

21世纪媒介理论丛书

大众传播与 新农村建设

■李永健 著

mass comm
MEDIA

mass communication and the new ru
mass communication and the new rural

mass communication and th

struction

mass communication and the new rural construction

mass commun

中国传媒大学出版社

大众传播与 新农村建设

李永健 著

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

大众传播与新农村建设 / 李永健著. —北京: 中国传媒大学出版社, 2009. 7

(21 世纪媒介理论丛书)

ISBN 978 - 7 - 81127 - 666 - 4

I. 大… II. 李… III. 大众传播—关系—农村—社会主义建设—研究—中国 IV. G206.2 F320.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 089737 号

大众传播与新农村建设

作 者 李永健
策 划 欣 文
责任编辑 蔡开松
责任印制 曹 辉
出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学 出版社 (原北京广播学院出版社)
北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编 100024
电话: 86 - 10 - 65450532 65450528 传真: 65779405
<http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京京晟纪元印刷有限公司

开 本 670 × 970mm 1/16

印 张 19.5

版 次 2009 年 7 月第 1 版 2009 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 81127 - 666 - 4/G · 666 定 价: 49.80 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

前 言

说起我研究农村的大众传播问题,应该是从2004年开始的。我指导的一个本科生,名叫王佳慧,她的家就在河北一个叫“赵滩村”的地方。她在自己的家乡作了一些调研,经过数据整理发现这里面有很多有趣的事情,从此我就对农村的大众传播问题有了更多的关注。因为我出生在城市,真正在农村待的时间不长,去过几次农村,但那都是走马观花,想要研究农村的大众传媒问题必须要待在农村,做更多的调研,这得需要经费的支持,所以在2006年我申请学校的课题资助,费了很大劲。当时学校要求课题申请还必须请211学校的相关专家审查,并签署意见。所以当时我还跑到清华大学新闻传播学院请了两位博导作指导,签署意见。这些形式上的要求我们做到了,当时我们还发表了几篇有分量的文章,本以为能申请成功,结果名落孙山。

难道在中国没有钱就做不了研究吗?像这种研究真要花费那么多钱吗?

这条路走不通,我们想点别的途径。正好这年暑假学校组织学生假期实践活动,哎,我想

这是个好办法,我就组织了一帮学生以参加暑期实践的名义到农村去进行调研,经费不够我们自己出,实在不行我们就寻找赞助。我们找到青岛市团校的刘素珍高级讲师,通过她的关系,找到愿意接待的乡镇,而且还能给我们解决食宿的问题,就这样,我们把我们的研究持续下来了。

这一暑期的调研,事后看成果不小,不但锻炼了学生,而且研究成果也丰富,根据暑期的调研,我们公开发表了五篇学术文章,其中有一篇还被中国人民大学报刊复印资料《青少年研究》全文转载。到了2008年,正好又赶上学校要资助学术著作出版,我就把当年他们拒绝资助的课题,我们在没有任何资助的情况下做的东西汇编起来,申请学术专著资助,这次结果反而中了。

说起来很惭愧,因为这里面的东西如果没有我的学生的支持和帮助,我是绝对做不到这一步的。到现在为止,围绕这一课题,光是核心期刊我们就发表了五篇文章,如果要算上其他期刊的话,总共有将近10篇文章了。其中有两篇被中国人民大学的报刊复印资料《新闻传播研究》、《青少年研究》全文转载。

在发表的文章当中,我与我的学生共同署名。这里我特别要感谢的是中国青年政治学院新闻系2005级参加暑期农村调研的那些同学,他们是闫沛沛、严斯懿、赵颜涛、董智等同学。这里还要感谢目前在北京大学、中国人民大学、中国青年政治学院读研究生的何倩、李晓艳、李萍,还有已经走上工作岗位的刘欢、张媛、谭恩花、曹福兴、夏夜、莫文辉、靳云辉等同学,虽然他们还是本科生,有的还是大一或大二的学生。这是我的骄傲和自豪,在这里我要向他们表示感谢,没有他们也就不会有这本所谓的专著。从这一个方面,我也发现中国青年政治学院的本科生的素质确实不一般。说了这么多这个课题背后的情况,目的只有一个:我想告诉大家,目前我们在这方面的研究才刚刚起步,希望大家多提批评意见。

下面再说点与这本书有关的背景。

党中央在中央六届四中全会上提出“坚持以人为本,努力构建社会主义和谐社会”的目标,不久,又在中央六届五中全会上提出了新农村建设的重大历史任务,不管是和谐社会的建设,还是新农村建设,她的主体是人,构建和谐社会、建设新农村的主体力量和最终受益者是社会公民。所以,能不能构建一个和谐社会,能否实现新农村建设的目标,关键取决于一个什么样的公民群体。因此,如何提高农民的整体素质,对于实现新农村建设的目标有着至关重要的作用。

改革开放以来,农民在发展商品经济、市场经济、社会主义市场经济的伟大实践中,日益深刻地认识到治“穷”必须先治“愚”,一些地区尤其是首先致富的地区把提高农民素质提到重要议事日程上来了。随着农村社会发展对于信息的需求越来越高,大众传播媒介快速进入千家万户,一方面,满足了农村社会发展农民对于致富信息的需求,另一方面,对于提高农民的整体素质也起到了非常重要的作用。但是也要清醒地看到,我国广大农民的素质仍令人忧虑,不少农民缺乏建设新农村必备的思想道德素质、科技文化素质、健康素质;同时,农民中尚存留着浓厚的地方观念、乡土观念、传宗接代观念等落后观念,而这些因素制约着新农村建设。因此在利用大众传媒为农民提供致富信息、满足农民信息需求的同时,更要关注大众传媒在提高农民整体素质中的作用。

所以,在本书的第一章,我们围绕大众传媒对农民素质影响的有效性问题,从实践和理论两个层面进行调查研究,在确定总体研究思路的基础上,从山东农民信息需求的变化看大众传媒对农村信息传播的有效性,从大众传媒在提高山东农民生活文明素质中的有效性调查,从电视媒介对农民政治民主素质影响的调查几个方面进行调查研究。同时,还在西方知沟理论的基

础上,探讨了从赵滩村信息传播渠道看农村“知沟”的特点,从“知沟”影响因素看看大众传媒在提高农民素质中的作用。

在第二章当中,我们首先就“媒介素养”与“信息素养”这两个容易混淆的概念进行了辨析,在此基础上,针对大众传媒对农村青少年的影响,我们进行了山东枣庄农村青少年媒介接触调查,还进行了农村青少年影视剧观赏经验及其影响的调查。在这一调查中我们还以山东岩马村和贵州白碧村为例进行了对比分析,发现了有趣的现象:社会发展程度不同,大众传媒对农村青少年的影响也有差异。同时我们还对胶东半岛青年宗教的信仰状况进行了调查,还从第三者效果的角度分析探讨了网络色情对青少年的影响,在此基础上我们提出通过“博客”建构促进农村青少年的媒介素养教育。

在第三章中,我们围绕媒介娱乐化与大众文化建设这一专题进行阐述,首先就大众传媒与新农村文化建设的研究思路进行论述,通过对因百家讲坛而走红的易中天现象背后的原因进行探析,分析了媒介娱乐化与大众文化的关系,而且还深入地探讨了“媒介娱乐化”背后的“娱乐”等深层次问题。

在第四章当中,我们是围绕媒体宣传、社会刻板印象与大众传播的社会心理几个话题展开的,首先我们就如何利用媒介做好新农村建设上的舆论准备,以一个个案即大众传播中农民工的社会刻板印象为例进行了评析。在此基础上,我们进一步对媒介当中的女性形象进行了分析,并且比较分析了中、日、韩影视媒介中的女性刻板印象。而且我们还就如何从消除“宣传”的刻板印象角度提高宣传效果提出自己的观点。如何提高大众传播的效果,班杜拉大众传播社会认知理论也给了我们很多启示。

在第五章中,我们围绕公共危机传播问题进行了分析,首先我们讨论了公共危机事件中的媒介议程与政策议程的关系,在此基础上,我们从受众心理层面分别阐述了一个大众传媒对公

共情绪宣导抚慰功能的研究设计思路,分析了在公共危机传播时期的受众心理特点,分析如何从满足受众需要来组织危机报道;结合几个重大的危机事件提出了这样几个观点:突发事件报道框架下的主流媒体——社会动员的发动机;以人为本增强受众对突发灾难的切身感受;风雪同行,爱心守望——公共危机传播中的广播媒介。

在第六章中,媒介消费是我们论述的主题。我们首先从使用与满足框架阐述分析了媒介消费的观点,而且还以个案为例分析了使用就是为了满足这样一种理念。在此基础上,我们还对媒介消费观点的由来和发展进行分析和阐述,对于媒介消费这一观点还进行了新制度经济学分析。这些观点对于我们推动农村媒介市场的发展有着一定的指导意义。

第七章的主题是新媒体发展问题。我们首先阐述了数字化大众传播发展态势下如何建立新农村建设宣传的新渠道问题,在此基础上还阐述分析互联网与意识、网络传播的伦理生态建构等新媒体带来的问题,为更好地发挥新媒体在新农村建设中的作用从理论观念上得到更新。

发展传播学学者罗杰斯认为:“大众传播过程是社会现代化和发展中不可缺少的极其重要的元素。”他还说:“关于社会变迁的所有分析最终聚焦于大众传播过程。”我国传播学者方晓红自1999年开始了对苏南农村大众传媒与政治、经济、文化互动关系研究调查研究,提出了农村的变革是媒介发展的动力、大众媒介构建了农村与城市文明对话的平台等观点,并提出“大众传播媒介是江苏农村现代性增长的推进器”,认为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等观点,方晓红教授的这些观点说明大众传媒推动社会发展的源泉在于改变人的观念,提高人的素质。发展传播学学者塞尔兹曼在总结自己和前人研究的基础上提出:“电视和媒介在农村生活现代化进程中所扮演

的角色：民主化、消费主义、城市建模、语言霸权。”2004年美国学者柯克·约翰逊利用他的双重身份——既是研究者，又是从乡村中走出来的农民——重新回到了印度的农村，利用民族志研究方法，对于电视与印度乡村社会变迁从经济、政治、社会三大方面进行了研究，他们的研究结论与方晓红教授的观点有着共同之处，都是人的观念的改变，包括消费观念的改变、民主观念的改变、生活观念的改变带来的对农村社会发展的推动作用。

有位著名农村社会学家说过：“一个国家要发展，必须研究农民”。在我国这样一个农业大国，在目前中央作出新农村建设的重大战略部署的时刻，启动农村传播研究，从传播学的角度研究农村的传播问题，不但可以促进我国农村的社会发展和建设，而且还可以为中国传播学理论的发展找到动力和源泉。

限于水平和条件，书中可能还存在诸多不足，我们还有很多研究只是落在理论上还缺乏实践的检验。当然了，我们也有一些对于未来研究的设想，限于篇幅将在后记当中叙述，希望能与大家共享。本书中存在的不足，还请广大读者指正、赐教。

作者

2009年5月

目 录

前 言 / 1

第一章 大众传媒与农民素质建设研究 / 1

第一节 大众传媒在提高农民素质中的作用研究思路 / 1

第二节 从山东农民信息需求的变化看大众传媒对农村信息传播的有效性 / 5

第三节 大众传媒在提高山东农民生活文明素质中的有效性调查 / 10

第四节 电视媒介对农民政治民主素质影响的调查 以山东胶州及枣庄为例 / 15

第五节 “知沟”影响因素与大众传媒的有效性研究 从农村“知沟”看大众传媒在提高农民素质中的 作用 / 20

第六节 从赵滩村信息传播渠道看农村“知沟”的特点 / 26

第二章 大众传媒与农村青少年 / 34

第一节 农村青少年媒介素养调查之一 山东枣庄农村青少年媒介接触调查 / 34

第二节 农村青少年媒介素养调查之二 影视剧观赏经验及其影响的调查 以山东岩马村和贵州白碧村为例 / 42

第三节 胶东半岛青年宗教信仰状况调查 / 47

第四节 青少年网络色情调查

网络色情折射出的第三者效果所带给我们的
启示 / 56

第五节 “媒介素养”与“信息素养”辨析 / 65

第六节 “博客”建构与农村青少年的媒介素养教育 / 72

第三章 媒介娱乐化与大众文化 / 79

第一节 大众传媒与新农村文化建设的研究思路 / 79

第二节 媒介娱乐化与大众文化

易中天现象背后的原因探析 / 83

第三节 “媒介娱乐化”背后的“娱乐” / 103

第四章 媒体宣传、社会刻板印象与大众传播的社会
心理 / 112

第一节 大众传播中农民工的社会刻板印象评析 / 112

第二节 女性形象的“三国志”

中、日、韩影视媒介中的女性刻板印象浅析 / 124

第三节 从消除宣传的刻板印象角度提高宣传效果 / 131

第四节 班杜拉大众传播社会认知理论述评 / 144

第五章 公共危机传播 / 168

第一节 公共危机事件中的媒介议程与政策议程的关系
研究 / 169

第二节 传媒对公共情绪宣导抚慰功能的研究设计 / 176

第三节 公共危机传播时期的受众心理特点研究 / 184

第四节 从危机报道看受众需要的满足

《中国青年报》、《参考消息》和新浪网“非典”报道
比较研究 / 192

第五节	突发事件报道框架下的主流媒体 社会动员的发动机 / 201
第六节	以人为本增强受众对突发灾难的切身感受 2006 普利策突发新闻报道奖作品与《三湘都市报》同类 作品比较 / 208
第七节	风雪同行 爱心守望 公共危机传播中的广播媒介 / 218
第六章	媒介消费 / 223
第一节	使用与满足模式框架下的媒介消费 / 223
第二节	使用是为了满足 以《心理访谈》为例 / 230
第三节	媒介消费 / 236
第四节	媒介消费的新制度经济学分析 / 248
第七章	新媒体发展进程中的几点认识 / 259
第一节	如何利用数字化的大众传播建构有效的新农村建设 宣传新渠道 / 259
第二节	互联网与意识 / 270
第三节	论网络传播的伦理生态建构 / 276
参考文献	/ 291
后 记	/ 297

第一章 大众传媒与农民素质建设研究

建设新农村,必须培育新农民;没有新农民,就没有新农村。随着物质生活水平的提高,农民群众求知求乐求美的愿望更加强烈,追求文明健康生活方式的愿望更加强烈,追求良好人际关系和社会风气的愿望更加强烈。如何提供更多更好的文化产品和服务,满足农民群众多层次、多方面、多样性的文化需求,进一步提高农民的思想道德和科学文化素质,是必须认真解决好的一个重大课题。

——刘云山:《在全国服务农民服务基层文化工作先进集体表彰会上的讲话》

第一节 大众传媒在提高农民素质中的作用 研究思路

中共十六届四中全会提出:“坚持以人为本,努力构建社会主义和谐社会。”不久,中共十六届五中全会又提出了新农村建设的重大历史任务。不管是和谐社会的建设,还是新农村建设,她的主体是人,构建和谐社会、建设新农村的主体力量和最终受益者是社会公民。所以能不能构建一个和谐社会,能否实现新农村建设的目标,关键取决于一个什么样的公民群体。因此,如何提高农民的整体素质对于实现新农村建设的目标有着至关重要的作用。

改革开放以来,农民在发展社会主义市场经济的伟大实践中,日益深刻地认识到治“穷”必须先治“愚”,一些地区尤其是首先致富的地区加大教育投资,把提高农民素质提到重要议事日程。随着经济的发展,农民的劳动方式发生了重大变化,社会流动日益扩大,大众传播媒介快

速进入千家万户,昔日老实巴交的农民的思想观念、农民的整体素质有了很大提高。但是也要清醒地看到,我国广大农民的素质仍令人忧虑,不少农民缺乏教育和科技意识、健康意识,同时,农民中尚存留着浓厚的地方观念、乡土观念、传宗接代观念等。因此教育改造农民,不断提高其素质的任务仍异常艰巨,而大众传媒恰恰可以在提高农民素质上做出自己应有的贡献。发展传播学学者罗杰斯认为:“大众传播过程是现代化和发展中不可缺少的,极其重要的元素。”^①“关于社会变迁的所有分析最终聚焦于大众传播过程。”^②

有位农村社会学家说:“一个国家要发展,必须研究农民。”^③发展传播学学者塞尔兹曼在总结自己和前人研究的基础上提出:“电视和媒介在农村生活现代化进程中所扮演的角色:民主化、消费主义、城市建模、语言霸权。”^④2004年美国学者柯克·约翰逊利用他既是研究者、又是从乡村中走出来的农民的双重身份,重新回到了印度的农村,利用民族志研究方法,对于电视与印度乡村社会变迁,从经济、政治、社会三大方面进行了研究。我国传播学者方晓红自1999年开始对苏南农村大众传媒与政治、经济、文化互动的关系进行调查研究,提出了农村的变革是媒介发展的动力、大众媒介构建了农村与城市文明对话的平台等观点,并提出“大众传播媒介是江苏农村现代性增长的推进器”^⑤,认为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等观点,所有这些研究成果都是我们进一步大众传媒提高农民素质有效性研究的基础。

在我国这样一个农业大国,在目前中央作出新农村建设的重大战略部署的时刻,启动大众传媒提高农民素质有效性研究项目的价值和意义是非常重大的,因为大众传媒是实现中央提出的建设新农村、培育新农民最有效、最直接、最便利、涉及面广、影响最持久的途径。

相比于前人的研究,我们的研究目标不但明确,而且具体,就是研究探讨在信息社会中如何发挥大众传媒在促进新农村“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”建设中提高农民素质的作用

① 奥格尔斯:《大众传播学:影响研究范式》,中国社会科学出版社2000年版,第324页。

② 同上。

③ 竹内郁朗:《大众传播社会学》,复旦大学出版社1987年版,第28页。

④ Salzman, Philip Carl. "The electronic Trojan Horse: Television in the globalization of para-modern/modern cultures." In *Int'l cultural Dimensions of Global change: An anthropological approach*. Edited by Lourdes Arizpe. Paris: Unesco Publishing, 1996, 197-216.

⑤ 方晓红:《大众传播与农村》,中华书局2002年版,第73页。

问题。该项研究的显著特点在于从提高农民素质角度出发去探讨大众传媒在促进新农村建设的20个字目标中的作用问题。相比于前人的研究,在研究对象的选取上我们强调了社区的概念,社会学家吴文藻先生认为:“社会是描述集合生活的抽象概念,是一切复杂的社会关系之总称;而社区乃是一地人们实际生活的具体表示,有实质的基础,自然容易加以观察和叙述。”^①

在研究中我们将把电视作为我们调查的主要媒介,辅之以广播和报纸。为什么要选择电视作为主要的研究媒介呢?这里面有两点考虑一是电视这种媒介的重要作用。2005年我曾经指导学生针对农村社区农民的媒介接触情况进行过调查,发现电视媒介在农村的接触率最高,而且电视的使用往往与教育程度关系不大,电视可能在某些领域是知识的“均衡器”,因此我们选择了研究电视媒介在促进新农村建设中提高农民素质作用中的有效性问题;二是电视媒介传播速度快、面广,对于我国分布分散的农村社区具有十分重要的价值。虽然国家实行了村村通广播电视工程,似乎实现了信息的传递,但是通过这条路给农民传递的信息的有效性究竟如何呢?这个问题也是本项研究的重点。

本项研究将以农村社区生活为语境,关注电视媒介在提高农民素质方面的作用,总体使用质性研究方法和量化研究方法相结合的方式,具体质性研究方法采用深度访谈和田野研究法;量化方法采用问卷调查和量表测试法。

具体的研究内容如下:

1. 大众传媒在提高农民的科技文化素质和致富能力,为增产增收和实现生活富裕目标的有效性研究。

2. 大众传媒在提高农民生活文明素质方面的有效性研究。具体包括大众传媒可以开阔农民视野,提供增收渠道信息,激发农民追求富裕生活的动机;城市文明的传播可以促进农民对生活文明的追求,这里面包括健康意识的提高、公共卫生知识、环境保护知识和意识、防范灾害意识和知识、鉴别真假商品的知识和意识。

3. 大众传媒在提高农民精神文明素质方面的有效性研究。乡风文明本质上是农村精神文明建设的问题,内容包括文化、风俗、法制、社会治安等诸多方面。

4. 大众传播在提高农民政治民主素质方面的有效性研究。通过媒

^① 费孝通:《费孝通文集》第1卷,群众出版社1999年版,第485页。

介获取更多地民主知识的农民,他的民主意识更强,而且他可以影响周围的人。追求人的全面发展促使他们更多地接受大众传媒提供的政治文明的信息,从而更加加深他们实践这一目标的愿望。大众传播促使农民更加关注自己所在乡村的民主管理情况。

5. 新形势下大众传媒如何适应我国目前建设社会主义新农村发展要求的研究;新形势下大众传媒如何反哺农村;是否切实提供了提高农民素质的有效信息;是否切实关注了农民生活中的信息需求;是否以有针对性的手段和策略应对农民在接受信息时的缺陷,使有用的信息渗透到社会的各个层面。

总之,我们的研究目标是,探讨大众传媒尤其是电视如何更好地服务于实现以“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”这20字基本目标为主要表现的思想道德素质的显著提高,提升社会文明程度;实现以崇尚科学精神、科学思想、科学方法和具有相应文化素养为主要内容的科学文化素质的显著提高,提升全面发展能力;实现以体魄健康、心理卫生、社会适应能力良好为主要标志的健康素质显著提高,提升生活质量方面的有效性。并且在此基础上反思大众传媒的改革问题,从媒介的形式到内容如何改革,以适应新形势下城市反哺农村的要求。

本项研究的重点是,从大众传媒如何提高农民素质的角度出发,寻找促进我国新农村建设的途径。也就是说,我们要通过农民如何认识这个世界(积累性的信息)、如何体验这个世界、如何认知世界与自己的关系、如何认识自己在世界上的位置、如何生活在这个世界上、应该怎样生活在这个世界上等方面的调查研究,透视大众媒介与农村当地经济发展的关系,透视大众媒介与农村民主政治进程建设的关系;透视大众媒介与农村精神文明建设的关系;透视大众媒介与当地文化建设的关系;透视大众媒介与促进农民健康意识、法制意识、农民环境保护和灾害防范意识的关系。这也是本项研究的难点和创新之处,因为前人的研究更多地站在宏观的角度,是一种宏观对宏观的研究,而我们的创新在于通过媒介对农民素质提高的角度去探讨媒介如何促进新农村建设的问题,我们的目的在于通过对大众传媒提高农民素质的有效性调查与分析,来了解和认识我国农村社区中信息传播的规律,为改革大众传媒,以人为本,以农民的需求为核心,更好地适应我国“十一五”关于新农村建设的要求,充分发挥大众传媒在促进我国农村社会发展中的作用,提供一些具体的理论和策略指导。

第二节 从山东农民信息需求的变化看大众传媒对农村信息传播的有效性

随着中国经济的迅速崛起,中国的农村也开始发生翻天覆地的变化,而在基础建设等看得见的变化背后则是农民知识水平、思想意识等更深层次的变革。在这场变革当中,媒介无疑发挥着重要的作用,特别是在当前建设社会主义新农村的新形势下,媒介更应该抓住新时期农民思想意识的变化特点,在新农村建设中发挥更加积极的作用。本次调查正着眼于此,我们希望能从调查所发现的新变化中汲取有用的信息,从而给大众媒介一些好的建议,更好地服务新农村建设。

一、农业技术、疫病防治、惠农政策调查

本次研究采用统一问卷、随机抽样的方式,对山东省胶州市马店镇和枣庄市山亭区的八个农村社区中18~60岁(含18岁和60岁)的村民进行了调查,共发放和收回问卷74份。被调查者中,最小的18岁,最大的58岁,平均年龄37.6岁。调查主要针对的是农村主要劳动力,而20~50岁之间的被调查者所占的比例达到了87.7%,符合我们的调查要求。本次调查在文化程度方面分为不识字或识字不多、小学、初中、高中及中专、大专及以上五个层次,其中初中所占比例最高,达到59.5%,初中及初中以上学历的共占总数的81.1%,而不识字或识字不多的只有4人,占总数的5.4%。

在问卷中,我们选取了与农业生产息息相关的农业技术、疫病防治、惠农政策三个方面进行研究,而所涉及的信息渠道包括电视、广播、报纸、书籍、推广站、网络及人际传播,其中我们主要对电视、广播、报纸这三者的接触频率、内容偏好、使用动机等情况作了详细调查。

二、科学文化知识认知程度调查结果分析

在本次调查中,我们把科学文化中的农业生产知识作为主要测试标准,其中包括三个方面,即农业技术、疫病防治、惠农政策。在农业技术方面,我们所设计的问题是“你是否知道选用优良品种、化肥及农