

教育部人文社会科学研究一般项目资助

中国农业大学“985 工程”中国农村政策研究哲学社会科学创新基地资助

■ 谭英 著

“自下而上”信息传播 范式研究

新农村



Research on the Bottom-up Information
Communication Paradigm
in New Countryside

 中国农业大学出版社
China Agricultural University Press

教育部人文社会科学研究一般项目资助

中国农业大学“985 工程”中国农村政策研究哲学社会科学创新
基地资助

新农村 “自下而上”信息传播范式研究

○谭英 著 | Research on the Bottom-up Information
Communication Paradigm in New Countryside

中国农业大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

新农村“自下而上”信息传播范式研究/谭英著. —北京: 中国农业大学出版社, 2010. 4

ISBN 978-7-81117-989-7

I. ①新… II. ①谭… III. ①农村-经济信息-传播-研究-中国
IV. ①F322

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 053544 号

书 名 新农村“自下而上”信息传播范式研究

作 者 谭英 著

策划编辑 张秀环

责任编辑 李丽君

封面设计 郑 川

责任校对 陈 莹 王晓凤

出版发行 中国农业大学出版社

社 址 北京市海淀区圆明园西路 2 号

邮政编码 100193

电 话 发行部 010-62731190, 2620

读者服务部 010-62732336

编辑部 010-62732617, 2618

出 版 部 010-62733440

网 址 <http://www.cau.edu.cn/caup>

e-mail cbsszs@cau.edu.cn

经 销 新华书店

印 刷 涿州市星河印刷有限公司

版 次 2010 年 4 月第 1 版 2010 年 4 月第 1 次印刷

规 格 850×1 168 32 开本 13.125 印张 318 千字

定 价 28.00 元

图书如有质量问题本社发行部负责调换

本书撰写人员

谭英 凌莲莲 王悠悠 张铮 杨小兰

前 言

自 2004 年以来,中共中央国务院围绕“三农”问题发布了 7 个中央 1 号文件,这其中的关键词有:农民增收,提高农业综合生产能力,推进社会主义新农村建设,积极发展现代农业,扎实推进社会主义新农村建设,切实加强农业基础建设、进一步促进农业发展农民增收,促进农业稳定发展农民持续增收,加大统筹城乡发展力度,进一步夯实农业农村发展基础,从中可以看出中共中央国务院解决“三农”问题的决心。特别是 2008 年中央“1 号文件”和党的十七大报告,均将农村信息化与工业化、城镇化、市场化、国际化并提,并专门成段进行了论述,要求“按照求实效、重服务、广覆盖、多模式的要求,整合资源,共建平台,健全农村信息服务体系”(2008 年 1 号文件),更清晰地表明走现代化和信息化道路已成为我国的主要发展方向之一。为此,2006 年始,本研究在教育部人文社会科学研究项目的支持下,本着积极推进新农村建设,调动农民媒介参与的积极性,为农民提供及时有效的信息服务的宗旨,经过 3 年时间,采用实地调研和个案研究的方法,深入探索了新农村“自下而上”乡村信息传播构建范式,试图将媒介话语权赋予农民,加强和完善对农信息服务体系,为统筹城乡和谐发展献出微薄之力。

本研究自 2006 年始至 2009 年底,在多年研究中国乡村传播的基础上,从我国中、东、西部选择了 4 个示范村,通过长期观察调研,探讨和分析了我国不同地区乡村传播的特点以及不同特色的“自下而上”乡村信息传播范式,并对各个范式中的各要素特征、要素之间相互联系进行描述、归纳和总结,梳理出我国“自下而上”的乡村信息传播体系的理论框架,并针对不同信息传播范式中存在

的问题和制约因素进行了分析。其研究成果如能为政府构建我国不同地区适合中国国情的“自下而上”的乡村信息传播范式,进而发挥信息在农民增收、生活宽裕及乡风文明等方面的作用,或者能对致力于农村发展、乡村传播的研究者和实践者提供第一手资料和学术参考,将是我们莫大的欣慰。

本书所呈现的研究成果,主要分为8个部分。第一章为研究介绍,包括选题的缘由、研究目的、意义、研究内容、研究方法、试点村概况,以及国内外相关文献评述等。第二章为新农村“自下而上”信息传播范式提出的依据,包括乡村社会与乡村传播的渊源,乡村社会传播的特点与新变化,农民是信息传播的主体,东、西、中部农民信息行为的特征和当前中国乡村信息传播的形式等。第三章为新农村“自下而上”信息传播范式理论框架,包括乡村传播学的概念及其相关理论研究、“自下而上”的信息传播范式的内涵、自下而上”信息传播范式理论框架。第四章主要对中西部构建以村委会为主体的信息传播范式进行了探索性研究,以期成为农村基层政权建设和乡村治理的重要“助手”。第五章主要对西部构建以企业为龙头的多元化科技信息传播范式进行了论证,以盼成为农民增收的重要“帮手”。第六章主要对东部农民专业合作社信息传播范式进行了深入研究,以望成为城乡信息交流农民致富的重要“操手”。第七章主要对东部农村经纪人信息传播范式进行系统整理和分析,以希成为协调农村经济发展的“抓手”。第八章为关于新农村“自下而上”信息传播范式研究的讨论,针对不同专题研究,诸如不同信息传播范式中存在的问题,提出一些探讨和建议。

本书首次提出构建我国“自下而上”的乡村信息传播范式的理论,并选择我国东、西、中部的4个示范村为研究试点,通过个案说明“自下而上”的乡村信息传播范式的重要性、信息传播的效果和可行性,以期更好地带动农村经济发展,推动我国城乡统筹协调发展,促进中国乡村小康社会的发展。本研究肯定存在很多不足之

处,还望有识之士、专家学者和广大农民朋友批评指正。

新农村“自下而上”信息传播体系构建的范式研究属教育部人文社会科学一般项目,由谭英副教授主持,参加人员包括人民日报社主任记者、科技日报高级记者、中国农业大学媒体传播的老师、博士硕士研究生和部分本科生,他们是蒋建科、范建、旷宗仁、彭媛、赵士文、李庆凤、凌莲莲、王悠悠、张铮、杨小兰、张明明、张贵梅、董宁玮、马军、果蕾、张晓添、王晏等。整个研究过程异常辛苦,特别是凌莲莲、王悠悠、张铮、杨小兰等经常蹲守农村,克服了种种生活上的困难,获取了宝贵的第一手资料。课题组其他成员一次次深入讨论、认真核对问卷、默默地整理和处理数据、撰写报告、打印校稿、修改书稿,正是由于他们的辛勤和付出,才使得我们的研究成果如期完成。再次对课题组的所有成员的工作表示衷心的感谢!

本研究得到了教育部人文社会科学项目及中国农业大学“985工程”中国农村政策研究哲学社会科学创新基地的大力支持,在此表示深深的谢意!也真诚感谢中国农业大学出版社的相关领导和责任编辑的辛劳!还要特别感谢在调查过程中大力支持和配合我们的市、县、乡、村的各级干部,以及为我们提供食宿的所有农户!谢谢你们!

在虎年来临之际,衷心地祝愿国家昌盛!百姓富足!人人百福并臻!千祥云集!六时大吉!

谭 英

2010年2月于北京

目 录

导言	1
第一章 研究介绍	31
研究缘起	33
研究设计	36
文献综述	56
第二章 新农村“自下而上”信息传播范式提出的依据	73
乡村社会与乡村传播的渊源	75
乡村社会传播的特点与新变化	83
农民是乡村信息传播的主体	92
农民信息行为的特征	102
乡村信息传播的形式	121
第三章 新农村“自下而上”信息传播范式理论框架	131
相关理论基础	133
新农村“自下而上”信息传播范式的内涵	146
新农村“自下而上”信息传播范式框架	151
第四章 新农村“自下而上”信息传播范式研究案例分析一	159
以村委会为主体的信息传播范式构建研究	
——以山西龙泉村为试点	159
第五章 新农村“自下而上”信息传播范式研究案例分析二	215
涉农企业与农户间多结点信息传播范式研究	
——以伊利集团为个案	215

第六章 新农村“自下而上”信息传播范式研究案例分析三	249
农民专业合作社信息传播范式研究	
——以浙江忘不了柑橘专业合作社为例	249
第七章 新农村“自下而上”信息传播范式研究案例分析四	311
农村经纪人信息传播范式研究	
——以北京市密云县套里村为例	311
第八章 关于新农村“自下而上”信息传播范式研究的讨论	351
附录	373
附录 1 “自下而上”农村信息范式构建调查问卷	373
附录 2 农民信息需求打分排序表	375
附录 3 赴山西省朔州市应县龙泉村实地调研访谈提纲	376
附录 4 中国农业大学“龙头企业+农户”信息传播状况调查问卷	380
附录 5 农民专业合作社信息服务功能的调查问卷	383
附录 6 对浙江忘不了柑橘专业合作社理事长的访谈提纲	386
附录 7 对临海市涌泉镇政府分管领导的调研提纲	390
附录 8 浙江忘不了柑橘专业合作社岗位工作责任制度	391
附录 9 浙江忘不了柑橘专业合作社全面质量管理手册	394
附录 10 农村经纪人信息传播范式调查问卷	397
参考文献	401

导 言

20世纪80年代末,关于对农信息服务的问题,逐渐引起人们广泛关注,然而2002年以后,国内一些专家和学者对于乡村传播领域的研究诸如对农民受众、媒介接触等方面的研究才日渐增多,至今较为系统地对农村“自下而上”的信息传播体系或范式的理论与实践研究并不多,甚至是空白。2006年中央“1号文件”《中共中央国务院关于推进社会主义新农村建设的若干意见》明确指出“十一五”时期(2006—2010年)是社会主义新农村建设的关键时期。2008年的中央“1号文件”特别提出积极推进农村信息化的问题。为了深入全面地探讨新农村“自下而上”的信息传播范式的理论构架及推进农村信息化和现代化,中国农业大学人文与发展学院媒体传播系于2006年起至2009年底,在教育部人文社会科学研究项目的支持下,开展了新农村“自下而上”信息传播体系构建的范式研究。本书引言部分即是对本研究主要内容和成果的摘要。

一、关于新农村“自下而上”信息传播范式的界定

“自下而上”的信息传播是相对于“自上而下”的信息传播而言的概念。在传播学中,“自上而下”的传播主要运用在大众传播和组织传播中,它是一种信息传播方式,即传受信息的行为或信息传播过程。所谓“过程”即事物运动的状态和秩序。传播过程中至少存在4个环节:传者、信息、媒介、受者。无论是人际传播、组织传

播、大众传播,还是自我传播,其传播过程都少不了这4个环节,而且传者与受者虽然在秩序上有先有后,但在人性上是完全平等的,谁作传者时谁就占主动。

本研究的“自下而上”的信息传播范式,主张传者受者间的平等与互动,农民不再是被动接受信息的社会脆弱群体,而是作为信息的传播者存在于整个社会传播体系中。作为信源的农民或以农民为主体的组织,可根据自己的需要、利益、权利采集、加工和处理各种信息后,通过某种媒介或渠道(电子媒介、纸介、人身等介质)向村外部个体、相关涉农信息服务组织或上一级管理部门发布和传送产前、产中、产后等乡土文化知识信息的过程。同时,农民或代表农民利益的信息组织还兼任着村、企业、合作社等内部信息传播的任务,即以农民为信息传播主体的个人或信息组织从市场、媒介以及政府等方面获取对本地农民有帮助的信息,通过大喇叭、网站、宣传栏、宣传册等内部传播系统传递给农民。该范式主要强调的是“自下而上”的以农民为主体的信息发布体系功能,其信息接受者不仅仅是与之对应的政府机构和大众传播渠道,可能更多的是村外各种企事业组织(团体、群体)机构,以及关注乡村发展的依赖乡土资源生存的广大城市居民个体和群体。

由此得出,新农村“自下而上”的信息传播范式的含义是指以农民为信息传播主体的个体或群体信息组织(传者),通过相应的渠道诸如人际传播、组织传播和大众传播等渠道(媒介),将乡土知识、农产品和乡土文化等信息(内容)向村外个体、相关信息服务组织或上一级相关机构(受体)发布信息的一种相对固定的样式。该信息传播过程(结构)包括传者、受者、内容、媒介、符号运用环境、反馈等要素,以农民为中心,在特定的自然、经济、文化、社会背景影响下,以独特的乡村信息传播特点存在于社会系统之中。(见第三章)

二、新农村“自下而上”信息传播传播范式基本理论框架

在借鉴国内外相关理论和实践的基础上,在汇总 2002—2005 年各种相关调查结果的基础上,在长期的实地调研的基础上,以人文主义方法论为指导,以调查研究和实地研究有机结合的研究方式,通过分析各种乡村信息传播主体面向村外的信息传播过程中存在的问题和制约此流向信息传播过程因素,梳理我国“自下而上”的乡村信息传播体系的要素及其良性运行基本框架。提出构建符合中国新农村发展的具有普遍意义的,以农民为主体的新农村“自下而上”信息传播体系范式。其具体内容如下。

(一)信源——信息传播的主体是农民

任何信息传播的过程都包含最基本的 7 个要素,即信源(传播者或传受者)、信息内容、信道(媒介或渠道)、噪声(内外干扰因素)、信宿(接收者或受传者)、环境(语境)、反馈与效果。以往的研究多以精英主义的视角对信息传播过程进行描述,信息的传播者一般是精英层面的受过专业培训的人员。而本研究则以民粹主义的视角(平民化的视角)研究传播过程中的各个要素,信息的传播者是社会脆弱群体的农民。

调查得知,我国东部经济发达地区、中部地区和西部欠发达地区农村信息传播主体主要有以下几类:农民专业合作社、龙头企业阶层、村委会、农村经纪人等,他们以适合当地农民接受的方式诸如电话、计算机网络、人自身等介质将信息的内容传播给上一级信息组织,并进行获取、收集、采集和分发信息等。对这一传播流向的重视和研究,客观上标志着把农民信息主体放在首位,以进一步促进农村社会的发展。

(二)信息——内容

传播学者香农博士认为,信息是指能够消除认识上的“不确定性”的东西。他把信息看作人们获得新知识,改变原来的认识状态,从而减少或消除原来的不定性。它可以是一个事实,可以是一个数字,可以是一个个知识点,也可以是没有结论的资料。

本研究中的信息内容主要指农民用有声语言表达自己思想和需求的口头语言。调查显示,当今中国乡村传播的信息种类主要为:政务类、法制类、咨询类、服务类、教育类、经济类、科技知识类、实用技术类、文化娱乐类、农村新鲜事、农村人呼声等。

调查中了解到,农民经常发布的信息内容主要有:农产品供求信息、民俗旅游信息、实用技术需求信息、产品价格信息、家政服务信息、民俗文化信息等。

(三)信道——信息发布渠道

调查显示,“自下而上”的乡村信息传播体系的信息发布渠道主要有:人、电话、村喇叭、黑板报、宣传册、集市、计算机网络等媒介。人既是多渠道的传播者,也是多渠道的接收者。人们接收到的信息有:声音信息、视觉信息、味觉信息和触觉信息。有效的传播者在沟通的过程中不仅善于转换渠道,而且善于使用多种渠道。

不同地区不同农村的个体或组织可根据当地特点自由选择与应用信息发布渠道。诸如相关企业或公司、农民专业合作社、村委会、专业协会、农村经纪等中介组织。不同信道的使用效果,哪一种渠道更有利于乡村社区的发展,这些渠道如何与大众传播媒介对接等,为本研究的主要内容之一。

(四)噪声——信息接收与发布的内外干扰

在传播的环境中,我们或多或少地都会受到一些干扰。本研

究中的噪声是指任何扰乱或歪曲我们发出和接收信息的能力的事物,既包括外界干扰因素,也包括个人因素。不同地区不同的政治、经济、文化教育背景,均可能影响信息传受者的信息编码和译码,进而影响信息的传播与沟通。

在乡村“自下而上”信息传播的过程中,除了要研究传受者的信息行为偏好、信息内容偏好、使用媒介的偏好以外,还需研究不同地区的内部与外部环境对信息的传播与接收的影响因素,以及农民自身认知能力、信息需求意识、媒介素养和道德修养等,最终排除内外的干扰,提高利用信息的能力,更好地发挥新农村建设与主体发展的作用。

(五)环境——语境

所谓语境就是语言的环境,或者使用语言的环境。语境常常是影响传播与沟通的因素。

同样的语言表达,完全可能因传受者双方说话目的或主客观情境的差异导致理解上的歧义。对乡村语言环境的研究,有助于不同地区在构建相应的传播范式时,信息传者与受者更好地沟通与对接。

(六)信宿——信息接收者

在以往的“自上而下”的对农村信息传播中,农民总是不折不扣的信息终端——信宿。而在“自下而上”的信息传播体系中,谁来接收农民发布的信息,谁是第一信宿,谁是第二信宿、第三信宿,各个信息结点或信息媒介组织之间相互关系如何对接,以及他们各自与农村信息传播主体的关系如何沟通等,均属于本研究的内容。

(七)反馈与效果——城乡信息和谐互动

当人们在进行传播的时候,总会在某种程度上因为这个互动

的过程而改变。换句话说,传播是具有某种影响的,而且这种影响可以被看作各种影响的交换。这意味着传播总是对你以及与你互动的人或人群产生一定影响。

例如,研究以农村为主体的信息传播活动对农村城镇化的影响,以农村为主体的信息传播对我国传统乡土文化的传承和经济发展的影响,以乡村居民为主体的信息传播活动对村民自身教育和发展的影响;“自上而下”的乡村信息传播体系的构建对社会规则与权力的影响;对农民意识形态有何直接和间接的影响等。厘清这些问题对构建“自下而上”的信息传播范式有重要的作用。

另外,“自下而上”的信息传播体系还涉及不同范式的信息管理问题,即运行机制,乡村信息传播主体在采集、加工、传播信息过程中,如何保证信息的质量和良性流动,如何搭建城乡信息互动的管理平台等。

三、以村委会为主体的信息传播范式构建研究 ——以山西龙泉村为试点

山西省朔州市应县金城镇龙泉村是全国有名的中国胡萝卜第一村,曾被评为“全国文明村”及“山西文明村”,也是“中国移动农村信息化示范村”,是我国新农村信息化建设的先进村。从2002年开始,龙泉村大力发展信息化建设,目前已经形成了较为完善的信息流通渠道和信息服务方式。

龙泉村位于山西省朔州市应县县城东南10千米处,是金城镇的第一大村,村民3000多人,714户,目前有耕地7000余亩,其中水浇地6000多亩。该村以种植各式蔬菜为主,全村有大型蔬菜冷藏库6座,脱水蔬菜加工厂5座,蔬菜经纪人20多位。

龙泉村800多个农户均接入了有线IP电话、宽带网络和有线电视,全村20多户村民有了计算机,手机已基本普及入户,近半数

的家庭拥有独立的大喇叭，龙泉村人利用大喇叭发布购销信息独具特色。

(一)以村委会为主体的信息传播范式的含义

所谓“‘自下而上’的以村委会为主体的信息传播范式”(简称村级信息传播范式)是指在政府的扶持下,由村两委组织建立的以农民为主体的信息传播体系。即被村民选举的村级信息员将从农民那里收集来的信息进行筛选、加工、处理后向不同相关信息传播机构或相关信息服务组织发布,以便“自上而下”的农村信息传播体系可以根据农民的需要不断调整信息内容的议程设置。同时,村级信息员从市场、媒介以及政府等方面获取对本地农民有帮助的信息,通过大喇叭、网站、宣传栏、宣传册等内部传播系统传递给农民。(见第四章图 4-4)

在这一体系中,无论是大众传播媒介机构、农技推广部门,还是农民都是传播的主动参与者,所有参与者提供的信息都会得到足够的重视,而且,农民是乡村传播的中心,外部参与者是协调者,提供农民所需要的服务,村级信息员等意见领袖是乡村传播活动的促进者。所有乡村传播的参与者共同合作为解决农民的问题而努力。结合费古逊(Chris Ferguson)的“问题解决模式”理论,在这一体系中,信息服务者还要针对农民的需求对信息和信息产品进行加工生产,形成有针对性的信息服务产品,运用适当的策略和渠道把特定的服务和信息服务产品提供给用户,帮助用户解决问题。

在传播中强调农民的乡土知识与经验。这一范式通过大众传播、组织传播及人际传播相辅相成的渠道高效地运作着。

在农村这个熟人社会里,分散的农民在村委会的组织下,将自己的需求信息通过村级信息员发布给各级信息传播机构。换句话说,由村级信息员将收集到的农民的反馈信息整理、分类,利用电

话、传真、投递信件或者在互联网上发布邮件等形式,将其传递到相关的信息组织,如大众媒介机构或相关的农业信息服务协会那里。另外,村级信息员还要负责将从各级信息传播机构中获取的有用信息通过村喇叭向村民传递。这比起当前普遍使用的信息传播模式,明显具备了反馈的优势。当然,有条件的村民还可以通过电话、网络等渠道直接向相关信息机构进行信息反馈和发布。

(二)案例研究结论

本研究采用定性的研究方法,对山西省龙泉村进行实地研究,注重考察村两委、村民、政府和媒体等在良性乡村信息传播体系中发挥的作用。通过实地调研和访谈发现:

(1)作为农民代表的村两委在龙泉村的信息传播中起到了关键作用。

代表农民利益的村两委已成为龙泉村信息传播的主体,在村信息传播中可起到推进农业政策的落实,推广新品种、新技术,预测市场,打造村庄品牌,建设乡村市场,培训农民网络技术等多种信息服务作用。村级信息员可进行市场类、技术类、政策类、新品种类等信息的上传与下达,可推动村庄内部、村庄与外部信息的顺畅流通,使农民的话语权得到有效表达。

(2)构建“自下而上”的村级信息传播范式将对当地村民的生产和生活产生重要作用。

龙泉村的实践表明,通过村两委所传播的信息促进了当地村民的增收,拓宽了村民的知识面。在生产方面,信息间接地改变了农民的种植结构,使农民以玉米等农作物为传统的种植结构转向以胡萝卜等蔬菜为主的新型种植结构,并取得了较大的经济效益。在生活方面,部分村民更倾向于上网学习和游戏来消磨时间,减少了赌博、打架等不良行为。在观念上,农民进一步认识了信息的重要性,注重用信息致富,开始了解信息、主动发布信息,行使自