

少数民族地区农民信息需求差异探析*

王虹 李京芬 王春梅

(齐齐哈尔大学图书馆,黑龙江 齐齐哈尔 161006)

[摘要]基于不同的生活状态和生活预期,少数民族农民形成了7种类型群体,各自产生不同的信息需求。针对其问题和需求特点,探索农村少数民族地区行之有效的信息服务体系,是图书馆人义不容辞的责任。

[关键词]少数民族农民 农村信息需求 农村信息服务 高校图书馆

[分类号]G252

1 引言

伴随农业农村的深刻变化,面对一系列新矛盾新挑战,促进农村少数民族地区经济发展和农民全面发展的任务愈加突出。究其问题的根源,除自然条件和农业生产力水平较低等原因外,信息传播渠道不畅才是关键因素。

从2009年初以来,我们先后深入齐齐哈尔3县1区少数民族聚居的5个村屯,通过集中问卷调查、个别访谈及家庭走访等形式,随机接触了21岁至65岁的237人。笔者所述农民,即指该地区从事农牧业生产的非城镇人口;所述信息需求,指以上农民对生产、生活和社会保障等5个方面16类“知识、消息、数据”^[1]的需求状况。根据其生活状态和生活预期等,我们把少数民族农民分成忠实型和游离型两大类。笔者拟对各群体信息需求差异进行分析,为研究农村少数民族地区有效的信息服务策略提供参考。

2 忠实型少数民族农民信息需求的特点

忠实型农民,指忠于农业、忠诚于农村、忠心耿耿当农民,视家乡本土为生存发展命脉的群体。他们在我们调查的对象中占91.6%,有发奋型、期待型、习惯型和无奈型4种。

2.1 发奋型

是不满足于现状,敢于接受新事物,要靠实力致富的农民,为被调查总数的3.4%,其生产目的明确,宁可千辛万苦也要改变家庭生活面貌。他们最重视生产信息:需要种植养殖新品种、新技术的占87.5%,关注市场动态、产品价格的占75%,热望农业技能培训的为62.5%,仅25%注意副业和经营信息,需要外乡和进城打工信息的占12.5%,且不少已有打算。该类型农民的特点是,很看淡扶贫救济信息,需求者只占12.5%;喜欢农村生活信息、名胜景观和城市风光的占75%,有生活的层次感。发奋型农民家的女主人往往也是强劳力,25%和12.5%的人没能挡住家居服饰美容和养生健身信息的诱惑。该群体很看重教育医疗和养老保障信息,最关心孩子

上学问题,对文艺体育和本民族信息也有同样的兴趣,均为62.5%。发奋型农民多具初中以上文化,其他需求也具有倾向性:50%关心时事政治和“三农”信息,还想学点科技文化知识,要给自己充充电;对法律和维权信息与文学史地和军事信息的需要均为37.5%。

发奋型群体对获取信息既有想法也有办法,主动找信息的占62.5%,25%的人去过技术站和图书馆,常读书看报的占37.5%,靠政府部门、村干部和亲友邻里的为50%和37.5%。该类型农民家家有电视,12.5%的人有电脑,35%的人有买电脑的意向,通过电视广播和网络获得信息的分别达75%和25%。

2.2 期待型

是对生活现状不甚满意,但愿听干部安排或看能人怎么干的群体。这类型农民各年龄段都有,占42.6%。他们最关注社会保障信息,需要教育医疗和养老信息的占75.2%,祈盼扶贫救济的为69.3%,需要法律维权信息的占55.4%,关注时事政治和“三农”信息的达60.4%。该群体也很重视农业生产信息,需要种植养殖新品种、新技术的为64.4%,关注市场动态价格的占59.4%,需要副业经营信息的多于发奋型群体,是30.7%。需要打工信息的占35.6%,想参加农业技能培训的为41.6%。随着经济条件和住房的改善,相当多的人注意民族信息,占58.4%,54.5%留心农村生活知识。还让我们有些意外的是,该群体重视养生健身的占34.7%,喜欢家居服饰美容信息的占30.7%,40.6%的人爱好文史、军事信息,32.7%的人喜欢科技文化知识。他们需要最多的是名胜景观、城市风光和文体信息,分别占87.1%和70.3%,却也没考虑消费能力。

该类型农民从政府部门、村干部和亲友邻里获得信息占58.4%和60.4%,去过图书馆、技术站和读书看报的为9.9%、12.9%和15.8%。该群体基本都有手机或电话,5.9%的人有电脑,常看电视听广播的是84.2%,能上网的占12.9%。

2.3 习惯型

是对农村习以为常,凭天由命,看乡亲都干什么而随着

* 本文系黑龙江省教育厅人文社会科学项目“齐齐哈尔农村少数民族地区信息服务现状与对策研究”(项目号:11542267)阶段性成果之一。

的农民,占36.7%。这是个守得住清贫、耐得住艰辛的群体,他们非常珍惜越来越好的生活,有很强的幸福感,大都喜欢休闲信息。其中80.5%的人经常陶醉在娱乐节目和农村题材的影视剧中;喜爱名胜景观、城市风光的占62.1%,该群体忠厚淳朴,对社会保障的要求适可而止。关心教育、医疗、养老信息的为58.6%,关注扶贫救济信息的占35.6%。他们需要法律和维权信息的稍多,占40.2%,而生活中有问题就去找干部,多数喜欢司法案例,31%的人关心时事政治和“三农”信息。该群体大都是祖辈游牧渔猎务农,对当农民没什么委屈,生活中也没多少压力,需要种植养殖新品种、新技术的占48.3%,期盼打工的占28.7%,关注副业经营信息的占25.3%,而关注市场动态价格的为52.9%。关注民族信息和农村生活知识的占69%和37.9%,喜欢养生健身和家居服饰美容的为24.1%和21.8%。该类型大部分人觉得“不缺啥”,重视农业技能培训的占29.9%。33.3%和20.7%对文史、军事和科技文化知识有兴趣。

该类农民有电脑的不到3%,有的村屯还没普及彩电。该群体主动打听信息的占36.8%,仅8%和5.7%的人去过农业技术站和图书馆,很多没听说过。能读书看报的占9.2%,上过互联网的为4.6%。79.3%的人觉得看电视、听广播知道的多,66.7%和56.3%则以为大事还得靠干部和亲邻。

2.4 无奈型

是由于种种原因,家境还受困扰的农民。这个弱势群体为3.8%,有的力不从心,有的要走很长的路,生活唯有“等靠要”。主要以年迈体弱、家有病人、遭遇灾祸、不擅经营、丧失劳动能力和历史欠债较多的人为主。该群体对社会保障信息需求最迫切,热望扶贫救济的为88.9%,关注教育医疗和养老信息的为66.7%。需要种植养殖新品种、新技术的占22.2%,需要副业经营信息和农业技能培训的只有11.1%。其中没有注意打工信息的,关注市场动态价格的也不过33.3%。他们的物质和精神生活都有一定压力,为了“解闷”,需要文体及名胜景观、城市风光信息的占33.3%和22.2%,关注时事政治、“三农”信息、科技文化与文史军事知识,以及家居服饰美容信息的则占11.1%。需要民族信息的稍多,有44.4%,33.3%的人很重视养生健身。由于一直得到政府的关怀和村干部及乡亲的关照,他们心里很踏实,仅22.2%的人需要法律维权和农村生活信息。

该群体主动找信息的占22.2%,但没有去过技术站、图书馆和上过互联网、读书看报的。有的人家还是黑白电视,个别还没有。一些家庭为了省电,四季都很少开灯,天一黑就睡觉,能看电视听广播的占22.2%,获取信息主要靠干部和乡亲,为88.9%和55.6%。

3 游离型少数民族农民信息需求的特点

游离型农民,是指开始走出乡土,渴望过得更好的群体。

他们不甘心生活在一贯制的模式中,占13.5%。他们表现为徘徊型、游击型和候鸟型的特点,与本土有着不同的联系。

3.1 徘徊型

是想迁出但尚未离开,还没确定安身立命之处的农民,占2.5%。该群体需要最多的是教育医疗养老信息,占83.3%。据村干部介绍,他们眼界宽、脑子活,关注市场动态价格与需要名胜景观、城市风光信息的相同,占66.7%;重视打工信息、时事政治、“三农”信息和法律维权信息,与需要文体信息的比例一样,都达半数;而希望获得民族信息和农村生活知识,喜欢养生健身和家居服饰美容以及文史、军事信息的,则各为33.3%,关心扶贫救济的仅16.7%。由于生活不稳定,关注种植养殖新品种、新技术的占33.3%,需要副业经营信息的为50%,也仅16.7%的人想学农业技能和科技文化知识。该类型农民50%能主动寻求信息,从政府部门、村干部和亲友邻里获得信息的分别占33.3%和50%。有16.7%的人去过技术站,但没有去过图书馆和上网的,从电视广播中获得信息的占66.7%。

3.2 游击型

是以老家为根据地,或奔忙于村屯之中,或往来于城乡之间的群体占4.2%。关心教育医疗养老和法律维权信息的占40%,关注副业经营信息的占60%,有70%的人需要市场动态价格和打工信息。该群体有的把土地转包出去或交给家里的半劳力,自己在城里当劳务和收废品。喜欢名胜景观、城市风光的为50%,喜爱家居服饰美容的占40%,想学科技文化和爱看文体节目的各占30%,仅10%要学种植养殖新品种、新技术和农业技能。而对时事政治、“三农”信息、民族信息、农村生活和养生健身,以及文史军事信息的需求都为20%。还有20%的人关心扶贫救济信息。该类型农民主动寻求信息的最多,占70%,通过政府部门和村干部获取信息的为30%,通过电视广播的为40%,靠亲友邻里的占60%。有10%去过技术站和图书馆,没有上网的。

3.3 候鸟型

是定期外出又回乡的农民,旨在扩大生产经营,但仍视家乡为根,这类型农民占6.8%。认为市场动态价格信息重要的,占68.8%,有一半很关心教育、医疗、养老信息。该群体在外打拼主要有两种方式:一是以农活为主,走乡串屯帮人家养牛送奶和“种铲耩收”,还有干杂活的,如木瓦工、加工豆腐和粉条等;二是亦农亦工,建筑施工季节与人合伙揽活或打点零工。需要种植养殖新品种新技术、关注副业经营信息以及农业技术培训的为56.3%、50%和43.8%;重视法律维权信息的为31.3%;关心时事政治和“三农”信息的仅18.8%。需要名胜景观、城市风光信息的占62.5%,喜欢文体信息的占37.5%,仅25%的人想了解科技文化和文史军事。由于收入的增加和受城里人的影响,他们也畅想生活的美丽,需要农村生活信息的占一半,43.8%喜爱民族信息和家居(下转第75页)

3.3 用户并发连接数的均衡

3G技术条件下,移动用户在线访问高校图书馆人数的大幅增加是可以预期的。下载大容量数据和在线视频参考咨询等服务的应用,对服务提供端的性能和及时响应将是一大考验。如果由于用户并发数过多,导致用户请求的服务无法得到及时响应,那么将使用户丧失对“手机图书馆”服务品质的信心。

3.4 人员配备问题

3G时代的高校图书馆职能正在转型时期,图书馆不再是从事单一流通工作的机械服务,而是转变为多层次、多角度的主动服务。3G时代对高校图书馆的工作人员有了新的要求,因而现在的图书馆服务人员应当既有传统的图书管理知识,还应具备现代的管理理念和服务能力,做一个复合型的人才。^[7]目前致力于“用户至上,服务第一”的高校图书馆更注重用户信息服务,这就要求工作人员不仅要做到主动服务,而且能够及时响应用户对3G服务的需求,以确保服务质量。

3.5 数字资源的优化

在高校图书馆3G信息服务中,数字资源的优化也成为现实中的重要问题。虽然高校图书馆的信息服务本身并不向用户收费,但用户还需向通讯运营商支付流量费用。图书馆作为数字资源提供方,宜采用适当的压缩技术,提供合理的数据格式,以确保用户在花费同样的费用下享受更优质的信息服务。

3G时代的来临对高校图书馆信息服务而言,既是机遇也是挑战。高校图书馆应积极储备相关的建设方法和关键技

术,迎接3G时代的全面到来,利用3G技术为用户提供更高质量、高效、个性化和人性化的信息服务。

参考文献:

- [1] 朱月梅,朱玉.3G时代的移动图书馆信息服务初探[J].图书馆学刊,2009(8):47-49.
- [2] 赵晓晔.3G为移动图书馆创新服务带来新的发展机遇.北京邮电大学学报:社会科学版,2009(6):32-34.
- [3] 孙青,王亚,陶新权.3G与图书馆“联姻”.中国教育网络,2009(11):68-70.
- [4] 龙朝阳,王灵.基于3G的图书馆信息服务模式初探.图书馆论坛,2008(6):8-10.
- [5] 中国WAP发展状况调查报.[EB/OL].[2007-09-13]. <http://www.cnnic.net.cn/upload/files/pdf/2007/5/15/180903.pdf>.
- [6] 林艺山.浅论3G时代的手机图书馆服务.情报探索,2009(7):8-9.
- [7] 卞庆祥.基于3G技术的图书馆移动阅读服务.新世纪图书馆,2009(5):66-68.
- [8] 倪靖.论3G时代高校图书馆的发展.南京林业大学学报:人文社会科学版,2009(9):93-96.

邓玲女,1982年生。管理学学士,旅游管理在职研究生。助理馆员,研究方向:高校图书馆信息服务。

(收稿日期:2010-02-03;责编:王天泥。)

(上接第67页)服饰美容信息。而需要养生健身信息的占18.8%,看重扶贫救济信息的只12.5%。候鸟型农民主动找寻信息的占56.3%;通过政府部门、村干部和亲友邻里获取信息的为50%和56.3%;看电视听广播的占56.3%。12.5%的人去过技术站,6.3%的人常读书看报,6%的人能上网,去过图书馆的人还没有。

4 结语

“三农”和少数民族问题,历来受到党和国家的重视。齐齐哈尔少数民族农民的信息需求差异有一定的典型性,也反映了推动其协调发展的迫切性。上述调查在留给我们许多启示的同时,也提出了重要课题。深入研究农村少数民族的信息需求,切实提高信息服务质量和水平,已经摆在图书馆人的面前。因此,关注各群体农民的问题和信息需求,有针对性地调整服务思路和构建服务体系,积极提供影响人类生产生活和精神境界的知识信息^[9],既是信息时代发展的趋势,也是图

书馆拓展服务空间、谋求自身发展的必由之路。高校图书馆“比任何一种社会文化与信息机构都具有社会信息服务的优势”,还有“联系着一大批教学科研第一线的雄厚师资”作知识后盾^[9],在这广阔的天地里定将大有作为。

参考文献:

- [1] 于良芝等.建立面向新农民的农村信息服务体系:天津农村信息服务现状及对策研究[J].中国图书馆学报,2007(6):30.
- [2] 中国图书馆学会.图书馆服务宣言[J].中国图书馆学报,2008(6):5.
- [3] 张白影.高校图书馆信息服务社会化的理论与实践——以广州大学图书馆为例[J].大学图书馆学报,2009(4):29.
- [4] 董一凡.对近两年图书馆界关于“浅阅读”问题研究的书评[J].图书馆论坛,2009(3):13.

(收稿日期:2010-01-04;责编:王天泥。)