



农业传播学系列丛书

主 编：赵晓春

副主编：董成双 徐鹏民

# 农业网络传播

NONGYEWANGLUOCHUANBO

徐鹏民 王 海 吕光杰 许金普 时鸿涛 李常先 著

中国传媒大学出版社

农业传播学系列丛书

主 编：赵晓春

副主编：董成双

徐鹏民

# 农业网络传播

徐鹏民 王 海 吕光杰 著  
许金普 时鸿涛 李常先

江苏工业学院图书馆  
藏书章

中国传媒大学出版社

**图书在版编目 (CIP) 数据**

农业网络传播/徐鹏民等著. —北京: 中国传媒大学出版社, 2006. 9

(农业传播学系列丛书)

ISBN 7-81085-831-9

I. 农… II. 徐… III. 农业—计算机网络—传播学 IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 111536 号

---

**农业网络传播**

---

作 者: 徐鹏民 王 海 吕光杰 许金普 时鸿涛 李常先

责任编辑: 杜丽华 李 颖

责任印制: 曹 辉

封面设计: 张德辰

---

出版发行: 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址: 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话: 65450532 或 65450528 传真: 010-65779405

网 址: <http://www.cucp.com.cn>

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 刷: 北京市梦宇印务有限公司

---

开 本: 730×988 毫米 1/16

印 张: 23

版 次: 2006 年 10 月第 1 版 2006 年 10 月第 1 次印刷

---

ISBN 7-81085-831-9/K·831

定价: 46.00 元

---

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换



教学楼

## 莱阳农学院传播学院简介

莱阳农学院是省属普通高等院校，学校创建于1951年。2002年学校迁到青岛，校区总占地3523亩，校舍建筑总面积82万平方米。经过五十多年的艰苦创业，学校已经发展成为以生物科学和农业科学为优势和特色，农、工、理、经、管、文等学科协调发展的多科性大学。现设有21个二级学院，51个本科专业，31个硕士点和2个专业硕士学位点。在校本科学生和研究生达到22600人。

传播学院是莱阳农学院的二级学院，目前设置了传播学专业（影视与网络传播方向），动画专业（电脑动画），广播电视编导专业，广告学专业（广告设计）等4个本科专业，在校学生达到了780人。学生培养目标是既掌握现代传播理论，又能进行多种媒体创作与传播活动，适于在科学技术推广部门、新闻媒体机构、出版机构、各级政府及企事业单位的策划宣传部门、教育部门从事科技传播、影视编导制作、多媒体制作、网站建设与管理以及广告策划制作等工作的专门传媒人才。

传播学院，目前教职工有62人。其中，教授4人，副教授6人，大部分教师是来自于全国著名院校的硕士和博士，经过多年的建设和发展，学校建起了12个现代化影视、动画、广告教学实验室和影视、动画、广告创作室，用于学院教学的设备值达到了1280多万元。传播学院在教学和科研方面都获得了许多成果，其中国家级教学成果二等奖2项，省教学成果一等奖4项，国家广电总局、国家新闻出版署、国家农业部设置的全国优秀科教影视作品一等奖3项，二等奖5项，三等奖8项，并在相应专业的核心期刊上发表了一系列学术论文。

## 农业传播学系列丛书

农业传播学  
农业新闻传播  
农业广告传播  
农业科技传播  
农业影视创作与传播  
农业网络传播  
农业教育传播



电视节目制作现场



计算机房

## 目 录

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 绪论 .....                     | 1  |
| 第一章 农业网络传播研究方法论 .....        | 3  |
| 第一节 农业网络传播的研究现状 .....        | 3  |
| 第二节 农业网络传播的研究内容 .....        | 6  |
| 第三节 传统传播学研究方法与农业网络传播研究 ..... | 8  |
| 第四节 农业网络传播研究的新方法——网上调查 ..... | 14 |
| 第二章 农业网络传播发展历程 .....         | 17 |
| 第一节 农业信息传播方式的发展变化 .....      | 17 |
| 第二节 因特网的产生与发展 .....          | 23 |
| 第三节 网站的产生与发展 .....           | 28 |
| 第四节 网络传播的兴起 .....            | 31 |
| 第五节 农业信息化 .....              | 35 |
| 第三章 农业网络传播的分类与特点 .....       | 40 |
| 第一节 农业网络传播的内容及特点 .....       | 40 |
| 第二节 农业网络传播方式 .....           | 44 |
| 第四章 农业网络传播的传者与受众分析 .....     | 62 |
| 第一节 传者构成及特点 .....            | 62 |
| 第二节 农村受众的构成及特点 .....         | 69 |
| 第三节 中外对比 .....               | 74 |
| 第五章 农业网络传播案例分析 .....         | 80 |
| 第一节 全国农村党员干部现代远程教育 .....     | 80 |
| 第二节 农业科技服务“110” .....        | 87 |
| 第三节 青岛市农业科技传播服务平台 .....      | 92 |

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| <b>第六章 农业网站建设</b>            | 97  |
| 第一节 农业网站的构成与类型               | 97  |
| 第二节 农业网站设计与建设项目管理            | 107 |
| 第三节 农业网站平台建设                 | 125 |
| 第四节 农业网站内容设计与创意设计            | 130 |
| 第五节 农业网站的发布与推广               | 195 |
| 第六节 农业网站管理与维护                | 202 |
| 第七节 农业搜索引擎与信息查询              | 211 |
| <b>第七章 农业网站的运营管理</b>         | 215 |
| 第一节 国内各类农业网站的现状及运营方式         | 215 |
| 第二节 国外农业网站情况                 | 232 |
| 第三节 成功的商业网站案例分析              | 243 |
| 第四节 商业性农业网站的经营管理             | 258 |
| 第五节 商业性农业网站的投入产出分析           | 282 |
| 第六节 商业性农业网站的运营评估             | 287 |
| 第七节 我国农业网站的未来发展              | 302 |
| <b>第八章 农业网络传播效果分析</b>        | 308 |
| 第一节 网络传播效果概述                 | 308 |
| 第二节 农业网络传播的效果                | 316 |
| 第三节 提高农业网络传播效果的途径            | 323 |
| <b>第九章 农业网络传播中存在的问题与发展前景</b> | 328 |
| 第一节 国内农业网络传播现状               | 328 |
| 第二节 国外农业网络传播现状               | 340 |
| 第三节 农业网络传播的未来发展趋势            | 344 |
| 第四节 农业网络传播问题的对策与探讨           | 348 |
| <b>参考文献</b>                  | 358 |

## 绪 论

随着我国各行各业改革的深入,所谓“三农”问题,即农业、农村和农民问题日益凸现,成为制约中国现代化转型的根本性问题。作为一个传统的农业型大国,“三农”问题解决得好坏,将决定国家未来的走向。

近年来,由于国家对“三农”问题的重视,对“三农”问题的研究也成为学术界的热点,专家学者们从政治、经济、社会等各领域对“三农”问题的成因、解决途径等内容,做了大量的分析研究,提出很多建设性的意见和建议,这将对我国“三农”问题的解决,发挥重要作用。

作为我国特定历史条件下的产物,“三农”问题有着复杂的成因。从传播学的角度,农村受众文化素质的低下,传播隔阂与信息不对称,无疑是“三农”问题的重要成因之一。中国农村的广阔,农民居住的分散与封闭,使得报刊杂志等传媒方式对农村的影响轻微而缓慢。随着广播、电视等现代化的传播手段的普及,传播隔阂和传播障碍逐渐减少,农民对外界信息的获取速度和范围大大提高,但农民在传播过程中,作为被动受众的地位,却没有根本改观,信息的不对称问题依然严重。可以预见,不解决这些问题,“三农”问题不可能得到圆满解决,但在传统传播方式下,从根本上解决这些问题是很困难的。

互联网(INTERNET)的产生,网站的出现,为我国农业信息传播提供一个新的有力手段——网络传播。

互联网诞生于上世纪60年代,到80年代,已经成为覆盖全世界的一个庞大的计算机网络,特别是90年代初,网站的出现,使互联网迅速成为一个巨大的信息存储、传播平台,为世界各地、各行业提供便捷的信息服务。现在,基于互联网的网络传播,作为继报刊、广播、电视之后新的大众信息传播手段,被称为第四媒体,在信息传播领域中的作用越来越大。

与其它媒体形式相比,网络传播有着独特的优势,它综合了传统大众传播和人际传播的优点:

广泛、快速、连续、公开;

内容和受众不限;

传播者与接收者可以实时平等互动。

同时,网络传播还拥有一些新的特点:

传播要素多元化,可以同时使用文字、音频、视频多媒体传播;  
反馈迅速且非实时要求;  
信息之间以超文本的方式互相链接;  
等等。

其中,互联网的最大特点在于其互动性,即传者与受众的互动,从而可以随时改变二者的地位,这对解决传者与受众的信息不对称有重要意义。

正是这些优点,使网络传播迅猛发展。目前,互联网上有几千万个各类网站,其中农业相关网站有几十万个,据统计,截止2006年4月,我国有涉农网站6300多个,<sup>①</sup>在农业信息传播过程中,发挥着越来越大的作用。

但网络传播的这些优点,也同时引来很多新的问题,如信息淹没,内容错误,网络犯罪,网上骗局,色情泛滥,电脑病毒,垃圾信息,社会舆论分散等等。这些问题都属于信息传播过程中的噪声,尤其对于自身文化素质低下的农村受众,更容易产生意想不到的问题。

网络传播作为新生事物,尽管已经取得了很大成功,但人们对其传播过程、传播机理、存在的问题以及未来发展趋势等问题的研究,还比较少,尤其是我国农业领域,网络传播还刚刚起步,限于我国的国情,如何更好地发挥网络传播在农业信息传播中的作用,还有大量问题亟待研究。

本书即是在这一研究领域的初步尝试。

本书的分工及统计如下:徐鹏民,绪论,第六章第一、二、三、五、六、七节;吕光杰,第一章,第六章第四节,第五章;许金普,第二章,第四章;时鸿涛,第三章,第八章;王海,第七章;李常先,第九章。

全书按照申农的信息论模型,结合我们的工作实践,对农业网络传播过程进行了较为全面的分析,同时,采用传统传播学的一些研究方法,对农业网络传播过程中的传者和受众、传播渠道、传播效果等做了研究,其中,对农业网站建设的阐述,是我们多年来工作实践中积累的经验,在此作为农业网络传播的技术支持体系来研究,以期对解决我国的“三农”问题,对中国农业网络传播的发展有所推动。

---

<sup>①</sup> 参见新华网4月17日新闻。

# 第一章 农业网络传播研究方法论

## 第一节 农业网络传播的研究现状

### 一、什么是农业网络传播

什么是网络传播,这是关系到农业网络传播的任务和研究对象的首要问题。在回答什么是农业网络传播之前,首先需要研讨什么是网络传播和农业传播。

中国现代媒体委员会常务副主任诗兰认为,网络传播有三个基本的特点:全球性、交互性、超文本链接方式。因此,她给网络传播下的定义是:以全球海量信息为背景、以海量参与者为对象,参与者同时又是信息接收与发布者,并随时可以对信息作出反馈,它的文本形成与阅读是在各种文本之间随意链接、并以文化程度不同而形成各种意义的超文本中完成的(《国际新闻界》2000年第6期第49页)。

还有人认为,“网络传播”是近年来广泛出现于传播学中的一个新名词。它是相对三大传播媒体即报纸、广播、电视而言的。网络传播是指以多媒体、网络化、数字化技术为核心的国际互联网络,也被称作网络传播,是现代信息革命的产物。<sup>①</sup>

中国传媒大学出版社2005年版的《农业传播学》一书中阐述的农业传播是这样的:农业传播是从信息内容的角度对传播作出的划分,农业传播是社会领域内的涉农信息的传播。

在我国,农业网络传播方面的研究较少。我们认为,所谓农业网络传播就是指通过计算机网络的农业信息传播活动。在农业网络传播中的信息,以数字形式存贮在光、磁等存贮介质上,通过计算机互联网络高速传播,并通过计算机或类似设备阅读使用。农业网络传播以计算机通信网络为基础,进行信息传递、交流和利用,从而达到农业信息传播的目的。

农业网络传播的信息量巨大,读者人数巨大,农业信息可以通过互联网高速传播。农业网络传播的信息主要包括农业新闻、农业科学技术、农业科普知识、农村文化、医疗卫生、教育培训和农业市场信息等。

---

<sup>①</sup> 《国际新闻界》,2000年第6期第49页。

## 二、农业网络传播的研究对象

我们刚才界定了农业网络传播的定义，它明白无误地确立了农业网络传播的研究对象——人类农业网络传播活动。

农业网络传播学是传播学的一个分支，是传播学的子学科。传播学亦称“传学”，是研究人类一切信息传播行为和传播过程发生、发展规律及其同人和人类社会关系的一门新兴学科。传播学研究传播的概念和本质，信息与对象交互作用的规律，信息的产生与获得、加工与传递、效能与反应，各种符号系统的形成及其在传播中的作用，各种传播媒介本身的地位和作用，传播与社会各领域、各系统的关系等。传播学将传播分为四个层次：（1）人的内向传播。如自言自语，触景生情，自我进行信息交流。（2）人际传播。即个人与个人之间符号交流的行为。（3）组织传播。即团体成员之间或团体之间的符号交流行为。（4）大众传播。即以印刷或电子为媒介，有目的地面向许多人的符号交流行为。20世纪30年代发源于美国，第二次世界大战后传到西欧和日本，并逐渐为世界上许多国家所重视。联合国教科文组织专门设立了国际传播问题研究委员会，定期交流各国学者对传播学的研究成果。

农业网络传播是一种基于网络的农业信息双向交流。农业网络传播是以人类的农业网络传播活动为研究对象的。

农业网络传播的出现，极大地改变了农业信息传播的方式，影响着人类涉农知识的组织、传递和获取，对人类的文化和政府的政策带来深刻的影响。传播作为联系信息生产、积累和获取的中心环节，起着承上启下的作用。农业网络传播作为信息交流、传播的一种重要渠道，使农业信息得以广泛散发、吸收和利用。农业网络传播在人类的信息流通过程中将占有重要的地位，信息技术与手段的变革将对人类信息流通活动的方式产生深刻的影响。

## 三、农业网络传播的学科属性

我们认为，农业网络传播学属于社会科学。理由主要有以下两条：

第一，通过农业网络传播学的研究对象我们可以认定网络传播学属于社会科学。因为，网络传播学的研究对象是人类网络传播活动，而人类网络传播活动无疑是一种社会现象。虽然网络传播学的研究中要涉及到大量的技术问题，但是，这改变不了网络传播学的社会科学性质。

第二，农业网络传播学是传播学的一个分支，是传播学的子学科。而传播学属于社会科学。我们由此也可以断定网络传播学属于社会科学。

## 四、农业网络传播的相关学科

农业网络传播学的相关学科主要有：传播学、政治学、社会学、心理学、新闻学、经济学、计算机科学、农业科学等。

农业网络传播学是传播学的一个分支，是传播学的子学科。农业网络传播的研

究对象是人类农业网络传播活动,而人类农业网络传播活动是一种社会现象,在研究中要运用到社会学的原理和方法。农业网络传播活动是人的活动,研究中要运用心理学的方法与理论研究网络传播者和受众的心理活动。农业网络传播是计算机网络技术高度发展的产物,在研究中必然涉及到大量的网络技术问题。

## 五、农业网络传播的研究现状与前景

20世纪90年代中期,互联网的规模快速扩张,成为全球最大的、最流行的计算机信息网络。它打破了传统的地缘政治、地缘经济、地缘文化的概念,形成了虚拟的以信息为主的跨国界、跨文化、跨语言的全新空间。在这一背景下,国内外学术界立刻形成了对互联网的评介、研究的热潮,新闻传播学者亦对互联网在信息传播领域产生的变革性影响给予了充分关注。

按照美国传播学者的定义,一种媒体使用的人数达到全国人口的1/5,才能被称为大众传媒。在美国,达到5000万人使用的界限标准的大众传媒,广播用了38年,电视用了13年,有线电视用了10年,而互联网只用了5年。到1998年底,美国的网络用户已达6200万。因此,互联网作为继报刊、广播、电视之后的第四大传播媒体的概念被提出。从1995年起,国内的报刊社、广播电台、电视台纷纷在网上建立网站。在这一背景下,新闻传播学者开始将互联网研究的重点放在了网络作用方面。

1997年10月16—17日,中国报刊月报社、中国社会科学院新闻与传播研究所、央视调查咨询公司在北京联合主办了“全国电子报刊经营现状与发展趋势研讨会”。三十余家中国新闻机构出席了这次会议。这是中国网络新闻媒体进行的第一次网络信息传播领域的理论研讨会议。由于当时中国新闻媒体上网者很少,只有《人民日报》网络版、《华声报》电子版等少数中国新闻机构在会上作了介绍性发言,会议邀请了《华尔街日报》网络版主管给中国新闻界介绍他们的经验和体会。

1999年7月1—2日,中国记协在杭州主持召开了“'99全国网络新闻媒体理论研讨会”。五十余家中国新闻机构网络版的负责人出席了这次会议。30多家新闻机构向大会提交了论文。10多家新闻机构的代表在会议上发言,与会代表从近年来各自的网络新闻传播实践出发,广泛交流了对网络信息传播各个领域的看法。

### (一) 国外网络传播的研究

国外不少代表性的相关著作在国内外形成很大影响,而且这些著作大多被翻译成中文,其中包括尼葛洛庞蒂的《数字化生存》(胡泳等译,海南出版社1996年12月出版)、比尔·盖茨的《未来之路》(辜正坤主译,北京大学出版社1996年1月出版)、《未来时速:数字神经系统与商务新思维》(蒋显憬、姜明译,北京大学出版社1999年4月出版)、埃瑟·戴森的《2.0版数字化时代的生活设计》(胡泳、范海燕译,海南出版社1998年8月出版)、尼尔·巴雷特的《数字化犯罪》(郝海洋译,辽宁教育出版社1998年出版)、唐·泰普斯科特的《数字化成长——网络时代的崛起》(陈晓开、袁世佩译,东北财经大学出版社1999年3月出版)、查克·马丁的《数字化经济》(中国建材工业出版社1999年6月出版)等。

这些译著虽然并不能被看做是网络传播学的著作,只能说是相关著作,但是它们打开了国内各界人士的眼界,促使中国人关注正在来临的信息时代、网络时代、数字时代。其中《数字化生存》一书1998年被《新周刊》第53期评为《20年来最有影响的20本书》之一。

#### (二) 国内网络传播著作

国内学者近年来撰写了多种评介信息高速公路和互联网的专著。如胡泳、范海燕合著的《网络为王》(海南出版社1997年1月出版),是国内第一部全面介绍互联网的诞生、发展、现状及未来趋势的著作。紧随其后出版的是罗伊撰写的《无网不胜》(兵器工业出版社1997年9月出版)。郭良主编的《网络文化丛书》(中国人民大学出版社1997年12月出版)由8位年轻学者执笔,由7本著作组成,力图用中国人的视角,从文化的角度考察网络。作为中国学者为网络时代立言的原创著作,继续推出的有萧琛撰写的《全球网络经济》(华夏出版社1998年9月出版)、陈炎撰写的《Internet改变中国》(北京大学出版社1999年1月出版)、严耕主编的《透视网络时代丛书》(北京出版社1999年1月出版)、姜奇平主编的《数字论坛丛书》(海洋出版社1999年6月出版)、刘吉和金吾伦的《千年警醒:信息化与知识经济》(社会科学文献出版社1998年出版)、明安香的《信息高速公路与大众传播》(华夏出版社1999年2月版)等。

#### (三) 农业网络传播研究状况

相比网络传播学的发展,农业网络传播没有引起足够的重视,在这一领域研究的学者和出现的成果不多。但是,近年来研究农业网络传播的广度和深度不断得到拓展,甚至连研究本身都与网络紧密结合,包括从网上获取农业网络传播的资料、网上采访、网上调查等等。

总起来看,对农业网络传播的研究尚处于起步阶段。因此,现阶段描述性的、对策性的、解释性的成果较多。

#### (四) 农业网络传播研究前瞻

进入2000年以后,网络传播业的蓬勃发展,为农业网络传播的深入研究奠定了坚实的实践基础。同时,国外相关研究成果也通过各种形式,尤其是互联网传入中国,扩展了农业网络传播学研究者的视野。农业网络传播的发展,促使高等教育机构筹划如何培养农业网络传播的高级专门人才,激励教育机构和研究机构对农业网络传播的原理方法作深入的研究。可以预计农业网络传播学在21世纪必然会掀起一个新的研究热潮,逐渐形成一套完整的学科体系。

## 第二节 农业网络传播的研究内容

理论与实践相结合是一个学科向前发展的推动力,理论是实践经验的提炼和再加工,理论不能离开实践而单独存在,实践是以理论为指导。农业网络传播研究的内容分为两部分,即农业网络传播理论的研究和农业网络传播技术的研究与实践。

## 一、农业网络传播理论的研究

农业网络传播理论的研究,来源于传统的网络传播学理论和农业传播理论,同时又有自己的特点和规律。农业网络传播理论的研究包括以下几部分。

### (一) 农业网络传播研究方法的研究

农业网络传播研究方法来源于传播学研究的基本方法,科学方法是农业网络传播研究的最一般方法,也是农业网络传播研究的精神手段。农业网络传播研究的一般方法包括实地调查法、内容分析法、控制实验法和个案研究法等,而且农业网络传播研究还可以利用网络的优势和便利条件,开创新的研究方法和手段,如:网上调查法、网络社区讨论法、网络实时交流法等。

### (二) 农业网络传播历史的研究

通过研究农业网络传播发展的历程,了解农业信息传播方式的变化、农业信息表现形式的演变与发展以及农业网络传播内容的信息化进程等内容。

### (三) 农业网络传播的分类与特点

农业网络传播的内容包括农业新闻、农业科技信息、农业市场化信息、农产品信息、农业政策与法规和农村文化等内容。

农业网络传播方式有:人际传播、群体传播、组织传播与大众传播。

### (四) 农业网络传播的传者与受众分析

农业网络传播的传者与受者分析研究农业网络传播的传者构成及特点、受众的构成及特点。

### (五) 农业网络传播效果分析

本部分主要研究农业网络传播的效果分析方法、农业网络传播效果的现状分析和农业网络传播效果分析的改进方法等内容。

### (六) 农业网络传播存在的问题与前景

本部分研究农业网络传播过程中存在的问题、农业网络传播中的噪声分析、国外农业网络传播经验与解决方法和随着科学的发展农业网络传播的未来发展趋势。

## 二、农业网络传播技术的研究与实践

农业网络传播技术的研究与实践是农业网络传播的具体实现过程,是对农业网络传播理论在实践过程中的检验,并对发现的问题进行讨论,提出一种有效的解决方法。本书主要从以下三个方面进行探讨。

### (一) 农业网络传播案例分析

通过农业网络传播案例的研究与分析,发现农业网络传播研究的现状和问题,是对其理论的检验。本部分主要分析了三个案例,分别是中共中央农村党员远程教育工程、国家科技部的农村科技 110 试点工程和山东省青岛市农业科技传播服务平台。

### (二) 农业网站建设

本部分从理论的角度讲述了农业网站的构成、农业网站的工作过程分析、农业

网站的类型、农业网站的规划与设计、农业网站平台的建设以及农业网站的内容设计与创意设计与实现等内容。

### （三）农业网站的运营与管理

农业网站的运营管理主要讲述了各类农业网站的运营方式、分析成功的农业商业网站案例、农业网站的投入产出和农业网站经营的现状与发展趋势。

## 第三节 传统传播学研究方法与农业网络传播研究

农业网络传播是农业传播学和网络传播学的交叉领域，属于传播学的范畴，在研究农业网络传播现象与问题时，传统的传播学研究方法仍然适用，在这里，有必要向读者介绍一下传统传播学研究方法在农业网络传播研究中的应用。

农业网络传播是一门交叉的应用学科，涉及到社会科学领域、自然科学领域、生物工程领域、信息科学领域，农业网络传播研究方法汇集了传播学、新闻学、社会学、心理学、政治学、行为科学、统计学的思想，以系统论方法、信息论方法和控制论方法为指导。

### 一、农业传播学研究方法的体系及特点

概括起来，农业传播学研究方法不外乎两类：定量研究方法和定性研究方法。

定量研究方法，又称量化研究方法，是指在大量量化材料的基础上描述、解释和预测研究对象，通过逻辑推论和相关分析最后提出理论观点的研究方法。定量研究方法的渊源可以追溯到自然科学领域。实地调查法、内容分析法、控制实验法、个案研究法等都属于定量研究方法。

所谓定性研究方法是指在一整套概念体系的基础上，借助理论范式进行逻辑推演，据此来解释或解构假设的命题，最后得出理论性结论的研究方法。定性研究方法操作的不是数据，而是概念。这是源自人文科学，受“思辨主义”影响的缘故。自然观察法则属于定性研究方法。

农业网络传播研究方法体系的特点如何呢？从三个方面来看。

首先，方法和方法论是两个层次上的问题。方法论是依据一定世界观制定的关于方法的理论学说和科学，而方法则是方法论指导下所采取的对事情的具体做法。方法与方法论是下位与上位的关系，二者具有一致性。比如实地调查法、控制实验法、内容分析法与实证主义方法论是一致的，自然观察法与思辨主义方法论也基本保持一致。

其次，方法论具有多元性。不同的国家、不同地域或者不同知识结构的学者在从事农业网络传播研究的时候，所秉持的方法论有很大不同。

最后，方法具有多样性。迄今为止，还没有很好的农业网络传播领域内的研究方法，在其发展过程中，借鉴了大量的其它学科研究方法，具有多样性的特点。

## 二、定量研究方法

任何科学的研究方法都要按照一定的方法和步骤进行,才有可能得出真实的结论。定量研究法的基本步骤一般归纳为5个步骤:(1)选择研究课题和确定假设;(2)制定研究方案;(3)搜集资料;(4)资料的分析和统计;(5)获得和解释研究结果。通过第五步,对比与第一步中研究课题的假设,进行进一步的研究和分析。

### (一) 实地调查

实地调查法是应用客观的态度和科学的方法,对多种网络传播现象,在一定的范围内进行实地考察,收集大量资料进行统计分析,用以对这个总体作进一步分析的研究方法。实地调查法在所有的研究方法中占有重要的地位,也是农业网络传播的首选研究方法。

实地调查法从社会学角度分为普通调查和特殊调查,从调查的方法分为直接调查法和间接调查法,从调查的性质分为量的调查法和质的调查法。

实地调查法是在真实的环境下进行的,能够排除外界干扰,可信度高。

实地调查法是一种科学、严谨的研究方法,其操作一般遵循以下几个步骤:

#### 1. 研究课题的提出与设计

实地调查法经常应用于较大范围内的定量研究,设计与提出研究课题是一个要做什么的问题,提出一项研究课题必须明确研究对象和研究范围,然后依据现有的理论对这种传播现象进行猜测,以确立假设作为科学考察的起点。

在设计问题(问卷设计)时掌握问题清晰、紧扣主题、表述尽量用中性词、问题要集中的原则,让被调查者很容易回答问题,问题可以是被调查者自由回答的问题,也可以是让被调查者选择选项的问题。

#### 2. 抽样设计

抽样就是从符合要求的被调查者总体中抽取一部分样本,把它们作为典型代表加以研究,因为当被调查者量非常大时,想逐个考察时间不允许或者根本做不到。于是,人们一般采取另一种更经济、更迅捷的抽样调查方式。

抽样设计虽然没有总体逐一调查更具有权威性和准确性,但是经济可行、时效性、可信性强。

抽样的方法非常多,但总结起来大体分为两类,即随机抽样和非随机抽样。随机抽样分为简单随机抽样、分层随机抽样、分组随机抽样、地区抽样、多段抽样、系统抽样等。非随机抽样分为任意抽样、立意抽样、配额抽样、街角抽样、集体抽样、现存资料利用等。在农业网络传播研究中主要利用分层抽样和整群抽样法,或者混用几种抽样法。

(1) 分层抽样法。如果总体里的样本类型差别悬殊,最好是将统计分组和抽样结合起来,采用分层抽样。分层抽样又称分类抽样,就是将对象总体中的所有样本按照一定标准分成若干类(层),然后再分别进行随机抽样。这样做的优势在于可以提高推断的精确度,适合于大规模的抽样调查。

(2) 随机抽样法较符合抽样原则,最常用的就是抽签法和利用乱码表进行抽选的方法。另外,也可以利用电脑进行简单随机抽样。

(3) 多段抽样法也称为“多级抽样法”,是在大规模调查中的一种可选方法,它一般分为三级,级数越多误差越大。比如在进行“全国农村家庭电话普及状况调查”抽样时,就可以把县作为一级抽样点,把村作为二级抽样点,把家庭作为三级抽样点。

(4) 系统抽样法也叫间隔抽样法,就是在随机排列的对象的总表中随意确定第一个样本,其他样本按一定间隔进行抽取。但是要注意对象总表中各被抽取元素的排列必须是随机的,否则就会产生偏差,影响抽样效度。

### 3. 实地调查

实地调查可以采用实地观察、实地访问、问卷调查等方式,其中实地访问效果最好,也是最经常应用的方法。

实地访问分为结构性访问和主题性访问两种,结构性访问是利用已经设计好的标准化的问卷的一种形式,主题性访问事先只是设计访问大纲,然后根据现场随时调控。

### 4. 统计分析调查结果

将实地调查取得的资料加以整理,进行统计运算,然后对结果进行分析。一般分析方法有:描述性分析,即对统计结果进行归纳、描述;推断性统计分析,即推究各调查结果之间的关系;结果性分析,即以调查结果来验证最初的假设,看是否一致。

#### (二) 内容分析法

内容分析法是指对具体的传媒信息作的内容分析,是对传播内容的各种特性的客观、系统的定量研究。内容分析法不仅仅是收集资料,更是一种完整的研究方法。

内容分析法是一种普遍的研究方法,20世纪中叶就已经有着广泛的应用。不同时期传播内容的纵向比较、同一时期传播内容的横向比较、特定时期的传播内容分析、传播内容和其他传播要素的关系、文本分析等都要用到内容分析法。

内容分析法的步骤是:

(1) 确定研究目的、范围和假设。

(2) 抽样。内容分析法的抽样比实地调查法的抽样要容易一些,这里的抽样有两个意思,提供内容分析的资料非常少的时候,我们一般就要对所有的资料进行分析,当内容较多时,我们才进行抽样。

(3) 分类。分类就是对内容进行粗分析,将内容分类,建立分类目录。首先要确定分类的标准,分类标准是否可靠从三个方面来看:第一,分类是否涵盖了该类的内容;第二,不同类别之间界限是否明确;第三,分类是否直观、明确。其次是按照分类标准去处理抽样得到的资料,筛选出有分歧或者不适合本次内容分析的部分,不计入统计结果。

(4) 量化与统计。量化就是对分类后的资料进行数量上的统计,确定内容反映的基本趋势与内容结构。常用的统计方法有百分比、平均值、中位数等。

内容分析法是以农业网络传播内容的变化来考察质的变化的过程,花费不大,容易操作,可研究的内容非常广泛。