

<<中国农村文化市场发展研究>>

图书基本信息

书名：<<中国农村文化市场发展研究>>

13位ISBN编号：9787109170667

10位ISBN编号：7109170667

出版时间：2012-9

出版时间：中国农业出版社

作者：史清华 等著

页数：305

字数：285000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中国农村文化市场发展研究>>

内容概要

改革开放30多年来,伴随着经济发展前所未有的繁荣,中国农村文化发展出现了与之不相应的迟缓,文化市场建设也出现了前所未有的危机。

加强农村文化建设,既是农村社会走向现代化的要求,也是构建农村和谐社会的重要组成部分;既是提高农民科学文化素质的根本途径,也是农村乃至整个社会发展的基本条件。

因此,如何加快发展农村文化事业,满足广大农民群众的文化需求,已是当前政府面临的重要课题。我们以“中国农村文化市场发展研究”为题,就是希望通过对中国农村文化以及文化市场的演变、现状与问题的深入研究,对农村文化的未来引导提出措施建议。

《中国农村文化市场发展研究》(作者史清华、晋洪涛、晋鹏程)主要内容分为7个部分,按照广义文化概念,从浅层的物质文化到中层的行为文化再到深层的价值观文化,逐层研究了当前中国农村农民文化生活的现状,并提出了农村文化市场建设和引导的对策建议。

第一部分:利用1986—2009年全国农村固定跟踪观察点300余个观察村的数据资料,对农村文化发展繁荣的基础——社会经济的变迁进行了详细分析。

经济是文化的基础,文化是建立在经济基础之上的上层建筑的一部分。

研究发现:第一,当代农村已经不再是传统意义上的农村,已经从过去鸡犬相闻、自给自足的“田园诗”式逐步演变为当代的大一统社会,“

农村”已经变成与“城市”相对应的地理概念,流行的各种文化在农村很快就会找到生存的土壤。

第二,当代农业已经不是传统意义上的农业,延续千年的农业生产方式已经发生了巨大改变,与农耕文明相适应的传统农业已经逐渐过渡为与工业文明相适应的现代农业,在农村世代沿袭的传统农耕文化也失去了存在的土壤,但与新的农业生产方式相适应的农业文明仍未形成。

第三,当代农民已经不是传统意义上的农民,农民就业方式已经发生了巨大改变,大量青年农民更多的转移到城市非农就业,城市的现代文化氛围对他们的价值观、就业观产生了巨大冲击。

尽管他们对生其养其的家乡还有一定眷恋感,但对城市的向往更为迫切。

第二部分:利用1986—2007年全国农村固定跟踪观察点3万余户观察户的数据资料,对当前中国农村的物质文化——农民物质生活尤其是生活方式的变迁做了详细分析。

研究发现:随着市场经济的推进以及农户收入水平的提高,农村传统的自给自足式生活模式已经基本上被市场模式替代,尤其是食品这一传统的依靠自我生产的消费品也已逐步走向自给生产与市场外购相结合的模式。

伴随着食品、衣着、燃料等消费份额的下降,农户消费中的服务性消费尽管还处于一个较低水平,但也出现了明显的上升趋势,尤其是文化服务消费(如旅游、保险等服务)迅速上升。

这表明:进入

21世纪后中国农户的生活方式正在快速转变,已经由单纯地物质需求满足向精神需求满足过渡。

而计算机等潮流型电器的快速增加,表明中国农村的家庭文化生活开始转向电视为主、电脑为辅的模式。

第三部分:利用1995—2009年全国农村固定跟踪观察点300余个观察村的数据资料,对当前中国农村的精神文化——农民精神生活的变化做了详细分析。

研究发现:随着经济发展,观察村农民在文化消费方面加强了儿童教育的重视度,少年儿童的入学率有明显提高。

从文化娱乐形式来看,报纸、杂志的消费尤其是电影、戏剧方面的投入已经大大减少,电视、网络逐渐成为主力。

从婚姻观念来看,在农村虽然传统的婚姻观也在接受挑战,但与过去相比并没有太大变化。

<<中国农村文化市场发展研究>>

从宗教信仰来看，观察村民的宗教信仰在减弱。

农村社会治安状况则受到一定冲击，改革开放初期一度出现恶化。

近年来，随着国家对农村社会治安的重视，观察村的民事纠纷、违治事件、刑事案件总体呈现出下降趋势。

总之，当前中国农村广大农民的精神生活正在面临着一个微妙的转变过程：一方面是在工业文明和现代化脚步中很多新观念、新思想不断渗入农村，另一方面农民在诸如婚姻等方面仍在顽强地固守着传统观念。

中国农民的精神生活似乎就在这种变与不变之间、在与日俱进和固守传统之间，发生着或细微、或显著的变化。

第四部分：利用2005年组织的鄂晋鲁苏4省17县24村1048个样本农户调查数据，以家庭亲情观为例，分析了中国农民传统价值观在现代工业文明冲击下受到的影响。

研究发现：作为最能体现家庭利他主义的亲情关爱行为，在当前中国农村家庭中，长辈抚育关爱晚辈、晚辈赡养孝敬长辈这两类中国传统价值观念并没有发生显著变化。

调查显示，农村多子女家庭在子女关爱上存在着明显的优先序，总体而言，关爱优先序遵循的基本原则是“长子优先，男子优先”。

父母对子女的关爱表达在不同孩子身上也有所不同。

总体来看，得到苛责最多的往往是长子(女)，而么子(女)则往往是得到溺爱最多的。

调查发现，作为晚辈孝敬赡养老人的行为，尽管对每一个人来说孝敬或赡养的方式不同，程度也有差异，但子女们孝敬或赡养的心是一样的。

调查结果显示，样本家庭赡养老人的支出占家庭全年总收入的比重为8.65%，占家庭全年支出的比例为11.88%。

在老人赡养支出中，生父母的赡养支出与姻缘父母的赡养支出比大体为2:1。

总之，调查结果告诉人们，当前中国农村社会虽然也受到经济大潮的影响，但农村家庭的传统亲情关系并未发生根本改变。

值得注意的是，随着当代独生子女家庭的增加，农村的传统家庭亲情观念，包括父母的养育观、子女的养老观，在未来都将不可避免地受到冲击。

第五部分：利用2009年上海市农调队组织进行的1446个农民工样本调查数据，以农民就业观为例分析了中国农民的新型价值观。

研究发现：“

他人家金屋，不如自家草屋”的传统观念在市场经济大潮下已经悄然发生变化，当代中国农民尤其是青年农民被沿海地区的发达经济、城市的现代文明、非农就业的高收入所吸引，已经跳出“父母在，不远游”和“在家千日好，出门一日难”等旧有观念的束缚，纷纷离开家乡来到发达地区求职就业。虽然他们面临着消费水平偏高、看病难、语言不通等诸多不便，但仍义无反顾地投入到异域他乡的建设。

调查显示，农民工在外就业除了物质生活上面临的困难之外，精神文化生活的匮乏已经成为最大难题。

这些在沪农民工的业余生活非常单调，大部分的业余时间都是看电视听广播，或者是喝酒聊天、打牌上网等娱乐活动，用于读书看报、学习培训、教育子女的时间很少，更不用说融入当地、参与当地文化生活了。

第六部分：利用2012年组织的山西6村500户调查，以农民对家乡的归属感为核心，从家乡情结、村内活动参与、亲情往来等方面对农民的家乡情感进行了分析。

从归属感的核心情感——家乡情结来看，样本村民虽然对自己居住的村庄仍有着较为浓厚的感情，对“亲不亲故乡人，甜不甜家乡水”、“故土难离”、“叶落归根”等观念仍有较高的认同度，但是家乡归属感有了明显降低。

<<中国农村文化市场发展研究>>

特别是从归属感的外在表现——村内活动参与情况来看，样本农民对社区性活动、村内生产生活活动的参与积极程度很低，这也进一步证明了当前中国农民家乡归属感的下降。

从归属感的感情外延——亲情往来情况来看，作为人与人之间三大关系之一的亲情关系似乎越来越与经济因素挂起钩来，更多的增加了利益关系。

调查显示，对家乡的认同与归属感这一中国人传统的核心价值观已出现明显变化。

在由“熟人世界”向“陌生人世界”演化的今日中国，农民对家乡的那种“虽然美但并不值得留恋”感觉，对于雄心勃勃进行新农村建设的政府来说将是一道难以绕过去的坎。

第七部分：以山西省襄垣县为例，研究了农村节日文化的由来和发展。

研究表明，在长期的历史进程中，中国农村利用传统节日、时令节日、社会节日、家庭节日等节日文化，做到了亲情间的团圆与交流、友情间的聚合与交流、民众间的狂欢与交流、生死间的思念与交流、人神间的敬重与交流、物质间的流动与交换，从而既保证了农村社会稳定，也实现了农村生活的和谐，同时还延续了农村文化的传承。

当前，虽然农村社会经济发生了巨大变化，但是农民并没有将现代制度与其生活完全挂起钩，他们很大程度上还生活在传统规则下。

因此，面对农村的熟人世界，要实现农村社会的稳定，还需要在完善现代法律体系的基础上，充分尊重农村一些良好的世俗，充分重视农村社会传统文化下的规则，而不是简单地生硬地以法律制度处理农村社会经济问题。

基于上述研究，《中国农村文化市场发展研究》从九个视角提出了以下引导中国农村文化建设的对策建议：

首先，在调整“三农”发展政策时，应适当对“放活”政策予以重视，增加民众的参与意识。

其次，在调整农村发展政策时，对农村传统规则要加以高度重视，把认“证”与尊重“事实”很好地结合起来，历史的问题用历史的眼光去解决。

第三，在制定农村文化引导政策时，把着眼点放在传统文化规则的发扬上。

建议主流学术界要主动承担传统文化的挖掘与研究；主流媒体要主动承担起民间传统文化的宣传与弘扬作用；上层意识形态要有意识地对传统文化认可与引领。

第四，建议地方政府利用民众春节、元宵两节返乡团圆探亲之际，开展“家乡美”，“我为家乡添光彩”等公益性活动。

第五，建议地方政府在改善农村文化设施的同时，组织开展村史村志修撰工作，重点关注新中国成立以来村域民众物质文化生活的变迁。

把过去的英雄史向今日的民众史引导，形成村村有史，村村有志。

第六，建构城乡群体对城市文化的认同感，尤其是帮助进城的农民工树立起对自我的认同和对城市的认同，使其在城市中找到归属感，城乡才能够彼此相容。

第七，树立传统文化与城市文化和谐共生的理念，城乡文化是相互促进，共同发展。

农村文化应该从城市文化中获取现代价值观念，努力在知识水平、道德素质、公民意识、行为方式等方面都更符合现代化发展的要求。

第八，依靠文化体制改革激活农村文化市场，建立适应社会主义市场经济体制的运行机制，增强活力。

。

<<中国农村文化市场发展研究>>

第九，加强农村文化队伍建设尤其是民间艺人的培养，有效整合民间文化力量，扶持一批民间艺人、民间文艺团体、文化中心户和民间艺术之乡、特色艺术之乡。

<<中国农村文化市场发展研究>>

作者简介

史清华，男，管理学博士，1964年11月生，山西襄垣人。
现任上海交通大学安泰经济与管理学院教授，农业经济管理学科博士生导师。
国家教育部新世纪优秀人才(NCET-05-0409)。

1982，—1999年期间先后在山西农业大学、宁夏农学院和西北农业大学、中国农业大学攻读学位。
1989—2008年先后在山西农业科学院、浙江大学和上海交通大学从事农业经济研究与教学工作，并于1997年在山西和2001年在浙江破格完成了副高与正高级职称的晋升。
1993—2007年先后到日本、澳大利亚和美国进行短期访问研修。

自1982，年进入大学始，我与农业经济学就结下了缘，从暑期调查到课程实习，再到毕业实习，田野调查已成为工作的根本，特别是农民行为观察占据要位。
累计发表的150余篇论文，有60%，涉及农民行为，其中，在《经济研究》、《管理世界》、《中国农村经济》、《农业经济问题》等核心期刊上发表论文40余篇；出版有关农户问题的专著7部；论著转载引用率达75.63%。
自1989年参加工作始，累计主持国家、省部项目30余项，其中，国家自然科学基金与社会科学基金项目6项。
获得国家、省部级科技进步奖16次，省部级哲学社会优秀成果奖9次，市政府决策咨询奖3次，优秀论文奖9次。

目前的主要研究方向是农民行为与农村政策，代表性专著有《农户经济增长与发展研究》(1999)、《农户经济活动及行为研究》(2001)、《农户经济可持续发展研究》(2005)和《长三角农家行为变迁：1986-2005》(2007)。

<<中国农村文化市场发展研究>>

书籍目录

- 序
- 前言
- 摘要
- 第一章 导言
 - 一、研究背景
 - 二、研究意义
 - 三、研究内容
 - 四、研究特色
- 第二章 农村社会经济变迁(1986—2009)：文化演变之基础
 - 一、样本村基本特征
 - 二、农村：由“田园诗”向“交响乐”的过渡
 - 三、农业：由“传统”向“现代”的转变
 - 四、农民：由“农村”向“城市”的转移
 - 五、结论性评述
- 第三章 农村物质生活变迁(1986—2007)：物质文化之演变
 - 一、样本农家基本情况
 - 二、农家收入与消费水平
 - 三、农家消费结构和消费量
 - 四、农家生活方式
 - 五、结论性评述
- 第四章 农村精神生活变迁(1995—2009)：精神文化之演变
 - 一、文化消费
 - 二、婚姻观念
 - 三、精神信仰
 - 四、社会治安
 - 五、结论性评述
- 第五章 农民传统价值观：以家庭亲情关爱为例
 - 一、样本特征
 - 二、亲情关爱
 - 三、关爱的评价
 - 四、老人赡养与孝敬
 - 五、赡养与孝敬评价
 - 六、结论性评述
- 第六章 农民新型价值观：以就业观为例
 - 一、样本特征
 - 二、就业与收入
 - 三、子女教育
 - 四、家庭生活
 - 五、居住与出行
 - 六、城市融入
 - 七、政策兑现
 - 八、结论性评述
- 第七章 农民家乡归属感：以山西6村为例
 - 一、研究背景和意义
 - 二、归属感及其研究进展

<<中国农村文化市场发展研究>>

三、研究设计与思路

四、农民家乡归属感的调查与分析

五、结论性评述

第八章 农村节日文化：以山西襄垣为例

一、传统节日：强化民间人际关系

二、时令节日：指导民众生产与生活

三、社区节日：充实民众生产与生活

四、家庭节日：和谐民众生活

五、传统节日文化的再认识

第九章 加强农村文化建设的建议

一、农村政策的根本应当立足于动员全社会力量

二、农村稳定与发展政策应对传统规则加以高度重视

三、引导农村文化的政策着眼点应放在传统规则发扬上

四、新型价值观的树立重心应放在“计划性”的新生代

五、新农村建设不能忘记农村文化的建设

六、构建城乡群体对城市文化的认同感

七、树立传统文化与城市文化和谐共生的理念

八、依靠文化体制改革激活农村文化市场

九、加强农村文化队伍建设尤其是民间艺人的培养

主要参考文献

附录一 专家鉴定意见

附录二 一个农民的思考点滴

后记

<<中国农村文化市场发展研究>>

编辑推荐

《中国农村文化市场发展研究》主要内容分为7个部分，按照广义文化概念，从浅层的物质文化到中层的行为文化再到深层的价值观文化，逐层研究了当前中国农村农民文化生活的现状，并提出了农村文化市场建设和引导的对策建议。

《中国农村文化市场发展研究》适合从事相关研究工作的人员参考阅读。

<<中国农村文化市场发展研究>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>