接触的重要因素。具体表现如下。

其一,藏区媒体种类结构不平衡。藏区媒介层级分明,媒体分属中央和地方两类;种类齐全,传统媒体有报刊、广播、电视,新媒体有互联网、手机,但是,空间架构失衡,前后环节存在漏洞,尚需调整优化。以传统媒体中的报纸为例,报纸属于以区域性见长的传媒,而地方藏文报纸公信力的低评价说明其内容仍存在改进、提升的空间。同时,中央级报纸很少设有藏文版,但我国第二大全国性综合日报,即以包括宗教界人士在内的知识分子群体为主要受众的《光明日报》至今仍无藏文版。再如新媒体中的手机。手机是藏区僧人接触最多的媒介,但僧人主要用之于人际交往(打电话、发短信),僧人对手机的信任度为3.179,在所调查的五大媒体中居第二位。不过,手机媒体在藏区僧人的新闻信息接触中却位居最后,这说明作为媒体的手机尚主要停留在用于人际传播阶段,而不是已进入大众传播的工具阶段,其新闻传播功能未得到充分的应用与挖掘,手机的新闻版块远未与时俱进。

其二,同一媒体内部结构不平衡。电视媒体虽在硬件配置上相对完善,在藏区的覆盖率超过80%(除玉树和果洛藏区外)^[18],但栏目类别建设还不够完善。就收视习惯来看,娱乐栏目成为藏区僧人

修行、打发业余时间的最佳选择。这说明,电视为藏区僧人提供的服务是欠完整的。鉴于此,藏区电视传媒在以后的发展中,应注意以下几点。一是加强新闻信息传播,丰富栏目种类。媒体只提供娱乐信息服务,容易诱使民众过度娱乐,不利于释放正向的、积极的社会功能。电视媒体应适度增加硬新闻,加强宗教知识交流,隐性引导,柔性落地,寓教于乐,以达到“润物细无声”的传播效果。二是根据僧人喜爱收看娱乐节目的收视习惯,加强娱乐信息传播的正能量建设。美国1940年出版的《声音广播和印刷物》认为:娱乐类节目的教育启蒙功能不亚于严肃类节目。^[19]对藏区的调查显示,有佛教因素的藏语版电视剧《西游记》深为藏区僧人喜爱,一些僧人还在交流时模仿剧中台词。因此,我国藏区电视娱乐信息传播应重视电视文艺的藏族题材、汉藏题材、宗教题材、历史题材等方面的创作,现实题材选题要善于适当增加宗教文化元素。总之,应在坚持传播正能量的前提下,优化娱乐信息传播的性质、类型、结构和方式。三是增加投入,加强以藏区僧人为受众的媒体建设。从调查来看,针对藏区僧人的专门媒体,仅有甘肃省拉卜楞寺主办的《雪域佛教报》,目前国内还没有以僧人为目标受众的电视频道,极需加强与藏区僧人为受众的新媒体建设。

其三,媒体传播程序存在漏洞。藏区报纸虽早已建有从省级到地市级行政单位的完整媒介体系,既有以政策为主的党委机关报,也有以市场为主的都市报等大众化报纸,但如此成熟的主流媒体面临发行不畅的问题,渠道成为僧人接触报纸的障碍。调查显示,僧人的报纸接触主要受制于两点:一是因寺院经费困难而难以订阅;二是报纸送达延后现象严重。目前我国藏区尚有不少乡村未通公路,通往墨脱县县城的公路于2013年10月底才正式开通,只有少数藏区的僧人能每天看到当天报纸,报纸送达县城、乡村分别需要两三天、五六天,有时候需更长时间。^[20]交通困难既加大了邮发投递的难度,又增加了邮政企业的经济成本。经费困难→递送遥远→报纸接触率低→报纸信任值低,如此逻辑联系显然是客观存在的。鉴于此,藏区报纸传媒在以后发展中应注意以下几点。一是藏区报业发展应根据藏区实际,在行政途径与市场路径间寻求最佳配置。与电视不同,报纸是文字媒体,而文字的抽象性有助于报纸发展为一种教养性、理智性的大众传媒。显然,报纸与僧人之间存在正向的匹配性,这对于藏区僧人阶层具有特殊的社会功用与自我使用价值。因

此,应通过国家财政或慈善基金补贴,适当增加寺院的报纸订阅资金。二是加强我国藏区的报纸发行工作。近年来,我国报刊发行实行邮发、自办发行双轨制。发行机构为了降低发行成本自然会青睐城区而疏远农牧区和偏远地区,而藏区寺院大多位于偏远地区。为此,国家可通过减税等措施保护发行企业的合法利益,调动其积极性,做好其在城区发行和在人口分布稀疏的偏远地区发行经济盈亏的平衡。

其四,媒介渠道的不畅还表现在事关信息国际交流的投入不足上。以广播为例,长期以来,由于受地域环境的制约,藏区的中波广播覆盖率较低,短波广播则受季节和电离层的影响而收听效果较差。^[21]这些均导致藏区僧人冷落境内渠道而热衷境外渠道,并以对我国藏区存在不良企图的美和印度的广播为重。僧人的如此媒介负满足,显然与藏区广播业的投入有很大关系。不言而喻,改革开放后的中国无法禁止僧人收听境外广播,也无法对来自境外的汉语或藏语广播施以无线电干扰。因此,加大投入以提高我国广播信号的境内覆盖率和有效性,增进广播信息传播的系统性、科学性是十分必要的。将藏区广播办得使僧人喜闻乐见,一是要坚持新闻真实性原则。藏族学者谢芝告诉我们:广播曾在藏区被称为“仁假开气”,汉译即“说谎的大嘴巴”。广播只有在兼顾信息传播的主导与多元的情况下才能充分保持新闻的真实性。二是强化新闻的时效性。研究表明,在出现灾难等突发事件时,受众收听境外广播的比率会由日常的1%~3%骤增至10%以上^[22],故新闻广播应做到快速、及时、连续报道。三是强化对新闻热点、焦点、难点的信息传播与引导,优化新闻信息传播质量,加强深度报道。以网络媒体为例,近年来藏区发生较为重大的政治事件后往往会出现网络媒体交流被切断的现象。我们在田野调查中发现,四川阿坝州草地几县(即阿坝县、红原县、壤塘县、若尔盖县)的互联网有因时局因素而被中断的现象。藏区的这种网络中断,在拉萨“3·14事件”“僧侣自焚事件”之后持续的时间还相当长。而这种长期的切断会带来明显的社会负效果。调查发现,藏区僧人将近年这样的互联网中断现象视作寻常,这直接影响了他们对藏区合法大众传媒的信任。其实,地方政府面对政治事件而切断互联网恐更多属于无奈之举。西方社会认为传媒管制是政府应对市场失效的一种临时补充,对大众传媒业的管制通常用于战时^[23],故对我国长期、频繁地中断藏区互联网势必不予理解并予以排斥。而西方社会的

这些负向信息又易通过手机、广播和人际交往等途径散发,作用于藏区宗教界,或经由僧人扩散到藏区的普通民众,这对我国藏区的稳定和发展构成不小的挑战。万达集团董事长王健林认为,文化产业要做大做强,没有大投入是不可能的。^[24]显然,应对我国藏区的社会挑战,需要政府加大投入,这样的投入既要保持必要的规模,又要完整、系统和连续,保持科学性,而不是仅“头痛医头,脚痛医脚”的局部或某方面的带有投机性的应对之举。

礼佛是我国藏区所有民众的日常生活,僧人在藏区有着特殊的社会影响力。藏区僧人的大众传媒接触不是一件小事,它事关国家领土完整、民族团结与人民幸福。藏区僧人的媒介接触在不同媒介、同一媒介之间和媒介的内容信任上出现倾斜,这反映出藏区大众传媒与僧人阶层受众间信息沟通不畅,而影响藏区僧人媒介接触或亲近或疏远的原因,主要是内容、渠道和语言。总之,藏区传媒业审时度势进行相应调整已成为必然。关于藏区僧人媒介接触的态度、态度与行为间的关系和不同年龄段僧人媒介接触的情况与特点,更是一个事关民族团结和国家安全的问题,它有待学者们进一步研究。

[参 考 文 献]

- [1] 臧肖,郭潇媚. 城镇化与藏区僧侣修行行为的关系研究[J]. 宗教学研究,2013(2):186.
- [2] 罗竹风. 汉语大词典[K]. 上海:上海辞书出版社,2007:712.
- [3] 王秋花. 论互联网对藏传佛教寺院僧人教育的影响——基于对甘南藏区的调查研究[J]. 北方民族大学学报(哲学社会科学版),2011(4):13.
- [4] 王斌. 电视媒体在藏族同胞中影响力研究[J]. 中国广播电视学刊,2011(2):55.
- [5] 张蕾. 广播电视在四川藏区的宣传引导功能初探[J]. 当代电视,2012(12):44.
- [6] 陆双梅. 在场的缺场:手机对当前藏传佛教信仰实践的影响——基于迪庆藏区田野调查的阐释[J]. 西南边疆民族研究,2011(2):141.
- [7] 陆毅刚. 西北少数民族城市社区大众传媒与舆论引导力——以甘南藏族自治州合作市为例[J]. 青年记者,2011(20):11.
- [8] 蹇莉,王卉. 创新藏区新闻传播的现实途径——以四川甘孜藏族自治州媒介受众调查为例[J]. 电视研究,2012(3):75.
- [9] 张硕勋,王晓红,韩亮. 多媒体传播视阈下甘南藏区大众媒介传播格局的嬗变[J]. 新闻大学,2012(2):144.
- [10] 中国佛教协会. 中国佛教协会简介[EB/OL]. (2015-04-06)[2013-12-22]. <http://www.chinabuddhism.com.cn/js/jj/2012-04-20/869.html>.
- [11] MEYER P. Defining and measuring credibility of newspapers: developing an index [J]. Journalism quarterly, 1998(3):567.
- [12] 张洪忠. 大众传媒公信力理论研究[M]. 北京:人民出版社,2006:51-64.
- [13] 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京:中国人民大学出版社,1999.
- [14] 国务院新闻办. 《西藏的发展与进步》白皮书[EB/OL]. (2013-10-22)[2015-05-20]. <http://news.sohu.com/20131022/n388659193.shtml>.
- [15] 漆侠. 辽宋西夏金代通史:一[M]. 北京:人民出版社,2010:14-26.
- [16] 管克江. 中国西藏文化周柏林开幕让德国看到真实西藏[N]. 环球时报,2013-10-25(03).
- [17] 张隆栋. 大众传播学总论[M]. 北京:中国人民大学出版社,1993.
- [18] 陈希勇. 四川藏区经济社会发展的现状分析——基于10个藏族自治州的实证[J]. 贵州民族研究,2009(6):147.
- [19] 张国良. 新闻媒介与社会[M]. 上海:上海人民出版社,2001:284.
- [20] 田杰. 如何破解民族地区党报覆盖难题——四川甘孜藏区实行财政转移支付、扩大报纸发行之思考[J]. 中国报业,2008(2):38.
- [21] 罗占祥. 论广播在我国藏区的不可替代性[J]. 中国广播,2009(7):34.
- [22] 喻国明. 当前中国传媒业发展客观趋势解读[J]. 现代传播,2004(2):1.
- [23] 欧阳明. 宏观新闻编辑学[M]. 武汉:华中科技大学出版社,2012:58.
- [24] 张玉玲,严圣禾. 大投资背后有何大思路? [N]. 光明日报,2013-09-27(09).