

## 我国关于农民形象媒介再现的研究

作者: 徐国辉

**摘要:** 三农问题不仅关乎中国人口最大多数人口的利益问题,而且也关系着我国现代化的进程。这需要多方努力。在今天的媒介社会里,媒介再现的农民形象是否准确全面,也应该受到更多的关注。本文初步梳理了一下目前国内主要媒介对农民形象再现的研究情况。

**关键词:** 农民 再现 媒介 报纸

**Abstract:** the problem of peasants、country、agriculture is not only connected with the most of the people's benefits, but also connected the modernization of China. In the mediated society, how do the media represent the images of the peasants? In this article, I will analyse some research of the peasants' image.

**Key words:** peasants representation media newspaper

2006年3月5日,中国政府向全国人大提交的五年规划纲要草案中,优先的问题之一,便是提高农民的生活水平,基础建设投资的重心从城市转移到农村,建设“社会主义新农村”将成为一项历史任务。就传媒在这项任务如何发挥作用而言,需要传媒业界、新闻传播学界、政府三方面的合力。

全面建设小康社会是全国各族人民的共同理想,而构建和谐社会是实现这一共同理想的重要社会基础。我国新闻媒体任重道远,媒体不是局外人,媒体是最活跃和最有生命力的参与者、建设者,是先进生产力,它不仅要引领先进文化,担负党和人民的喉舌和桥梁纽带作用,同时又要成为一个重要的公众舆论平台。媒体要利用好这个平台承载起培育公民精神的神圣使命,努力在构建和谐社会中的凝聚力,真正成为全面建设小康社会的积极的、建设性的重要力量。

作为传承大众文化的主要载体的媒介,作为社会的守望者,在给人们提供信息和娱乐、引导舆论、进行大众教育的同时,还有传承文化的功能。所以大众传播媒介传播什么样的农村文化,再现什么样的农民形象,这个问题不仅影响着中国现代化的进程,也影响着社会主义新农村及和谐社会的建设。因此,农民形象的再现研究也就成为引导大众传媒需要关注的重要问题。

目前对农民形象再现研究主要有以下成果:

### (一) 建国后农民作为劳动者形象演变的情况研究

王光银研究发现建国后中国农民的形象经历了从个体劳动者到集体生产者、从集体生产者到独立生产经营者的系列转变。其演变实质,乃是劳动者与生产资料结合的方式在不同性质所有制和同一所有制不同形式中的演变,这一研究,开拓了从一个新的视角来研究在建国以来党的农民政策,并对当前的农民发展研究具有现实意义。[1]不过在该文章里并没有注明农民形象是出自文学作品还是大众媒介作品,所以有点笼统,针对性不强。

### (二) 作为农民中的一部分群体——农民工的形象再现研究

A、华中科技大学新闻系文晓音的硕士论文《城市报纸中的农民工形象研究——以〈深圳特区报〉和〈晶报〉为例》,(2005年5月)通过研究对《深圳特区报》和《晶报》中农民工形象的定量分析和定性分析,发现:深圳报纸塑造了四种不同的农民工形象,其中遭遇悲惨的形象最多,反映了农民工在城市的悲惨遭遇。在报道中又带着对农民工的刻板印象,而且在对农民工这一弱势群体的人文关怀上做出大众传媒的应有的贡献。

B、四川大学的禾同舟与李红淘在《农民工社会处境的再现：一个弱势群体的媒体投影中》[2]，选取了《工人日报》（党报兼专业报）、《北京晚报》（农民工流入地的晚报）、《成都商报》（农民工输出省份的专业报）这三份报纸作为考察对象，并将2003年6月至2004年7月一年间的报道作为抽样框，从中进行等距抽样，得到112个分析样本。以“报道对象”、“报道内容重心”、“以政府部门或政府官员为对象的报道涉及的具体行为”等为分析类目，分别从新闻场中的“农民工议题”、媒体的偏向：政府与农民工在议题呈现中的位置入手研究，发现媒体将农民工的社会处境简化为经济处境，并将农民工塑造为“经济利益被损害”的“弱势群体”，造成了三方面后果：

农民工被视为劳动力群体，而不是具有丰富需要和多重利益诉求的社会群体。这使农民工的利益诉求被简化为经济利益，从而忽略了对其政治权利、社会权利的关注。

经济处境经常以事件性的方式表现出来，比如企业欠薪之后被逐出建筑市场、政府官员帮助民工讨薪、解救被强迫劳动并限制人身自由的民工、民工通过爬塔吊等“非理性”的行为讨回薪水、民工表演“跳楼秀”被拘留等，起解决方式也是对应时间的一对一解决，而不容易从事件引向问题，从而将议题引向制度与政府层面。

对经济处境的再现，或者将农民工社会处境的全部症结集中于经济处境部分，制造了一种误会，即以为农民工的弱势完全由经济利益容易被侵害构成。

作者反思这一种对农民工社会处境的媒体再现，其结果，一是使农民工处于关怀的地位，二是使他们处于被表达、被代言的状态，综而言之，他们不能作为一个有着自己正当利益诉求的社会群体进行理直气壮的自主表达。

为了使媒体对农民工群体社会处境的再现趋向比较理想的状态，首要一点，是媒体要对农民工群体正确定位，要实现从弱势群体到处于利益受损状态的社会群体的转变。农民工是一个有着多方面利益诉求的社会群体，而不单纯是一个劳动力群体，其政治权益及社会权利、经济利益和社会生活的需求，都理应得到充分的表达，媒体要赋予他们更主动更积极的传播权利，要在传媒上拓展农民工自主表达的渠道与可能性，而不是被关怀的结果。

其次，该研究发现，媒体对农民工议题的关注是事件性的而非问题式的，要改变这种应激反应的状况，就必须在传媒舞台上建设对“农民工议题”的“争议空间”，通过比较深入的公共讨论，形成有关农民工问题的合理而积极的公共舆论，促使这个身份群体的瓦解和向职业群体（新产业阶层）的转变。

### （三）、国内主要报纸对农民形象再现的研究

A、方晓红、贾兵在《论〈人民日报〉“农民形象”塑造》一文中[3]，以定性和定量方法相结合，随机抽取了1982年、1983年、1987年、1988年、1993年、2002年、2003年和2004年八年的《人民日报》，共抽取384天2910篇有关三农报道的文章，发现该报在塑造农民形象有“得”也有“失”，“得”主要表现在1、全面涉及农民生产、生活的各个方面 2、动态地反映了农民形象的变化 3、以平等的视角关注农民 “失”主要表现在：1、过多的增收报道存在片面性：农民的收入一以贯之用没有太大变化的同一主题进行报道，而实际情况是，经历家庭联产承包责任制增收的短暂辉煌之后，农民的收入和负担不对称，实际收入有下降。2、农民工问题报道内容单一：报道题材基本局限在农民工工资和农民工子女的教育问题等几个有限的领域，这样难以作到新闻报道的整体真实；报道模式的单一体现在帮助清欠农民工工资、免收农民工子女借读费等问题上，这种模式化叙事限定了人们对事物复杂性的认知，也影响了报道的深度和力度。这样满足于年复一年地帮助农民工追索拖欠工资，而不能对此类问题的出现追寻一个为什么，并由此促使社会制度的完善与健全，那么媒介的社会监测功能与舆论监督功能就没有真正实现。同时，媒体报道中没有反映出农民工的整体生存状况，不利于政府改革农民工制度，也不利于帮助农民工在城市中获得社会认同感。3、“三多三少”：农民“主角”的“配角”化，农民在“农民报道”中，应该是当之无愧的主角，但是却被有意无意地“配角”化了，主要表现在：被动引导多，主观能动少；党政干部多，普通农民少；经验技术多，观念变革少。4、农民正面典型的缺失：这样不利于给大众一个通过“观察学习”而获得行为的指导。

作者由此得出结论：1、正确描述社会各阶层的形象是媒体的责任。因为在现代社会，公众越来越依赖报刊所提供的情况，做出好或坏的判断，这就要求报刊对社会各集团、各种族、各阶层、各区域做出合乎实际的正确描述。2、农民形象的准确塑造应当是衡量媒介对三农作用的重要指标：媒体对农民形象的塑造在很大程度上是媒体及其从业人员心目中农民形象的反映，媒体掌握的话语权和传播能量不仅作用于媒体本身，而且还影响到整个舆论环境：首先，媒体定位的农民形象影响到政府的决策，其次，媒体定位的农民形象影响到城市人对农民的态度。再次，农民形象的准确塑造对中国9亿多农民的自我认同和观念变革的影响也不容小视。

B、苏州大学2004年卢迎安在其硕士论文《媒介形象再现与社会真实建构——国内主要报纸对农民再现的研究》一文中，通过分析《人民日报》报系和《农民日报》的相关报道，研究了国内主要报纸对农民群体形象的再现。研究发现，作为一家综合性报纸，《人民日报》报系对农民形象的再现是一种误现；作为一家专业性报纸，

《农民日报》的再现则是一种低度再现。再现中的偏差主要体现在两方面，一是农民的基本特征方面，报纸倾向于中年年龄段、男性、农村干部群体，二是报纸再现的农民生活现状与真实情况有区别，因而，国内主要报纸对农民的再现是不真实的，不充分的，并有明显的模式化倾向，再现中体现了一种不平等的政治权力关系和中国社会传统的性别权力关系。

在该文中，作者分析了造成这种再现的主要原因是：农民没有话语权；在现行的新闻政策与新闻体制下，媒体一定程度上存在着“重宣传、轻传播”的倾向；传媒泛滥的商业化趋势给媒体造成无形压力；媒介从业人员在地理或心理上与农民存在距离。

结论：从以上国内目前对农民形象的再现研究中，我们发现存在一些问题：片面、局限，没有真实地再现中国人数比例最大的群体——农民，而且上述研究主要集中在纸质媒介，对于受众量较多的广播电视类媒介是如何再现农民的？同时，这样的再现对农民受众有怎样的心理影响？他们对媒介再现的农民形象认同还是抵抗？这些都还值得研究。

作者简介：徐国辉，中国传媒大学传媒教育05级硕士生。

#### 参考书：

- 1、刘豪兴：《农村社会学》，中国人民大学出版社，2004年2月
- 2、陈庆立：《中国农民素质论》，当代世界出版社，2002年12月11日
- 3、郭庆光：《传播学教程》，中国人民大学出版社，1999年11月
- 4、童清艳：《超越传媒——揭开媒介影响受众的面纱》，中国广播电视出版社，2002年1月
- 5、王君超：《媒介批评——起源、标准、方法》，北京广播学院出版社，2001年6月
- 6、韩青，郑蔚著：《电视娱乐节目新论》，中国广播电视出版社，2005年6月

[1] 王光银：《建国以来中国农民形象的演变历程及未来观》杭州师范学院院报

[2] 载《新闻大学》，2005年冬

[3] 载《新闻界》，2005年4月

[回首页](#)

来源：传播学论坛编发  
阅读：1534 次  
日期：2007-04-03

【 双击滚屏 】 【 评论 】 【 收藏 】 【 打印 】 【 关闭 】 【 字体：大 中 小 】

上一篇：影视艺术教育应该全面普及

下一篇：社会主义市场经济下的“超女”

>> 相关文章

- 媒体“秀”“才”当慎重
- 应对挑战，纸媒需做“思想者”
- 用机制保障策划健康发展——访新华日报报业集团总编辑周跃敏
- 大震中媒介的足迹
- 着力网络访谈的贴近性和互动性——绍兴网直播访谈节目“交流”百期评述
- 大地震中新闻媒介的突进
- 打造国际一流传媒集团让“中国声音”走向世界
- 新农村建设与中部农村信息传播情况——安徽省六安市农村媒体接触与评价调查

发表评论



- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容

点 评:

用户名:

密码:

发 表



字数0

- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

备案号/经营许可证号: 蜀ICP备05000867号

设计开发: 阮思聪 QQ: 54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛: 阮志孝、阮思聪. All Rights Reserved .