

论发展新农村信息传播事业的四大原则

——基于嘉善专业农户媒介接触行为调查

袁靖华

摘要:立足嘉善农村专业农户的媒介接触行为调查,从实践与理论层面深入思考三农传播的研究深化问题,探索社会主义新农村信息化建设的得失,提出适合中国农村三农事业发展的信息传播路径与四大传播原则,分别是:农村传播的政府主导原则、接近性布局原则、网络多元多样原则、适度平衡原则。

关键词:农村传播;信息;渠道;传播原则

作者简介:袁靖华,女,副教授,文学博士。(浙江传媒学院 影视艺术学院,浙江 杭州,310018)

中图分类号: G219.27 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-6552(2011)04-0029-06

一、文献回顾与研究缘起

农村信息传播研究,主要理论来源归属肇始西方的现代化理论及其影响下的发展传播学。发展传播学兴起于上世纪五六十年代,以D·勒纳(Dannel Lerner)的《传统社会的消失:中东的现代化》,W·施拉姆(Werber Schramm)的《大众传播媒介与社会发展》,E·罗杰斯(Everett M. Rogers)的《创新与发明的推广》、《大众传播与社会发展》等著作为确立标志,主要研究如何利用传播技术促进社会、农村等落后地区发展。80年代后,发展传播学将研究落实到典型个案调查上,并更多关注发展中国家。2003年日内瓦“信息社会世界高峰会议”《原则性宣言》草案中提出:“我们将坚定不移地赋予穷人,特别是那些生活在边远、农村和边缘化城市地区的穷人,获得信息和使用信息通讯技术的能力,籍此使其摆脱贫困。”体现了这一理论主张的全球申明。

20世纪80年代我国开始农村信息传播研究^[1]。90年代这类研究受到关注,代表成果是裘正义博士论文《大众传播与中国乡村发展》^[2]。新世纪我国农村传播研究步伐加快,越来越多学者深入农村实地调研考察,采用采访、调查、统计分析等实证研究工具,试图形成调查研究中国农村传播全貌的合力。如方晓红持续8年调查苏南农村,出版《大众传媒与农村》、《农村传播学研究方法初探》,其他学者调查涉及湖北云梦、湖北黄冈、河南漯河许营村、河南镇平杨营、浙江丽水^[3],及西北农村^[4](61-65)],吉林农村^[5],河北农村^[6],江西农村^[7]、陕南农村^[8]等;实证研究成果还包括王玲宁、张国良的《我国农村受众媒介接触行为调查分析》;丁未、张国良的《网络传播中的知沟现象》;童兵的《城镇化:涉农传媒必须面对的潮流》;郑智斌、樊国宝的《论农村受众的媒介素养教育——基于安西镇调查的视角》,等。

农村农民在受众群中占巨大比重,传媒业界和新闻传播学界“参与这部分研究的学者并不多”,“对农村传播问题研究很不充分”^[9]。中国农村研究正成为众人追逐的“显学”,但还远未有深厚学理支撑,存在相当的局限:一是只见“社会”,不见“国家”;二是只见“树叶”,不见“树林”;三是只见“描述”,不见“解释”;四是只见“传统”,不见“走向”^[10](55-60)]。这种批评对起步较晚,研究成果、参与学者不多的农村传播研究,当引以为鉴。对农村的实地调查是研究的前提和基础;同时,研究不能完全局限

于调查分析,应从学理高度,对农村信息传播提出前瞻性理论思考。研究目的不是为了印证传播理论,而是为农村发展,须结合国情和三农实际开展符合中国农村发展道路在农村传播研究。

二、调查与分析

基于现有研究不足,笔者于2009年7月开展农村调查。选取经济、社会、文化发展在全国前列的浙江省嘉善县——地处浙江东北部杭嘉湖平原,位于江浙沪交界处,历来是传统农业县,辖区耕地面积458072亩,总人口38万,在籍农业人口24万,实际务农人口18.69万,人均耕地面积1.5亩。改革开放后调整农业结构,效益农业发展位居浙江省前列,2006年来连续进入全国综合实力百强县前30位,农民人均年收入达1.1万元。作为一个农业升级转型成功的个案,现有调研文献中未有类似研究。

研究目的:一是了解嘉善专业农户在效益农业生产致富过程中的信息传播情况,考察信息传播与该地效益农业发展的关系;二是考察农村信息传播推动三农发展的有效路径及现存问题。调研对象选择:主要调查嘉善县从事效益农业生产的农民——从事农业生产的专业农户,以效益农业、特色农产品生产为主营业务,通过在外打工等非农作业为主要收入来源的不在调查范畴内;以家庭户为单位,对家庭中最主要的当家劳动者进行入户调查。

结合使用问卷调查和访谈。深度访谈17人;问卷采取随机抽样方式,在该县6个特色农业镇:大云、姚庄、干窑、天凝、惠明、魏塘,入户发放220份,回收有效问卷192份。所调查农民平均年龄40.96岁,最大58岁,最小21岁。教育识字水平平均为初、高中阶段,最高大专,最低识字水平,无文盲。通过效益农业获家庭年收入平均5.7万,最高40万,最低1万余;人均年收入1.4万元以上;家庭人口平均4.0人,最多7人,最少2人。数据统计分析如下^①。

(一) 农民网络接触情况

嘉善专业农户约49%的人会自己上网;随年龄增长会自己上网人数比例从80%下降到不足20%。富裕农民中真正熟练掌握网络信息搜索能力的还是少数。但富裕的种植大户往往既是致富带头人,也是信息富裕户,熟练掌握网络技术,给村民起到重要信息中介,属“意见领袖”。考虑到大量农民尚不富裕,网络在农村应用相当有限^②。

在帮助和引导农民上网方面,政府主导作用越显著,成效越明显。农民主要上与自己的农业生产、农村生活密切相关的政府专业网站,这些网对农民致富带动作用显著。近一半农民经常使用由浙江省政府省农业厅推动建立的专为浙江农民服务的三农信息资讯网“浙江农民信箱”。其次是当地建立的各类农产品销售网站和专门的农技网站、地方政府网站。上网农民还常浏览主要新闻门户网站:新浪、雅虎、腾讯等。

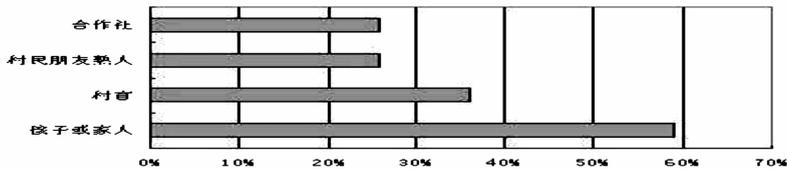


图1 农民各类间接上网途径的依赖程度比照

借助各类人际传播渠道了解网上信息,是80%以上农民普遍的间接上网形式,但易受时空局限和人际网络大小的影响。从接近性角度看,孩子和家人最方便及时,在有条件情况下,多数农民首选。如果政府

① 此次调查的大众媒体没有涉及广播,因为我们了解到当地除了个别村镇,多数已很少使用广播,有一些地方农民已拆掉了广播。

② 凌燕随其导师在中部、东部(仅浙江丽水)农村的调研,在619份有效问卷中,选择网络的人数是54人,仅占受众总人数的8.7%。见凌燕:当代中国中、东部农民与媒介接触使用情况实证研究,华中科技大学,硕士学位论文,2006年5月8日,第13、18页。

在基层网络技能培训中重点选择青年人，间接上网的带动作用会较显著；其次是村官，政府提供干部村官帮助上网，当地各村配备“八员合一”^①大学生村官，弥补农村网络信息服务的不足。农民还会借助合作社组织、熟人朋友等间接上网。

（二）农民手机短信接触情况

现有研究中对手机媒介在农村的信息传播缺少调研。2005年中部和东部农村调查显示，农民接触最少的媒介是手机，仅5.8%的人使用^{[4]（13-18）}。2007年以来，我国新增移动用户中超过60%为农村用户^[11]，手机在农村逐渐普及，政府借助这一平台开展三农信息服务。“浙江农民信箱”“每日一助”活动^②、手机报等向农民用户每日群发手机短信，在当地已初显成效。83%的农民接到来自农民信箱和手机报的短信。手机报、短信已成嘉善专业农户生产致富和了解各类农业信息的主要途径。

手机短信作为短平快的农村信息传播渠道，具有传播优势：第一，随时随地、时空自由，适合农民田间生产劳作特点，对农民受众的时空渗透力超过电视、广播、网络等，不必像后者须在特定时空限定下才能接触。第二，相对于网络等新媒体，手机短信在农村拥有率和接触率较高、资费低廉，群发短信是免费服务，对农民知识文化要求不高，较易普及。第三，内容短而精，适合农民对信息阅读的实用性、简洁性需要。相对电视的不及时、欠实用，相对广播在时长上占据过多，相对报纸、网络的信息庞杂、需时间搜索、文化技术要求高等，手机媒体有优势。类似“每日一助”的还有江苏“农村新时空”、陕西“农信通”、广东“信息化田园”等短信服务平台，帮助三农信息进村入户。

不足：信息量不大，内容丰富性、复杂性有限；目前还是自上而下单向传播，不能实现双向互动，影响了农民对信息内容、传播方式的主动性，传播效果更多依赖短信内容编辑者。因此，基层政府信息管理员应提高短信内容的及时性、实用性、针对性和可选择性，使信息内容更多元化且短小精悍。

（三）农民电视接触情况

电视仍是农民主要信息渠道。高达87%的农民选择空闲时间看电视，尤其对较少或不会上网的农民、中老年农民，电视具极大吸引力，但对青年农民，吸引力大大下降。在农村，电视同样面临受众老龄化问题。但农民能看到的三农电视节目很少。频道主要是CCTV7，节目仅有：《致富经》、《聚焦三农》和浙江台的《翠花牵线》、嘉善台的《跟我跑农村》等。农民认为当下的三农节目好看，但真正能对他们有实际指导价值的不多。

农业生产和农村生活的地域差异，农作物物性和市场差别等，限制了中央媒体、全国性媒体服务的针对性。因此，电视虽是主流媒体，但在三农传播中不占据主要指导地位。电视要成为农村的主导媒体，更需要地方电视台着力制作本土节目，特别突出地域性信息服务。如浙江台新农村公共频道的《翠花牵线》节目，帮助农民推销农产品，受到当地农民认可。

（四）农民书报刊接触情况

40%的农民阅读提供农业生产技术服务的专业书刊，而非新闻纸媒。没有一位农民专门提到自己常看或喜欢看的新闻报刊^③。书报刊在农村不占据主要地位，与农村书报刊订阅不便、网点少有关，也因新闻纸媒主要集中在城市，农村市场对它缺乏吸引力。

①“八员合一”是大学生村官工作职责的简称，主要是作为基层信息员，实现上情下达、下情上传，提供给村民各类信息服务，尤其是网络信息和远程教育服务，具体工作为：远程教育操作管理员、农民信箱信息员、文化信息员、计生网操作员、政务网信息员、村报编辑员、村级党校教员、村务网站管理员。

②浙江省农业厅文件（浙农产发〔2009〕9号）：《关于开展农民信箱“每日一助”农产品供求信息服务活动的通知》。

③有学者的调查结果与我们类似：“从不订阅报纸的占总数的77%，其中有相当一部分农民甚至从没有接触过报纸。”“‘从来不看’报纸的比例在所有项目中最高，达60.1%，这表明报纸的农村市场正在逐步‘荒漠化’”。见：闵阳·陕南农村传播媒介生态分析与对策[J]·陕西理工学院学报（社会科学版），2007，（2）：63-67页。

报纸在农村缺席或“荒漠化”，极大限制了复杂信息对农民思想的影响力。报纸缺席农村，国家借助主流新闻报刊开展舆论导向、社会整合、普及现代公民教育等建设社会主义新农村必需的文化宣传，要延伸或渗透到农村难免会受掣肘。有意思的现象是，在询问农民农村信息传播还有什么需要改进时，不止一位农民郑重提出：希望加强农村社会的舆论宣传和思想教育。这是对农村思想舆情工作的提醒。

（五）农民媒介依赖程度

1. 农民认可的效用最便捷渠道。网络和农民信箱（包括手机的“每日一助”农民信箱短信）最受认可，其次为电视、村官干部、专业技术书报刊等；而土专家、带头人、朋友、合作社组织、技术培训等人际传播、组织传播形式，因效用欠显著，时空局限，相对不便捷。

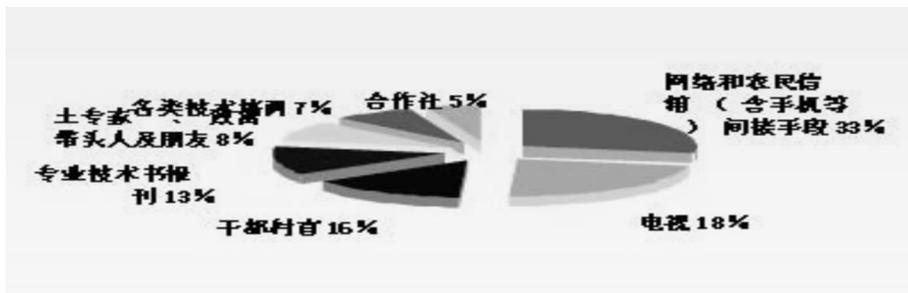


图2 农民认可的效用最好最便捷的渠道分布情况

2. 农民最多涉及的信息求助渠道。28%的人首先找农民信箱；懂技术人士和互联网其次；其三干部；合作社及电视相对落后；书报刊排在最末。可见农民寻找信息求助渠道需具备两个条件：比农民知道的更多，占据信息内容和质量优势；能及时答复农民，解决信息困难。

3. 农民获得三农信息的最主要渠道。29%的人选择手机短信（来自农民信箱和地方政府的手机报）。其次是互联网和懂技术的人。这与农民的信息求助渠道一致。说明了农民对某信息渠道的更多接触，提高了在其心目中的媒介信用地位。

上述三项比较说明：专业的农民服务网站如“浙江农民信箱”，因其信息服务的针对性、全面性、及时性，传播渠道的多元化（间接上网、政府层层推动和维护、手机短信平台等），在农民中公信力高，最受农民依赖。因此，政府如何推动专业网站建设，并结合多种信息传播渠道，更好地为农民提供及时到位的信息服务，是农村传播渠道建设中值得关注的重要课题。如果农民信箱的间接上网途径匮乏、没有依赖短信平台随时随地进村入户，那这一专业网站的使用率和影响力不可能这么大。

（六）农民关注的信息内容

农民对生产技术的关注居首位。接着是农村政策，这显然直接关系生产实践和三农发展。这2类信息与农民生活最密切相关，对农村政策的关注甚至超过了直接关系收入的农产品市场价格、销售情况等。这说明，农村改革处于探索中，而农民有很长一段时期处于落后贫穷境地，农民对国家政府真正惠及三农的政策满怀期待；这样的政策还需进一步科学发展、落实到位，真正惠及农民；同时，也可看出农民内心对政策的稳定性和可持续性隐隐感到缺乏保障与安全感。

近28%的人会经常与周围村民讨论各类三农信息，其中讨论最多的就是政策、技术和农村问题。这部分人群通过效益农业生产获得的家庭年收入平均为7.5万，比我们所有样本平均值高出31.5%；平均年龄38.3岁，比样本平均值年轻2.66岁；平均教育程度为高中，也要高于样本平均值。他们中多数人选择网络和农民信箱（包括手机的“每日一助”农民信箱短信）作为最便捷媒介。由此，我们推测：农业产出、教育水平、网络接触能力、青壮年人等，与农民对三农信息传播的活跃度、作为信息载体的主动性及主体性带有正相关关系。乡村政治研究指出：“乡村社会经济能人影响村政比较广泛，他们在村民中的威望较

高，能就村政发表自己的意见……大部分人法律意识较强，政治参与能力强，与农村社会民主化进程相一致”^[12]。这些威望较高者，往往成为意见领袖，在其周围激发起人际传播网络，其信息传播的活跃性扩大了信息传播的范围^[13]。这说明，相对致富的农民对自己生活社区的关注程度和作为信息载体的主动性、主体性正在逐步确立。

三、研究结论与建议

（一）农村传播的政府主导原则

在农村建构通畅的信息传播渠道，使各类有价值的信息进村入户，让农村传播推动三农发展，是实现农业现代化、农村信息化的需要。政府作为国家力量起到最关键的主导作用。在嘉善农村，政府建立的网站、手机短信平台、手机报等，在专业农户中具广泛影响力，信息渗透力超过电视、报刊等传统媒体，这与基层政府的努力推进分不开。农村信息传播渠道的建设，需要在国家力量、地方政府主导下，结合当地社会环境、自然环境、社会组织等，针对农民生产致富需要，通过各类媒介技术、信息渠道和传播内容形成。地方政府的作为，对该地区农村传播的效用起到关键的推动或抑制作用，直接影响农村信息传播和三农事业的发展。

其次，农村信息传播事业与国家三农事业发展紧密相连，相互推动，能形成良性互动关系。前提是：不同地区农村信息传播模式是适应该地区三农事业发展模式的结果。发展农村信息传播必须要结合不同地区农民不同的农业发展模式、不同的种植或养殖产品等实际情况，因地制宜。嘉善农村走的是依托江浙沪市场的效益农业商品经营模式，因而农民信箱等及时的市场资讯渠道就成为农民最依赖的信息获知路径。

（二）农村传播的接近性布局原则

1. 传播内容与农民需求的接近性。以经济信息为主要内容的“浙江农民信箱”深受农民欢迎；农业收入高出样本均值的农民信息传播活跃度、信息需求度较高。所以，农业经济效益对农民的信息需求起显著推动作用。发展农村传播，要以农民实际需要为导向，以经济信息为先导。与农民信息需求内容的接近性是传播内容是否受欢迎的重要衡量指标；针对性较强的农民信箱其传播效用就远胜实用性不足的电视、报纸等。

2. 媒介形式与农民媒介接触能力的接近性。不善上网的农民更多倚重手机媒介、电视、书报等相对单向的垂直媒体，并通过人际交流来间接获知网上信息；掌握了新媒介技术的农民更多倚重网络。媒介技术在农村传播中发挥作用，“不能简单地以传播媒介的拥有率与使用率来判断”，“更应该考虑使用多种传播渠道”^[14]，尤其要注重发挥多种人际传播媒介的作用，使各类三农信息真正进村入户、广泛传播。

3. 传播节点距离的接近性。面对面近距离人际传播和没有时空限制的群发手机短信广为农民使用。政府在农村布局的信息传播节点应缩小与农户家的距离。如农村远程教育点，是当前农村主要的思想文化教育渠道，也是国家意志宣传和舆情监控的重要窗口，距离远近对农民参与远教信息服务的活跃度影响很大。当农户家与远教点距离在0.5—1公里内时，有1/3左右农民较频繁参与远教课程，一旦距离超过1公里，农民参与活跃程度大大下降。

（三）农村传播网络的多元多样原则

任何媒介传播效能的发挥依赖于农村具体社会环境与传播生态下农民实际的信息使用需要。文化教育水平与农业生产收入效益，是影响农民参与三农信息传播活跃度的主要因素。因年龄、教育、收入、经营结构、媒介接触行为等的不同，农民形成不同信息需求分层和媒介接触能力分层，需建立基于分层传播之上的多元组合传播网络。

“差异多样原则”是“丰富资源生态位、满足不同信息需求的正确对策”^{[15]（12）}。对农民的信息服务，应针对农民不同的信息需求采取不同传播手段。技术信息，农民更多倚重人际传播和组织传播的面对面培训，手把手指导。网络、手机、电视等则是信息传播的重要辅助手段。政策信息，电视、村官等起到重要

传播作用。要尽量采用多渠道的信息传播网络,人际传播、群体传播、组织传播和大众传播组合成多元信息传播系统。

针对因农民分层化形成的“知识沟”,还应采取农村信息传播的分层带动策略,培养和发挥信息富裕户的意见领袖作用,“观点经常从广播和印刷媒体流向意见领袖,然后再从他们流向不太活跃的人群”^[16],信息富裕户是主流媒介向农村延伸和渗透的重要依靠力量。在大众媒介传播尚不充分的农村,新政策新技术推广的关键是依赖“意见领袖”的人际多级传播。

(四) 农村传播的适度平衡原则

嘉善农民对信息的需求不仅有致富信息,还包括其他文化信息。但现有主流信息渠道都集中于提供经济信息,忽视传播能帮助农民精神富裕的人文思想信息。人文精神关怀、生命尊严关怀、人生价值理想、法制法理传播等,在现有信息传播主渠道中普遍缺失。尤其书报刊传播在农村相对薄弱,制约国家借助主流新闻报刊开展的舆论导向、社会整合、普及现代公民教育等社会主义民主建设在农村的传播渗透,影响新农村文化与新农民现代人格建设。

近年来,新闻媒体报道农村恶性社会事件频发,已对农村精神文明建设滞后发出警告。应在加强渠道建设的同时,高度关注农村人文价值理想教育缺失问题,矫正农村信息传播的不均衡现象:偏重经济致富信息、匮乏精神文化信息的传播内容不均,城市近郊和边缘山区信息传播地域分布不均,致富农户与失业失地农民、打工抛地农民等信息传播的阶层分布不均等。坚持农村传播的适度平衡原则,“要在人与人之间的信息传播和消费差距上保持适度平衡和谐”^{[15][13]},尤应注意避免农村人文价值理想的缺失,实现精神文化信息传播在不同阶层、不同地域农民中得到充分传播,让农民实现生产致富的同时,实现文化富足。

参考文献:

- [1] 祝建华. 上海郊区农村传播网络的调查分析[J]. 复旦学报:社会科学版,1984(6):70-76.
- [2] 孔正茂. 大众传播与农村社会发展研究综述[J]. 青年记者,2008(6):30-31.
- [3] 凌燕. 当代中国中、东部农民与媒介接触使用情况实证研究[D]. 武汉:华中科技大学,2006.
- [4] 王锡苓,李惠民,段京肃等. 互联网在西北农村的应用研究:以“黄羊川”模式为个案[J]. 新闻大学,2006(1).
- [5] 刘玉花,张丽,王德海等. 农村市场信息失衡分析与对策分析——吉林省Z社区养殖市场信息传播状况调查及启示[J]. 农村经济,2008(5):104-108.
- [6] 雷娜,赵邦宏等. 农民信息需求与农业信息供需失衡的实证研究——基于河北省农民信息需求的调查[J]. 农业经济,2007(3):37-39.
- [7] 刘仁圣,赖浩锋等. 农村传媒生态失衡与对策[J]. 中国传媒报告,2005(2):71-80.
- [8] 闵阳等. 陕南农村大众传播状况调查[J]. 陕西理工学院学报:社科版,2006(1):40-43.
- [9] 陈力丹,陈俊妮. 论传媒在“新农村”建设中的作用[J]. 当代传播,2006(3):4-7.
- [10] 徐勇. 当前中国农村研究方法问题的反思[J]. 河北学刊,2006(2):55-60.
- [11] 郭永田. 农村信息化推动了“三农”事业的全面发展[N]. 农民日报,2009-07-20(3).
- [12] 姚万禄. 现当代中国农民分化型态分析[J]. 甘肃理论学刊,2003(4):43-45.
- [13] 邵培仁. 传播学[M]. 北京:高等教育出版社,2000:228-229.
- [14] 刘玉花,王德海. 国外农村发展传播的历史、现状与启示[J]. 世界农业,2008(1):10-13.
- [15] 邵培仁. 媒介生态学[M]. 北京:中国传媒大学出版社,2008.
- [16] 韦尔伯·施拉姆. 大众传播媒介与社会发展[M]. 北京:华夏出版社,1990:14.