

## 我国农村信息传播中意见领袖现象分析

罗立娜<sup>1</sup>, 刘 行<sup>2</sup>

(1. 海南大学 园艺园林学院, 海南 海口 570228; 2. 海南大学 经济与管理学院, 海南 海口 570228)

**摘要:**意见领袖现象在我国农村信息传播中广泛存在,并对农村传播具有重要的推动促进作用。在新型工农城乡关系的背景下,为更好地发挥农村传播中意见领袖的作用,该文对我国农村传播中意见领袖的类型、传播方式、传播内容及传播对象进行了研究分析。结果表明:我国农村传播中意见领袖存在新兴意见领袖与既有意见领袖博弈、对新媒介适应性不强、传播内容真实性受到质疑、不能有效满足传播对象需求等问题,并提出了规范农村经纪人的意见领袖行为、发挥大学生村官意见领袖作用、形成多元化的农村意见领袖团体等建议。

**关键词:**意见领袖;农村;信息传播

**中图分类号:**G206

**文献标识码:**A

**文章编号:**1002-2767(2014)06-0115-05

2013年11月9~12日,中国共产党第十八届中央委员会第三次全体会议在北京召开,会议审议通过了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》。全会提出,城乡二元结构是制约城乡发展一体化的主要障碍,必须健全体制机制,形成以工促农、以城带乡、工农互惠、城乡一体的新型工农城乡关系,让广大农民平等参与现代化进程、共同分享现代化成果。要加快构建新型农

业经营体系,赋予农民更多财产权利,推进城乡要素平等交换和公共资源均衡配置,完善城镇化健康发展体制机制<sup>[1]</sup>。在新型工农城乡关系构建的背景下,农村再一次成为中国社会经济发展的焦点之一,城乡之间的交流和互动将会更加频繁。

意见领袖在农村信息传播中发挥着重要的作用,对于新型工农城乡关系的构建具有重要的推动作用。随着传播技术(如电脑、手机)的高速发展及农村人口社会结构的变化,农村意见领袖也在发生着改变。但是,农村意见领袖的改变远远不能适应农村快速发展的需求,也不能有效满足农民的需求。例如家长是传统的农村意见领袖之一,在家庭中享有很高的权威,但是新的社会

收稿日期:2014-04-01

第一作者简介:罗立娜(1991-),女,黑龙江省肇源县人,在读硕士,从事农业推广与园艺园林研究。E-mail:125893926@qq.com。

## Study on Cost and Benefit of Jujube in Xinjiang

SU Yang, MA Hui-lan, LI Feng

(College of Economics and Trade, Xinjiang Agricultural University, Urumqi, Xinjiang 830052)

**Abstract:** In order to maintain the competitive advantage of jujube industry in Xinjiang and promote the income and employment of farmers. Based on the sample survey on planting jujube of household in Zepu county and Makty county, comparative analysis on cost and the economic benefits were studied. The results showed that the production cost and economic benefits of two counties were increasing from 2010 to 2012, and the cost and economic benefits of Zepu county were both higher than Makty county. Fertilizer costs accounted for the largest proportion, followed by machine and labor cost, pesticides and irrigation cost were the lowest. The fertilizer, labor, pesticides and irrigation cost of Zepu county were higher than Makty county.

**Key words:** jujube; production cost; benefit; Zepu county; Makty county

发展背景下,传统的家长威严在农村家庭中已经微乎其微,家长的意见领袖作用受到很大的限制。村干部也是传统的农村意见领袖之一,对农村的各个方面都有很重要的影响力,但是在新的社会背景下,村干部的不良行为或村民对村干部的不信任导致村干部的意见领袖作用也在大幅下降。作为一些新兴的意见领袖,如农村致富能人、农村经纪人和大学生村官等,由于农村经济、文化及社会地位等因素,其意见领袖的作用也不能有效发挥。

在新型城乡关系背景下,如何协调农村信息传播中不同层次的意见领袖,如何使意见领袖适应社会发展的需求,使其在传播中发挥积极作用,是农村信息传播中急需解决的重要课题之一。该文通过对我国农村信息传播中意见领袖现象的分析,提出了发挥农村信息传播中意见领袖积极作用的建议。

## 1 背景介绍

### 1.1 概念介绍

意见领袖又被称为舆论领袖,于20世纪40年代由传播学者拉扎斯菲尔德在《人民的选择》一书中首次提出。他在二级传播理论中发现了意见领袖的作用,认为信息的传播模式是按照“媒介—意见领袖—受众”的方式进行,即观念总是先从广播和报刊传向意见领袖,然后再由这些人传达给人群中不太活跃的人<sup>[2]</sup>。1971年,罗杰斯在《创新的扩散》中研究了意见领袖对创新扩散的作用,将拉扎斯菲尔德的两级传播理论发展成“多级传播理论”<sup>[3]</sup>。1982年,Joan S. Black研究意见领袖的影响,提出部分选民并非受到意见领袖的影响,而是对大众媒体的影响反应稍慢而已,进一步补充和发展了拉扎斯菲尔德的两级传播理论<sup>[4]</sup>。

意见领袖虽然是舶来品,但是国内近年对意见领袖的研究也比较丰富,针对农村信息传播中意见领袖的研究也有一些成果。孟曰等研究表明,在新农村建设背景下,农村社区意见领袖具有较高的文化程度和社会地位、优越的经济条件和丰富的阅历。他们社会交往频繁、活动范围广阔,在新农村建设中是政策的宣传者和解读人,新技术、新品种试用的先行者、引导者和示范者以及文化的引领者和造就者<sup>[5]</sup>。朱世昭研究阐述了农村

社区意见领袖的双重身份与双重效果,认为意见领袖在农村社区重建社会信任过程中起着重要的作用,可以在人际传播中增强信任度,提高传播效果,增强公信力,进而带动社区成员增强社会信任<sup>[6]</sup>。金柔雅等在论述意见领袖在农村舆论中的必要性的基础上,阐述了意见领袖在农村舆论构建中的作用<sup>[7]</sup>。汤翠华以江西省南村和江村为例,以村民选举作为观察窗口,深入研究了乡村意见领袖的特点和双刃剑作用,并认为可以发挥乡村意见领袖的积极作用,推动新农村的和谐社会建设<sup>[8]</sup>。鄢美丽研究认为,随着农村社会结构和生产力的变化,农村中的意见领袖也发生了相应的分层和细化,并将农村意见领袖分层为“多元性”意见领袖和“单一性”意见领袖,将农村意见领袖细化到了政治、经济、文化及社会等各个领域<sup>[9]</sup>。

### 1.2 前提假设与研究方法

1.2.1 前提假设 该文在前人研究的基础上,基于意见领袖在农村信息传播中有必要存在,并对农村传播具有重要的推动促进作用的前提假设,着重对农村传播中意见领袖的现象分析,并认为可以通过有效的手段完善农村意见领袖,促进其发挥积极的作用,促进农村的繁荣发展。一方面基于前人的研究,如乔宏岩等研究认为,意见领袖是新农村经济腾飞的助推器、新农村管理民主的催化剂、新农村文化繁荣的播种机、农村社区利益的整合器<sup>[10]</sup>;朱世昭研究认为意见领袖可以影响农村社区的舆论方向及农村社区的整合及农村社区中个体的发展方向<sup>[11]</sup>。另一方面,通过自己在农村生活的经历发现,意见领袖在农村信息传播中具有重要推动促进作用。如在农村,致富能人多数情况下成为自己周围亲朋好友的意见领袖,能够将一些新的致富方法传授给周围人,并带动他们致富奔小康。因此,该文研究的前提假设是意见领袖在农村信息传播中有必要存在,并对农村信息传播具有重要的推动促进作用。

1.2.2 研究方法 对我国农村信息传播中意见领袖现象的研究主要采用的定性分析方法,并加以案例说明的分析方法。在研究过程中,主要是对农村传播中意见领袖的类型、传播方式、传播内容和传播对象进行分析,采取案例说明的分析方法,以更有效的说明情况。

## 2 我国农村信息传播中意见领袖现象分析

### 2.1 意见领袖类型分析

目前,我国农村信息传播中意见领袖主要有农村基层党员、在任的村干部、非在任的村干部、德高望重的老人、大学生村官、驻村蹲点的乡镇干部、私营企业主、养殖大户、大中专毕业回乡青年、复员退伍军人、外出务工经商的青年和农村经纪人等。按照不同的标准,可以将农村传播中的意见领袖分为不同类型。由于有些农村意见领袖可能是多重身份,该研究的划分可能存在一定的重合或不足。

2.1.1 按照产生时间 可以将农村传播中的意见领袖分为既有意见领袖和新兴意见领袖两种类型。其中,既有意见领袖包括农村基层党员、在任的村干部、非在任的村干部和德高望重的老人等;新兴意见领袖包括大学生村官、私营企业主、养殖大户、大中专毕业回乡青年、复员退伍军人、外出务工经商的青年和农村经纪人等。

2.1.2 按照存在形式 可以将农村传播中的意见领袖分为赋权型意见领袖和非赋权型意见领袖两种类型。其中,赋权型意见领袖包括农村基层党员、在任的村干部、大学生村官、驻村蹲点的乡镇干部等;非赋权型意见领袖包括非在任的村干部、德高望重的老人、私营企业主、养殖大户、大中专毕业回乡青年、复员退伍军人、外出务工经商的青年和农村经纪人等。

### 2.2 意见领袖的传播方式分析

农村信息传播中不同的意见领袖的传播方式虽然不同,但是多数情况下,意见领袖是通过正式或非正式的聚会,在经常性聚集的地点,以口头交流形式进行传播。农村的小卖店成了信息的集散地,意见领袖通常在此通过聊天进行信息的传播。另外,一些重要的节假日,如春节也成为意见领袖信息传播的主要时间。在这些节假日,通常是农村人口较为集中的时段,村民通常会集聚在业已形成的意见领袖家里,通过聚餐和喝酒等娱乐形式进行信息的交流。村共产党员支部委员会和村民自治委员会办公的地方通常也是意见领袖传播的主要地点,国家政策信息、村民政务基本上在这里通过口头交流进行传播。

### 2.3 意见领袖传播内容分析

农村信息传播中,意见领袖传播的内容比较丰富,涉及到农村发展的方方面面。在农村信息闭塞的时代,意见领袖是外界信息进入农村的主要渠道。随着农村社会的不断发展进步,农民有了更多渠道了解外界。因此,意见领袖的传播内容也较为广泛,涉及到农村政治、经济、文化、社会和生态等方面。

### 2.4 意见领袖传播对象分析

随着农村人口结构的变化,意见领袖传播的对象也在不断发生着变化,主要体现在三个方面。

2.4.1 传播对象的老龄化 2010 年第六次全国人口普查的结果显示,中国大陆人口中 60 岁及以上人口数量为 1.78 亿人,在总人口中所占比重达到 13.26%<sup>[12]</sup>。2012 年我国老年人口数量达到 1.94 亿人,老龄化水平达到 14.3%;预计 2013 年老年人口数量将达到 2.02 亿人,老龄化水平达到 14.8%<sup>[13]</sup>。农村人口结构中,老年人占据了很大一部分,因此,意见传播的对象也趋于老龄化。

2.4.2 传播对象的妇女化 随着农村外出务工人员增多,农村妇女承担了农村更多的劳动,其地位也逐步得到提升。在很多地区,妇女基本上已经取代男性劳动力成为农业生产、农村管理及村容整洁等方面的主力军。妇女正逐步成为意见领袖的主要对象。

2.4.3 传播对象的知识化 随着我国义务教育的不断完善,加之新的传媒技术不断发展,如电视、手机和电脑等,意见领袖的传播对象的知识水平也在不断提高。以前,对于外界信息了解的渠道较少,而现在农民可以通过多种现代传媒技术获得大量的信息。农村传播中意见领袖传播对象的知识化对于意见领袖的传播是一个很大的挑战。

## 3 我国农村信息传播中意见领袖现象存在的问题

### 3.1 新兴意见领袖与既有意见领袖博弈

农村信息传播中,既有意见领袖由于知识水平和经历等的限制,其意见领袖的积极作用越来越小,而新兴意见领袖在农村传播中表现活跃,能够发挥较多的正能量。但是既有意见领袖与农民的关系要比新兴意见领袖更加密切,因而他们在农村中更容易形成联盟。当既有意见领袖在农村

中的收益受到新兴意见领袖的威胁时,他们会形成联盟来共同应对,而新兴意见领袖由于不能在相同的时间内构成有力的联盟,因此会处于劣势地位,并不能从信息的传播过程中获得相应的收益,进而使新兴意见领袖的积极性受到了沉重的打击<sup>[14]</sup>。新兴意见领袖与既有领袖的博弈,将成为农村传播中急需解决的问题之一。

### 3.2 对新媒介适应性不强

新媒介的快速发展使得农村很多意见领袖不能适应,主要是由于农村意见领袖的文化水平的客观限制,很多意见领袖教育程度较低,对新兴媒介明显不能适应。另外,很多意见领袖的小农思想严重,在享有既有利益的基础上,不愿意去学习新的媒介。这方面既有意见领袖身表现尤为突出,他们易于满足现状,不愿意通过进一步学习去适应新媒介的发展,提升自己的能力。而意见领袖对新媒介的适应性不强,将会导致农村传播的效率低成为农村传播中意见领袖的问题之一。

### 3.3 传播内容真实性受到质疑

作为农村的意见领袖,对于信息时代中传播的丰富的信息辨别难度也在增加。由于自身水平的限制,意见领袖并不能很有效地辨别信息的真伪,也很难做到每次都传播正确的信息。以意见领袖之一的农村经纪人为例,他们向农户传达市场的需求状况就很难做到真实有效。当农户的利益受损时,农户对这些意见领袖的信息就产生质疑,意见领袖的作用也就降低了。

### 3.4 不能有效满足传播对象的需求

目前,农村意见领袖的传播对象发生了很大改变。随着新的传播媒介的推广应用,农民更容易接受外界信息,意见领袖的传播远远不能有效满足传播对象的需求。老龄人口需求的信息可能是来自传统文化,比如戏曲,而这部分的需求,农村意见领袖可能是无法满足的,而且老龄人口通常是意见领袖忽视的传播对象。另外,针对妇女群体的传播方式、内容,无论是既有意见领袖还是新兴意见领袖,都没有找到很有效的办法,没有有效激发妇女群体的积极性。

## 4 发挥意见领袖在农村信息传播中积极作用的建议

在农村信息传播中,意见领袖虽然存在各种各样的问题,但是意见领袖依然有其存在的必要

性,而且对农村传播具有重要的推动促进作用。

### 4.1 规范农村经纪人的意见领袖行为

农村经纪人是农村市场经济发展的产物,同时又是促进农村经济繁荣的新生力量。尽管农村经纪人的活动主要是基于获取经济利益,但在从事经济业务的同时,他们为市场信息缺乏的农村以及获取信息困难的农民承担了信息传播者的角色,向农民传递着市场、政策和技术等各方面的重要信息<sup>[15]</sup>。在农业经济快速发展的背景下,农村经纪人在农村传播中占有重要的地位,而作为新兴的意见领袖,农村经纪人在农村的意见领袖作用存在广泛争议。这主要是因为农村经纪人的队伍不规范,自身存在很多问题,使得其传播内容的真实性广受质疑。因此,在现有阶段,可以通过一些政策法规和监管机制规范农村经纪人队伍,充分发挥其意见领袖的积极作用,为农业增效、农民增收、农村繁荣做出积极的贡献。

### 4.2 发挥大学生村官的意见领袖作用

大学生村官是农村新兴意见领袖,同时也是赋权型意见领袖,其文化程度较高、思想开放,对信息拥有较高的辨别能力,对农村传播具有很大的积极作用。但是,现阶段大学生村官制度并没有落到实处,使得大学生村官在农村传播中处于较尴尬的困境,因此无法有效发挥,大学生村官的意见领袖作用。但是当农村经纪人队伍规范之后,农民收入达到一定程度时,大学生村官的意见领袖作用便可以充分得到发挥使农村信息传播进一步提升。因此从中期发展来看,大学生村官意见领袖的积极作用应该得到充分发挥。

### 4.3 形成多元化的农村意见领袖团体

从我国农村信息传播的长远目标来看,多元化的农村意见领袖团体的形成是最终的目标。在农村意见领袖多元化的格局下,不是某个意见领袖信息资源的垄断,而是多个意见领袖共享信息资源;不是逐个意见领袖的争夺,而是所有意见领袖形成合力共推农村传播;不是传统的传播方式,而是现代的有效的传播方式。通过多元化农村意见领袖的建设,充分发挥意见领袖在农村传播中的积极作用,促进农业增效、农民增收、农村繁荣,缩小城乡差距,促进新型工农城乡关系的构建。

## 5 结论

该文通过对我国农村信息传播中意见领袖的

类型、传播方式、传播内容以及传播对象进行分析,发现我国农村信息传播中存在新兴意见领袖与既有意见领袖博弈、对新媒介适应性不强、传播内容真实性遭到质疑、不能有效满足传播对象需求等问题,并按照不同阶段提出了规范农村经纪人的意见领袖作用、发挥大学生村官意见领袖作用、形成多元化的农村意见领袖团体的建议,以期能够充分发挥意见领袖在我国农村信息传播中的积极作用。

#### 参考文献:

- [1] 新华网. 中国共产党第十八届中央委员会第三次全体会议公报 [EB/OL]. [2013-11-12]. [http://news.xinhuanet.com/politics/2013-11/12/c\\_118113455.htm](http://news.xinhuanet.com/politics/2013-11/12/c_118113455.htm).
- [2] 保罗·F·拉扎斯菲尔德,伯纳德·贝雷尔森,黑兹尔·高德特. 人民的选择 [M]. 唐茜,译. 北京:中国人民大学出版社,2012.
- [3] Thomas W. Valence, Rebecca L. Davis. Accelerating the diffusion of innovation using opinion leaders[J]. Annals of the American Academy of Political and Social Science, 1999, 566:55-67.
- [4] Joan S. Black. Opinion leaders is anyone following? [J]. The Public Opinion Quarterly, 1982, 46(2):169-176.
- [5] 孟曰,彭光芒. 新农村建设背景下农村社区意见领袖的特点和作用[J]. 华中农业大学学报:社会科学版, 2009(2): 9-12.
- [6] 朱世昭. 意见领袖——农村社区重建社会信任的重要力量[J]. 沈阳大学学报, 2010(2):16-19.
- [7] 金柔雅,宁利娟,郭大燕. 意见领袖在农村舆论构建中的作用[J]. 安徽农业科学, 2011(23):14509-14510.
- [8] 汤翠华. 意见领袖与乡村和谐社会构建[D]. 南昌:江西师范大学, 2011.
- [9] 鄢美丽. 现代化背景下农村意见领袖的分层与细化[J]. 新闻世界, 2012(7):284-285.
- [10] 乔宏岩,陆利群. 论农村社区治理中意见领袖功能的新定位[J]. 学理论, 2010(19):40-41.
- [11] 朱世昭. 农村社区意见领袖研究[J]. 现代交际, 2010(3): 37-38.
- [12] 国家统计局. 2010 年第六次全国人口普查主要数据公报[EB/OL]. [2011-07-25]. [http://www.stats.gov.cn/tjfx/jdfx/t20110428\\_402722253.htm](http://www.stats.gov.cn/tjfx/jdfx/t20110428_402722253.htm).
- [13] 李小彤. 中国养老保障事业取得突破性进展[N]. 中国劳动保障报, 2013-03-02(002).
- [14] 朱世昭. 农村社区既有与新兴意见领袖的博弈[D]. 武汉:华中农业大学, 2010.
- [15] 方红森,彭娟. 大众传媒时代的农村经纪人——一种新型的农村信息传播模式[J]. 青年记者, 2010(11):55-56.

## Analysis on Opinion Leaders Phenomenon in Our Countryside Information Spreading

LUO Li-na<sup>1</sup>, LIU Hang<sup>2</sup>

(1. College of Horticulture and Landscape, Hainan University, Haikou, Hainan 570228;

2. College of Economics and Management, Hainan University, Haikou, Hainan 570228)

**Abstract:** Opinion leaders phenomenon is widespread existence in rural information spreading, and plays an important role in promoting. Under the background of building new urban and rural relationship of workers and peasants, in order to play the role of opinion leaders better, the types of opinion leader the dissemination way, content and object were analyzed. And the existing problems of information transmission in rural were found, there was confrontation between previous opinion leaders and emerging opinion leaders, the ability to adapt the new media was not strong, the authenticity of delivering content had been questioned, the demand of transmitted object could not be met and so on. Then the suggestions were put forward, behavior of rural agent need to be standardized, college village cadres should play a role in information spreading, a diversified group of rural opinion leaders should be formed.

**Key words:** opinion leaders; countryside; information spreading