

浅析农业传播中存在的问题及对策

董擎辉

(黑龙江省农业科学院 信息中心,黑龙江 哈尔滨 150086)

摘要:通过对我国农村现阶段农业传播的发展状况分析,我国与发达国家相比,在农业规模、信息传播上均处于明显的劣势。中国农业要想摆脱落后状态,加快发展,就必须顺应时代的潮流,面对农业信息流通不畅的现状。只有去正视、去面对,才能解决困难。

关键词:农业传播;存在问题;发展方向

中图分类号:G20

文献标识码:A

文章编号:1002-2767(2010)07-0154-02

千百年来,“民以食为天”曾一度被国人尊为圣典。古老的中国,在农业文明的推动下,达到了高度繁荣。然而,中国农业发展与其他国家其他行业相比,却远远的落后了。在知识经济时代,信息成为继材料和能源之后的第三资源,成为支撑社会发展的三大支柱之一。与发达国家相比,我国农业规模、信息传播上均处于明显的劣势。加入 WTO 以后,我国为数众多的小农户要在全新的市场环境下和制度约束下,与发达国家的大农场在国内和国际市场上开展直接竞争。面对如此严峻的挑战,中国农业要想摆脱落后状态,加快发展,就必须顺应时代的潮流,搭上信息的快车^[1]。然而,农业传播在当今农村传播的效果并不理想。农村经济的落后,导致了农村科技文化知识的匮乏。同时又限制了农村受众接受新知识、新观念、新技术,导致了农村经济发展更加滞后。

1 农业传播中存在的问题

1.1 农业传播者的局限性

目前,从事农业传播的人员主要是广播电视等传媒工作者、科技工作者、行政管理人员、学者等。这些从业者中很多出生在城市,对农村缺乏了解。和农村的变革以及农民的需求相比,他们的一些态度和观念甚至是落伍和保守的。除了在

事业和观念方面存在着种种局限外,最根本的还是后天形成的思维定势。由于缺少先进的、积极的、时尚的“农民意识”,所做出来的节目缺乏鲜明的“平民风格”。许多涉农节目的制作或活动的开展,并不是基于对农民需求的分析与评估来规划和设计的,更多采取的是市场的视角、技术的视角来选择致富的经验。

到底农民关心的是什?农民需要什么样的信息?农民最受欢迎的是哪种媒体形式?农民的精神世界里都有些什么?对于这些问题,做节目的人不知道。这种传者和受者沟通方面的隔阂,产生了一系列的不良后果。例如,传播内容与农民需求脱节,节目形式单调,播出次数少,时长、时段不合理,信息的可操作性太差、实用性不强等。有数据显示:有 48.5%受众明确表示没看过央视的《致富经》和《金土地》,47.8%看过此类节目的受众中表示喜欢的仅占 17.1%,不足两成,表示无所谓的却达到了 34.6%,也就是说有三成以上的受众漠视其存在^[2]。

1.2 受众自身的制约

这里的受众,指的是在城乡二元结构中居住在农村接收涉农信息的农民。西方传播学界曾提出“知识沟理论”,该理论认为:“受教育程度愈高的人,其阅读、理解和记忆能力也相应愈高,而且比较善于主动接受信息,吸收更多的知识^[3]。”也就是说文化水平低的受众也许会因为理解不了而忽略过去,不幸丧失良机。

收稿日期:2010-05-14

作者简介:董擎辉(1982-),女,黑龙江省伊春市人,在读硕士,研究实习员,从事农业信息化研究。E-mail: 6687768@163.com。

1.3 社会环境对农业传播的影响

早在1987年,中宣部、广播影视部联合调查组在历时一年的调查中,发现在主管部门的主导思想上,存在着“三重三轻”的偏差,就是“重电视,轻广播;重无线,轻有线;重城市,轻农村”。从而提出建议:“在大中城市的广播电视有一个大发展、好基础的情况下,应不失时机地把发展广播电视的注意力转向农村,转向不发达的老少边区,促进这些地区广播电视较快地发展。同时,要增强和改进对农村的宣传报道^[4]。”

另外,广播电视行业内部还存在着诸如“谁受益谁出钱”“重利用轻投入”等不合理的政策规定。现今的电视台考察一个节目的优劣,除了看收视率外,还要看其带来的经济效益,即对广告的吸纳力。例如,中央电视台的某个栏目,收视率曾一度非常高,但就是没有广告商投广告。经调查发现,原来是京郊的农民喜欢看的多。后来,这节目就被砍掉了。

1.4 传播内容的可及性低

1.4.1 有线电视普及率低 现今的中国农村,有近半数的农村受众至今仍然靠自备的普通室内外天线收看电视。一般电视只能收到几个台,主要是中央1台、省卫星频道、地方台,很少地方能收到中央7台。

1.4.2 农业报纸的阅读率低 农民是很少看报的。一是没有时间看。繁重的体力劳动,使农民一天下来疲乏至极,根本没有时间也没有精力去看。二是认为买报就是烧钱。三是认为广播、电视比报纸好听好看。即使有免费的报纸,因为文化水平低,农民也是很少看的。

1.4.3 网络普及率低 农业信息网络的基础设施建设需要很大的资金投入。尽管很多城市已经加快了农业信息化网络的建设,但仍需几年时间。而且网络媒体自身的特征对受众各方面的能力都提出了更高的要求。对于增收缓慢,年均收入较低的农民来说,购置一台电脑的花费太高。

2 对策

2.1 深入农村加强从业者对三农的了解

面对农业传播者自身存在的一些问题,在作客cctv.com的栏目《电视批判》论坛时,中国农业大学的小云教授认为一个优秀的农村工作者除了要具备一般工作者的那些基本素质外,应该更能吃苦,更富有同情心,更能从深层次的角度理解农民的问题和现状。农业传播的从业者最重要的是从内心认识到农民在社会中的重要性,从骨子里尊重农民,然后才是具备节目制作的专业技能和有关农业知识^[5]。

2.2 提高受众的自身素质

受众自身素质的高低,直接影响着农业传播良好效果的实现。因此,提高农民的自身素质就成为迫切的需要。这除了需要国家加大对农村教育的投入外,还需要农业信息传播者从农民的现状出发,转变视野,突破观念局限,努力了解农民,了解农村受众。转变农民的观念,提高他们的创新意识,最重要的是让农民从自身出发,主动实现农业创新,这样才能从根本上解决农民、农村、农业的市场意识问题,实现农业信息的良好传播。

2.3 提高农业传播效果,增强服务意识

电视台有电视台顺利运转的苦衷,电视工作者有自身发展的不断要求,这都无可厚非。但在对收视率及其它一些效益指标的评估当中,电视台应该充分考虑到自己所具有的社会功能,理应担负起促进农业信息有效传播的责任。

参考文献:

- [1] 赵晓春. 农业传播学[M]. 北京:中国传媒大学出版社, 2005:180.
- [2] 方晓红. 大众传媒与农村[M]. 北京:中华书局,2002:67.
- [3] 陈龙. 现代大众传播学[M]. 苏州:苏州大学出版社, 1997:299.
- [4] 《新闻事业与现代化建设》课题组. 新闻事业与现代化建设[M]. 北京:新华出版社,1992.
- [5] 《电视批判》论坛. 我们需要什么样的农民权益节目[EB/OL]. http://www.cctv.com/tvguide/tvcomment/wtjj/xzlx/9880_5.shtml,2004-07-14.