

教育部重大项目成果

■ 张国良 主编

甘肃卷

Chinese Development Communication

中国发展传播学

■ 姚君喜 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

教育部重大项目成果

张国良 主编

中国发展传播学·甘肃卷

姚君喜 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国发展传播学·甘肃卷 / 张国良主编. — 杭州: 浙江大学出版社, 2009.8

ISBN 978-7-308-05060-9

I. 中… II. 张… III. 传播学—研究—甘肃省
IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 140720 号

总 序

张国良

大约 6 年前,也就是 2002 年下半年,由我主持的教育部重大项目“中国发展传播学”(CHINESE DEVELOPMENT COMMUNICATIONS,简称 CDC)正式启动。其研究设计中最重要的一部分,为开展一项全国范围的抽样调查,旨在考察传播媒介与社会发展的互动关系。经过反复讨论、细致规划,我们组织了一支精干的研究团队,于 2002 年底、2003 年初,分头奔赴全国八个省份,实施了入户调查,同时,还对当地主要报纸进行了内容分析和领导访谈。在获取丰富的研究资料后,各团队成员又投入了紧张的统计分析和报告撰写中,经过 3~4 个寒暑的辛劳,陆续完稿,最终交出这样一份总篇幅逾 200 万字的答卷。

回首往事,颇为感慨!这一项目的背景如下:

世纪之交,为了繁荣人文社会科学,教育部在全国高校设立了一百多个“文科重点研究基地”,经过严格评审,由我担任主任的复旦大学信息与传播中心,被批准为全国传播学科中唯一的重点研究基地。重点研究基地的主要职责,是持续地开展重大项目研究,于是,本人申报的“中国发展传播学”被确立为首批重大课题之一。

既然中国是世界上最大的发展中国家,则发展自然是一个首要的问题,因此,诸如发展政治学、发展经济学、发展社会学、发展伦理学等,无不构成学科关注的热点。但遗憾的是,由于传播学在中国起步很晚,大致与改革开放同步,基础很弱,短短 30 年里,又历经各种曲折,直到 20 世纪 90 年代后期才获得长足发展的空间。在此过程中,以传播与发展的关系为研究对象的发展传播学,也就一直处于缺失、贫弱的状态之中。

我之所以构想、申报上述项目,初衷正是为了改变这一状况。在我看来,中国的传播学者不对本土的发展问题予以足够注意,那无疑是失职。而这一项目当年很快就顺利通过了教育部及专家的审核,则又表明,对发展传播学的重视,业已成为共识。

从时间角度看,2002 年恰好构成了一个富有象征和实质意义的节点。它是改革开放的第 25 个年头,中国取得了历史性的巨大成就。一方面,2001 年底加入 WTO(即“世界贸易组织”)的举措,使中国真正融入了

世界经济体系;另一方面,2002年的GDP(即国内生产总值)首次突破10万亿元,人均约8000元,接近1000美元(2003年实现了超越),也就是说,中国基本解决了温饱问题,跨入了小康阶段,并开始向全面小康社会迈进。不仅如此,2002年又处于新媒体大发展的前夜。该年,中国广告业的产值近1000亿元,而整个媒体产业的总产值近2500亿元,总体呈现出蓬勃生长、方兴未艾的趋势;但与此同时,新兴媒体已悄然崛起,开始形成对传统媒体的强力冲击,以最有代表性的互联网为例,2002年其用户已超过4500万人,跃居世界第二。

综上所述,在此历史关节点上展开的“中国发展传播学”研究,具有重要的学术意义和应用价值。概而言之:

第一,作为历史实录的文献,它通过定量方法,以数据和事实文本的方式,忠实地描述、记录了这一关键时刻中国传播产业与社会发展的互动状态,具有高度的真实性、客观性和史料性。

第二,作为后续研究的基础,它不仅积累了大量宝贵的数据和资料,并且给出了许多独到的观点和结论,据此,既可纵向比较,又可横向对照;既可深化认识,又可凝练理论。

第三,作为工作改进的依据,它发现了媒介实践中的众多问题和不足,诸如:媒介设施的城乡差距显著、重要议题的深度认知率低下、揭露坏人坏事不够有力、反映群众呼声不够充分、品位格调不高等等,其中的绝大部分意见,至今仍不失参考作用。而且,尤需注意的是,除了全国层面上的一些共同症结外,各地的的问题其实又不尽相同,为此,本项目的最终成果,以一个总报告和八个分报告的形式,加以全面、具体地呈现。

由于这是一项面向全国的大规模、综合性、实证性的研究,工作量堪称浩大。就问卷调查而言,覆盖了东、中、西部八个省份(约4.5亿人口),从最北部的黑龙江省、甘肃省,到最南部的云南省、广东省,从大都市、中小城镇到乡村,纵横以千万里计,跋涉于山水阡陌间,访问样本家庭近3000户、人数逾万。就内容分析而言,选取各地32种报纸(为期两周),合计400多份,统计、分析了约25000条新闻信息。如此繁重的体力和智力劳动,若非得到了各地兄弟院系师生的鼎力支持(动员人力500人次以上),其完工根本难以想象。

在此,作为这一重大课题的总负责人、系列丛书的主编,本人谨向全体为CDC项目做出各种贡献的人士表达深深的谢意!他们当中包括:李双龙、廖圣清、韩纲、李兆丰、朱春阳、郑征予、严三九等。

对于以下直接参与书稿写作的人员,致以特别的敬意!他们是:徐晖

明(总报告、广东卷)、王迪(黑龙江卷)、郑西帆(浙江卷)、王玲宁(河南卷)、郑智斌(江西卷)、禹卫华(四川卷)、郭建斌、曹云雯(云南卷)、姚君喜(甘肃卷)。

最后,衷心地感谢浙江大学出版社对本研究项目和本系列丛书的“慧眼识珠”,尤其是责任编辑徐婵女士的睿智、耐心和宽容,使这一几乎“不可能完成的任务”终于圆满完成了!尽管其必然还存在各种缺陷,期待广大读者的指正,但无论如何,作为撰写“中国发展传播学”历史长卷中的一页的尝试,我们尽力了,也问心无愧了。

2008 岁末

于沪上文化花园明珠苑

目 录

第一章 社会发展与大众传播概况	1
第一节 社会发展概况	1
第二节 大众媒介发展概况	5
第三节 存在的主要问题与对策	8
第二章 受众抽样调查概况	14
第一节 抽样调查概况	14
第二节 调查对象的总体状况	16
第三章 报纸的受众接触和评价	31
第一节 概况	31
第二节 接触内容和频率	36
第三节 需求动机和满足程度	40
第四节 总体评价	45
第四章 电视的受众接触和评价	49
第一节 概况	49
第二节 接触内容和频率	54
第三节 需求动机和满足程度	59
第四节 总体评价	64
第五章 广播的受众接触和评价	68
第一节 概况	68
第二节 接触内容和频率	73
第三节 需求动机和满足程度	77

第四节 总体评价	83
第六章 网络的受众接触和评价	86
第一节 概况	86
第二节 上网的目的	92
第三节 网络的影响	93
第七章 杂志等的受众接触和评价	95
第一节 读杂志情况	95
第二节 读书情况	103
第三节 看录像(包括 VCD/DVD)情况	113
第四节 看电影情况	120
第五节 未来接触媒介情况	122
第八章 大众传播与受众的信息认知	124
第一节 概况	124
第二节 社会议程	131
第三节 传播效果	149
第九章 大众传播与受众的交往和观念	164
第一节 交往行为	164
第二节 决策行为	171
第三节 社会观念	177
第四节 现代化观念	192
第十章 媒介内容分析	
——以报纸为例	203
第一节 概况	204
第二节 报道的主题	216
第三节 报道的角色	229
第四节 报道主题的社会作用	235
第十一章 大众传播与文化观念的发展	241
第一节 大众媒介文化发展的基本特征	241

第二节 受众个人因素与媒介接触分析	256
第三节 受众群体层面的传播分化	260
第四节 “文化差异化定位”与大众传播的发展	276
总编访谈	280
参考文献	310
后记	315

第一章

社会发展与大众传播概况

随着我国西部大开发战略的实施,西部贫困地区的发展得到了前所未有的广泛关注和重视。对于西部贫困落后地区的发展,政府部门制定了具体的战略目标和措施,广大学者和专家也从不同的学科领域出发,提出自己的看法和建议。但是,大多数研究和措施集中于如何发展贫困地区的基础设施、改变贫困地区的经济环境等“硬件”建设,直接强调的是以资金和技术输入为主的经济发展问题。相对而言,制约西部贫困地区发展的另一些根本性问题,如教育水平低下、观念落后、信息短缺等,亦即以人的素质提高为核心的社会文化环境的建设,并没有得到足够的重视。我们认为,以提高西部社会的整体社会文化环境水平为主导,以提高人的素质为基点,以经济建设为动力,才是西部社会真正走向现代化发展的必由之路,才能实现西部社会的可持续发展。一句话,人的发展、人的素质的提高是西部发展的核心问题。正如张国良先生所指出的:“传统的做法是,以输血式、项目式扶贫为主。实践证明,这种方式有其局限性。因此,目前国家正在制定的跨世纪扶贫战略方案中,除传统的项目、资金输入外,更加重视对贫困地区(人口)的信息输入。”因此,要促进西部社会的可持续发展,应充分利用大众传播,提高人们的整体文化素质和观念,这是西部贫困地区发展必须重点考虑和解决的问题之一。基于此,“中国发展传播学(CDC)”课题组立足于全国整体研究,以甘肃省作为西部贫困地区的样本,来系统分析西部贫困地区的大众传播与社会发展战略,具有强烈的现实意义。

第一节 社会发展概况

为了对甘肃总体以及本次调研的三个样本地(兰州、天水、定西)获得基本的认识,我们从研究的基本要求出发,立足于现状,从当地的有关统计资料中选择一些指标进行描述。这些基本指标,主要是与本研究相关

的资料,以供分析比较使用。

甘肃简称“甘”或“陇”,是取古甘州(今张掖)和古肃州(今酒泉)两地首字而得名。甘肃地处青藏、内蒙古、黄土三大高原交汇处,地域辽阔,资源丰富,自然条件复杂多样。全省辖 14 个地州市,86 个县市区,国土总面积 45.4 万平方公里,居全国第七位。包括汉、回、藏、蒙古、裕固、东乡、保安等 45 个民族,其中东乡、裕固、保安族为甘肃特有民族。

2002 年,全年全省实现国内生产总值 1161 亿元,按可比价格计算,比上年增长 9.4%。其中,第一产业完成增加值 214 亿元,增长 5.8%;第二产业完成增加值 530 亿元,增长 10.8%;第三产业完成增加值 417 亿元,增长 9.6%。全省人均国内生产总值为 4493 元,增长 9.1%。全省第一、二、三产业增加值占国内生产总值的比重由上年的 19.3 : 44.9 : 35.8 变化为 2002 年的 18.4 : 45.7 : 35.9,第一产业所占比重下降 0.9 个百分点,第二、三产业所占比重分别提高 0.8 和 0.1 个百分点。就业和再就业工作继续加强。年末全省从业人员 1500.59 万人,比上年末增加 11.66 万人。国有企业下岗职工 1.08 万人实现了再就业。年末城镇登记失业率为 3.2%。

全年交通基础设施建设完成投资 70.16 亿元,完成年计划的 103.7%,比上年增长 14.6%,占到全省全社会固定资产投资总额的 1/8。建成 6 条高速公路,3 个高速公路项目进展顺利,新开工了 4 条高等级公路。加大了路网改造和农村公路建设力度,实施了 35 个国债路网改造项目,其中国扶县连接国道项目 16 个,建成通车 8 个;通县油路项目 19 个,建成通车 10 个。同时建成了 91 条 1715 公里通乡等级公路、26 条 272 公里通乡油路。交通运输业持续发展。全省各种运输方式完成货物周转量 591.48 亿吨公里,比上年增长 3.20%;旅客周转量 267.44 亿人公里,增长 17.90%。各种运输方式完成货运量 23541 万吨,比上年增长 1.43%;客运量 14750 万人,增长 5.96%。全省公路里程达 4.04 万公里,比上年增长 1.5%,其中高速公路里程 320 公里,增长 23.62 倍。

邮电通讯业快速发展。全年完成邮电业务总量 62.47 亿元,比上年增长 33.2%,其中电信业务总量 56.18 亿元,比上年增长 39.9%,邮政业务总量 6.29 亿元,比上年增长 6.7%。年末本地局用交换机总容量 0.04 亿门,增长 33.3%。年末本地电话用户 322 万户,比上年增长 28.6%,其中城市 233 万户,增长 27.2%;农村 89 万户,增长 32.4%。年末住宅电话用户 262 万户,比上年增长 92.8%;年末移动电话用户 206.5 万户,本年新增 63.5 万户。电话普及率达 20.39 部/百人,每百人拥有电话比上

年增加 5.11 部。长途光缆线路总长度 1.80 万公里,比上年增长 44.0%。年末计算机互联网用户达 19.5 万户,比上年增长 59.1%。

旅游业保持良好的发展势头。全年国内旅游收入 26.83 亿元,比上年增长 26.17%。全年入境旅游者人数 23.68 万人次,增长 6.4%,其中外国人 16.27 万人次,增长 11.1%;港澳台同胞 7.41 万人次,下降 2.6%。全年国际旅游外汇收入 0.54 亿美元,增长 21.2%。

教育事业稳步推进。2002 年末全省共有普通高校 25 所,研究生培养单位 16 所,普通高中 438 所,初中 1566 所,中等专业学校 99 所,普通小学 1.66 万所,特殊教育学校 14 所。普通高校招生数为 5.3 万人,比上年增长 17.8%。学龄儿童入学率 98.55%,比上年提高 0.5 个百分点;小学学生辍学率 2.44%,下降 0.1 个百分点。2002 年普通高校在校学 14.3 万人,比上年增长 28.8%,在学研究生 0.6 万人,比上年增长 20.0%,中等专业学校在校学生 10.1 万人,比上年增长 9.8%,普通高中在校学生 34.6 万人,比上年增长 24.9%,初中在校学生 126.0 万人,比上年增长 6.5%,普通小学在校学生 322.9 万人,比上年增长 1.2%。

广播电台 7 座,电视台 14 座,中短波广播发射台和转播台 26 座。广播和电视综合人口覆盖率分别为 88.77%和 88.60%,比上年分别提高 0.26 和 0.43 个百分点。有线电视用户 153.78 万户,比上年增长 10.9%。各类杂志出版量 9541.2 万册,图书出版量 7555.29 万册(张),分别增长 29.1%和 7.8%。

2002 年末全省总人口为 2592.58 万人,全年出生人口 34.01 万人,人口出生率为 13.16‰,比上年下降 0.42 个千分点;全年死亡人口 16.67 万人,人口死亡率为 6.45‰,比上年提高 0.02 个千分点;全年净增人口 17.34 万人,人口自然增长率为 6.71‰,比上年下降 0.44 个千分点。男性人口 1343.99 万人,占总人口的比重为 51.84%。0~14 岁人口 646.85 万人,占总人口的比重为 24.95%,比上年下降 1.03 个百分点;65 岁及以上人口 148.81 万人,占总人口的比重为 5.74%,比上年提高 0.13 个百分点。城镇人口 673.03 万人,占总人口的比重为 25.96%,比上年提高 1.45 个百分点。

城乡居民收入增加,人民生活有所改善。全年城镇居民人均可支配收入 6151.42 元,比上年增加 768.51 元,增长 14.28%。农民人均纯收入达 1590.3 元,比上年增加 81.7 元,增长 5.41%。

表 1.1.1 1992—2002 年甘肃省国内生产总值

年份	国内生产总值(亿元)	人均国内生产总值(元)
1992	317.79	1384
1993	372.24	1600
1994	451.66	1925
1995	553.35	2288
1996	714.18	2901
1997	781.34	3137
1998	869.75	3456
1999	931.98	3668
2000	983.36	3838
2001	1072.51	4163
2002	1161.43	4493

表 1.1.2 2002 年甘肃省各地区国内生产总值及人均国内生产总值(单位:万元)

地区	国内生产总值	第一产业	第二产业	工业	第三产业
兰州市	3867843	176821	2014232	1546000	1676790
嘉峪关市	240336	8261	188281	169122	43794
金昌市	452011	52534	314618	266493	84859
白银市	951751	137590	496440	388309	317721
天水市	975060	180072	407522	314503	387466
武威市	784706	249294	248700	179550	286712
张掖市	756600	274612	236776	158737	245212
平凉市	727784	195401	250071	176945	282312
酒泉市	950705	197109	428239	326187	325357
庆阳市	801380	174079	344600	287583	282701
定西地区	521327	218527	127500	93200	175300
陇南地区	472735	165996	130125	86609	176614
临夏州	337946	112551	113148	88337	112247
甘南州	167556	64887	35180	26065	67489

第二节 大众媒介发展概况

一、行业概况

2002年,甘肃有公开发行的报纸69种,期刊133种。各类杂志出版量9541.2万册,图书出版量7555.29万册(张),分别增长29.1%和7.8%,报纸年均印数48505万份。广播电台7座,电视台15座,中短波广播发射台和转播台26座。

二、居民百户家庭主要耐用品拥有情况

2002年平均每人全年家庭总收入6524.23元,城镇居民家庭平均每百户年底耐用消费品拥有量,其中:组合家具76.99套,自行车164.33辆,电风扇62.48台,洗衣机94.69台,电冰箱84.43台,彩色电视机110.36台,录放像机16.87台,影碟机43.78台,照相机41.04架,家用电脑10.86台,摄像机1.29架,微波炉11.10台,空调器1.07台,淋浴热水器45.81台,移动电话46.83部。2002年农村居民家庭平均每百户年底耐用消费品拥有量,其中:自行车129.00辆,电风扇20.39台,洗衣机30.89台,家用电冰箱4.78台,摩托车18.33辆,黑白电视机36.94台,彩色电视机60.83台,影碟机13.11台,收录机41.33台,照相机3.11架。

三、广播电视

甘肃省广播电视网建设发展较快,目前已经建成了有线、无线、光缆、微波和卫星等多种传播方式相结合的全省广播电视网络。截止到2002年底,全省现有广播电台7座,其中省级广播电台1座,市级6座,县级广播电视台26座;中(短)波发射台、转播台26座,调频发射台、转播台722座,广播覆盖率逐年增加,目前已达88.77%。全省现有电视台15座,其中省级台1座,市级台14座(含甘肃矿区台1座);电视发射台和转播台2945座,卫星地球站1座,卫星地面收转站11250座,微波线路长3344.25公里,微波站(台)137个,电视覆盖率达88.60%。有线电视网络总长27635.69公里,有线电视总用户达153.78万户,已形成覆盖全省大部分城市和乡村的广播电视网体系。

甘肃省广电光缆干线网于1999年动工建设,于2001年7月正式开通。2002年,在完成与国干线同路由2500多公里省级广电光缆干线敷设

和国干线开通的基础上,又先后完成了与国干线同路由部分省级干线的开通和不同路由兰州—临夏—甘南、天水—陇南、平凉—庆阳共 850 公里三条支干线的建设,总共建成中继站、节点站 38 个,为甘肃省的信息化发展开通了一条信息高速公路。

近几年来,甘肃省广播电影电视局加大了对省局直属 25 个广播转播台中短波广播发射设备的数字化、固态化更新改造和台站基础设施的建设力度。截止到 2002 年底,省广播电影电视局已更新了 18 个广播转播台的 37 部中波发射机,并对这些台的接收、电源、反馈系统进行了同步更新改造。广播节目播出质量明显提高,覆盖效果明显改善。

为了促进我国民族地区的精神文明建设,党中央、国务院提出了实施“西新工程”的建设方案,甘肃省的甘南藏族自治州、天祝藏族自治县是该方案的受益地区。在“西新工程”实施过程中,根据国家广播电影电视总局的统一部署,截止到 2002 年底,甘肃省已顺利完成了“西新工程”第一、二阶段甘肃点的建设任务,大大提高了这些民族地区广播电视设备的装备水平,改善了当地广播电视的收视状况。

表 1.2.1 甘肃广播电视事业基本情况

	1995 年	2000 年	2001 年	2002 年
广播电台(座)	7	7	7	7
中短波广播发射和转播台(座)	25	24	26	26
中短波广播发射功率(千瓦)	685.1	634.1	679.1	675.1
发射台及转播台(座)	41	681	725	722
发射机功率(千瓦)	111.5	140.1	138.9	133.3
节目(套)	9	9	10	35
制作广播节目(小时)	38127	58238	63748	64825
新闻节目(小时)	7434	6237	7542	9112
专题节目(小时)	9468	11606	9091	12298
教育节目(小时)	2760	2478	3115	2149
文艺节目(小时)	13784	11665	12198	14802
服务节目(小时)	4679	13039	6757	9374
县广播电视台(座)	24	26	25	26
广播人口覆盖率(%)	65.90	85.63	88.51	88.77
电视台(座)	13	14	14	15

续表

	1995 年	2000 年	2001 年	2002 年
发射台及转播台(座)	1249	2763	2964	2945
发射机功率(千瓦)	157.60	171.98	168.35	167.74
节目(套)	14	18	43	46
制作电视节目(小时)	6594	11493	15619	31723
新闻节目(小时)	1117	1747	3423	3783
专题节目(小时)	783	1648	2545	3109
教育节目(小时)	29	193	1071	1095
文艺节目(小时)	3378	1004	3689	3984
服务节目(小时)	1286	2094	1659	1702
电视人口覆盖率(%)	71	86	88	88

四、报刊、图书

表 1.2.2 甘肃图书、杂志、报纸出版数量

项 目	1995 年	2000 年	2001 年	2002 年
图书出版				
种数(种)	1180	1190	932	953
出版(种)	688	603	669	834
总印数(万册)	6180	7218	5016	7625
总印张(千印张)	290933	335033	947157	398714
杂志出版				
种数(种)	116	127	134	133
总印数(万册)	6214	8064	8931	9498
总印张(千印张)	183788	299876	339023	331809
报纸出版				
种数(种)	59	63	69	69
总印数(万份)	22556	25661	37864	48505
总印张(千印张)	211054	46782	760900	835997

五、邮电

邮电通讯业快速发展。全年完成邮电业务总量 62.47 亿元,比上年增长 33.2%,其中电信业务总量 56.18 亿元,比上年增长 39.9%,邮政业务总量 6.29 亿元,比上年增长 6.7%。年末本地局用交换机总容量 0.04 亿门,增长 33.3%。年末本地电话用户 322 万户,比上年增长 28.6%,其中城市 233 万户,增长 27.2%;农村 89 万户,增长 32.4%。年末住宅电话用户 262 万户,比上年增长 92.8%;年末移动电话用户 206.5 万户,本年新增 63.5 万户。电话普及率达 20.39 部/百人,每百人拥有电话比上年增加 5.11 部。长途光缆线路总长度 1.80 万公里,比上年增长 44.0%。年末计算机互联网用户达 19.5 万户,比上年增长 59.1%。

第三节 存在的主要问题与对策

社会发展是一个全方位的问题,发展不仅仅是指以物质生活提高为主的经济的发展,还在于人的素质的提高,社会文化的整体水平的提高。

由于受西方 20 世纪五六十年代以来形成的“国家发展”概念的影响,我们对于社会发展的认识和现代化进程的认识,在很大程度上局限于“经济增长”领域。兴盛于西方 20 世纪五六十年代的“国家发展”理论,更多地被赋予经济学的含义,即发展旨在促进社会经济增长,或更具体理解为提高国民人均收入。人们普遍认为,经济增长既是发展的目的,也是发展的手段,只要经济顺利地迅速增长,国家发展也就水到渠成。这一看法本身,反映了当时思潮中的两个基本假设:其一,经济增长必然带来社会均富。一个社会的经济财富,一旦积累到某个水平以后,在纵的方向将自然而然地像漏斗一样向下滴(trickle down),在横的方向将扩散到整个制度,使社会各个阶层,不分贫富,一律受惠,人人得以分享经济增长的一杯羹(Berger, 1976)。诺贝尔奖获得者弗里曼教授更为明确地主张:生产才是产品平均分配的最佳手段。其二,以经济发展为枢纽,可以带动其他非经济领域的改变,经济活了,政治、文化、卫生等等也就活了。这种假设,被有些经济学家称之为“一好百好”(All-goodies-go-together)(Higgins, 1977; Paokenh, 1973)。总而言之,经济增长成了社会发展的万能钥匙。

事实情况是,以经济发展为核心的社会发展理论并未在现实中起到绝对的作用。第一种假设的直接结果是,社会各阶层之间、落后国家与发达国家之间的贫富差距越加显著;第二种假说被事实推翻了:经济的发展