

儿童图书选择第三人效果研究

梅 雪

吉林师范大学 吉林省四平市 136000

摘要: 面对庞大的儿童图书市场,家长在为孩子选择儿童图书时却常常犯难。家长在选择儿童图书时,他们都会受到哪些因素的影响?本研究基于第三人效果理论,主要采用问卷法和访谈法。通过发放《家长对儿童图书负面影响与选择儿童图书行为》问卷,了解家长选择儿童图书的现实情况。研究发现,家长在进行儿童图书选择时存在第三人效果,第三人效果存在的显著性与人口变量、传播媒介的可信度相关,家长的认知偏差导致家长在选择儿童图书上存在一些问题。针对存在的问题,本研究提出相应地解决对策。

关键词: 第三人效果; 儿童图书选择; 儿童图书; 家长

一、研究背景

据《2020京东童书消费报告》数据披露,由于疫情影响,数以亿计的家庭留在家里,人们利用这段时间来教育孩子,培养阅读习惯;非应试型图书如科普、绘本及漫画等“兴趣类”书籍继续受到家长,尤其是高线、高学历家长的重视。在此背景下,在对孩子的教育方面,不同学历的家长呈现出较大差异。

对尚在成长中的儿童来说,阅读是开拓眼界、培养思维方式的重要渠道。但目前,部分童书存在恐怖、暴力、血腥等问题,良莠不齐的图书内容更能使儿童产生暴力、性别歧视、品味粗俗等倾向,种种问题给家长选购儿童图书造成了一定的困惑。

家长在媒介和儿童之间,充当着保护伞和守门者的角色。父母对儿童图书的选择,会对儿童的成长产生直接影响。儿童自主选择意识相对较弱,在选择儿童图书时存在一定的困难,因此家长如何科学地选择儿童图书、引导儿童健康成长的重要性不言而喻。家长选择儿童图书主要是出于对子女的教育期望,除此以外,也会受到多种因素的影响。在不同影响因素(如经济、职业、地域等)的影响下,家长在选择童书时,是否存在第三人效果?第三人效果的产生又会受哪些因素影响?本研究试图分析导致儿童图书选择的主体——家长在选择儿童图书时存在差异性的影响因素。

1983年,美国哥伦比亚大学的W.P.戴维森在《民意季刊》上发表了一篇论文,题目是《传播中的第三人效果》。原文对这一理论的概念界定是:受众倾向于高估大

众传播的信息对自己以外的其他人的影响。即当人们接受大众传播所传递的信息时,不管这个信息在意图上有没有劝说性,人们都会倾向于认为此信息对他人的影响力大于对自己的影响力。

在儿童图书选择这一过程中,作为选择主体的家长,认为儿童图书所存在的负面信息对儿童的影响要大于对自己的影响。在这一认知层面上,可能产生的后续行为是家长在购买儿童图书会进行一定的选择。家长在进行儿童图书选择时,受第三人效果认知的影响,不同群体的家长在选择儿童图书时,存在一定的偏差。

本文旨在探讨家长选择儿童读物是否存在第三人效果认知。如果存在第三人效果认知,第三人效果认知与哪些因素相关,因此提出以下问题与假设:

问题1: 家长的儿童图书选择行为是否存在第三人效果?

问题2: 第三人效果与人口变量是否存在显著关系?

假设:

假设1: 受访者(家长)倾向于认为儿童图书的负面信息对于自己的影响小但对子女影响大。

假设2: 性别与第三人效果认知存在正相关关系

假设3: 年龄与第三人效果认知之间存在正相关关系

假设4: 地域与第三人效果认知之间存在正相关关系

假设5: 家庭收入与第三人效果认知之间存在负相关关系

假设6: 教育程度与第三人效果认知之间存在正相关关系

假设7: 传播媒介的可信度与第三人效果认知之间存在正相关关系

作者简介: 梅雪(1994—),女,汉族,安徽省合肥市人,吉林师范大学,出版专业,研究方向:出版。

二、研究现状

我国现代童书的真正起源在“五四”时期。在“五四”时期的新文化运动影响下，童书被视为时代新生力量塑造的希望，得到重视，以求塑造“新国民”。但儿童心理与生理上不成熟，独立选择性相对较弱，在多数时候，家长充当了选择、决定购买图书决策者这样一个角色，所以研究者把研究目光放在了家长这一群体上。

陆莹（2011）在《成都市3-6岁幼儿家长选择儿童读物现状及对策研究》中，展现3-6岁幼儿家长选择儿童读物的总体状况，并籍此探讨幼儿家长的儿童观和教育观。杨秀玲（2012）在《幼儿家长选择儿童读物的建议》一文中提出，选择儿童图书需要结合孩子的年龄、性格、心理等特点，关注童书质量，挑选出适合儿童阅读的优质图书。赵淑华（2015）在《关于幼儿读物接受的调查研究》中明确指出，在幼儿是否需要读书问题上，当今家长整体认为有必要。李江红和周鸿（2019）在《3-6岁儿童读物的选择与指导策略》中指出为3-6岁儿童选择图书要充分考虑到儿童的年龄，基于幼儿的兴趣来选择图书。在选择图书时，要注重质量，可以适当的询问教师与图书销售人员，寻求专业人员的意见。

在第三人研究方面，由于网络普及，使第三人效果的研究打开了新视野。在互联网时代，跨文化现象越来越多，第三人效果研究情境发生变化。跨文化研究包含跨国家、跨地域、跨学科等方面。国内的研究对象主要包括：不同主题的实证研究（非典，农民工形象，网络暴力，代购等）；影响“第三人效果”强度的因素。进入移动互联网时代，研究主题有了进一步拓展；互联网色情内容，负面信息，网络游戏，社交媒体等主题都被纳入研究范围。综上，在新媒体环境下，第三人效果的研究方向主要有两个方面，一是以调节变量在网络环境中所产生的影响作用的变化为主要研究目标，方向二是以个人网络行为作为研究对象（如人肉搜索），验证网络行为与第三人效果之间的关系。国外相关研究的研究对象包括：社会生产生活不同主题，如网络负面信息，选举信息，负面信息等。在互联网时代下，研究对象主要集中在网络传播这一领域，如网络欺凌、网络虚假新闻、网络色情传播等，对于其他领域主题的研究，则相对较少。

三、研究结果

本文采用文献研究法、问卷调查法、访谈法、比较法等方法。其中，调查区域主要是合肥地区。在合肥地

区之内再化分为三个层次，合肥市区、合肥市下辖的县和县下辖的镇来进行调查。

调查对象为合肥市区、合肥市下辖的县和县下辖的镇的家长。其中儿童的年龄限定在0-14岁。发放问卷400份，有效问卷351份。

1. 第三人效果假设的验证

为了验证家长选择儿童图书负面信息的第三人效果认知是否存在，本研究将“家长认为儿童图书的负面信息对自己的影响”和“家长认为儿童图书负面信息对子女的影响”进行配对样本T检定。

家长对儿童图书负面信息的认知与影响的检验显示，检验的双尾显著性概率为0.00，小于0.01，即家长认为儿童图书的负面信息的影响对于子女的影响与对自己的影响，存在显著差异。

表1 第三人效果的配对样本T检验结果

	均值	N	标准差	均值的 标准误差
对1 您认为儿童图书对您自己的负面影响	3.21	351	1.234	0.066
您认为儿童图书对您子女的负面影响	2.62	351	1.226	0.065

	均值	标准差	t	df	Sig. (双侧)
您认为儿童图书对您自己的负面影响-您认为儿童图书对您子女的负面影响	0.590	1.557	7.094	350	0.000

根据以上数据分析，家长会倾向于认为儿童图书负面信息对自己的影响小，对其子女的影响大。这就意味着，第三人效果认知假设被证实了。假设1成立。具体认知题项如表2。

表2 第三人效果描述性统计

	样本量	平均值 (儿童)	平均值 (家长)	差值
三观树立不正确	351	2.72	1.43	1.29
行为暴力	351	2.62	1.27	1.35
性别歧视	351	2.67	1.22	1.45
不良情绪	351	2.84	1.06	1.78
模仿书中不良行为	351	2.79	1.15	1.64
增加性别刻板印象	351	2.95	1.58	1.37

2. 第三人认知影响因素相关分析

相关性分析是衡量两个变量因素的相关密切程度。在相关性分析中能够得到person这个皮尔逊相关系数r。在相关分析中，r相关系数的取值范围为-1-1，其得到

的数据的绝对值越大,说明变量之间的相关性研究越大。当r为正数时,说明两个变量朝同一方向变化,两者为正相关;当r值为负数时,说明两个变量朝相反方向变化,两者为负相关;当r绝对值为0.1-0.3,两者呈低等相关关系;当r绝对值为0.3-0.5,两者呈中等相关关系;r绝对值为0.5-1.0,两者之间呈显著相关关系。

在此次研究中,我们将人口变量分为性别、年龄、地域、家庭收入、教育程度五类,分别进行相关分析。分析结果如表3。

表3 人口变量与第三人效果分析

		第三人效果
您的性别	Pearson 相关性	0.134**
	显著性(双侧)	0.005
	N	351
您的年龄	Pearson 相关性	0.389*
	显著性(双侧)	0.000
	N	351
您所居住的城市	Pearson 相关性	0.251**
	显著性(双侧)	0.004
	N	351
您的家庭年收入是 (按照中国贫富标准 线划分)	Pearson 相关性	-0.157**
	显著性(双侧)	0.005
	N	351
您受教育程度	Pearson 相关性	0.448**
	显著性(双侧)	0.000
	N	351

从表3中看出,性别、年龄、地域、家庭收入、家长教育程度与第三人效果认知之间存在正相关关系。

3. 传播媒介的可信度与第三人效果认知

在此次研究中,将媒介根据可信度进行排列:老师通知>图书网站排行榜>微信公众号推送>微博推送>抖音关注>家长或朋友聊天得知>实体店店员宣传。根据检验结果得知,传播媒介的可信度与第三人效果检验的显著性概率为0.00,小于0.05,说明两者之间存在正相关关系。r相关系数为0.357,说明两者存在中度正相关关系,即当传播媒介越权威,其产生的第三人效果认知越强。见表5-9。

综上所述,当传播媒介的可信度越强,第三人效果认知越明显。因此,本研究假设3成立。

表4 传播媒介的可信度与第三人效果的相关分析

		第三人效果
您一般认可下列哪个渠道给您推送的信息,购买的可能性比较大	Pearson 相关性	0.357**
	显著性(双侧)	0.000
	N	351

四、分析与讨论

1. 当前家长选择儿童图书时存在的问题

家长阅读理念不正确。通过访谈部分家长,可以看出部分家长的阅读理念不正确,主要体现在以下两个方面。一是部分家长没有阅读参与的观念,认为儿童阅读是儿童自己的事情,儿童愿意看就看,不愿意看就不看,不需要家长去过多地干涉。另一个不正确的理念是,部分家长的阅读理念偏重于说教,单纯的希望通过图书能培养出一个“听话”的孩子,希望图书为孩子千奇百怪的问题提供一个标准的“答案”,且阅读儿童读物就是为了在学校的考试成绩所服务。

家长与儿童阅读期望不同。通过问卷调查数据发现,家长选择儿童图书的种类与儿童实际的期望存在一定差距。根据调查数据分析得知,家长选择图书种类中,排前三的是故事书、少儿英语、科普/百科,分别占比51%、46%、44%。其次是辅导书、工具书和图画书。在儿童期望购买图书种类排行表中,儿童期望购买图书种类排行前三为科普/百科、绘画/图画书、中国儿童文学,占比分别为46%、42%、35%,其次为益智游戏、外国儿童文学、幼儿启蒙。从排行榜对比来看,排行前三的图书种类中,只有科普/百科这类图书同时受到家长和孩子的喜欢,这与科普/百科这一类图书知识性与趣味性兼具的特点分不开。

过度依赖老师和网络平台推荐。由于儿童心智不成熟,无法科学的自主选择图书,这就要求作为儿童监护人的家长担负起选择儿童读物的责任。但是由于家长的时间、学历、年龄等原因,部分家长在选择或购买的儿童图书时无法做足前期功课,这就造成大部分家长选择相信老师推荐和网络平台。在调查中发现,许多家长在选择儿童图书的过程中,会对老师与互联网网络平台的推荐过分依赖,过度相信。部分家长表示,学校老师通知购买的图书肯定会买,一是因为老师通知购买的图书大多是与学习相关的图书,这有帮助与孩子提高学习成绩,二是因为老师是教育工作者,能够科学地了解儿童需求,能更好地帮助孩子成长。这些想法,让家长对于老师通知需要购买的图书,造成了依赖与过分相信。

2. 家长选择儿童读物的相关建议

树立正确的阅读理念。在注重亲子互动阅读的同时,家长要意识到选择童书的过程,同样也是家长不断学习的过程。家长在挑选图书的过程中,应该抛弃希望孩子成长为一个“听话”的孩子的观点。童书的目的是开发儿童的纯真、童趣、天性,扩宽视野,而不是为了培养

“标准化”的儿童。只有认识到这一点，才能树立正确的阅读理念，正确的引导儿童。

树立合理的阅读期望。家长在儿童的阅读导引过程中，以短期性的功利性阅读为主导，过于强调从阅读中获得某种现实可用的技能或知识。这种唯实用化的阅读行为，并不能提升孩子的人文素养，真正的引导儿童的阅读兴趣，形成阅读习惯。只有适度的进行阅读积累和阅读广度，提高儿童的理解能力、思维的活跃度、创作的热情度，才能为后期儿童的发展打下良好的基础。家长需要改变功利性阅读的主导思想，将长期性的综合素养阅读与短期的功利性阅读相结合，适度的引导儿童科学的阅读，提升儿童的思维品质，提高儿童的精神素养。

参考文献：

- [1] 龚新琼. 第三人效果研究的新进展[J]. 当代传播, 2009(1): 25-26.
- [2] 禹卫华. “第三人效果”理论的研究框架[J]. 新闻爱好者, 2009(20): 21.
- [3] Ahn, Regina. Nelson, Michelle. How caregivers perceive and mediate children's books featuring media characters in the United States[J], Journal of Children and Media. 2019(2).
- [4] 王青. 家长选择儿童读物的问题与对策研究[D]. 重庆: 西南大学, 2011.
- [5] 陆莹. 成都市3-6岁幼儿家长选择儿童读物现状及对策研究[D]. 成都: 四川师范大学, 2011.
- [6] 杨秀玲. 幼儿家长选择儿童读物的建议[J]. 文学教育(下), 2012(10): 128-129.
- [7] 赵淑华. 关于幼儿读物接受的调查研究[J]. 当代文坛, 2015(6): 96-100.
- [8] 李江红, 周泓. 3-6岁儿童读物的选择与指导策略[J]. 甘肃教育, 2019(12): 128.