

[文章编号] 1002-5685 (2007) 05-0061-04

媒介使用与中国农村居民的现代性

——对湖南浏阳农村的实证研究

□ 张 铮 周明洁

(清华大学 新闻与传播学院, 北京, 100084, 中国科学院心理研究所, 北京, 100101)

[摘要] 本研究围绕媒介使用与中国农村居民的现代性这一主题, 探讨在大众媒介愈加发达, 尤其是网络等新媒介形态逐渐步入农村居民工作、生活的今天, 媒介使用与农村居民的现代性之间的关系。结果表明, 大众传播媒介的使用对于中国农村居民的现代性有独立的预测作用; 特别是上网相比其他的媒介使用能更好的预测当前中国农村居民的现代性。这给“传播与人的现代化”命题增添了网络时代的新的注解, 充分地说明了在我国农村大力推广和普及网络的重要意义。

[关键词] 媒介使用; 农村居民; 现代性; 网络

[中图分类号] G206

[文献标识码] A

引 言

在关于现代化道路的讨论中, 人的现代化在社会现代化进程中的重要地位得以凸现出来。“如果一个国家的人民……还没有从心理、思想、态度和行为方式上都经历一个向现代化的转变, 失败和畸形发展的悲剧结局是不可避免的。”^[1]在探讨促进或阻碍社会现代化和人的现代化的各类因素时, 大众传播媒介作为现代社会的重要部分, 它与社会现代化和人的现代化的关系必然得到关注, 因此“传播与人的现代化被提到议事日程”^[2]。

在大众传播与人的现代化这一论题中, 最为人熟知的理论有勒纳的“移情说”^[3]、施拉姆

的“功能说”^[4]、罗杰斯的“创新扩散说”^[5]等。在实证研究中, 最为著名的是从1962年起美国哈佛大学社会心理学家英克尔斯 (Alex Inkeles) 领导实施的题为“经济发展的文化因素研究”的计划^[6]。英克尔斯的研究通过命名为OM (Overall Modernity Scale) 的个人现代性量表, 于1966年在六个发展中国家完成了实证研究, 研究成果和方法对后世产生了深刻的影响, 尽管它并不是一个专门以大众传播媒介与人的现代化为主题的研究, 但是其得到的很多结论“肯定和说明了大众传播媒介对人的现代化的作用”^[7]。此外, 卡尔 (L. A. Kahl) 在类似的研究中总结出标准的现代人具有的若干特点之一就是“他尽量利用大众传播工具, 他读报纸、听广播、看电视”^[8]。我国学者从1970年代

[收稿日期] 2007-02-06

[作者简介] 张 铮, 清华大学新闻与传播学院2004级博士生;

周明洁, 中国科学院心理研究所2004级博士生。

开始关注“传播与人的现代化”这一领域,得到的结论与国外的研究大致相同。^[9]

在前人的研究基础上,本研究聚焦于中国农村居民的媒介使用与其现代性之间的关系。中国是一个农业大国,农村人口占全国总人口的绝大多数,在建设社会主义新农村的今天,提高农村居民的现代性是农村社会发展的出发点和归宿点。要想通过大众传播媒介提高农村居民的现代性,首先必须理清其影响因素,本研究在当今的网络时代集中探讨中国农村居民的媒介使用情况与其现代性的关系。基本假设是:排除个人和社会因素,农村居民使用大众传播媒介的量的不同将会影响到其现代性,网络作为新媒介形态,对农村居民现代性的预测作用高于其他媒介。

研究对象与方法

1. 研究对象

研究采取分阶层抽样的方式,依据中国农村各社会阶层人口比例,在湖南省浏阳市 11 个乡镇抽取被试,共 1588 人,其中有效被试 1308 人,包括男性 819 人,女性 480 人,另有 9 人性别不详。被试的详细情况见表 1。

表 1 被试的人口学分布(有效百分比)

户口	%	文化程度	%	年龄	%	阶层	%
农村	67.9	小学	9.6	≤20	3.5	农业劳动者	33.4
城镇	32.1	初中/技校	37.1	20-29	21.2	乡镇企业职工	10.9
婚姻	%	高中/中专	25.3	30-39	45.6	党政机关管理人员	18.8
已婚	67.7	大专及以上	28.1	40-49	22.2	企业管理者	4.2
未婚	31.8			50-59	5.5	教育/科研/卫生人员	15.6
				≥60	1.9	个体工商户	9.9
						外出打工者	7.2

2. 媒介使用情况与个体现代性的测量

2.1 媒介使用测量

本研究对被试的媒介使用情况进行了调查,涉及的大众传播媒介有报纸、杂志、书籍、电影、广播、电视、网络等七种,采用四级计分的方式(1表示从不,2表示很少,3表示偶尔,4

表示经常)。

2.2 农村居民的现代性的测量

综合考察国内外已有的本领域研究,它们共同的核心问题是对于人的现代性的测量没有找到最佳方法,即“到底何种量表能最有效地测量出观念现代化情况,仍然没有一致意见”^[10]。本研究针对上述问题,采用中国人人格量表(Chinese Personality Assessment Inventory, CPAI)的第二版中的“传统-现代性”(T-M Scale)分量表来考察人的现代性这一核心变量。

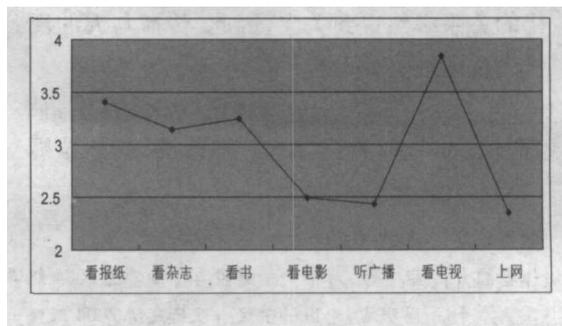
中国人人格量表(CPAI)是基于中国文化和社会发展现状、为中国人量身制作的一套人格特质测查表^[11]。CPAI 目前已经发展到第二版(CPAI-II),研究结果表明该量表具有良好的信效度。本研究采用 CPAI-II 中的“传统-现代性”分量表(T-M Scale)来测量中国农村居民的现代性,该量表共有 16 个条目,高分表示居民的传统性高,低分表示其现代性高。本研究的 T-M 量表的内部一致性信度为 0.75。

结果

1. 中国农村居民的媒介使用情况

图 1 显示的是中国农村居民的媒介使用情况。从中可以清楚地看出,在中国农村居民的日常生活中,电视依然是接触最多,使用最为频繁的大众传播媒介;其次,报纸、杂志、书籍也是接触较多的三种媒介;而当前农村居民接触最少的是电影、广播和网络这三种媒介。

图 1 农村居民的媒介使用情况



2. 农村居民的媒介使用与其传统-现代性的相关分析

为了了解目前农村居民的媒介使用情况与其现代性的关系,我们对此进行了相关分析,统计分析结果如表2所示。从表2我们可以看出,除广播以外,农村居民的媒介使用的频率与其传统-现代性呈明显的正相关,这也意味着,总的来说,媒介使用越多,农村居民的现代性就越强。

表2 农村居民传统-现代性与媒介使用的相关

	看报纸	看杂志	看书	看电影	听广播	看电视	上网
传统-现代性	-0.270***	-0.254***	-0.191***	0.101**	-0.044	-0.071*	-0.416***

*, $P < 0.05$; **, $P < 0.01$; ***, $P < 0.001$

3. 个人、社会变量与媒介使用对农村居民现代性的回归分析

通过上文的相关分析,我们已经可以确定大众传播媒介的使用与人的现代化之间的关系。为了辨别是否存在独立的影响,我们控制了性别、年龄、婚姻状况、受教育程度和是否打工过等变量,建立了回归方程,分析结果如表3所示。结果发现,媒介使用与农村居民的现代性的相关系数降低了,但是听广播和上网对传统-现代性的影响仍然达到显著水平。这说明,在控制了个人及社会因素的情况下,广播和上网的使用频率对农村居民的现代性仍有独立的预测作用。

解释与讨论

通过本研究的分析,我们对媒介使用与中国农村居民的现代性有了新的认识。对于上述分析的结果,我们从以下几个方面进行解释与讨论。

(1) 研究结果表明中国农村居民目前使用最多的是媒介仍然是电视。此外,农村居民中报纸的读者上升,读报已经成为农村居民仅次于看电视的媒介使用行为,而传统的广播媒体

在农村越来越不为百姓关注;同时,网络这一新兴的媒介形态已进入中国农村居民的工作与生活并日渐深入。本研究得到的关于农村居民的媒介使用情况与2000年方晓红等对苏南农村的调查结果^[12]和2002年复旦大学“大众传播与社会发展”课题的调查结果^[13]大致相符。

(2) 英克尔斯的研究表明,在控制了人口学以及社会经济学变量之后,大众媒介接触对于个体的现代性仍具有显著的影响。^[14]为了验证英克尔斯的这一结论,表3.3中我们控制了被试的性别、年龄、婚姻状况、受教育程度、是否打工过等个人及社会因素,发现媒介使用与现代社会性虽然相关降低,但是媒介使用的确对农村居民的现代性有独立的预测作用,其中听广播对传统性有正向的预测作用,上网对现代性具有正向的预测作用。

(3) 从表3.3我们确认了媒介使用对农村居民现代性的贡献,但在报纸、杂志、书籍、电影、广播、电视、网络这几种大众媒介中,只有听广播对农村居民的现代性有正向的预测作用,上网对现代性具有正向的预测作用。我们认为,正是农村的媒介生态的不断进化造成了这种情况,网络这种新的大众传播媒介已经成为带动农村居民观念更新和现代化的主要力量,原有的传统媒介如今已经不再扮演这一角色。我国台湾学者杨孝荣、陈昌国在他们各自的研究中分别证明了媒介接触,尤其是电视、广播、报纸等媒介在农村这种半封闭、半开放的社会中,与居民的现代性有显著的正相关^[15]。但这些研究是1980年代左右在我国台湾农村进行的,对于2006年在湖南浏阳实施的本研究而言,得到的结论说明以往的研究结论已经不符合当前的中国农村的情况,报纸、电视、杂志、书籍、电影等媒介与农村居民的现代性不具有预测作用。例如电视,本研究中其接触率已经达到3.84,也就是说几乎所有的被试都表示“经常看电视”,这说明看电视这一媒介使用行为不能用来表示农村居民的现代性差异;不仅如此,广播对于传统性还有正向的预测作用,即经常听广播的人更加传统,我们推测,这

表3 个人及社会因素与媒介使用对农村居民现代性的回归分析结果

预测变量类型	预测变量	模型一		模型二	
		偏相关系数	标准化回归系数 Beta 值	偏相关系数	标准化回归系数 Beta 值
个人及社会因素	性别	-0.021	-0.018	-0.027	-0.023
	年龄	0.147	0.143***	0.123	0.122***
	婚姻状况	0.007	0.006	-0.001	-0.001
	受教育程度	-0.445	-0.456***	-0.253	-0.316***
	是否打工过	-0.065	-0.059*	-0.062	-0.055*
媒介使用状况	看报纸			-0.044	-0.051
	看杂志			-0.029	-0.035
	看书			-0.020	-0.022
	看电影			0.009	0.009
	听广播			0.117	0.111***
	看电视			-0.021	-0.018
	上网			-0.138	-0.165***
调整后的 R ²		0.244		0.269	
F		74.934***		36.190***	

*, $P < 0.05$; ***, $P < 0.001$

可能因为广播曾经是农村的唯一大众媒介,在当今这个媒介越来越多元的时代,那些仍旧喜欢听广播的人反而是那些守旧的人,其传统性反而更强,这也说明“在一定时空范围内,在某些条件下,大众媒介传播可能有负作用”^[16]。与这些传统媒介相对应的,网络这一新媒介在本研究中体现了对农村居民现代性的正向预测作用。虽然网络目前在中国农村尚处于初级阶段,但是毫无疑问其发展速度是惊人的。以CNNIC第16次和第18次《中国互联网络发展状况统计报告》在2005年7月和2006年7月的统计数据分析,尽管网络在农村的渗透率仅是其在城镇渗透率的1/6,但是网民中仅农民的数量在一年间就提升了60%(1,236,000人至1,968,000人),如果计入其他职业的农村居民,其增加的绝对数量和比率就更加可观。我们仅从这一点就可以看出网络在目前农村社会中的发展势头和不可忽视的巨大力量,本研究的结论更是让我们认识到网络使用已经成为当前预测农村居民现代性的可靠的媒介指标。因此,在这个网络时代转换思路,促进中国农村

互联网建设和普及不仅具有建设信息社会的“刚性”的意义,同时也是提高人口素质、树立现代意识、转变思维方式的“软性”价值。

结 语

总的来说,相比人的媒介使用行为来说,人的现代性具有相对的稳定性。在本研究明确了媒介使用——尤其是上网——与中国农村居民的现代性之间的关系后,我们应该将目光转向对媒介的建设上来,即如何通过媒介硬件设施的架设、传播内容的提升、传播方式的转变来促进中国农村居民的媒介使用,特别是促使其中的非网民向网民转变,网民从“简单操作”向“全面整合”过渡,长远来看这会对农村居民的现代性提升产生积极作用,从而促进我国农村的现代化进程和和谐社会建设。

注释:

- [1] [美]迈克尔斯《人的现代化》,殷陆君译,四川人民出版社,1985,第4页。(下转第69页)

New Media Strategy: Double Games in the Long Tail Age

DU Junfei

(School of Journalism and Communication, Nanjing University, Nanjing, 210093)

Abstract: This research proposes and tries to answers three questions below: Why is there media differentiation opposing media convergence in the new media age? Whether there hides the truth that the need of information is very simple, behind the desire of rich information from the audience? How to understand the game of these two media strategies? This research implies The Long Tail theory to illustrate the economic reason of these two strategies, and points out where the balance of them lies.

Key Words: Media Differentiation, Information Simplification, Media Strategy, the Long Tail Theory

[责任编辑:刘小燕]

(上接第64页)

- [2-3][7][14-16] 卜卫. 大众媒介对儿童的影响, 新华出版社, 2002, 第 256、258、263、263、267、270 页。
- [4][10] 陈崇山、孙五三主编《媒介·人·现代化》, 中国社会科学出版社, 1997 年, 第 133-151、124 页。
- [5] 袁正义《大众媒介与中国乡村发展》, 群言出版社, 1993, 第 34-35 页。
- [6] A. Inkeles. The Modernity of Man, In *Modernity: The Dynamics of Growth*, edited by M. Weiner, 1966, Voice of America Forum Lectures.
- [8] L. A. Kahl. *The Measurement of Modernization: A Study of Values in Brazil and Mexico*, 1968, Austin: University of Texas Press.
- [9] 参见 [2], 第 264-270 页; 及徐晖明,《传播与发展——我国大众传播现状调查与分析》, 复旦大学 2004 年博士论文, 第 2-7 页。
- [11] Cheung F M, Leung K, Fan R M, et al. Development of the Chinese Personality Assessment Inventory. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1996, 27: 181-199.
- [12] 方晓红《大众传媒与农村》中华书局, 2002, 第 17 页;
- [13] 姚君喜《甘肃大众传播与社会发展报告 2002-2003》, 甘肃民族出版社, 2005, 第 80 页。

Media Use and the Modernity of Rural Inhabitants in China

ZHANG Zheng, ZHOU Mingjie

(School of Journalism and Communication, Tsinghua University, Beijing, 100084; Institute of Psychology, Chinese Academy of Science, 100101)

Abstract: This paper makes an exploratory study of the relationship between mass media and the modernity of Chinese rural inhabitants in the Internet age. It concludes that media use, especially Internet experience, can predict the modernity of rural inhabitants independently.

Key Words: Media Use, Rural Inhabitant, Modernity, Internet

[责任编辑:刘小燕]