

中国少年儿童出版社

大众传媒与 儿童发展



张先翱 主编

大众传媒与儿童发展

32.7

大众传媒与儿童发展

中国青少年研究中心

中国少年报社

中国社会科学院新闻研究所

主 编：张先翱

副主编：孙云晓、姚力、卜卫

封面设计：毕 竞

责任编辑：顾汉春

大众传媒与儿童发展

张先翱 主编

中国少年儿童出版社出版 发行

中国青年政治学院印刷厂印刷 新华书店经销

*

787×1092 1/21 4.25 印张 92 千字

1994 年 11 月北京第 1 版 1994 年 11 月北京第 1 次印刷

ISBN 7-5007-2283-4/G·1079

定价 3.80 元

少年儿童教育的一个新课题

袁纯清

中国青少年研究中心、中国少年报社、中国社科院新闻研究所联合进行了“我国城市儿童媒介接触与道德发展”的课题研究。长期从事少先队研究工作的张先翱老师领导了这一研究工作。课题组抓住大众传媒与少年儿童发展这样一个现代社会条件下的新课题，进行分析研究，提出对策，是具有现实意义的。

确实，科学技术的迅速发展，带来了大众传媒的日益发达，它使整个世界变小了，拉近了人们的时空距离，人们即刻可以通过电视、广播、微机终端，看到世界各地所发生的事情，了解到自己需要的信息，真可谓是远在天涯，近在咫尺，“秀才不出门，能知天下事”。大众传媒的先进和发达，一方面使传播的方式和渠道增多，另一方面也加快了对社会各种信息的

传播速度。社会信息量日趋增多，使人有目不暇接之感。

现代大众传媒使我们的少年儿童所受到的教育、影响，已经不能仅仅限于学校和家庭，社会影响的空间、渠道、内容也变得复杂化、多样化。少年儿童中所出现的某些热点、某种趋向，究其深层原因，都和大众传媒有关。过去我们在人与环境的关系上所强调的“近朱者赤，近墨者黑”，更多地从一个有限的空间和人与人之间的关系上去理解，在大众传媒发达的今天，则具有新的含义，它要求我们把教育引导少年儿童放在社会的大环境中，注意大众传媒的作用。

大众传媒作为一种信息传播的手段，它的现代化、多样化，为人类的交往，为传播各种信息，无疑带来了速度和距离的效应。现在的问题是，作为新闻、舆论、出版、教育部门，如何利用现代大众传媒为少年儿童的成长提供健康有益的东西，使他们接受到有益身心、有益发展成长的东西，起到正效应。由此，我们不能不要求从事大众传播工作的人们以一

种对国家和人民的责任感，站在培养一代又一代社会主义事业建设者和接班人的高度，也像人民教师一样，担负起“人类灵魂工程师”的角色，向少年儿童传播积极、美好、向上的东西，给孩子们以丰富、生动、健康的精神食粮，使他们能在社会主义的阳光和雨露中茁壮成长！

《大众传媒与儿童发展》一书所能做到的只是给社会一种提示，更多地则依赖于社会，依赖于由千千万万家长组成的大众。

为了下一代，为了跨世纪，让我们一同去努力吧。

（袁纯清同志是共青团中央书记处书记、全国少工委主任）

前 言

“我国城市儿童媒介接触与道德发展”是中国青少年研究中心成立以后，在少年儿童的研究上第一个大型的研究课题。课题组、调查组全体同志经过一年半的努力，已经完成了任务。课题组写出了5万字的研究报告，和5篇分支研究报告，现汇编成册。

90年代是改革、开放的时代，少年儿童的教育是在这个时代的大背景下进行的。除了靠学校这个中心基地之外，越来越多地要依靠社会和家庭。校外教育越显重要，占据了半壁天下的地位。我们应该树立一种大教育观，即依靠全社会来教育培养少年儿童。固然，学校教育、少先队教育本身仍需要深入地、细致地进行研究，但更需要我们从大社会与少年儿童的密切联系上进行研究，去揭示教育的规律性。少先队教育的发展趋势是：从升学教育走向素质教育；从封闭型走向开放型；从囿于校内、

课堂走向校外；从单纯说教、讲个没完走向重实践和重能力的培养，引导少先队员去接触社会，接触大自然，接触先进的科学技术。今后，素质培养是少先队教育的主要任务，能力培养是重点，实践活动是基本途径。大众传播媒介属于社会教育，儿童接触大众传媒也大都是在校外、课外；由于儿童接触各种大众传播媒介的频度和时间迅速增长，它们的吸引力和影响力也越来越大，有对学校教育形成挑战之势。我们课题的确定，也基于上述考虑，从大儿童教育观、大少先队观来进行研究。这是本课题研究的第一个特点。

在全国范围内，进行严格的抽样调查研究，主要采用实证研究的方法，既有定性方法，也有定量方法，使我们的研究结论具有客观性、准确性和科学性，是本课题研究的第二个特点。课题组主要的研究手段是大型的社会调查，在抽样的16个地级市以上城市3360名儿童中进行问卷调查，调查组的同志亲临抽样的中、小学校进行问卷指导和工作，在每个城市中召开了初中和小学学生家长 and 教师的座谈

会,32个座谈会上听取了300余名家长、教师对大众传媒与儿童道德发展方面的看法和建议。课题组成员还进行了典型调查、媒介内容分析、比较分析和个案观察。多种研究手段的综合使用,是研究结论客观性、准确性和科学性的保证。应该指出,使用定量研究方法是我们在这个研究领域里的一个尝试。定量研究方法的使用,使我们在一定程度上摆脱了人为的束缚,以客观态度为客观事物定量,通过统计分析,寻找事物的规律。

就研究对事实揭示的程度来说,社会科学研究一般分为描述性研究、解释性研究和预测性研究。描述性研究要回答“要研究的事物是什么样的”问题。在我们的研究中,通过关于儿童媒介接触、儿童道德量表、媒介内容的频数分析等回答了这个问题。解释性研究回答“要研究的事物为什么这样”的问题。我们通过对抽样调查的数据进行的因果分析,和利用其它手段进行的原因分析,比较充分地解释了这个问题。在解释性研究的基础上,我们提出了“以后可能怎样更好”的建议,即做了预测

性研究。这种定量研究的方法在少年儿童和少先队研究中应该大力倡导,我们今后要继续学习和应用。共青团系统的少年儿童工作者要努力提高科研水平,学会实证研究的科学方法,学习设计问卷、进行抽样问卷调查,学会用计算机统计分析,使我们的理论研究更加科学化。

本课题研究的第三个特点是横向组织力量进行联合研究。中国青少年研究中心联合中国少年报社、中国社会科学院新闻研究所共同完成这一繁重任务,还团结了北京、辽宁、山西、上海的有关专家、学者参与研究。这样做固然有出于人力、财力方面的因素,更重要的是想通过联合研究,充分发挥有关专家、学者和实际工作者的积极性,做到优势互补。事实证明,不这样做,完成课题任务的速度和质量都会受到影响。这样做也为中国青少年研究中心的年轻工作人员向各方面的专家、学者学习提供了极好的机会。横向的联合研究不是权宜之计,应是我们今后的一条原则思想。

“我国城市儿童媒介接触与道德发展”课

题研究得到三个主办单位的领导和课题组成员所在单位的大力支持和帮助,我们向他们深表感谢。本书收集的各研究报告,都是课题组成员撰写的。另有十多位课题组成员撰写了十几篇论文,陆续发表在《少年儿童研究》上。

我们课题组先后两次向国内外新闻单位发布研究成果,新华社、人民日报、中央人民广播电台新闻联播、光明日报、中国青年报、中国妇女报、中国教育报、新闻出版报等40余家新闻单位,英国路透社、香港11家报纸等报道了我们的研究成果。中国少年儿童出版社给本书的出版以大力支持和帮助。借此机会向这些国内外新闻单位和中国少年儿童出版社致以诚挚的谢意。

由于水平的限制,本书还会存在许多缺点,殷切希望读者批评、指正。

张先翱

1993年11月11日

关于我国城市儿童媒介接触与道德发展的研究报告

中国青少年研究中心

中国少年报社

中国社会科学院新闻研究所

第一部分 研究动机和设计

一、研究动机和目的

80年代初,电视、录音机、录像机、电子游戏机等大众媒介在中国大陆开始迅速普及。1980年,我国拥有电视机902万架,1990年,增至18546万架(《中国广播电视年鉴》,1986,1991),增长率为1956%,人口覆盖率为79.4%。同年,录音制作5131.7万盘,发行4703.41万盘,录像制作192.02万盘,发行126.88万盘(《中国广播电视年鉴》,1991)。与此同时,印刷媒介的出版总数也在增长,1976年至1982年,全国少儿书籍出版种数由880种增至3690种,印数由268百万册增至1034百万册(《中国出版年鉴》,1985)。1989年,全国少年儿童读物类图书出版种数共3861种,总印数为17193万册,少儿杂志76种,总印数为14586万册,其中天津《小

学生作文》、山西《童话大王》、辽宁《小学生优秀作文》、《新少年》、上海《故事大王》、《看图说话》、河南《小学生作文选刊》、湖北《小学生天地》、湖南《中学生》、广东《少先队员》等杂志的平均期印数在40万册以上（《全国图书、杂志、报纸出版统计资料·1990年》，新闻出版署计划财务司编，中国书籍出版社，1991）。1990年，学生、少年儿童报纸达42种，平均期印数为1279万份，全年总发行54587万份（《中国新闻年鉴》，1991）。一般来说，这些媒介的使用者主要分布在大中城市。

随着大众媒介的普及，城市儿童的生活发生了深刻的变化，使用和享受大众媒介成为儿童生活中的一个重要部分。1990年，北京小学生调查显示，98%的儿童家庭有电视机（宋小卫等，1991），上海达98.7%（刘海虎等，1989）。北京小学生平均每天看电视64分钟（孟小平，1982），杭州萧山县（现已改市）中学生平均每天41分钟（电视与青少年专题调查小组，1984），哈尔滨市南岗区中学生平均每天66.9分钟（张敏，1985），上海中学生78.7分钟（王少云，1986），1988年北京六年级生96分钟（王建刚等，1992）。加上课外阅读、听录音等其它媒介活动，儿童的媒介使用时间估计每日超过两个小时。

儿童积极地使用电视的情景引起了社会各界的广泛关注。1985年《电视周报》16期刊载辽宁一读者文章“救救孩子吧”，评论电视对儿童的“不良影响”，如儿童学霍元甲打架，学幸子早恋等（《中国广播电视年鉴》，1986）。武汉《电视月刊》1985年发起“中小學生如何受益于电视”的讨论，教育工作者、家长和儿童都发表了自己的见解。儿童要求教

师、家长允许他们看电视，因为电视给他们以知识，即使是成人不喜欢的武打片，如“霍元甲”。经过讨论，大部分教育者认为，电视可以成为教育儿童的工具。一份调查报告表明，教师、家长对电视增长知识，进行爱国主义教育的积极作用评价较高，但对使儿童正确地选择职业，树立正确的幸福观、恋爱观的作用评价较低（电视与青少年专题调查小组，1984）。一些研究者认为，电视对儿童的道德发展有重要作用：儿童看电视新闻有利于他们萌发政治意识，确立政治观念与参与感（王军等，1990）；电视可以促进儿童健康的道德观念的形成、促进民主意识、竞争意识和商品意识的形成（邹定武，1992）。

可以看出，儿童的媒介接触及其与道德发展的关系已成为90年代儿童道德教育领域的一个新的研究课题。由于受研究目的、方法、时间等因素的影响，以往的研究未能解决以下问题：①提供一个比较合理的样本，考察全国城市儿童的媒介接触状况；②采用实证方法描述儿童接触大众媒介状况；③用实证方法解释儿童媒介接触和道德发展的关系；④用实证方法证明媒介接触中影响道德发展因素的作用大小。本研究试图探讨儿童使用媒介与其道德发展之间的互动关系，以揭示儿童媒介接触在儿童道德社会化中的作用。为此，研究将完成下列任务：

1. 描述和分析我国城市儿童媒介接触的状况。
2. 描述和分析我国城市儿童道德发展状况。
3. 证明和解释儿童媒介接触和儿童道德发展的关系。
4. 比较儿童媒介接触中影响道德发展的因素的作用的大小。

5. 提出利用媒介改善道德教育的建议。

二、研究设计

(一) 理论构架和假设

1. 关于儿童的媒介接触。大众媒介通常被定义为一个传递信息的载体。其主要特征是：(1) 通过文字、图像、声音等符号进行传播；(2) 拥有广大的受传者；(3) 采用某种机器复制信息。在现代社会里，儿童接触的主要媒介有电视、广播、报纸、杂志、书籍、录音机（带）、录像机（带）、电子游戏机、电影、卡拉 OK 和计算机等。儿童的媒介接触是指在一定的社会因素的影响下，儿童选择使用某种媒介来满足自己需要的行为。它通常由儿童接触媒介的频度、时间、内容、媒介种类等指标来表示。

2. 关于儿童的道德发展。对道德，学术界有不同的定义。但“一切的道德都是一个包括有许多规则的系统，而一切道德的实质就在于个人学会去遵守这些规则”（皮亚杰，1932），因此，我们主要探讨目前社会为儿童提供的道德内容和规范及儿童的学习和遵守状况。

根据我国国家教育委员会 1993 年公布的儿童德育纲要，并参考以往的学者对道德内容和规范的研究结果（见注释 11—15）。我们认为，儿童所学习的道德准则和内容应该涵盖儿童个人生活和社会生活的主要方面，它分为两大类：①个人道德。个人道德主要指儿童为发展自己要求自身学习和遵

守的社会道德规范。它包括：物质生活方面——饮食有益于健康；穿着朴素、整洁；崇尚体育运动；学习勤奋、独立完成学习任务；热爱劳动；节俭。精神生活方面——对知识、信息有较强烈的认知需要；热爱艺术。②社会道德。社会道德主要指儿童在协调与他人、集体或社会的关系时所应遵守的道德准则和品质及行为规范。它包括：正直、平等、独立、乐于助人、关心集体、热爱祖国。

儿童的道德水平差异主要表现在：（1）是否在所有方面遵守道德规范；（2）在遵守道德规范某个方面的程度差别。

3. 关于儿童的媒介接触和道德发展的关系。在现代社会里，和家庭、学校、同龄群体的作用一样，大众传播媒介已成为影响儿童社会化的重要因素之一（DAVID POPENOE, 1983）。一些传播学研究者论述了媒介接触对人的影响，主要理论有：①使用和满足。这个理论认为，儿童看电视是因为电视对儿童有用，电视活动可以满足儿童的娱乐需要（ENTERTAINMENT）、信息需要（INFORMATION）和社会功利需要（SOCIAL UTILITY）。当儿童产生某种需要时，会通过媒介内容的选择来满足，电视对儿童的影响是儿童通过使用电视满足特定需要的结果（SCHRAMM, W., LYLE, J. & PARKER, W.B., 1961）。②模仿论。它最初由心理学家艾伯特·班都拉作为社会学习理论的一部分提出，认为，儿童通过观察媒介内容，与其中某些角色或行为认同，并意识到在某些情境下模仿会有有益结果，那么，当这种情境出现时，儿童会发生模仿行为，这种模仿行为可以通过媒介不断强化形成长期行为（艾伯特·班都拉，1977）。③社会期待论。

这个理论指出，媒介内容描述了当代社会生活各种群体的规范、角色、等级和制约。其结果是使人们明白了当他加入某个群体时，他被期待作什么（MELVIN L. DEFLEUR AND SANDRA BALL-ROKEACH, 1989）。媒介描述作为社会期待的来源，影响了儿童对现实社会的看法和行为。这三种理论从不同的角度论述了媒介接触对人的影响的原因，使用和满足理论强调儿童使用媒介的主动性，模仿论和社会期待论更关注媒介内容对儿童的长期影响，但无论怎样，这些理论都肯定了儿童的媒介接触与儿童观念和行为具有相关关系，其中媒介内容对儿童具有特殊的意义。

已有的研究说明，儿童对媒介内容的需求有两个方面：一是幻想性质的材料；一是现实性质的材料（SCHRAMM, W., LYLE, J. & PARKER, W. B., 1961），如果将儿童接触的媒介内容作最大程度的区分，我们假定，可以分为娱乐性内容和知识性内容。娱乐性内容以满足儿童娱乐需要为主，主要包括文学艺术内容；知识性内容以满足儿童认知需要为主，主要包括新闻时事、科学知识等内容。

媒介知识性内容与娱乐性内容相比有较大的异质性，主要表现在它传播的信息接近于社会现实，因此它和符合现代社会要求的道德观念和行为相联系。相反，娱乐性内容传播的信息是关于假想世界的而不是现实世界的，因此它与现代社会所要求的道德观念和行为有一定的距离。

一项研究还说明，儿童印刷媒介的高频度接触和知识性内容喜爱程度对儿童观念的现代性有同样的正向显著作用（卜卫，1991），它有两种可能，即印刷媒介里含有较多的知识性因素，或者喜欢知识性内容的儿童喜欢使用印刷媒介。