



中国经济文库·应用经济学精品系列(二) ▶▶▶▶▶▶▶▶

农业传媒与传播

Agricultural Media and Communication

骆浩文 黄修杰 苏柱华◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

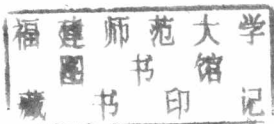


中国经济文库·应用经济学精品系列（二）

农业传媒与传播

Agricultural Media and Communication

骆浩文 黄修杰 苏柱华◎著



T1057023

1057023



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

农业传媒与传播/骆浩文, 黄修杰, 苏柱华著

北京: 中国经济出版社, 2012. 8

ISBN 978 - 7 - 5136 - 1770 - 3

I. ①农… II. ①骆… ②黄… ③苏… III. ①农业技术 - 传播学 - 研究 IV. ①S - 05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 189611 号

责任编辑 叶亲忠

责任审读 贺 静

责任印制 张江虹

封面设计 华子图文

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京市昌平区新兴胶印厂

经销者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 17.25

字 数 250 千字

版 次 2012 年 8 月第 1 版

印 次 2012 年 8 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 1770 - 3/C · 292

定 价 38.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

主 编：骆浩文 黄修杰
副 主 编：苏柱华 熊瑞权 张辉玲
编著人员：何淑群 黄丽芸 艾建安
 崔建勋 储霞玲 马 力
 周广洲 白雪娜 王玉梅
 林 群 李欢欢

编写单位：广东省农业科学院科技情报研究所

我国有着五千多年的农业文明史，从新石器时代的刀耕火种——原始生荒耕作制开始。传播农业技术的始祖是“遍尝百草、广种五谷”的神农氏，神农氏教民种五谷，还教民打井汲水，对农作物进行灌溉。这是农业传播中人际传播最早的雏形，传播的媒介是人，传播的内容是农业种植基本技术，传播的方式是人际交流。

随着社会的发展以及科技水平的不断进步，农业耕作方式也随之由刀耕火种、撂荒发展到轮耕、轮作复种和多熟农作制；耕作工具也由原始的斧头、锄头、耒耜发展成为半机械化、机械化及自动化；农业发展模式也由原始农业、小农农业发展成为如今集精准农业、设施农业、数字农业等多项先进科学技术和发展模式于一体的现代农业。单依靠“神农氏”式的人际传播，早已远远满足不了人们发展集约化、规模化农业的需要。于是，从古到今衍生出不断共存或取而代之的各种各样的农业技术传播媒介，如竹简、纸张、图书、报纸、期刊杂志、电视、网络、手机等。同时也相应发展出种类繁多的传播体系，如组织传播、网络传播等。无论形式如何变化，农业传媒与传播研究的主要目的还是依托书报刊、光盘、广播电视、互联网、手机等各种媒体为载体，传播农业新理论、新方法、新成果、新技术、新产品等，以期促进农业增效、农民增收、农村发展。

据考，我国有历史明确记载的传媒学研究起始于晚清，发端于新闻行业。当时农业期刊和农业报刊对社会发展已具一定影响，但受当时社会体制限制，中下层农民甚少从中汲取到农技知识。而严格意义上的传媒学研究最先开端于外国传教士的报刊活动，外国传教士怀着各种复杂的动机，为中国带来了第一批现代报刊，传递着西方早期的办报理念。戊戌变法运动后，我国传媒学逐渐风行起来，于20世纪30~40年代达到一个小高潮。



而具有学术研究意义的传播学是 20 世纪 80 年代初传入我国的,对于打开我国传媒研究学者的思路具有重要意义。到 21 世纪初,我国的应用传播学体系已基本形成。新中国成立以来,随着党和国家对“三农”问题的重视,很多高等院校和科研院所也逐步设立了相关研究机构,如中国传媒大学、中国人民大学、中山大学、暨南大学、中国农科院农业传媒与传播研究中心、广东省农业科学院科技情报研究所媒体传播研究中心等,对农业传媒与传播相关理论方法进行了探讨,并进行了一系列相关实践,已初显成效。广东省农科院情报所媒体传播研究中心多年来关注并付诸实践于该学科的研究,电子期刊、媒体产业化、电子声像制作、现代农业远程教育等课题先后获广东省科技厅立项研究,相关研究成果于 2009、2010 年获广东省科技进步三等奖及广东省农业推广三等奖。这充分表明,农业传媒与传播学研究已初具形态,逐步迈向探索发展新阶段。

农业传媒与传播学科旨在为农业科技传播搭建一个协作研究平台,在多年农业科技出版传播实践的基础上,利用现有科研资源以及先进的科研方法,培养农业科技传播学科建设人才和农业科技传播人才,为“三农”报刊及声像科教课件的出版以及农业科技知识的普及提供可借鉴的经验和有价值的成果,用传播学及相关学科的基本理论和方法,探寻符合我国国情和农业生产力发展水平的传播机制、传播模式、传播技术和传播手段,进而形成农业科技传播学的学科规范和学科架构,指导我国农业科技传播实践,为促进农业科技成果转化、推动农业科技创新和农村经济发展作出积极贡献。

一、农业传媒与传播的研究对象及基本问题

(一) 研究对象

根据农业传媒与传播学科的功能定位与研究性质,该学科的研究对象归纳起来有以下三个方面:(1) 农业传媒的概念、内涵、分类、理论、发展历史、实践效果及发展趋势。(2) 农业传播的概念、内涵、途径、方式

方法、实证案例及应用效果、发展趋势。(3) 农业传媒与传播学科的学科理论与实践融合创新。

(二) 研究中需要解决的问题

农业传媒与传播学科属于新兴多学科交叉研究,目前尚处于起始探索阶段,在理论与实践方面的研究体系还不完善。因此,在农业传媒与传播研究中需要解决的问题有如下几方面:

1. 学科理论有待整合提升

农业传媒与传播学科是在传媒学与传播学一级学科基础上发展起来的二级学科,是新兴的交叉学科,目前尚处于探索阶段。我国是农业大国,一方面,在产品技术方面与国外发达国家存在不少差距;另一方面,农业发展水平远未满足我国人民物质和文化生活日益增长的需求。因此,在当今知识经济时代,我国对于传播农业新成果、新技术、新产品、新方法的需求非常强烈,急需探索出一条具中国特色的、能高效承载农业高新技术及成果产品的媒介环境,以及与之相应的传递通道。因此,在学科理论的整合、定位、特色及创新等方面都处于未成熟阶段,亟需通过对以往及当前农业传媒学及传播学的理论进行归纳整合、吸收提升,取其精华、去其糟粕,使农业传媒与传播学科走出一条农业知识与实践有机结合的创新强农之路。

2. 农业传媒与传播运行机制研究有待探究

以往对于传媒与传播学科运行机制的研究,多以新闻媒体及电视广播媒体为对象,主要研究媒介(传播介质)在社会事件中的传播诉求、方式方法及影响效果。国内多家高校包括北京大学、中国人民大学、中国传媒大学、复旦大学、中山大学、暨南大学等都多有深入研究报告,但对于农业传媒与传播运行机制的研究甚少。如果没有探明该学科的运行机制,无疑对进一步提升该学科影响力将是很大的障碍。目前我国农业科技传播过多强调技术性,忽略农业创新。这种状况导致农业科技传播在手段上比较呆板、生硬,缺少灵活性,仅是依靠媒体传播,无法充分利用媒体特点的生动性来展示农业新技术,不能引起农民的广泛关注。



因此,探究并理清如何依托农业媒体传播国内外先进农业发展新理论、新方法、新成果的原理及机制,弄清该运行机制中传者与受众、媒介与传播手段、渠道与沟通、传播效果等问题,对于发展现代农业、建设新农村有着重要的积极意义,亟需尽快开展。

3. 农业传媒与传播发展模式有待创新

传媒与传播学的主要研究发展模式为经典的三大模式,包括传播的线性模式、控制论模式、社会系统模式,并已应用到新闻学、教育学、社会学等多个领域中。在不同产业中应用适用的模式,可以使新理念及新成果、新技术、新产品传播速度加快,使产业效益及社会效益加大。然而农业领域的新成果、新方法等传播应该应用何种模式,以及如何应用适合的模式助推农业增效、农民增收、农村发展,目前还没有具体全面的研究。因此,农业作为我国的第一产业,如何挖掘和发展、升级、体现具有我国现代农业特色的传媒与传播模式,对于提高我国农产品竞争力及农业核心竞争力将大有裨益。

4. 农业传媒与传播新技术研究亟待加强

新闻及相关行业的传媒技术应用已从传播的纸质媒体(书、报、刊)、光盘介质及广播电视发展到互联网、无线网络、手机、视频及物联网等先进技术;传播研究方法也从传统的人网、邮电系统、书报摊网络、广播电视网络发展到信息海量且传播速度极快的互联网、手机网络、通讯卫星网络等。而对于农业传媒与传播学科来说,大多数的研究还集中在传统的传媒与传播技术,对于新媒体引起的传媒与传播技术革命虽然已有应用,但研究不系统、不全面。因此,亟需在农业传媒与传播学科研究中引入新媒体及新技术、新产品的研究,使学科建设更能与时俱进,对于加速现代农业发展、新农村建设和文化产业建设将有极大的促进作用,使现代农业发展、新农村建设和文化产业建设更快速。

5. 农业传媒与传播产业经济研究有待开展

传媒产业经济研究从20世纪初在西方国家就开始研究并付诸产业实践,随后我国也开始传媒产业经济的研究,在新闻行业、教育行业、医学行业都取得了良好的研究成果及产生了较好的社会经济效益。传播产业经

济学从20世纪80年代传入我国后,掀起了一轮热潮,以传统媒体和新媒体为载体的传播产业得到了迅猛发展。事实表明,传媒与传播产业经济具有良好的发展前景和重大的研究价值。在我国,对农业传媒与传播产业经济的研究还在起始阶段,目前仅有中国农业科学院、中国传媒大学及广东省农科院等在这方面做了探索尝试。目前,世界各国对于农业的发展需求的趋势越来越明显,因此,开展农业传媒与传播产业经济的研究势在必行且大有可为。

总而言之,农业传媒与传播学科研究今后很有必要针对上述问题,理清思路,摸清方向,探索创新。今后,农业传媒与传播学科的研究方向也归结为几方面:一是学科理论创新;二是农业传媒与传播运行机制研究;三是农业传媒与传播发展模式研究;四是新技术的探索研究;五是产业经济的实践与开发应用。

二、国内外农业传媒与传播研究的概况与特点

拉扎斯菲尔德和默顿指出大众传播由社会地位赋予功能,即任何人、物或问题,只要在大众媒介中广泛报道,必定会成为引人注目的焦点,并得到很高的社会地位。这也正体现了传播的“培养理论”,即通过媒介的各种宣传报道,在无形中影响人们的观念。

传播学是人文社会科学众多门类中的一门新兴学科。人们关注、研究该学科不过几十年的时间。中国传播学学科作为中国新闻传播学的二级学科是自我国实行改革开放政策之后才迅速发展起来的。农业传媒在推动农村文化变迁的过程中起到“加速器”的作用。农业科技传播领域的研究在中国还刚刚起步,大量农业科技传播实践亟需理论指导,因此,加强农业科技传播的基础理论和学科建设研究,具有重要的理论意义和现实意义。设立农业传媒与传播学科,为农业科技传播搭建一个协作研究的平台,加快农业科技传播的基础理论与学科建设研究,从而推动发展新兴学科的开发建设进程,促进农业科技成果转化和农业科技创新,提高农民科技素质。

（一）国外农业传媒与传播的研究进展

农业科技的创新扩散是国外农业科技传播学最早关注的传播现象，也是传播学向各领域渗透的一个重要分支。早在 20 世纪 20 ~ 30 年代，以罗杰斯为代表人物的西方研究者就针对农业科技进行了大量创新扩散的实证研究。

1. 国外传媒传播网络化、数字化已渐成趋势

目前，国际范围内已有不少科技期刊启用了不同的期刊在线投审稿系统，并且取得了不错的效果。据不完全统计，世界前四大学术出版商 Elsevier、Springer、Wiley Blackwell、Taylor&Franci，著名科技社团的出版社美国电气电子工程师联合会出版社、美国物理联合会出版社、英国物理学会出版社和美国化学会出版社相继于 20 世纪 90 年代中后期创建了集期刊稿件采编、文章在线发布（大部分为现刊和在线预出版）、全文数据库并集成各类资源的一站式网络出版平台，出版高质量的学术期刊达 6000 种以上（如 Elsevier 编辑系统就被 Elsevier 科学出版公司所属 1200 多种期刊采用），其中有超过半数的期刊被美国科学情报研究所（Institute for Scientific Information, ISI）收录。可以说，目前国际主流科技期刊已全面实现编辑出版的数字化和网络化。

2. 国外农业传媒传播以多种先进信息化工具为主要手段

按其技术发展及服务模式，国外农业传媒传播发展模式可分为 3 个发展阶段：（1）函授教育阶段。19 世纪中叶，远程教育首先在英国以函授教育的形式出现，逐渐延伸至农村教育中。（2）电视广播教育。美国 20 世纪 20 年代出现电视教育，世界各发达国家也以其为学习模式，电视广播教育开始广泛应用于农村远程教育。（3）基于网络、通信、卫星、电视等多种先进信息化工具为主要手段的农村现代远程教育。以美国、英国、德国、日本、澳大利亚等国为主要代表，其技术及服务模式处于领先地位。

（二）国内农业传媒与传播的研究进展

1. 各大高校争相兴办传媒传播专业

据《中国青年报》统计，截至 2006 年，我国开设新闻学专业的高校

已经由 10 年前的 60 余所攀升到 660 余所。北京大学、中国人民大学、南开大学、复旦大学、中山大学等综合性大学均设有传媒与传播学科。中国传媒大学、浙江传媒学院等专门院校生源质量也节节攀升。一向被认为是发展高精尖技术主力的中国科技大学、华中科技大学、华南理工大学等工科院校，也加入了这个潮流，将新闻与传媒学科办得风生水起。异军突起的工科院校等新生力量，依托自己特有的专业背景，走出一条与众不同的路。如中国科技大学设置的科技传播与科技政策系，培养的是新闻传播学和科技相结合的复合型人才。其毕业生既具备从事新闻报道的能力，又有一定的科学素养，成为众多知名媒体的科普或科学版的主力。

在这场新闻传播学学科建设的大潮中，农业院校也纷纷抓住时机，新建了一大批新闻传播学相关专业。最具代表性的有中国农业大学、华中农业大学、华南农业大学。其中中国农业大学是全国三所在本科阶段第一批开设传播学专业的国内院校之一（另外两所分别为复旦大学和中国传媒大学）。华中农业大学开设的广告学专业和华南农业大学开设的广播电视编导专业也是这时期的产物。中国农业大学的传播学教学和研究不仅争取到了传播学硕士点，还配备了先进的影视多媒体实验室、演播室和 CCTV-7 唯一的高校工作站。在教学方向上，中国农业大学媒体传播系尤其发扬了鲜明的农业特色，研究方向都侧重于农业、乡村和大众传播学之间的关系。该系还在学界提出了独树一帜的乡村传播学研究，并发表研究学术论文多篇，该专业毕业生在农业科教影视领域也具有独到的优势。

中国对农业传媒传播也越来越重视，一批“国”字号的农业高等院校及科研机构也积极开展农业传媒与传播学科的研究。中国农业大学设立了媒体传播系，主要研究方向侧重于农业、乡村和大众传播学之间的关系；中国农业科学院于 2008 年设立了农业传媒与传播研究中心，招收、培养硕士研究生，开启了传媒与传播学在农业科研学科历史上的先河。

2. 传统媒体与新媒体优势互补，加快农业传媒数字化转型

1999 年以来，随着网络宽带技术的推出，网络信息传输速率大大提高，我国科技期刊的动态网站陆续开通，为期刊采编业务从传统手工模式向网络化采编模式过渡开创了一个新领域。然而，与国际科技期刊出版界

相比,我国科技期刊的数字化、网络化水平相对较低。据调查,在中国科协期刊群 898 种期刊中,只有不到 25% 的期刊使用了期刊稿件采编系统,另有不到 15% 的期刊网站有全文在线发布功能。这其中还有许多期刊的网站存在功能不完善、内容单调粗糙、信息量小、更新不及时、缺乏互链接和互动功能、服务功能差、显示度低、维护不善等问题。另相关研究表明,截至 2010 年底,广东省 174 种科技期刊中,有网站且可打开的期刊 139 种,只有 39 种期刊有独立的网络域名,仅占全省科技期刊的 22.4%,而开通了在线投稿编辑系统的期刊则更少。因此,传统媒体与新媒体应该优势互补,在战略层面进行深入合作,扩大影响,为自己吸引潜在受众群。新技术的发展催生出各种形态的新媒体,而新媒体的经营者需要传统媒体的经验和资源。具体而言,我国报刊传媒的信息传播方式经历了从静态信息发布网页(Web1.0)到动态信息交互网站(Web2.0),再到集成网络平台演进的过程,系统结构从 C/S(客户端/服务器端)结构的网络化管理向 B/S(浏览器/服务器)结构的互联网管理发展,系统平台经历了从单机独用、局域网联机封闭式采编系统向互联网开放式采编平台的转变,系统功能经历了从局域网独立采编系统向互联网门户网站与网络采编系统集成的发展过程。

在农业科技传播模式方面,我国目前农业现代远程科技传播平台应用尚处于摸索阶段,我国已经开始摸索农业现代远程科技传播平台的应用。这一应用填补了以往靠人口相传、墙报展示传播、文件传达、广播通告等旧有手段的不足。2003~2004 年,山东省、安徽省以卫星网络传输模式为主,开展了先期试点工作,2005~2006 年,开展扩大试点工作,期间发展了以浙江省为代表的广电模式(有线电视网络传输)及以河南省为代表的电信宽带模式(IPTV 模式)。2007 年 5 月至今,山西、内蒙、河北、天津、吉林、贵州、广西、湖北、广东等省(市)分别选择电信宽带模式作为本省农村党员干部现代远程教育系统建设的技术模式。

3. 新兴传媒与传播模式

在传播发展阶段,一些新兴的传媒与传播方式与主流农业传媒传播方式互补发展。几种新型的传媒传播方式有:

一是“科技特派员”传播模式。据统计数据,全国已有31个省(自治区、直辖市)的1039个县(市、区、旗)开展了科技特派员制度工作。截至2007年底,科技特派员总人数达57448人,比2006年44775人增加28.3%,直接服务近4万个村的1400多万农民。科技特派员制度源于群众的需要、基层的探索和实践的创新,是自发形成并在政府的推动下以科技、管理等现代生产要素植入农村的重要载体,是我国农业和农村进一步深化改革中,科技与经济结合以及科技人员与农民结合的必然产物,是新形势下农业科技传播的成功范式。赵庆惠等(2009)分析归纳了“科技特派员”传播的主要模式及其特点:一是“科技特派员+种养殖大户+农民”传播模式;二是“科技特派员+示范园(基地)+农户”传播模式;三是“大科技特派员+小科技特派员+农户”传播模式;四是“科技特派员+专业协会+农户”传播模式;五是“科技特派员+公司+农户”运行模式;六是“科技特派员+企业+专业协会+农户”运行模式。

二是现代农业远程教育模式。广东省农科院科技情报研究所率先抢占了研究高点,从2003年就开始对现代远程教育传播农业新技术、新成果、新方法的模式进行理论研究及实践应用,综合利用人网、广播电视网、卫星网、互联网四网合一,形成传播合力,成效显著,获广东省政府科技奖2项。

三是电子媒介平台推广模式。广东省农科院和华南农业大学在电子媒介推广方面进行了有效的研究和推广,联合主办的《广东农业科学》于2007年起建立了电子期刊在线服务平台,使农业高新技术及先进科技成果传播速度加快,传播范围扩大,取得了较大的社会效益。

四是科技项目推广模式。充分利用人网(科技专家)、农业科技期刊、光盘课件、互联网等传播媒介,结合国家、省部、市县级农业科技项目的实施,有效地传播新技术、新产品、新成果。实践表明,该模式可有效提高当地的社会经济效益。

五是现代农业园区建设模式。国内有不少研究机构提出了通过现代农业园区建设推动农业技术、成果、产品传播的建设思路,并付诸实践。

（三）广东农业传媒与传播发展现状

1. 媒体数字化

一是期刊数字化建设进展较快。农业科技电子期刊在线服务平台系统以《广东农业科学》为示范建设对象，采用现代信息技术与科技期刊资源相结合的方法，打造以农业科技期刊为基础、以开放存取系统为支撑、以信息技术为手段的在线服务数字化互动平台。该平台为广东首个农业期刊数字化平台，为其他农业媒体数字化起到了指引作用。

二是视频课件数字化建设发展较好。构建专门的视频资源库系统对种养技术系列专题素材进行有效的管理，结合视频点播服务系统有针对性地充实到各网络教育平台。依托广东省农科院科技情报研究所的农业课件制作中心和广东省农科院 13 个专业科研所的技术力量，聘请农业专家，制作了一批具有经济效益、符合地方需求、时效性强的农村实用技术视频课件、农业科研成果宣传片、专家讲座专题片等视频资源素材。目前，在种植业、养殖业、农产品加工等相关领域已开发制作完成了种养技术系列专题 1000 分钟，专家讲座系列专题 500 分钟，国外现代农业专题 1000 分钟，南方农业企业、示范区专题 130 分钟。

2. 农业科技传播推广

截至 2010 年底，广东省农科院彩田信息服务体系已经在广东省 80 多个县（市、区）的农业推广系统、科技系统、科协、农协、合作社、信息中心、企业等建立了农业科技信息服务站，建成并开通网站和管理服务系统，形成覆盖全省的农业科技网络化信息服务群，建立了“互联网 + 广电网 + 卫星网”为主，专家队伍（人网）为辅的四网合一的农村科技远程培训系统。建设了各类农业实用技术数据库和专家咨询库 19 个，采编数据 20 多万条，开发制作教材课件 86 个专辑，约 2700 分钟，编写各类传统纸质媒体 260 多万册（份），教材 DVD/VCD 15000 多套。利用覆盖全省的 80 多个服务点、广东直通车工程 2000 多个信息服务站、山区信息化 51 个山区县 1000 多个服务站、广东农村党员远程教育培训网 17000 多个终端站点的带动和示范，结合传统的纸质媒体和声像光盘等发行渠道进行宣传和

推广。

3. 理论基础与科技服务

农业传媒与传播在广东省农科院有着良好的研究基础,早在 20 世纪 50 年代,农科院已经开始该学科领域的研究。最初从事农业传媒与传播研究的部门是广东省农科院情报室和声像室,随着体制转变和社会发展,20 世纪 80 年代初广东省农科院成立了科技情报研究所,根据深化科技体制市场化改革和学科发展的需要,2004 年成立了媒体传播中心,以丰富的农业信息资源、形象策划、品牌策划、展会策划和书刊编辑出版经验,承担了《广东农业科学》、《广东农村实用技术》、《山区农业信息参考》等农业期刊报纸的编辑出版工作;承担了农业实用技术声像课件制作工作,积极开展农村远程培训教育,并在该领域处于省内乃至国内领先地位,使得农业传媒与传播学科初具雏形,并取得可喜的研究进展。该学科已获得 10 多个奖项,2010 年获广东省科学技术奖三等奖 2 项(分别为“农业科技远程培训系统建设与应用”、“面向农村的现代远程教育技术集成与应用推广”)。在传媒行业奖项方面也收获颇丰,先后荣获全国优秀农业期刊一等奖 1 项、全国农业期刊金犁奖一等奖 1 项、广东省优秀期刊一等奖 3 项、广东省优秀科技期刊一等奖 2 项。2010 年有 3 人次获中国科技期刊协会青年编辑“骏马奖”及“银牛奖”,奠定了全国综合类农业科技期刊的排头兵地位。科普期刊《广东农村实用技术》发行 200 多万册,受到基层农业推广人员和广大农户的高度评价。

此外,广东省农科院科技情报研究所在农产品及品牌策划、企业科技项目及成果合作申报、科研示范基地合作共建等方面取得了显著进展。“彩田信息服务体系的创新服务模式在广东农业生产大区进行了成功示范,在全省居于领先地位。该体系承担了多家单位的形象设计、广告设计和展位设计等平面设计工作,承担了多家企业的项目申报和科技成果申请等科技咨询工作,据统计,10 多年来,共计服务客户 200 多家。



三、农业传媒与传播研究的目的和意义

(一) 开展农业传媒与传播研究，是解决我国“三农”问题的重要突破口

党和国家一直高度重视“三农”问题，从2004年至今连续发出七个“一号文件”，提出解决“三农”问题是党和国家工作的重中之重。农业经济和农村社会的发展，一靠政策，二靠科技。媒体传播作为一种社会力量，在传播农业科技信息方面起着不可替代的作用。农民是将科学技术转化成生产力的最终应用者。然而绝大多数农民在新的市场经济面前表现出生产技术水平低、知识面狭窄、思想观念陈旧、不适应形势需要的现状，亟需学习和掌握新技术。长期以来，我国的农技推广手段一直是以人际交流的方式传授新技术，这种方法有其自身的优势，如方便、互动性强、实践性强，深受农民欢迎。但是这种传播方式的劣势也非常明显，诸如推广速度慢、推广周期长、农技人员少、农技人员水平参差等，仅靠农技人员“磨破了嘴，跑断了腿”极力推广新技术，收效甚微。随着我国市场经济体制的改革和发展，作为基础产业的农业领域，在生产、经营、管理、服务体制等各方面发生了重大变化。一方面，市场化机制的加强，为农业生产、农村经济的发展注入了活力；另一方面，随着传媒与传播学的不断发展，媒介类别越来越丰富，从传统的专家资源（人网）、书报刊、广播、电视等媒体，发展到当今的互联网、手机、卫星网等多种媒体环境并存，并不断推陈出新。传播手段、机制、模式也日新月异，从过去的人际交流、大众传播，发展到目前的组织传播、网络传播及其他各种新型传播模式。目前国内已有多所大学及科研院所对农业传媒与传播如何推动农业农村经济发展进行理论与实践研究，并已有相应研究成果，说明其对推动农业科技传播、农村经济发展确有实效。因此，开展农业传媒与传播研究，搭建政府与科研机构、生产部门、销售市场等“多功能传输通道”，正确、科学地传递政策、技术、管理、体制等各方面理念，可真正促进农

民增收、农业增效、农村发展。

（二）农业传媒与传播研究是保障国家粮食安全和农产品质量安全的有效监督载体

民以食为天，食以安为先。长期以来，我国高度重视国家粮食安全和农产品质量安全问题，在体制、技术、管理等层面也做了很多工作，但成效并不理想。这与大中型企业、生产者和消费者的观念转变与相关知识缺失有很大程度的关系，也就是说，粮食安全与农产品的宣传与传播的载体及方式方法仍未到位。因此，建立健全完善的与粮食安全及农产品质量安全体系相配套的传播媒体平台及科学的传播方式方法，在一定程度上可保障粮食及农产品产供销全链条的舆论监督及正确知识、技术、管理的科学监管，从而有效保障国家粮食安全及农产品质量安全。

（三）农业传媒与传播研究是促进农业产业、文化产业、信息产业多领域融合交流创新的有效途径

据统计，目前我国媒体共有报纸 1935 种、期刊 9821 种、出版社 570 家、广播电台 282 座、电视台 314 个、电台 60 个、音像制品出版单位 320 家、电子出版物版单位 121 家、www 站点约 668900 个，这些为数众多的媒体机构构成了我国传媒的主体部分。然而，在传媒这个大产业中，农业类的期刊、报纸、广播、电视及互联网，无论数量还是质量都相对较弱。2008 年末，我国只有 10.8% 的乡镇有职业技术学校，农业科学技术教育仍然不足。然而随着现代传媒技术的发展，农业科技传播的媒介也逐渐多样化：76% 的村能接收电视节目，57.4% 的村安装了有线电视，13.4% 的村有图书室、文化站。传统的言传身教、电视、报纸和广播等虽然还占据着农村传播媒介的主要地位，但有线电视网、电脑网络、现代移动通讯技术网络等正在日新月异地扩大影响。据统计，2008 年末，农村居民平均每百户拥有彩电 87.3 台、固定电话 51.9 部、手机 69.8 部、电脑 2.2 台。在经济发达地区，农户已经开始利用互联网学习农业技术和寻找产品销路。据不完全统计，目前我国农业期刊大约 1500 多种，占中国期刊市场的 18%