

第一章 绪论

有关农业、农村、农民的新闻传播活动是人类社会客观存在的一种现象。随着农业科技的进步、农村社会的发展、农民观念的更新，农业、农村、农民的新闻传播活动渐次发展成具有一定规模的、相对独立的农业新闻传播事业。作为一项事业或社会机构，农业新闻传播与农业生产、农村社会乃至整个社会之间形成了错综复杂的关系。而至今，我们尚未清楚这些关系的内在关联，传播实践有许多误区和盲点亟需拨正；当今中国的“三农”问题至今悬而未决，中国依然是以农民为主的大国，种种事实迫切需要对当代中国、乃至世界的农业新闻传播活动进行系统化的理论思考。社会需要是科学进步的最大动力，作为一个研究方向或学科，农业新闻传播正是这种社会需要的产物。

任何一门学科都必须有自己的研究对象和基本问题，农业新闻传播也是如此。每一个初次听说或接触农业新闻传播的人也必然提供这样的问题：农业新闻传播是一门什么学问？它的研究对象和基本问题是什么？农业新闻传播的特征、功能是什么，有哪些相关的研究，其生存价值又是什么？本章所要解决的，正是这些问题。

第一节 农业新闻传播的研究对象与基本问题

一、如何把握农业新闻传播

任何一门学问都是建立在一系列概念有机结合的基础上的，概念是否清晰直接影响到理论体系的严谨性，概念上的歧义往往导致学术上的严重分歧。事实上，学术史上发生过的许多理论分歧，都与概念的把握和理解不同有着密切关系。因此，有必要对农业新闻传播的基本概念做一些阐述。

（一）什么是农业新闻传播

“农业新闻传播”这一偏正词组本身已经说明三层含义：第一，“农业新闻传播”是一种“传播”；第二，这是一种“新闻”的传播，第三，这种“新闻”的传播与“农业”相关。^①

关于传播，日常用语中的“传播”一词有“沟通、散播、交流、传递、交往、参与、交通”等十几种解释项。传播学科兴起后，理论层面的“传播”概念虽然受到学者们的广泛探讨，但是没有产生一个清晰、简洁、共享的定义。对传播下定义是困难的。这不仅在于动词“传播”（to communicate）在普通词汇中沿用已久，^②还

^①“农业新闻传播”是一个有歧义的词组，它有两种含义，第一种是关于“农业”的新闻传播，第二种是关于“农业新闻”的传播，因此，这句话也可表述为“第二，这是一种‘农业’的传播，第三，这种‘农业’的传播与‘新闻’相关”。这两种表述的内涵和外延基本相同，本书采用后者。

^②参见斯蒂文·小约翰：《传播理论》北京 中国社会科学出版社 1999年第1版，第9页。

在于传播自身携带着许多问题^①。在英语世界，关于传播的定义有 126 多种^②，且有共享说、影响说、反应说、互动说、过程说、交流说和符号（信息）说等观点，斯蒂文·小约翰说，“学者们曾多次尝试给传播下定义，但是给出一个单一的定义已证明是不可能的。”传播学引进中国后，“communication”对译为“传播”一词，从词源上而言，英语世界的“communication”大致相当于古汉语中的“传、播、布、宣、扬、流、通、递”等词。也有学者认为“传”是古代传播的总称，古代传播概念的集中代表。^③但是经过我国学者们的改造，汉语“传播”已具备英语“communication”的内涵和外延。若排除学者们定义“传播”的学科背景、角度等因素的影响，可以发现学者们对“传播”的理解有许多共识成分。即传播是发生在物质世界的一种信息、情况或符号在两个或两个以上主体之间的传递、交流、共享、互动、影响的复杂过程。

关于新闻，《辞海》的定义是：（1）新近发生或变动的事实信息。一般需经传播者选择、并借助语言、文字、图像等符号载体及时传播，产生于人们沟通和了解情况的需要。由于生产力的发展与人际交往的频繁，出现从事采集与传播新闻的社会职业，并逐步成为各种政治力量，社会集团的宣传手段和舆论工具；在商品经济发达的社会里，也成为一种商品。（2）指新闻文体。（3）新近发生的新事情、新消息。（4）新的知识。^④

在《新闻学大辞典》中，可以看到关于“新闻”的更丰富更细致的解释，除上述《辞海》中已列入的几项定义外，“关于新闻的定义”一项列举了十几位中外新闻界著名人士对于“新闻”的定义。^⑤而据一些专家并不完全的统计，传统新闻学中关于新闻的定义，就已经有 220 多种（也有人说 170 多种），并大致形成了事实说、报道说、传布说、手段说、信息说等说法。^⑥

关于农业，《现代汉语词典》解释是“栽培农作物和饲养牲畜的生产事业。在国民经济中的农业，还包括林业、渔业和农村副业等项生产在内”。^⑦习惯上，农业的概念有狭义和广义两种，狭义的农业仅指种植业，广义农业还包括林业、畜牧业、副业、渔业。

从词源上看，“农业”的古汉语对应词是“农”字，英语是“agriculture”。“农”

杰里米·滕斯托尔说：“‘传播’自身携带着许多问题，不论是‘大众传播’还是‘传播’都包含了成打的学科，提出了上千个问题。”笔者认为，这些问题部分导致了传播定义的分歧。

② 美国威斯康星大学的传播学教授（Frank Dance 1976, 1981）曾统计过，关于“传播”的定义已达 126 种之多（《The Functions of Human Communication》，by F. DANCE, 1976 转引钟志贤：《论传播的性质与定义和两大学派》，《赣南师范学院学报》1994 年第 1 期，第 89—94 页。

黄金贵：《古代文化中的传播概念》参见孙旭培主编：《华夏传播论》人民出版社 1997 年 10 月第 1 版，第 22 页，第 25 页。

④ 《辞海》上海辞书出版社 1999 年版，第 4082 页。

⑤ 甘惜分主编：《新闻学大辞典》河南人民出版社 1993 年版，第 1—2 页。

⑥ 郝雨、王艳玲：《新闻学概论》上海大学出版社 2003 年版，第 31 页，第 34—35 页。

⑦ 《现代汉语词典》（修订本）商务印书馆 1997 年版，第 935 页。

字在《说文》中写作“𡇗”；“𡇗，耕也”（《汉书·食货志》解释是“辟土殖谷曰农”，即耕作和栽培两个方面；英语“agriculture”来自拉丁语“agri-cultura”，“agri”译为田地（field），“cultura”是栽培耕作（cultivation）的意思。^①因此，传统意义上的农业是指人们利用土地栽培植物或饲养动物以获得所需产品的农业生产活动。到了近现代，传统农业的生产活动出现了根本性的革命，出现了石油农业、生态农业、烟草农业、精细农业、数字农业、市场农业、旅游农业等上百种形式，农业的内涵和外延随之发生了变化，大农业的概念随之出现。大农业不仅包括种植业、林业、畜牧业、副业、渔业，还包括着建立在这“五业”之上的，围绕生产食品和纤维组成的产前、产中、产后的产业体系。

当然，只要我们查阅更多的辞典、专著，还可引用更多的关于“传播”，“新闻”、“农业”的阐述。然而，一旦结合我们今天的农业新闻实践来考察“农业新闻传播”就会发现，在这个词组中，无论是“传播”还是“新闻”或是“农业”，其内涵都是有所限定的。

首先，“农业新闻传播”中的“农业”如果理解为狭义或传统意义的农业即种植业，是不大切合实际的，或是不全面的。因为，它不能涵盖现代农业新闻传播的实践。传统农业的新闻传播在整个农业新闻传播实践中占有的份额较少，新闻媒介传播的多是林业、渔业、畜牧业、副业和农业的产前、产中、产后的产业体系以及与农业相关的农民、农村等农业新闻。即使把农业定义为广义农业，也不能涵盖整个农业新闻传播的触角。那么，“农业新闻传播”中的“农业”究竟指什么呢？我认为，它应是更加泛化的农业概念，不仅包括种植业、养殖业、林业、渔业、副业的生产活动，以及以“五业”为基础的现代的产前、产中、产后的市场体系，还包括与大农业有关的农村、农民的活动情况。这是由于农业生产的系统性和新闻的特点决定的。正如马克思所说“生活资料的生产是他们生存和一切生产广泛说来最为必要的条件”^②，农业生产是在一定地理范围内（农村），由一定数量的能动性的主体（农民）参与的活动。而新闻产生的先决条件是变动，因此没有一定的时空和劳动主体的参与，农业生产将是一潭死水，更不用说产生农业新闻了，这种水乳交融关系决定了农业新闻与农村、农民密切相关。“在我国，长期以来，农村发展的指导思想是把农村社会发展降低为农业生产的发展，形成了一种农村等于农业，农业等于种植业，种植业等于粮、棉油生产的现象。”^③这种现实形成了新闻传播实践中的农业新闻、农民新闻、农村新闻的你中有我、我中有你的交融状态，农业新闻成为这三类新闻的一个约定俗成的统称。当然，也不能排除农业新闻与城市、市民的关联度，毕竟“吃”，是人的自然需要。因此，如果硬性把它们拆开，仅仅把农业定义为狭义或广义的农业，而不包括农村和农民的活动，不仅不符合农业新闻传播的历史和现实，也不能从整体上把握农业新闻传播的图景和规律。界定了“农业新闻传播”

朱新民、齐延印主编：《农学概论》，中国科学技术大学出版社 1991 年 10 月第 1 版，第 18-19 页。

② 《资本论》第三卷 人民出版社 1966 年版，第 745 页。

③ 程贵铭主编：《农村社会学》 中国农业大学出版社 2002 年 9 月第 4 版，第 221 页。

中的农业，也就划定了农业新闻源的范围。

其次，“农业新闻传播”中的“新闻”受到了前缀词“农业”的限制，也就有所特指：它并不是一切领域的新闻，而是特指与“农”有关的所有新闻。在这层含义上，若将新闻理解成“一种新近发生或变动的事实信息”；“一种商品”、“文体”、“消息”或“新的知识”等都是不全面的，并有以偏概全的嫌疑。那么，“农业新闻传播”中的“新闻”究竟是指什么呢？首先应该指出的是，由于新闻实践的复杂性，单一的新闻定义是不可能的。而历史是，随着农村生产力的进步与人际交往的频繁，以及现代大众传播的出现，出现了专门从事采集和传播农业新闻的社会职业，并逐步成为各种政治力量、社会集团的宣传手段和舆论工具。在商品经济发达的社会，农业新闻虽然不占有主流地位，但是其作用不可忽视。由此，应该将“农业新闻传播”的“新闻”理解为新闻媒介从事旨在满足受众欲知、应知、未知的农业新闻传播的活动。这意味着“新闻媒介”是“农业新闻”传播的主体；“旨在满足受众欲知、应知、未知”的限定涵盖了那些应被“新闻媒介”传播而未传播的农业信息，最大限度地包容了农业新闻的外延；而“农业新闻传播活动”不仅涵盖了农业新闻的所有行为，更是对主体行为的合理限定。最后，“农业新闻传播”中的“传播”受到了农业新闻的限制，其内涵有所限定，这是由于传播的内容是受“农业新闻”决定的。因此，多义的传播概念将有所限定。我认为，“农业新闻传播”中的“传播”是一种过程，一种行为，一种系统。作为“一种过程”，“传播”的着眼点在于农业新闻传播的动态和运行机制，考察的是传播主体之间的一系列环节和因素的相互作用和影响的关系；作为“一种行为”，其着眼点侧重于把农业新闻传播看做是以人为主体的活动，考察的是农业新闻传播行为与其它社会行为的关系，特别是农业新闻传播对农业生产、农村社会、农民观念之间的互动关系；作为“一种系统”，其视角是从系统论的角度考察农业新闻传播活动，不但要考察微观层面的农业新闻传播的运行系统，而且还考察中观、宏观层面的农业新闻传播的相互作用及其所引起的农村社会的总体发展变化。

由此，界定“农业新闻传播”需以整体的、系统的观点考察农业新闻传播活动的整个运作过程。新闻媒介从事农业新闻传播活动的基础，一是客观存在的变动的农业生产、农村社会的事实为农业新闻报道提供了丰富的素材，二是客观存在的需要了解这些事实的社会公众为新闻媒介提供了市场。换言之，农业新闻传播的本质意义，就在于将客观存在的农业生产、农村社会事实转换成社会公众所需要的信息。值得注意的是，这种转换不仅仅在媒介内部完成的，也是在媒介与外部环境、与社会公众以及媒介内部若干不同的领域中实现的。三是新闻媒介提供的农业新闻信息具有相对能动性，它能够反作用于农业生产、农村社会、农民观念，对客观存在的农业生产活动、农村社会产生明显的、潜在的各种影响。这三个方面不仅各成系统，而且它们还共同组成了农业新闻传播的系统。因此，影响农业新闻传播的因素有很多，对这些因素的认识和把握程度直接影响了对“农业新闻传播”的内涵和外延的认知。据此，我们可以对“农业新闻传播”做如下描述。

1. 农业新闻传播的发生层

变动或曰变化是新闻产生的动力。大变动，大新闻；小变动，小新闻；无变动无新闻，这是众所周知的新闻发生的机制。传统农业生产活动以耕种和养殖为主，完全依赖动植物的生命活动，结成了相对稳定的生产关系，形成了传统农业的周期性、持续性、稳定性等特点，继而影响了传统农业社会的农业新闻产生少、传播渠道依赖人际渠道、农业新闻与农业生产息息相关等特点。到了近现代社会，随着科学技术的进步，出现了多种形式的农业生产活动，农村的变动日渐频繁与剧烈，农业新闻亦随之源源不断的产生。中国有数亿农民，随着农村改革的深入，传统农村向城镇化转型，数亿农民的生产、生活将是产生农业新闻的沃土。目前这块沃土已受到我国新闻传播界的重视。

农业新闻的发生层是农业新闻传播的根源。皮之不存，毛将焉附？离开了农业新闻传播的发生层，农业新闻传播的其它层面将是无根之木，无皮之毛。但是，仅有发生层，若无后面的传播层、接受层的作用，产生的农业新闻将自生自灭，不会有任何价值或功效。

2. 农业新闻传播的媒介(传播)层

农业新闻传播在本质上是一种携带着新异的、与“农”相关的社会信息的流动散播，而信息的无介质性、无主体性决定了它必须依赖一定的介质或媒介才能得以传播。因此，农业新闻信息离不开文字、图片、图画、声音等媒介，而且只有与这些媒介结合，农业新闻才能进入现代大众传播媒介系统。当报纸、广播、电视乃至新兴的第四媒体——互联网，成为社会的相对独立社会机构，有固定的社会职业人员支撑时，无生命、客体的传播媒介也就获得了生命，成为拥有某种能动性的主体，并自成相对独立的系统。这个系统大致包括资金、人才、设备、技术、载体、品牌、社会关系，以及新闻采编人员、技术人员、资料人员等各类农业新闻传播者。该系统能根据社会需要和自身利益的诉求采集、加工、处理各种类型的农业新闻，对农业新闻源实施把关、包装、放大、消灭等行为，在向社会广泛散播满足社会需要的同时，发挥媒介自身的影响力，充当各种政治力量、社会集团的宣传手段和舆论工具，由此改变了原生态的农业传播路径和影响范围，形成了农业新闻散播的新图景、新模式。

3. 农业新闻传播的接受层

农业新闻的接受层，即农业新闻的受众群体。它包括各种显在与潜在的农业新闻的消费群体。不仅包括农村的读者、听众、观众和网民，即数亿的农村居民，还包括城镇中农产品的广大消费者、经营者、管理者，开拓农村市场的企业家，关心、支持农业发展的学者，农业类高校的师生等。换言之，只要消费农业新闻，就属于农业新闻的受众群体。但是对于农业新闻传播活动最有价值的主要是事实上已经作为读者、听众、观众、网民存在的社会公众，农业媒介的社会影响力、广告吸引力依此存在。受众是农业新闻传播的服务对象，也是农业新闻产品赖以实现价值的基本条件，对农业新闻传播层来说，具有重大的价值和意义。受众的构成包括受众的规模、受众的组成结构等

4. 农业新闻传播的作用层

作用是指农业新闻传播对农业生产、农村社会、农民观念的作用或效果，体现了农业新闻传播的生存价值。换言之，农业新闻传播的作用层是指农业新闻传播对农业生产活动、农村社会、农民观念的传播效果问题。这不仅为农业新闻传播的媒介层所关注，力求通过多种方式、多种渠道提高农业新闻产品的社会影响力，提高媒介的知名度、美誉度，也为关注农业生产、关心农村进步的学者、政治家所关注。他们想通过此途径改革农村社会，改变农民观念。对于农业新闻传播的效果的探讨将是一项复杂而有意义的工作。其成果将作用于农业新闻传播活动，有助于提高农业新闻传播活动的质量和效益。

综上所述，我们可以做如下概括：“农业新闻传播”是指新闻媒介特别是涉农类新闻媒介，乃至社会组织、团体、个人等传播主体，在以农民为主体以及与农业相关的其它群体在广袤的农村乃至城市等地理环境内，所组成的各种类型的农业生产活动中采集、加工、处理、传播农业新闻信息的活动。这类新闻信息活动以满足社会需要为己任，并以各种形式反馈于农业生产活动，对农业生产、农村社会、农民观念，乃至整个社会都将产生难以估算的各种潜在和显在的影响。具体包括农业新闻传播的发生层、媒介层、接受层、作用层。

（二）农业新闻传播的研究对象和基本内容

一门相对独立的学科，必须要有相对独立的研究对象。边缘学科由于与多种学科有着千丝万缕的联系，更有必要明确规定自己的对象。规定一门学科的对象应遵循的原则是：必须概括学科的实质，体现学科的基本理论框架，显示与相邻学科的联系与区别，简明扼要地为这门学科划定一个观察和思考的出发点。

农业新闻传播的研究对象究竟是什么？关于这个问题，由于我国学界对农业新闻传播的研究缺乏系统性，对此问题尚未有系统的表述。因此，对此问题的研究也不能借鉴前人的智慧成果，而要从农业新闻传播本身出发，在结合现实需要和借鉴零碎的研究历史基础上确定之。

当然，由于农业新闻传播是新闻传播学的一个分支学科，理所当然地可以借鉴新闻传播学的研究成果，确定农业新闻传播的研究对象和基本内容，形成庞大、繁琐的农业新闻传播理论、农业新闻传播业务、农业新闻传播史、农业新闻事业管理等四大部分。每一部分又可分为若干分支。比如，农业新闻传播业务分为农业新闻采访、农业新闻写作、农业新闻评论、农业新闻编辑、农业新闻摄影等。这种划分虽然较全面地涵盖了农业新闻传播活动的各个方面，但是由于其过于细腻而使该体系仅具有逻辑意义，而失去了现实的指导意义。

诚然，任何一门学科都以客观世界（包括人类社会和自然界）的某一特定现象作为自己的研究对象。农业新闻传播也不例外，它的研究对象是人类社会客观存在的农业新闻传播现象或活动（静态的角度是现象，动态的角度是活动）。研究的重点是农业新闻传播事业和农村生产、农村社会乃至人类社会的关系，探索农业新闻传播事业的产生、发展的特殊规律和农业新闻传播实践的基本要求，以及农业新闻传播事业对社会的反作用。从目前的研究状况看，上述几个方面的研究我国学界均有

所涉及，但是发展是不平衡的。农业新闻传播实践的基本要求即农业新闻报道的研究，农业新闻传播对农村社会、农业生产、农民观念的反作用等研究比较活跃，农业新闻事业产生、发展的历史和特殊规律研究相对滞后；理论研究相对薄弱，业务研究略有活跃，但整体上不可与经济新闻、科技新闻、社会新闻等新闻品种相提并论。

农业新闻传播现象包罗万象，要考究它的内部规律及对社会的作用，还需明确最基本的研究内容和研究问题。从“农业新闻传播”的内涵角度而言，农业新闻传播的基本研究内容和基本问题应该包括如下研究。

一是农业新闻生成的研究。即农业新闻如何由事实变成新闻成品的过程研究。主要包括农业新闻产生的根源、发生的特点、采集农业新闻的标准、途径等研究；消息来源的构成、种类；职业人员素质、修养、职业道德等研究；农业新闻的编码问题研究等。此类研究多集中在农业新闻传播的业务操作层面。目前，这类研究在我国取得不少成果，多为农业新闻从业人员的经验总结，但是尚未有人对此进行系统的梳理。

二是农业新闻的媒介（传播）研究。即研究农业新闻通过什么渠道，以什么路径，用什么方式向社会广泛传播。主要包括涉农新闻媒介性质、种类、结构研究；农业新闻媒介的发展历史及规律的研究；农业新闻传播的指导方针、模式研究；农业新闻媒介的控制、经营、管理研究等。此类研究类似于传播学中的“控制分析”。目前，这类研究相当滞后，成果少且零碎。

三是农业新闻的受众研究。包括农业新闻的受众群体构成、受众心理与需求、受众角色与权利的研究；受众接受农业新闻信息的特点与规律、传受关系、受众反馈研究；农业受众调查等研究。此类研究是受众研究的一个分支，在理论上可接受新闻传播学的受众理论的研究成果的指导，但是农业新闻的受众也有自己的构成特点和需求、解读规律。因此，要把传播学的受众理论的研究成果和中国农业新闻的受众的“国情”结合起来。当前我国对于农业新闻的受众研究多集中在农村的农业新闻受众，忽略了城市中农业新闻的受众研究，且研究相对零散，多为经验性的总结和少量的农村受众调查。

四是农业新闻的效果研究。即农业新闻传播对农业生产、农村社会、农民观念，乃至整个人类社会的作用研究。这是农业新闻传播研究的重要内容和有机组成部分，并为农业新闻从业者所关注。他们在实践中进行了大量的探索，积累了许多宝贵的经验，但是却没有形成一个理论体系。在这方面发展传播学取得了丰硕成果，其中许多理论值得借鉴。

上述四个方面的研究是相互联系、相互重叠、相互渗透、相互作用的统一整体。因此，不能用机械的、片面的视角看待，而应用发展、联系的观点对待这四个方面的研究，其中，任何一个方面的研究都离不开其它方面的互助与支持；而某个领域的重大突破将带动其它领域研究的深入，反之，若某个方面的研究相当滞后必将影响整个农业新闻传播研究的深入，影响农业新闻传播的整体图式。另外，上述四个方面的研究并没有考虑到宏大的社会、经济文化背景和新闻传播学的知识背景，这

并不意味着农业新闻传播的研究要脱离这些背景，事实正好相反，对于农业新闻传播的研究必须放在整个社会的宏大背景和新闻传播学研究知识背景中，才有可能取得丰硕的成果。

（三 学科属性及与相关学科的关系

习惯上，学术界经常把农业新闻传播划为新闻传播学的门下，认为农业新闻传播是隶属于新闻传播学的一门分支学科，其学科理论、架构接受母体学科的规范与指导，实践操作也是如此。但是，农业新闻传播不仅是隶属于新闻传播学的一门分支学科，而且还是一门综合性的边缘性的兼顾理论与应用的社会科学。它涉及的学科十分广泛，农业科学、农村社会学、发展经济学、发展传播学、农业传播学、农村传播学、健康传播学、新闻学、传播学、心理学、舆论学、经济学、管理学等基础学科和应用学科都与农业新闻传播有密切的关系。事实上，由于农业新闻传播的触角触及整个农业生产活动，与农村社会的各个方面息息相关，并影响以农村社会为主体的整个人类社会，因此，农业新闻传播的触角必将波及以“农”为主体的整个自然科学和社会科学的学科群，而与之发生或远或近的各种关系。而在当今学科爆炸、学科之间界限模糊、整合与分化加剧的现实环境下，一一区分农业新闻传播与相关学科的关系就显得繁琐而意义趋于贬值。据此，我们不再延续传统的思路——区分农业新闻传播与相关学科的关系，而把重点放在与农业新闻传播比较密切的新闻学和发展传播学两门学科上。

1. 农业新闻传播与新闻学的关系

不论是从名称方面还是从基本内容上，农业新闻传播都是新闻学的一个分支，与新闻学构成了被包容和包容的关系。新闻学以客观存在的新闻现象作为自己的研究对象，重点探讨新闻传播事业与人类社会的关系，以及新闻事业产生、发展的特殊规律和新闻工作的基本要求。随着传播学传入中国后，传统新闻学受到传播学的影响，其研究理论、研究基础、研究方法、研究重点发生了部分置换，出现了新闻学与传播学相互交融、互相融合的局面，以致新闻学的学科边界趋于模糊，研究走向深入，趋于本体化和“传播”化的两种趋势，甚至出现了隶属于传播学门下的“新闻传播学”的“学科”称呼。同时随着新闻实践的累积和学术研究的深入，新闻学科体系内部不断产生裂变，农业新闻传播学就是从原有的新闻传播实践和农业新闻研究的基础上诞生的一门新兴学科。它的产生将有助于细化新闻学的研究对象，使对问题的探讨更具有针对性，加强对新闻工作指导的具体性，细化新闻学科体系。而作为一门新兴的综合性学科，农业新闻传播必将受到母体学科——新闻学的深刻影响，从理论到实践中接受学术指导和知识营养。

2. 农业新闻传播与发展传播学的关系

发展传播学，是20世纪50年代在美国兴起后遍及世界的“国际传播学研究的一个新领域”^①。（范东生语）。在学科归属上，属于“发展研究”（Development Stud-

^① 范东生：《发展传播学——传播学研究的新领域》转自张隆东主编《大众传播学总论》中国人民大学出版社1993年版。

ies)与传播学研究的一个交叉领域。所谓“发展研究”,主要以相对贫穷、落后的第三世界发展中国家的发展问题为研究对象,全面探讨这些国家现代化的理论、模式、战略方针乃至具体政策。^①

发展传播以国家发展与传播之间的关系问题为己任,探讨如何运用现代的和传统的传播技术,以促进和加强社会经济、政治和文化变革的过程。其中心议题是:大众传播在国家实现现代化过程中的作用。这是一项应用型、对策性很强的重大研究课题。所谓现代化,是指人类社会从传统社会转变为现代社会的过程。

1958年,美国当代社会学家丹尼斯·勒纳的著作《传统社会的消失:中东的现代化》出版,该书的出现奠定发展传播学的基础,勒纳也被后来者称为学科奠基人。后继者有W·施拉姆、E·卡茨、E·罗杰斯、英格尔斯等学者。批判学派的代表人物、美国社会学者H·席勒从批判主义视角对之进行了反思性论述,他的观点被相当多的西方批判主义学者和第三世界的研究者所接受,影响甚大。W·施拉姆的《大众传播媒介与国家发展:信息对发展中国家的作用》(1964),E·罗杰斯的《创新与扩散》(1962)、《大众传播与国家发展》(1966)等著作被认为是早期阶段的经典之作。联合国教科文组织曾多次在世界范围内的调查研究中涉及这个领域,为这个领域相关理论的阐发和争论起到了重要的推动作用。经过半个多世纪的学术累积,国外发展传播学研究硕果累累。

发展传播学传入中国后,受到了国内学者的注意,也取得了不少成果。从国家发展与传播的关系角度,西方传播学的本土化过程就是发展传播学在中国的历程。中国属于第三世界,发展传播学与农业、农村、农民发展问题密切相关。不少学者亦从这个角度探索大众传播与农村发展的课题。但总体来看,研究硕果不多,理论创新少、实证调查研究少,学习借鉴多。但也有一些可圈可点的地方。重要著作有中宣部与国务院经济技术社会发展研究中心编印的一套13本《新闻事业与现代化建设》研究报告(1987)、裘正义的《大众传媒与中国乡村发展》(1991)、方晓红的《大众传播与农村》、王德海的《发展传播学》等。

由此可见,农业新闻传播与发展传播学的研究,特别是大众传播与农村发展的研究密切相关,但是二者的研究对象也有明显的区别。新闻传播与农业生产革新、农村社会发展是两者研究的共同对象和基本问题。而对于国家发展与传播,城市发展与传播等问题则与农业新闻传播相距甚远,而农业新闻传播的技术操作层面,发展传播学鲜有涉及,构成了二者的研究对象的不同点。由于发展传播学的学术成果丰硕,农业新闻传播是一门新兴的学科,因此对于农业新闻传播效果层面的研究,可以从研究方法、研究角度、研究基础等方面借鉴发展传播学的学术成果,另一方面,农业新闻传播效果研究的重大突破也将丰富发展传播学的研究内容,带动发展传播学迈上一个新的学术台阶。

宫承波、艾红红:《试论勒纳的传播与发展理论》,《山东大学学报(哲学社会科学版)》(双月刊) 2002年6期,第137-140页。

二、农业新闻传播的特征分析

特征是一事物区别其它事物的标志、征象。农业新闻传播的特征是其特有属性。

(1) 它能与其它类型的报道区别开,是农业新闻传播的个性,不是新闻传播的共性;(2) 它应来自农业新闻报道的运行机制,是农业新闻报道的报道者、报道对象、传播媒介、受众群体四个要素相互作用形成的过程特征;(3) 它既是海量农业新闻报道的显著表征,也是长期从事农业新闻报道的新闻工作者的集体创造。这三个层面展现出农业新闻特性的不同侧面,它们既相汇交叉,又各有不同,是农业新闻特性较全面的概括。

目前,学术界尚未有人全面、系统地梳理农业新闻传播的特征,从业者也存在着对其认识不全面、不到位的问题,理论研究缺位或滞后已影响了农业新闻传播功能的发挥,造成农业新闻资源的巨大浪费。对于农业新闻传播的特征,笔者将从微观角度、组织运行角度以及历史角度进行较全面的探讨。

(一) 微观角度的农业新闻传播特征

农业新闻是农业领域的新近事实的报道。作为新闻家族的一员,农业新闻与其它新闻类型一样,在根本性质上是一种信息,传达着新近事实的变动。在传播原则上遵循“真实、全面、客观、公正”的准则,表现形式上具备“具体性、真实性、新鲜性、重要性、及时传播性”等新闻的基本特征。^①同时,与工业、城市等新闻类型相比,农业新闻传播也有着鲜明的个性。

1. 高度的求真性

真实是新闻与生俱来的品质。假新闻虽然不可避免,但都为传受双方所不齿。在这方面,农业新闻求真性的强度要比体育、社会、文娱等新闻的强度要高,具有高度的求真性。这是因为:(1) 农业领域虽然变动频率低,但是变动后对农业、农村乃至整个社会的影响大。真实的报道能沟通农业内部及外部系统之间的关系,避免或减少重大变动对农业产生的震荡,虚假的农业新闻则会对“三农”造成沉重打击。农业新闻传播史证实了这一点:解放前夕,农村土地改革宣传出现了道听途说的假新闻,中国共产党发现后在新闻界及时发起了一场“反客里空”的整风运动,整顿了新闻文风,挽救了农村土地改革;而在50年代初大跃进期间,中共没有及时纠正农业新闻传播中的“大放卫星”现象,并与其它因素导致随后的农村饥荒的发生,造成严重的社会后果。(2) 传统农民常以经验、直觉判断事物的真伪,是“经验主义者”^②,他们信赖人际传播,冷落大众传播,一两次失真新闻就会让其产生不信任感,并可能祸及整个农业新闻传播。(3) 农业科技新闻担负着农业科技的推广重任。要有效地推广农业科技新闻,改变农村陋习,农业科技新闻的写作必须要有科学性,稿件要通俗、准确地反映科技成果的主要特征、应用范围、应用前景、增产幅度、注意事项等,以利于农民采用。农业新闻高度求真性的特征要求从业者要

叶春华:《新闻采写编评》,复旦大学出版社1996年版,第13页。

② 程贵铭主编:《农村社会学》,中国农业大学出版社2002年版,第158页。

有高度的职业精神和为农服务的信念。

2. 较弱的时效性

时效性是指新闻从传播媒介到受众接受、利用的时间间隔及其效率。这是新闻的一个共性，不同的新闻对时效性的要求程度是不同的。一般而言，新闻越迅速及时越好，一些有价值的新闻，一旦失去了时效性就会无人问津。从整体上而言，农业新闻传播在这方面表现出较弱的时效性要求。只要不错过农业生产的季节，常规的农业新闻早发或晚发几天都没有太大的关系，不会影响农业生产、农民生活。这不像有的新闻，例如会议新闻、节日新闻等，必须当天发表。但是，这并不意味着农业新闻对时效性没有要求。一些农业领域的突发事件，比如洪水泛滥、气候异变、病虫害流行等天灾人祸，一些特别重大的农业科技新闻，一些事关农业利益的政策法规新闻等，它们对时效性要求也很强，不仅必须及时报道，而且还要突出处理。例如，2004年我国境内部分省市发生的禽流感病毒，中央出台的“1号文件”等，都是十分重大、引起轰动的新闻。

3. 明显的季节性

这是农业新闻受农业生产季节性影响呈现出来的，与其它行业的新闻区别是一个最显著的特征。这种特征是由传播对象——农业科学的特性决定的。“春季闹春耕，夏季战双抢，秋季抓秋收，冬季搞基建”的农业“四季歌”是其外在表现。虽然农业“四季歌”有许多毛病，甚至被否定为“不是新闻，而是生产环节中的一种进度表”^①，但是若违背这个特征，春耕报冬藏，夏收报春耕，则是虚假报道。但是，随着农业科技的发展，农业生产出现了“反季节蔬菜、反季节水果”等现象，也就有了一些反季节性的农业新闻报道。此类报道的出现并没有违背农业新闻传播的季节性：（1）此类报道量很小，不足以改变农业新闻传播的季节性主流。（2）“反季节性”报道从侧面证实了农业新闻传播的季节性。因为，“反季节”是建立在季节性之上的，没有季节性，就没有所谓的“反季节”。事实上，我国是一个拥有数亿农民的大国，由传统农业向现代农业转变的过程仍是一个较长的过程，农业的季节性和农业新闻报道的季节性仍将长期存在。所以，如何让“四季歌”唱新唱活是农业新闻传播研究的持久性课题之一。

4. 突出的地域性

地理环境、文化传统影响人们的生产、生活、交往等方式，进而决定人们的信息需要的方式。我国地域辽阔，有千姿百态的地理环境，形成了各具地域特色的农业生产、生活、交往等方式。草原牧民以畜牧为业，吃羊肉、喝牛奶、住毡包、能骑善射，是游牧文化；沿海渔民以船为家，捕鱼度日，形成渔民文化；平原农民男耕女织、饮食农桑，是耕种文化。这正如马克思所说：“人们在各自的自然环境中，找到不同的生产资料和生活资料，因此，他们的生产方式、生活方式和产品，也就各不相同。”^②这决定了农业新闻突出的地域性特征，其表现是农业新闻的生产、

黄宏福：《把“四季歌”唱新唱活》，《新闻前哨》1994年第4期。

② 《马克思·恩格斯全集》第23卷，第390页。

消费的地域性特征。即同一地域产生的农业新闻主要满足本地域农民的信息需要，非本地域产生的农业新闻要在心理、文化上与本地域的农民具有较强的接近性，才为其所需。

（二）组织层面的农业新闻传播特征

农业新闻传播是一个过程，它是由传播者采集新闻，制作成新闻稿件，经大众传媒（报纸、杂志、广播、电视、互联网）的传播后达到受众消费的运行过程。农业新闻受到此过程的影响，呈现出一定的过程特征。

1. 农业新闻发生频率低

新闻是新近事实的变动，无变动无以新闻。在这方面，农业新闻的发生频率明显偏低。农耕社会虽然有几千年的历史，但是没有产生近代意义上的新闻事业是一个好的例证。这主要因为：（1）农业生产受农作物生长规律的制约，具有高度的重复性；（2）农村是超稳定的社会，自我封闭性强、变动少；（3）农村还是相互“熟悉”的民俗社会或礼俗社会，雷德菲尔德认为：“小型、封闭性、不开化和同质性是这种民俗社会的基本特征”^①；（4）中国农村是乡土社会，“吃靠土地、用靠副业，男耕女织，农副相辅（费孝通语）”是中国传统农民生活的基础。上述原因不仅决定了农业新闻发生频率低，还是农村现代化的主要障碍。

随着农业科技的进步，中国农业出现多种形态，传统农耕社会发生裂变，农业新闻的发生频率有所增加，农业新闻报道比农耕社会有所增强。但是在城乡二元结构的基本格局下，农民社会基本上保持了它的超稳定性，特别是几千年来所形成的中国农民深层文化结构基本上没有实质性的变化。^②因此，农业新闻资源依然处于开发状态的前期阶段，如何有效开发农业新闻资源，依然是未化解的难题。

2. 农业新闻选择注重信息服务和农业政策

新闻选择是对新闻源的层层把关过程，它受到新闻价值、宣传价值、新闻法规、媒体定位、版面组织、社会效果等各种因素的影响，选择后的结果安排着“公众讨论的议程”。农业新闻选择的标准除了遵循一般的程序外，特别注重农业信息服务和农业政策。其根据在于：（1）农业科技和农业政策是解决“三农”问题的共识，服务于“三农”的农业新闻传播必须贴切、形象地向广大农民宣传农业科学技术及党和政府的农业政策。万里曾要求（农民日报）多为农民提供知识和信息服务。^③（2）农业科技和党的农业政策是改变农业、农村的巨大推动力，也是农业新闻产生的最大新闻源。（3）农村受众调查显示，了解党和国家的政策（包括农业政策）和获知致富信息一直是农村居民的重要选项。（4）农业新闻传播史也表明，农业科技新闻和农业政策新闻是农业新闻传播的重头戏。

① [美] 赖特·米尔斯等：《社会学与社会组织》浙江人民出版社 1986 年版，转自程贵铭主编的《农村社会学》第 155 页。

② 程贵铭主编：《农村社会学》中国农业大学出版社 2002 年版，第 159 页。

③ 参见万里《多为农民提供知识和信息服务——对办好〈农民日报〉的一点意见》载 1985 年 1 月 1 日《农民日报》改刊号。

3. 农业新闻的流通以人际多级传播为主

农耕社会，自然农业变动少，农业新闻传播以人际传播、小群体传播为主，没有现代意义上的大众传播；只有到了近现代，农业新闻才有了大众化的传播媒介。我国最早一份农业期刊《农学报》（1897）标志着农业新闻大众传播的开端。真正实现农业新闻大众传播的是30年代中共在根据地创办了一批涉农报刊。方汉奇教授称这是中国报刊史上“前所未有的”事。新中国成立后，对农村广播、对农电视节目陆续兴办，农业新闻大众化传播得到进一步发展，成为农村居民了解外部世界的主渠道。但是受传统因素的影响，广播、电视、报刊、互联网并未得到农民的充分信任，以人际传播为主的农村社会结构没有得到根本改变，农村中的意见领袖依然发挥着主导作用，影响着农业新闻传播的效果。例如，方晓红主持的苏南农村受众调查显示：对农办的《致富经》、《金土地》等栏目受到苏南农民的冷淡，亲朋好友是苏南农民获取指导性经济新闻的主渠道。^②因此，当前的农业新闻的流通依然以人际多级传播为主、大众传播为辅。

（三）农业新闻文本积淀的农业新闻传播特征

1. 以农业科技、经济报道为主是农业新闻的显著特征

纵览各种涉农类新闻媒体，凡常规的农业新闻报道，无不以农业科技、农业经济报道为主，其中农业科技报道又占据了最多的版面和时间。学界对农业新闻传播进行系统考察的也是以农业科技新闻为先声，是蒋建科著的《农业新闻学——理论与实践的探索》。此书书名虽是农业新闻学，实际是农业科技新闻学，全书涉及的内容全部与农业科技新闻有关。另外，从中央级、省市县各级新闻媒体对农类的版面、栏目看，“科技和致富”为主题的栏目占有绝对优势。以电视对农栏目名称为例，在中央和部分省级电视台20多个对农栏目中，栏目名称与“科技和致富”直接有关的就有央视的电视杂志《金土地》、广东台的《摇钱树》、辽宁台的《黑土地》、四川台的《金土地》、河北台的《时代科技》、山西台的《黄土地》等栏目，占对农栏目的1/5还多。其它栏目名称虽然与“科技与致富”的主题关系不大，但是其主要内容也是“科技与致富”。然而一些对农栏目存在着质量不高、不受农民欢迎的问题，亟需解决。

2. “启蒙”农民是农业新闻的基本特征

从新闻报道的情感倾向和功能趋向看，大量的农业新闻传播证实，对农民进行“启蒙”是农业新闻传播的主要情感倾向和价值取向。“劝君莫吃青蛙肉”“老严怎么就不能发大财”“好苹果不能等烂了吃”、“农业如何走向市场”等标题在农业新闻报道中可信手拈来。农业新闻传播者亦把“启蒙”作为自己的职责，其对农业新闻采写经验的总结中大都流露着如何转变农民保守、陈旧的观念，树立科技意识、市场意识、竞争意识、合作意识等新农村需要的农民新观念。例如，《做好农业报道

① 方汉奇主编：《中国新闻传播通史》（二卷）中国人民大学出版社1996年版，第340页。

② 方晓红：《大众传媒与农村》中华书局2002年11月版，第67页，第73页。

应增强三种意识》^①一文的主题是要帮助农民增强市场意识、品牌意识、科技和信息意识；《如何引导农民走向市场》^②一文则认为要培养农民按需生产意识、大市场意识、寻找比较优势意识、竞争主体意识、适度规模意识、绿色环保意识、科技意识、法律意识等。农业新闻“启蒙”农民常用鼓励、劝告、嘲讽、用事件和案例开导等方法。

3. 扶贫报道是农业新闻的突出特征

此特征是新闻传播者的集体创造的结晶。它是指大众传媒用新闻、用版面、用声屏去宣传、支持贫困地区，促进贫困地区脱贫致富。中国新闻媒体非常重视“新闻扶贫”曾多次组织各种类型的新闻扶贫活动。例如，1997年中国记者协会曾向全国新闻界发出新闻扶贫的倡议，中央和省市县级新闻媒体纷纷响应，涌现了一批新闻扶贫的经典之作，积累了丰富的新闻扶贫经验。其主要表现是：组织记者下乡，深入农村采访，集中深入反映农村中的焦点、难点问题；报道农业、农村中的新事件、新人物、新情况，报道当地农业发展所需的农业科学技术等。一般而言，农业扶贫报道带有浓郁的乡土气息，具有鲜活、生动的特点，深受农村居民欢迎。

4. 通俗易懂是农业新闻的鲜明特征

通俗易懂是农业新闻传播文本积淀形成的另一个客观存在的特征。它是指农业新闻语言简洁、通俗、农民喜闻乐见，“识字的农民能看懂，不识字的农民能听懂。（毛泽东对《边区群众报》的指示）”这不仅为农村受众的特点所决定，而且还是我国农业新闻传播的优良传统。此传统是由1940年创办的《边区群众报》等中共农村报刊所开创，并为中国各地的农民报、农村报所继承。它要求农业新闻写作简短、具体，口语化，能贴近农民生活，能有一定的冗余信息，能有鲜活的农民语言等，文风上有“土腥味儿、平民味、人情味”等。但是农业新闻传播也存在着许多不受农民欢迎的干瘪、枯燥的农业新闻稿件，这从反面证实了通俗易懂是农业新闻传播的鲜明特征。

对于上述农业新闻传播特征的概述，也许有所遗漏，但是不论是微观对比角度和组织层面的，还是积淀形成和宏观层面的，它们都是相互联系、相互重叠、相互渗透的统一体，共同构成了多维度的农业新闻传播特征体。其中任何一项特征的形成都离不开其它特征的互动与支持，若对一些特征的过度开发或忽略，也会导致其它特征在版面、时间上的被挤压与侵占，进而影响农业信息流量、流向的失衡，伤害农村社会需要的多样性，引起受众不满。所以，在当代社会，对于农业新闻特征的认识，把握和控制农业新闻特征的正确组合，既可以反映涉农媒介的领导者、传播者对农业新闻资源开发的水平高低，也可以表明他们对诸种特征的关系以及社会需要认识和了解的准确程度。

孙昊、路敦英：《做好农业报道应增强三种意识》，《新闻传播》2005年第3期。

② 陈海楠、周曦：《如何引导农民走向市场》，《中国记者》2001年第6期。

三、农业新闻传播的功能与研究

任何事物的特性和作用总是联系在一起的，事物有什么样的特性就决定了该事物能发挥什么作用。农业新闻传播的特性决定了农业新闻传播具有的能力以及个人和社会所起的作用或效能。因此，农业新闻传播的功能是指农业新闻传播所发挥的有利作用或效能，是农业新闻传播使命、职责、手段的综合结果。作为一项具有明确目的的社会活动，农业新闻传播者只有在有了明确的目标，并预先看到所希望的结果时，才能以一定的传播手段或方式去履行自己的职责，完成使命。作为一种职责，农业新闻传播者在事前就应该对该活动的功能有一个充分的了解和认识。作为一项使命，农业新闻传播者就必须运用全部手段去充分展示和释放它的功能。

农业新闻传播的功能是农业新闻传播者依据农业新闻传播的特性充分展示和释放出来的对个人和社会发挥的作用或效能，对其的评价则是农业新闻传播的价值。

新闻传播的功能论述连篇累牍，但是尚未有人系统地论述农业新闻传播的功能。实践中，人们对农业新闻传播功能的确定和要求尚处于经验阶段。结果就是农业新闻资源开发疲沓、农业新闻传播事业滞后、大量农业新闻报道不适应农村社会需要，以致严重影响了农村和城市之间及农村系统内部之间的信息流通。从逻辑上而言，农业新闻传播具有新闻传播的所有功能。但是，在实际农业新闻传播中是否具有这些功能，这要看农业新闻传播者对农业新闻传播功能的挖掘程度。从另一个角度而言，新闻传播的功能体系为农业新闻传播功能的开发提供了指南，但它并不等于是农业新闻传播的功能，关键是要看此种功能是否适应农村社会。

对于新闻传播功能，在不同的社会中，人们对新闻传播功能的确定和要求是不同的。恩格斯（1849）要求报刊“保护公民不受官员逞凶肆虐之害”。马克思（1859）则要求报刊担负起“揭发招摇撞骗的职责”。列宁（1901）要求党的报纸“成为真正的人民的政治报纸”认为在无产阶级革命运动中“报纸不仅是集体的宣传员和集体的鼓动员，而且是集体的组织者。”毛泽东则认为报纸在社会主义革命和建设应发挥“组织、鼓舞、激励、批判、推动的作用。”随着社会的发展，人们对新闻传播媒介的运用日益广泛，其功能也随之逐渐增加并趋于多样。拉斯韦尔（1948）认为大众传播的功能有三项：监视社会环境、协调社会关系、传承社会经验。在拉斯韦尔三功能说基础上，C.R. 赖特（1959）又补充了提供娱乐功能。拉扎斯菲尔德和罗伯特·默顿（1948/1960）提出了赋予社会地位、强化社会规范、麻醉性的功能障碍三种功能。后来施拉姆（1957）又据实际情况列出五项功能：雷达的功能，决策的功能，指导的功能，娱乐的功能，商业的功能。1982年以后，我国的新闻学著作大多采用与法国新闻学家贝尔纳·瓦耶纳相近似的观点，将新闻传播的功能分为：（1）报道新闻、沟通情况；（2）反映舆论、引导舆论；（3）传播知识、提供娱乐。而我国的传播学者则从另一个角度挖掘大众传播的功能。将其分为：正功能与负功能，显性功能与隐性功能，外向型功能与内向性功能，适应的功能与支持的功能，等等。上述论述也不可能涵盖新闻传播的所有功能，但由此可见新闻传播功能的研究成果。由此，很有必要深化研究农业新闻传播的功能。下面将从组织和社

会两个层面来分析和界定农业新闻传播功能系统。

（一 组织层面的农业新闻传播功能系统

组织层面的农业新闻传播功能是指农业新闻传播具有的基本能力，它主要包括传播功能、解释疏导功能、指导教化功能、扶贫功能等。

1. 信息传播功能

新闻的本性要求四处散播，这是人类求生存图发展的需要。因此，传播是新闻传播的基本功能。其它功能均建构在此功能之上。对于农业新闻传播来说，传播功能主要包括：（1）对上传达农情，反映民声，为决策层制定农村政策提供依据。主要报道农村政策执行情况，农村社会的焦点、难点问题，农民的心声与愿望，农村的发展形势、未来趋势等；（2）对下散播“三农”政策，广泛报道党中央对农路线方针、政策以及各级政府的对农政策、文件，各级政府树立的农村典型等，传达“官方”的声音。对党中央和各级政府对农政策的宣传是农业新闻传播的重要职责，此类报道亦是农村新闻报道的重头戏；（3）对内沟通农业、农村、农民情况，协调农村各部门、各机构之间的关系，促进农村社会整体发展。农村社会是由各个系统构成的相对独立的有机社区，它的良性运行，需要新闻传播沟通情况，协调矛盾。农耕社会，统治阶层运用各种手段阻止农村内部新闻信息流通，形成了“民之老死不相往来”的超稳定的农村社会结构，加固了其统治根基。当代中国社会，要实现乡土社会向现代化农村社会的转型，迫切需要农业新闻传播沟通内部情况，减少转型的摩擦和损失；（4）对外反映农村问题，塑造“三农”形象，为农村发展鼓与吹，为农民利益代言。与城市相比，农业、农村、农民始终处于弱势地位，话语权力小，影响力弱。农业要发展、农村要进步、农民要增收都需要农业新闻传播向全社会广泛呼吁，沟通好城乡关系，争取社会其它系统的资金、人力、智力等支持。当前，城市新闻媒体的农业新闻传播有股“妖魔化”农民的倾向，这是需要注意的。

2. 解释疏导功能

解释功能是指在全面了解情况的基础上对有关事物进行分析、说明，旨在满足受众深层次的信息需求，帮助读者理解“信息”背后的信息和建构事物图景的一种媒介功能。疏导功能是对传播和解释功能的进一步丰富与发展，健全的疏导功能是社会稳定的安全阀。农业新闻传播解释功能的表现形态是以农村、农业、农民为主题的各种解释性报道、新闻大调查、热点透视、长篇通讯以及各种类型的深度报道等。解释的目的是向受众提供农村某一事件在所有事件中的地位及前因后果，以帮助受众明辨是非、认清形势，确立观点，寻找对策。由于农村受众的教育水平低、鲜有记者深入底层等原因，以致农业新闻传播的解释功能发挥不够，重大突发的农村事件鲜有深刻、全面、通俗的解释性报道。

目前中国农村社会正从乡土社会向现代化农村社会转变，农村处于裂变之中，社会矛盾错综复杂、重大突发事件时有发生，农村社会潜伏着各种危机。“三农问题”就是对农业、农村、农民中的各种矛盾冲突的形象概括。农业新闻传播不能绕开“三农问题”，而应充分发挥新闻传播的疏导功能，以积极的姿态去应对，从稳定农村大局出发，从促进农业发展、农村进步、维护农民利益的角度着手，耐心地进

行疏导，释惑解难，消除农村社会的不和谐、不稳定因素，以及可能的农民恐慌。受各种因素的综合影响，当前农业新闻传播对农村问题重视程度不够，信息流通较差，部分媒体存有“培养”农村事件的嫌疑，以致出现小病养成大患，酿成农村突发事件，造成部分农民群众陷入恐慌。而对于农村突发事件的疏导，农业新闻传播发挥了巨大功能，但是在具体的突发事件中误导、炒作、失真等现象也时有发生。因此，如何发挥农业新闻传播的疏导功能，是农业新闻传播者值得研究的课题。

3. 指导功能

任何新闻都是“一种无形的意见”^①，夹带着传播者的意见、观点和倾向。因此，新闻传播的指导功能是客观存在的。我国新闻传播形成了良好的指导传统，毛泽东曾指出“一张省报，对于全省工作，全体人民，有极大的组织、鼓舞、激励、批判、推动的作用。”^② 农业新闻传播的指导功能是指涉农新闻传播媒介通过报道消息、表达观点、解释缘由、公开劝服等手段对农村受众的思想和行为产生一定的方向性指点、引导作用，主要包括对农村受众的鼓舞、示范、论证、启发、预测、警戒。在农业新闻传播实践中，农业新闻传播的指导功能被发挥得淋漓尽致，农业新闻传播者常以教师和指导者自居，他们一般是通过循循善诱、典型示范、触类旁通、潜移默化等软性方式间接发挥自己的指导作用，有时也通过社论、评论、按语、批评性报道或调查性报道等刚性方式直接释放自己的指导功能。但是，“指导”不是“指挥”，也不是“领导”，其指导性信息是非指令性和无约束性的。“指导”不是行政上的命令、指示、警告，其指导性信息应看做是媒介对受众的善意忠告和真诚帮助。对于指导性信息，是接受还是拒绝，是听从还是反对，一切仍由受众自己做主，农业新闻传播者无法越俎代庖。然而，当代中国农村新闻报道还存在着许多“指挥”性的稿子，文风贵族化，语气生硬、霸道现象还不少。因此，如何有效地把农业新闻传播的指导功能，建立在农村新闻的特点之上，是值得探讨的话题。

4. 扶贫功能

扶贫功能是新闻传播者针对农村的“村情”和新闻传播的特点开发出的一种功能。它是指大众传媒用版面、声屏去宣传、支持贫困地区，促进贫困地区脱贫致富。中国大众媒体非常重视农业新闻传播的扶贫功能，曾多次号召、组织各种类型的扶贫报道。1997年中国记协向全国新闻界发出新闻扶贫的倡议，中央和省市县级新闻媒体纷纷响应，涌现了一批新闻扶贫的经典之作，积累了丰富的新闻扶贫经验。新闻扶贫主要包括：（1）宣传农村发展中遇到的焦点、难点问题，并为之呼吁，争取外部的资金、人力和智力的支持；（2）根据当地农村社会发展需要，有针对性地报道促进农业发展、农村进步、农民增收的先进农业科学技术、有启发价值的事件，值得学习借鉴的农村人物等；（3）直接为农村发展提供资金、人力、智力支持，比

① 胡乔木：《人人都要学会写新闻》，《解放日报》1946年9月1日，参见张之华（中国新闻事业史文选：公元724—1995年）中国人民大学出版社1998年版，第309—311页。

② 毛泽东：《致刘建勋、韦国清》参见中共中央文献研究室主编《毛泽东书信选集》，1983年版，第533页。