

江苏农村新闻传播状况的调查

白 桦

我国近几年来所进行的经济体制改革触及到社会经济的各个领域，农村是这场深刻变革中首当其冲的一环。一些农村研究报告表明，在农村的社会经济协调发展过程中，信息要素的加入以及荷载信息传播媒介的发展，尤其是电子传播媒介——电话、电报、电影、电视、广播等的广泛使用，对农村经济文化的发展有巨大的推动作用。

为了调查新闻传播在农村的作用，1985年春，我与江苏省社会科学院社会学研究所的张学洪老师一起对江苏省的农村进行了为期两个月的实地调查，选取了江苏省这一社会、经济、文化发展具有内部等级差异的社区，考察其农村发展层次不同的空间区域内的经济、文化对于新闻传播的影响，同时考察新闻传播媒介的社会功能，以探寻在我国农村信息交流中占据重要地位的新闻传播的一般规律。

这次调查以江苏省为总体对象，选取经济、文化发展水平呈等级差异，具有空间区域可比性的常熟市（县级市）、江都县和淮阴县进行比较。欲使被调查的三个县有可比的共同因素，并对各自所在地区具有典型意义，故选择经济文化发展居当地中等水平的自然村三个。

调查采用分层随机抽样方法。每一自然村选100人，共300个农民（这里农民的概念是农村居民）。因样本较少，回收率为100%。调查后全部数据由计算机处理。

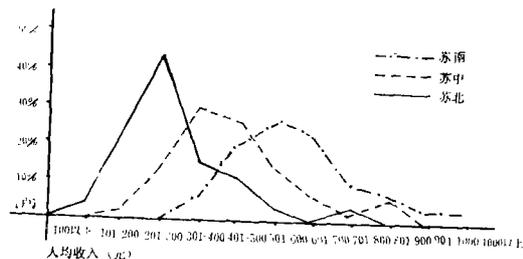
一、经济文化发展呈等级差异的三个自然村 新闻传播媒介的设施状况和传播状况

根据江苏省统计局关于农村住户收支的调查资料，1984年全省农民平均每人纯收入为447.1元。经计算，三个调查地点1984年的农民人均纯收入依次为：常熟市梅李乡师德村第三村民小组（为方便和清晰起见，以下简称苏南。江苏省农村的村民小组亦为自然村，本调查在自然村内进行。）人均纯收入为603元；江都县丁沟乡丁东村滕云组（以下简称苏中）人均纯收入为448元；淮阴县棉花乡大福村万庄组（以下简称苏北）人均纯收入为254元。

苏南从事非农业生产的劳动力占总劳动力的74%，纯农户仅有2户，占全村总户数的5%；苏中从事非农业生产的劳动力占总劳动力的51.3%，纯农户占总户数的15%；苏北从事非农业生产的劳动力占总劳动力的28%，纯农户占总户数的35%。三个村的经济状况均为各自所在地区经济发展的中等水平。

调查所选取的三个村农民的文化水平、

图1. 三个村人均纯收入分布图



村所属的乡所在地文化设施状况也都存在差异。苏南农民的文盲率为 37.07%，全民文化水平^①为 0.94，乡所在地有影剧院、文化活动中心各一座；苏中农民的文盲率为 31.87%，全民平均文化水平为 1.12，乡所在地有影剧院一座；苏北农民的文盲率为 50.94%，全民平均文化水平为 0.84，乡里既无影剧院又无文化活动站。

无疑，苏北的经济发展水平、农民文化水平以及乡村文化设施水平均低于苏中和苏南。三个调查目标的上述一系列数字与江苏省经济发展水平自南向北呈下降阶梯状分布的事实吻合。苏南地区沿江大、中城市较多，农村长期以来交通便利、文化发达、经济富庶，城乡联系紧密，近年来农村的社会生产结构、生活方式、观念意识的变化较大，与苏北地区形成明显对照。

（一）新闻传播媒介拥有率

新闻传播媒介——广播、电视、报纸是农村经济信息交流、文化传播和政治信息扩散的最有效的渠道。传播者发出的信息有多大比例可以抵达受众（听众、观众、读者）通常受到传播媒介数量质量的制约。

表一 三个村的收音机、电视机拥有率、自费订报纸数、广播喇叭设施状况

		苏 南	苏 中	苏 北
收音机拥有率 (%)		90	67	32
电视机拥有率 (%)		20	9	0
自费订报 (份)		6	2	0
广 播 喇 叭	入户率 (%)	96.7	94.5	89.5
	通响率 (%)	86.2	82.7	52.9

苏北广播喇叭通响的农户仅为全体农户的一半，这个村子收音机拥有率为 32%，电视机拥有率和农民自费订阅报纸数为零。全村三分之一的农户是既无广播喇叭、收音机、电视机，又不订阅任何报纸的新闻传播死角。这样的农户在苏中仅有 3 户，为全村总户数的 5%；而在苏南，根本不存在无广播喇叭、无收音机、无电视机、无报纸的“四无”家庭。

对于农民家庭来说，没有广播喇叭、收音机、电视机和报纸，就等于切断了与外部世界的主要联系，堵塞了信息来源的主渠道。因而新闻传播媒介的拥有率也是衡量农村社会进步的标尺之一。

（二）农民接触新闻传播媒介的程度

经常收听广播、收看电视和阅读报纸的人要比从不听广播、从不看电视和从不读报纸的人在精神生活和物质生活上与外界的联系紧密得多。前者通常是农村舆论和信息的中心，他们构成了现代农村信息传播网络的基本结点。一个地区或一个自然村，基本结点越多，信息

^① 全民平均文化水平计算权数：文盲 0、小学 1、初中 2、高中 3、大学 4。

网络的组织越紧密，信息传播就越通畅。表二所列数字表明三个村的农民接触新闻传播媒介的程度，为便于统计，分为三个层次：不接触新闻媒介，很少接触和经常接触。

表二 三个村的农民接触新闻传播媒介的程度

		苏 南	苏 中	苏 北
广 播 (%)	从 不 听	4	5	8
	很 少 听	51	26	61
	经 常 听	45	69	31
电 视 (%)	从 不 看	16	21	60
	很 少 看	50	62	31
	经 常 看	34	17	9
报 纸 (%)	从 不 读	61	58	67
	很 少 读	27	27	25
	经 常 读	12	15	8

农民中从不听广播的人很少，三个村平均为5.7%；从不看电视的人三个村的平均数为32.3%；但从从不读报纸的人在农民中却占很大比重，平均数为62%。同时苏北地区农民从不听广播、看电视、读报纸的人均多于苏中和苏南。

由于我国农村目前仍以亲缘和地缘关系维系的自然村落为最小行政单位，各个自然村便形成了县以下农民信息传播网络的中间结点。在这个结点上，以往人际传播是主要的交流手段。人际传播的缺点主要是速度慢、可靠性差、信息流量小。随着近年农村商品经济的发展，农民的注意力逐渐转向从更为迅速、多样、可靠、信息量大的新闻传播媒介获取信息。这种由生产发展引起的传播方式的变化，在江苏农村也可以看到。从考察三个村的农民信息来源的主渠道中发现，居苏南和苏中农民信息来源主渠道前三位的是：（1）广播、（2）听人说、（3）报纸。而居苏北农民信息来源主渠道前三位的却是：（1）听人说、（2）广播、（3）报纸。

这是因为苏北的万庄，全村有71%的劳动力从事田间种植业生产，产业结构仍以基本自给自足的农业为主，副业和手工业为辅，工业很少。信息以及信息渠道的通畅与否对于生产并不十分重要，因而大多数人仍是通过人际传播了解外界。

而苏南农村则有所不同，由于近年来乡镇企业得到迅速发展，需要不断得到外界的信息。比如我们调查的师德村，从事非农业生产的劳动力占全村总劳动力的74%。村所在的梅李乡1978年工业产值占农村社会总产值的65.9%，1984年增长为79.3%。乡村工厂与大城市和其它行业联系密切，需要经常获取信息以保证生产的顺利进行和产品的尽快销售，而新闻传播媒介在一定程度上为乡村企业提供了所需的信息。

从上可知，苏北、苏南农民接触新闻传播媒介程度的差异，是植根于其经济发展水平之不同。又据调查，农民不听广播的主要原因是没有时间。这之中，13—35岁的人占82.6%，36岁以上的中老年人仅占17.4%；而其中13.6%是文盲，86.4%是具有小学以上文化程度的人。从职业看，从事非农业生产的人占52.1%，从事田间种植和副业生产的人占17.4%，学生占30.5%。基本趋势是年龄较轻，具有一定文化水平的乡村企业职工和学生居多数。

农民不看电视首位的原因是没钱买电视。从职业上看，63%是从事种植业和副业的农

民, 15.1%是个体工匠及在乡村从事商业、饮食、服务业的农民; 乡村企业职工占12.3%; 乡村干部、民办教师和学生占9.5%。从人均收入看, 人均收入500元以下的占76.8%。

文化水平低是农民不读报纸的主要原因。这些人中文盲占70%, 小学文化程度的约占29.2%, 初中文化程度的占0.8%。

分析了以上原因, 农村新闻传播的制约因素的脉络就更为清晰。初步结论是, 在经济文化发展不同的地区农民新闻传播媒介设施、媒介拥有率、农民接触新闻传播媒介的程度, 是有差别的, 其差异的大小则与目前阶段的农村产业结构、农民经济收入水平、以及农村全民文化水平等因素相关。同时, 这种差异又是随经济文化水平的提高呈逐渐缩小的趋势。

二、新闻传播对农民的生产、生活及观念形态的影响

与农村经济文化发展相联系的新闻传播, 对正在迅速变化着的农民生产、生活以及农民的观念形态都有一定的影响。

农民信息来源的调查表明, 以新闻传播媒介为信息来源主渠道的人约占农民总数的三分之二。对于这三分之二的农民, 新闻传播媒介不仅满足他们文化生活的需要, 而且是他们与外部世界沟通的唯一渠道。农民的生产, 从治虫打药, 到如何规划经营土地和生产, 都习惯于依照广播、电视、报纸教授的方法去做。农民的生活方式也随着新闻传播媒介带来的新信息开始了变化。农民的思维方法、言谈举止无一不印有广播、电视和报纸的痕迹。

(一) 新闻传播对农民生产、生活的影响

据调查, 农民平均每天(除农忙外)闲暇时间为1小时40分钟(此项调查为农民的自我评价, 故低于实际应有的闲暇时间), 三个村中经常听广播、看电视、读报纸的农民受众平均每天用于接触新闻传播媒介的时间为1小时23分钟, 占这部分人闲暇时间的83%。

农民接触新闻传播媒介不仅在闲暇时间的数量上占很大比例, 而且在闲暇时间的结构中居前位(见表三)。表三中有四项大于平均选择系数(设平均选择系数为1, 大于1表示经常从事的活动), 其中有两项是接触新闻传播媒介。

又通过调查农民最需要了解的信息和使用新闻传播媒介的主要意图, 了解到新闻传播媒介在农民的生活和生产中所起的作用。调查表明, 农民最需要了解的信息的前三位是“农业科技知识”、“党对农村的政策”、“农村的新鲜事”。选择“农业科技知识”的农民占农民总数的45.7%。

当问到农民对新闻传播媒介的使用意图时, 38%的人回答是为了娱乐和休息; 25%的人是为了了解知识; 33%的人是为了学得和掌握一些知识和技能, 以便应用到生产中去。后两种人占农民总数的一半以上。

这表明多数农民通过新闻传播媒介, 获取知识并应用到农业生产中去。而仅把新闻传播媒介当做娱乐工具的这部分人中, 68%是女性。从职业上看, 从事种植业和副业的人占68%。

测量新闻传播媒介所提供的大量信息对受众产生与传播者期望相应的影响时, 首先要看信息是否受到注意, 也就是说, 对某项信息的选择受众人数越多, 这一信息对此受众群产生

表三

农民闲暇时间的消费

序 号	活 动 内 容	平均选择系数①
1.	串门聊天	2.64
2.	听 广 播	2.53
3.	看 电 视	1.89
4.	在家休息	1.11
5.	看电影、看戏	0.96
6.	读 小 说	0.72
7.	逛 集 市	0.59
8.	读 报 纸	0.52
9.	下棋打牌	0.37
10.	学习文化知识	0.36
11.	体育活动	0.19
12.	其 他	0.12

的影响相对说来也越大。为了测量农民对新闻传播媒介内容的选择情况，我们作了一次调查（见表四）。

表四

农民对不同新闻传播内容的兴趣指数②

	广 播	电 视	纸 报
娱乐性内容	1.3	2.4	1.2
知识性内容	0.6	0.2	1.0
服务性内容	2.1	0.2	0.6
新闻性内容	0.6	0.2	1.1

表四表明，娱乐性内容主要由电视获得；知识性内容主要由报纸获得；服务性内容——通常是为农业生产服务，如收听天气预报，主要由广播获得；新闻性内容主要由报纸获得。从不同媒介的主要功能看，农民对广播节目内容兴趣指数超过平均兴趣指数“1”的有二项：服务性内容和娱乐性内容。电视的主要功能是提供娱乐，农民对其他各类电视节目兴趣不大，低于娱乐节目。而报纸除服务性内容外，其他三项均等于或大于平均兴趣指数。这是由于经常阅读报纸的人中69%是乡村企业的职工和农村干部，他的对报纸内容的兴趣表现在许多方面。

总之，农民的信息来源主要依靠新闻传播媒介，所以农民把不多的闲暇时间的大部分用于新闻传播媒介，其意图又着重在获得知识、信息和娱乐，因此新闻传播在其生产、生活以至思想上必然产生一定的影响。

① 平均选择系数计算方法：

$$\frac{\text{总选择人次}}{\text{项目总数}} = \text{单项平均值}$$

$$\frac{\text{单项选择人次}}{\text{单项平均值}} = \text{平均选择系数}$$

② 兴趣指数计算方法

$$\frac{\text{总选择人次}}{\text{节目总数}} = \text{平均兴趣系数}$$

$$\frac{\text{某项选择人次}}{\text{某数节目数}} \div \text{平均兴趣系数} = \text{兴趣指数}$$

(二) 新闻传播媒介与农民观念形态

在当代众多社会学家对国家现代化的研究中，新闻传播都被列为社会进步和国家发展的测定指标之一。人们发现，如果新闻传播媒介发展速度缓慢，现代社会就不可能有效地运转。不论是认为新闻传播媒介使得社会成员观念趋向一体化的观点，还是认为在第三次浪潮中传播工具的日益多样化使得人们的思想趋向非群体化的观点，都没有否认这样一个事实：新闻传播媒介在人们观念形成和变化中的一定作用。作用的大小是自传播学产生以来一直争执不下的问题，从最初的“子弹论”到“顽固受众论”再到现在流行的“受众社会分类理论”的变化表明，研究者对传播是否能够产生预期效果这一问题非常重视。

为考察新闻传播与我国农民观念形态是否有相关关系，态度量表的制作参照英格尔斯《迈向现代化》^①一书中人的现代性的界说和测量方法。考虑到我国农民的理解程度和接受水平，具体分为：（一）是否乐于积极进取，而不因循守旧；（二）是否积极参与政治和社会活动；（三）认为在教育 and 智力上投资是否值得；（四）是否相信人对自然和社会的改造控制能力，而不迷信，不信命；（五）在家庭事务中是否表现出更多的平等观念；（六）信息量的大小等，共六项二十四个问题。依照对问题的赞同与否给定分数，答案愈背离传统观念得分愈高。统计分析时，将观念测定分数归为“低”、“较低”、“中”、“较高”和“高”五个层次。依照皮尔逊克方检验方法进行非参数检验。结果如下：

（1）“新闻传播媒介接触程度与观念形态”检验，克方值为16.06，大于临界值15.51（自由度8， $\alpha = 0.05$ ），故否定二者之间无相关的虚无假设。

图2表示新闻传播媒介接触程度的加权平均数^②在观念形态各个层次上的位置曲线图。

“有时” = 2 “经常” = 3 “每天” = 4

$$\text{加权平均数} = \frac{x_1 \times 0 + x_2 \times 1 + x_3 \times 2 + x_4 \times 3 + x_5 \times 4}{n}$$

式中：

X——观念测定量表得分

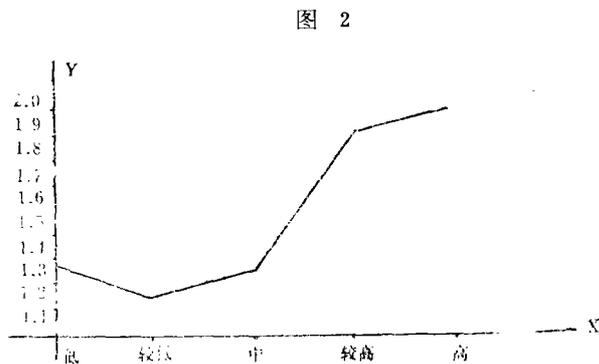
Y——接触新闻传播媒介的平均程度

相关系数 $r = 0.8664$ 为显著性相关。这表明新闻传播媒介的接触程度与农民的观念形态有密切关系。

（2）“新闻传播内容选择与观念形态”检验，克方值 27.01，

大于临界值15.51（自由度8， $\alpha = 0.05$ ），故否定二者之间无关系的虚无假设。

分析传播内容选择与观念形态的关系，将广播、电视、报纸内容分为两大类：一类是娱乐性内容，一类是信息类内容（知识性内容、服务性内容、新闻性内容）。图3是加权平



① 亚历克斯·英格尔斯、大卫·史密斯：《迈向现代化》1974年英文版。

② 权数分别是：“从不” = 0 “很少” = 1

均信息量^①在观念形态各层次上的位置图。

式中：

X——观念形态测定量表得分

y——选择各类内容的平均信息量

经计算， $r = 0.9745$ ，为高度相关、这表明新闻传播内容选择与观念形态二者之间有密切关系。

(3) “信息来源主渠道与观念形态”检验，克方值9.99，大于临界值9.49(自由度4， $\alpha = 0.05$)，故否定二者之间无相关的虚无假设。

以新闻传播媒介为信息来源主渠道的人和以人际传播为信息来源主渠道的人，他们在观念形态各个层次中所占的人数百分比是不同的，呈两条方向相反的曲线：

X——观念形态测定量表得分

Y——人数的百分比

A——选择新闻传播媒介为信息来源主渠道

B——选择人际传播为信息来源主渠道

从图上可以清楚看出，以新闻传播为主渠道的人数在观念测定分数低层次上占46.2%，在最高层次上达100%，二者呈正相关，相关系数

$r = 0.9835$ ，为高度相关。相反，以人际传播为主渠道的人在观念测定分数各个层次上所占的人数百分比逐层下降，在最高层次上为零。二者为负相关，相关系数 $r = -0.9835$ 。

上面探讨了新闻传播媒介与农民生活、生产和观念之间的关系。但是，新闻传播媒介的作用是有限的。尽管新闻传播媒介将农民带到了一个更为广阔的色彩万千的世界，但它展示给人们的多是一些外在的现象。电视的普及，使得人们习惯于电视的形象性语言和思维方法，缺乏对社会现象的深刻认识。同时，由于人们观念的形成和改变受到多种因素的制约，各种因素彼此有机联系综合作用于人的观念，使其不得不沿某一方向变化，新闻传播仅是其中的因素之一。新闻传播媒介还容易受到人们因认知不和谐而产生的心理抗拒的阻力，尤其是在传统势力根深蒂固的农村。

作者工作单位：中国人民大学新闻所

责任编辑：张力之

① 权数为：选择娱乐类内容=1 选择信息类内容=5

$$\text{加权平均信息量} = \frac{x_1 \times 1 + x_2 \times 5}{n}$$

图 3

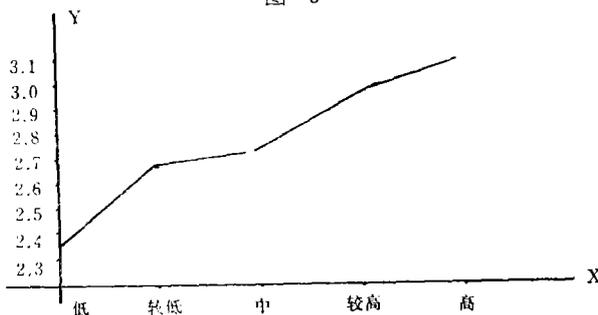


图 4

