

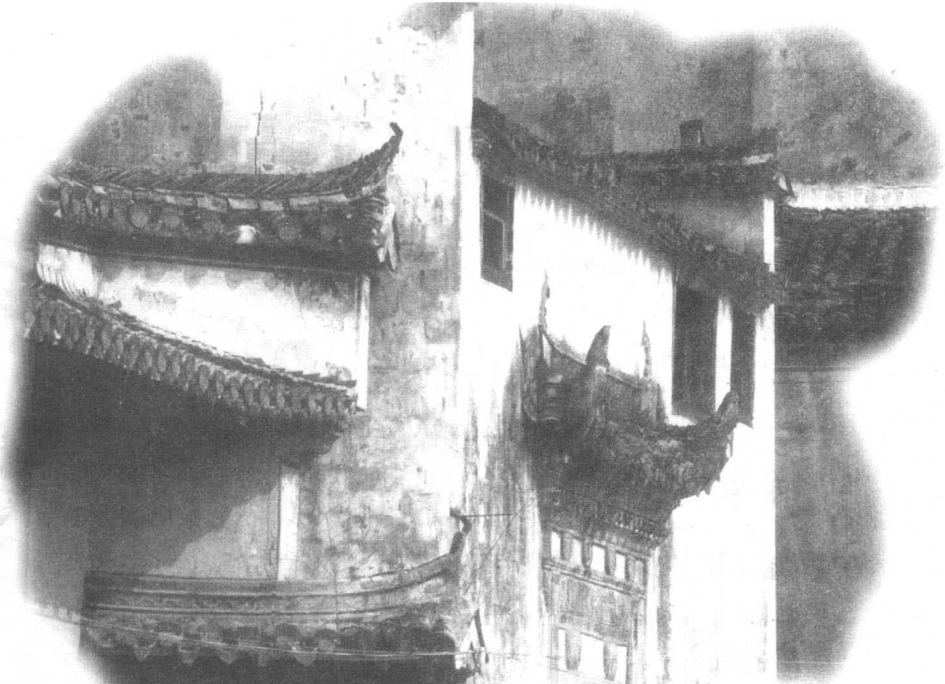


中华新闻传播学文库

大众传媒与农村

方晓红 著

中华书局



大众传媒与农村

方晓红 著



图书在版编目(CIP)数据

大众传媒与农村/方晓红著. —北京:中华书局, 2002
(中华新闻传播学文库)

ISBN 7—101—03621—X

I . 大… II . 方… III . 传播媒介—影响—农村—社会
生活—研究—江苏省 IV . G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 072016 号

责任编辑: 宁映霞

中华新闻传播学文库

大众传媒与农村

方晓红 著

★

中华书局出版发行

(北京市丰台区太平桥西里 38 号 100073)

北京未来科学技术研究有限责任公司印刷

★

880 × 1230 毫米 1/32 · 9 印张 · 2 插页 · 198 千字

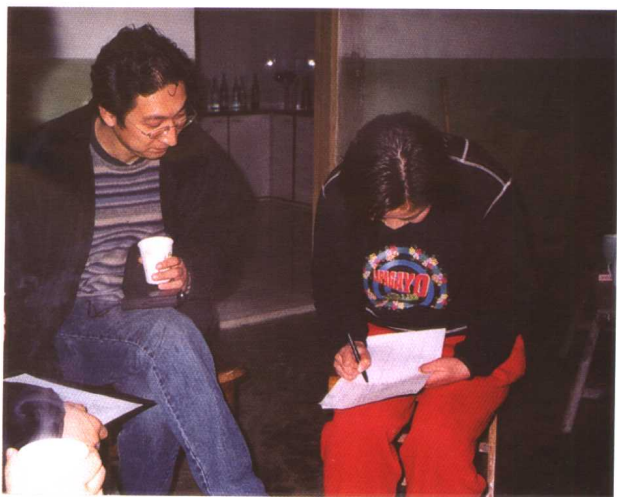
2002 年 11 月第 1 版 2002 年 11 月北京第 1 次印刷

印数: 1—2000 册 定价: 18.00 元

ISBN 7—101—03621—X/I · 464



在被访问农户门口与治保主任及被访户家人的合影，前排中间三人为被访户成员，女主人身着时下流行的“唐装”。



被访问者正在写下她的姓名及家庭状况。



我们站在被拆得差不多的房屋前，村治保主任正在为我们联系下一户入访对象。



乡村医生正在接受访问。

前 言

为了解改革开放 20 多年来,在经济高速发展的同时,江苏南部农村在接触、使用大众传播媒介过程中的变化,以及二者间的相互作用,1999 年,获国家社科基金批准与资助,本书作者开始进行“苏南农村大众媒介与政治、经济、文化发展的互动关系”这一课题的研究。

农村在中国是一个不容忽视却常被忽视的地域。

中国人口的 70%—80%在农村,按照我国政府的经济发展规划,21 世纪中期,是中国进入中等发达国家的时期,而工业的发展、经济的发达,不可能建立在 80%的人口贫困的基础上。同时,一个农业劳动者占多数的国家也不可能是现代化的国家,从这个意义上说,农村的改革直接影响着中国改革的进程,媒介对农村政治、经济、文化建设的推动,就是对全国政治、经济、文化建设的推动。江苏南部农村在江苏以及全国都具有先行的意义,研究苏南农村与媒介的关系,不仅对江苏而且对全国,都能提供一个可资借鉴的示范。这正是本课题研究的立足点,也可以说是本课题的生存价值。

进行课题研究的第一步是受众调查。调查活动共分四次进行:一、以苏南农村受众为主要对象进行的江苏农村受众抽样调查,这是本次研究活动最主要的一项大规模调查,后期研究工作中的大部分数据均来源于此;二、以南京各城区居民受众为对象进行

的受众抽样调查,其目的是为了进行城乡受众对比研究;三、以江苏省省属三大媒介以及苏、锡、常、南通四市的三大媒介为对象,进行了一次书面式专访,其目的是为了了解媒介与农村受众的互动关系;四、以苏南常州市溧阳地区黄墟村村民为对象进行了入户访谈与实验,其目的是为了作一些数据补充。本文所用资料除注明外,均为上述四次调查所得。

参加本次调查活动的主要成员有:课题主持人方晓红及课题参加者陈莉、杨晓霞、魏明、张宁、张一春等南京师范大学新闻与传播学院的教师,新闻学专业硕士研究生王新杰、曹刚,新闻与传播学院1998级、1999级、2000级共计200余名本科学生。

参加问卷数据输入的主要成员为新闻学硕士研究生曹刚、王新杰、庾晓骅、刘励、朱亚、宁耕、张璿、王惠、唐黎、沈淦、吴兆仁、杨如春、蔡心轶、黄朝钦以及1998级本科生刘伟、陆裕明、周益、周爱民、马乐乐、袁扬、张健廷、陈果、张鲲、高叶等。

一 问卷设计、数据输入与分析的技术指导为张一春老师,数据分析及检验负责人为曹刚。

正是在上述各位的全力支持及努力下,此课题得以顺利开展。

提到课题的开展,必然会想到复旦大学新闻学院博士后流动站的各位导师。

两年前,笔者进入新闻学院博士后流动站,并以“苏南农村大众媒介与政治、经济、文化发展的互动关系”课题作为在站的研究工作。流动站的丁淦林、李良荣、童兵、张国良、刘海贵、张骏德、黄芝晓、陈桂兰等教授在本课题的开题报告、中期报告等各个环节中均给予了极大的关注与帮助,他们的指导大多简短却准确甚至犀利,极具启发意义与实用价值。

其中尤其应当提到的是笔者的指导老师李良荣教授,在每个

研究过程中,他均给予了中肯而切实的指点与提示,他对于媒介与经济的关系的观点,已化为本课题研究成果中的一个有机组成。

即将就教于各位读者的《大众传媒与农村》一书,正是在此课题的研究基础上,集全体研究者的智慧与心血完成的。由于中华书局的厚爱,使本书得以在课题完成的同时出版。

复旦大学新闻学院李良荣教授为本书顾问;

方晓红教授为全书主持,负责筹划本书的撰写体例及统稿工作;

撰稿分工如下:

第一章撰稿人:方晓红(其中本章“五、受众抽样调查分析报告”部分的“(三)分析与思考”中的前两点,综合方晓红与曹刚合作发表的两篇文章中的观点修改完成)

第二章撰稿人:方晓红

第三章撰稿人:方晓红

第四章撰稿人:方晓红

第五章撰稿人:(按论文顺序排列)

陈莉(副教授、硕士研究生)

曹刚(硕士研究生)

张弢(助教、硕士)

虞晓骅(硕士研究生)

杨晓霞(讲师、硕士)

刘励(硕士研究生)

魏明(讲师)

张宁(助教、硕士)

“结语”撰稿人:方晓红

附录一“关于城乡受众与报纸接触行为差异性分析报告”撰稿

人:王新杰(硕士)

附录二“苏南农村调查问卷”撰稿人:课题组全体成员

借本书付梓之际,笔者代表全课题组成员及本书撰稿者向李良荣教授表示由衷的感谢,向复旦大学新闻学院博士后流动站的导师们表示诚挚的谢意。

同时,作为本项目及本书的负责人,也想将这一感谢奉献给上述所有参加本课题前后期工作的同事及学生们。

方晓红

2002年9月22日

于南京秦淮河畔闻鸣屋

序

农村、农业、农民问题正日益引起党中央和全国人民的高度重视。这不仅因为三农问题眼下的紧迫性,更因为中国人口 80% 在农村,从这个意义上讲,21 世纪的中国能否进入中等发达国家之列,关键在于农村的变革。

大众传媒能为农村的变革做些什么?方晓红教授领衔、以苏南农村为个案所做的深入细致的调查告诉我们:大众传媒在农村的变革中大有可为,但必须改变媒体从业人员的观念,调整节目内容。

苏南是中国农村经济发达地区。大众传媒已成为苏南广大农民日常生活中不可或缺的有机构成。方晓红教授领衔所做的调查以详尽的数据令人信服地证明:大众传媒对于农村的政治、经济、文化建设具有巨大的作用,“大众传播媒介是江苏农村现代性增长的推进器”。值得重视的是:大众传媒对农民具有重大影响,最重要的是改变农民的观念,大众传媒以新闻报道、娱乐节目等多样化节目将现代意识渗透到农村,逐步地改变着农民的生活方式、思维方式乃至审美情趣。正如方晓红教授所言“信息的效益不是永恒的,观念的变革才具有长效性”。这种观念的转变是构成农民整体素质十分重要的部分。长期以来,城乡之间的差距,“软件”(即观念)比“硬件”(即基础设施建设)差距更大,这就造成了城乡居民之间心理上的隔阂。大众传媒正是架设在城乡心理鸿沟上的桥梁。

相反,大众传媒一心一意为农民脱贫致富服务,开办了许多以提供产供销信息和科技知识为主要内容的经济节目。满以为农民会很喜欢,但方晓红教授领衔所做的实地调查却明明白白地指出:为农民开办的经济节目,农民不领情,不喜欢看,原因何在?在于信息与他们经济活动的相关度太低。这说明,我们新闻从业人员为三农服务也必须转变观念,需要了解新农村、理解新农民、熟悉新农业。

方晓红教授等人贡献的《大众传媒与农村》无疑是本了解新农村的优秀教材。本书是国家课题,也是方晓红教授在复旦大学新闻学院博士后流动站工作期间的结果。在两年时间里,方教授带领南京师范大学新闻与传播学院的师生 200 余人,共进行四次大规模实地调查,既有抽样调查,又有深入到农民家庭的访谈;既有纵向的历史对比,又有不同区域的横向对比。如此深入地、全方位地对一个大区域的农村地区进行调查,这在建国以后的媒体调查中还是首次尝试和探索,实在难能可贵。本书不仅以确凿的、详尽的数据显示了苏南农村和大众传媒的互动关系,而且,方晓红教授以扎实的理论功底对数据进行梳理、诠释,有许多精到的真知灼见。

传播学引进中国已有 20 余年。但 20 余年以后,中国的传播学研究还主要停留在引进和对外国名家著名言的诠释上,鲜有中国自己的研究成果。准确、全面的诠释是必要的,传播学的理论探索是重要的,但对目前中国的传播学研究最迫切需要的是实证调查。只有密切联系中国实际需要出发的大量实证调查,才能使传播学研究引起社会各界的关注,真正推动四化建设;也只有大量的实证调查,才能使理论研究有厚实的基础并能在理论上有所创新。从这个意义上说,方晓红教授主撰的本书,不但是从事农村新

闻宣传的人员案头的必读书,也是传播学研究的典范之作。
是为序。

李良荣

2002年9月16日

目 录

前 言	1
序	5
第一章 苏南农村与大众传播媒介	1
一、研究目的	2
二、研究假设	2
三、样本发放原则及构成	3
四、问卷发放及完成方式、回收及数据处理	5
五、受众抽样调查分析报告	6
(一)受众基本情况	6
1. 受众构成	6
2. 受众拥有媒介状况	9
(二)受众接触行为、频度、内容与选择偏好	11
1. 受众与报刊媒介的接触行为、接触频度	11
2. 受众与电视、广播等媒介的接触行为、接触频度	14
3. 苏南农村受众对三大媒介的接触态度比较	16
4. 受众对于媒介的内容选择及偏好	18
5. 性别与文化的差异造成的媒介与内容选择偏好	21
6. 受众对于专题节目的选择	23

7. 受众对于综艺类节目的选择	25
8. 受众对于政治、经济、文化信息的接触行为及媒介偏好	26
(三) 分析与思考	27
1. “农民”角色内涵迁移, 农村受众群开始分化	27
2. 在喜欢新闻这一点上, 女性与男性没有差别; 对于文艺类内容的“选”与“弃”, 文化因素不起作用	32
3. 随着苏南农村经济收入与文化程度的整体提高, 与媒介的接触频度发生了明显的变化	39
4. 苏锡常三地农村并未普遍表现出对上海媒介的偏好, 其选择态度因地缘、经济以及媒介因素的变化而变化	49
第二章 经济信息在苏南农村接受过程中的现状研究	54
一、农民如何看待“做广告以推销自己的产品”	55
二、农村受众对媒介传播广告的评价以及广告对农民购买行为的影响	59
三、为农村开办的经济节目苏南农民不领情	67
四、媒介传播的经济信息在农村的有效性	69
五、苏南农村在接受经济信息传播时的媒介选择及满意度	72
六、分析与思考	76
(一) 信息的效益不是永恒的, 观念的变革才具有长效性	76
(二) 农村的变革是媒介发展的动力	79

(三)农民为什么不“赴”为他们特设的“晚宴”	83
七、结论	90
第三章 大众传播媒介与苏南农村政治发展之关系	91
一、受众获取重大信息时对于媒介的选择	91
二、苏南农村受众的视野拓宽,对于时政信息的关 注范围扩大	93
三、苏南农村受众对于媒介所传播的政治信息的 满意度	95
四、受众关注何种政治信息	97
五、从受众对各类信息的关注程度看媒介传递信 息的得与失	99
六、结论与思考	107
(一)有线广播的衰落,使以“政府文件”形式传 递政治信息的方式不再成为常态的传播 方式	107
(二)对于运用大众媒介的舆论影响力保障自 己的民主权利,农村受众意识不强	109
(三)大众传播媒介是江苏农村现代性增长的 推进器	112
第四章 大众传播媒介与苏南农村文化发展的相互关系	118
一、苏南农村文化、信息消费水平与江苏的经济、 文化发展相适应	118
二、大众媒介进入农村文化生活	120
三、音乐在苏南农村有市场	124
四、“看电视”是苏南农民闲暇时间中的主要活动	126
五、对于农村受众而言,娱乐性节目更易影响其	

观念的变更	132
六、在现代传播媒介尤其是电视的作用下,苏南农民 对社会热点和大都市流行文化的关注、把握与 城市趋同,从而构建了与城市文明对话的平台	136
七、“文化反哺”:农村中的反向施教现象以及农村 文化借媒介之力对城市文化的影响	138
八、“时间移民”:农村文化转型的一种途径	143
第五章 苏南农村受众面面观	146
一、媒介广告与农村受众互动关系解析	146
二、谁来保护农民环保知情权	159
三、苏南农村与城市受众关注时事的比较	166
四、苏南苏北两地农民的信息意识浅析	176
五、苏南农村的闲暇生活与大众传播媒介的关系	185
六、城乡居民闲暇生活差异的对比与分析	197
七、浅谈苏南农村的群众体育文化	202
八、大众传媒与苏南农村的文化接收	210
九、大众传媒与苏南农村文化流动	222
结语 关注农村:21 世纪大众传播媒介的使命	239
参考文献	241
附录一 关于城乡受众与报纸接触行为的差异 性分析报告	245
附录二 苏南农村调查问卷	256

第一章 苏南农村与大众传播媒介

改革开放之初,即 20 世纪 80 年代,江苏省曾进行过两次受众调查,第一次是 1983 年由江苏省新闻学会与江苏省社会科学院新闻研究所发起,联合新华日报、江苏省人民广播电台、江苏电视台组成调查组,对全省 13 岁以上的城乡居民与报纸、广播、电视三大媒介的接触行为进行的一次全省范围内的大规模问卷调查。第二次是 1985 年由江苏省社会科学院社会学所新闻研究室,在苏南、苏中、苏北农村各选择一个生产队中的百名农民进行的问卷调查。这两次调查对于农村所作的结论大体相同,即:除广播外,报纸、电视的普及率相当低,大多数农民很少甚至不接触报纸和电视;农民大多数较少接触新闻的传播,接触程度较高的不到五分之一;农民听广播的主要目的是娱乐,其次是获取外界信息;传播工具在农村还未充分发挥作用,还未看出它对农民思想观念的显著影响等。

经过 20 多年的改革开放,苏南农村已在全国农村中率先步入了小康,无论在政治、经济还是文化方面均有了长足发展。同时,在苏南农村中,已经出现了农业、工业、商业多元并存的现象。变化了的农村以什么样的姿态面对大众媒介?对于大众媒介有着什么样的需求?大众传播媒介又将如何调整自己以适应新兴农村的变化及其对于大众媒介的需求?同时,作为现代化进程推进器的大众传播媒介,对于农村的变化起着什么样的作用?它们与农村的联系有了哪些重大的变化?这些都是我们所关注的,也是我们