
农户获取农业技术信息途径及信任度分析

——基于江西省 1077 户种稻大户的调查^{*1}

陈昭玖 谢秦华 杨宜婷

江西农业大学经济管理学院

【摘要】：科学技术是第一生产力，发展现代农业必须依靠现代科学技术。如何有效地传播农业技术是当前农业技术成果转化的问题所在，是关乎农业技术服务农业的大事。通过应用传播学影响不一论对江西省 1077 户种稻大户获取农业技术信息的途径及各途径信任度进行分析，找出当前影响农业大户农业技术传播的问题，为实现现代农业技术的有效传播提出相应对策。

【关键词】：种稻大户，农业技术信息，传播途径

【中图分类号】：F303.2；S126 **【文献标志码】**：A **【文章编号】**：1674-9189(2012)04-0018-06

一、引言

在工业化、城镇化深入发展中同步推进农业现代化，是我国经济发展的重要目标和历史任务。农业科技是确保我国农业现代化的基础支撑，是加快农业现代化建设的决定力量，加强农业科技转化利用，对于发展现代农业具有重要意义。在建设社会主义新农村的新形势下，尽快实现由传统农业向现代农业的过渡才能推动农村经济发展，保障国家粮食安全。种稻大户是现代农业科学技术应用的一个关键群体，他们是否采用现代农业科学技术，在很大程度上影响我国农业现代化的进程。了解种稻大户选择农业技术信息的渠道，有助于了解种稻大户偏好和各渠道信任度情况，找出当前现代农业科学技术传播中的问题，对现代农业技术推广有着重要意义。

进入 21 世纪，随着传播学向各领域的不断渗透，我国一些涉农高校、科研院所相继成立农业科技传播的研究机构，主要从事农业科技传播研究，研究成果不断丰富。在传播渠道研究方面，学者(程曼丽，2006；董璐，2008；赵晓春等，2005)认为，传播渠道主要包括人际传播、群体传播、组织传播及大众传播四个方面。同时，有部分学者通过运用实地调查、个案访谈、问卷调查等方法对农民获取信息的渠道、对渠道的接受程度和倾向性进行研究。谭英(2005)等通过问卷调查，分析电子媒介、纸质媒介、组织和人际传播四种渠道在传播农业政策方面的效果和农户对它们的接受程度，认为不同的媒体与渠道传播效果有较大的差异；韩军辉(2005)等研究发现，农户获取种子信息最重要的渠道为广播电视宣传，而政府或村委会宣传也是农户获取种子信息的主要渠道。谭英(2004)等从不同农户类型出发，对中西部贫困地区农户信息获取渠道与倾向性进行研究，认为在中西

^{*1} 项目来源：国家自然科学基金项目(71063010)。

作者简介：陈昭玖(1969-)，男，博士，教授，硕士生导师，江西农业大学经济管理学院院长。研究方向：农业经济理论与政策。

部地区电视和报刊虽是农户获取信息的主要渠道，但人际传播媒介在科技信息传播中仍起着重要作用，富裕型农户获取科技信息的渠道要比中低收入型农户丰富，另外，“村能人”对农民选择科技信息的态度亦起到一定作用。

随着农业科技传播越来越受到人们的关注，在研究农业科技传播途径上，我国学者更多的是就某一单独技术、政策或不同群体和不同地区农户的科技信息传播进行研究，在针对种稻大户这个具有意见导向特征的群体及农业科技的主要采用者的研究方面，还较为缺乏。

二、数据来源及测度说明

(一)数据来源

本研究数据来源于国家统计局江西省调查总队于2011年春节期间，对江西省南昌、新建、丰城、高安、渝水区、余干、鄱阳、都昌、乐平、泰和、吉水、东乡、宁都、临川、贵溪、芦溪等16个县市水稻种植面积100亩以上的种稻大户所做的问卷调查，共发放问卷1100份，回收有效问卷1077份，有效回收率为97.9%。从人际传播、群体传播、组织传播及大众传播等渠道，对江西省1077户种稻大户获取农业科技信息的途径来源及其信任度进行研究分析。

(二)测度说明

(1)本研究将信息获取渠道分为人际传播、群体传播、组织传播及大众传播四个方面。人际传播是指在两者或两者以上之间进行的面对面或凭借简单媒介，如电话、书信等非大众传播媒介进行的信息交流活动，在本研究中包括亲友乡邻、农业大户、政府各级干部、农技人员等；群体传播是群体内部成员之间的信息传递和交流活动，本研究中包括科技下乡、示范户或科技能人、政府科技宣传资料等；组织传播是由各种相互依赖的关系结成的网络，为应付环境的不确定性而创造的交流信息的过程，本研究中包括专业协会、村广播、企业宣传与推广、外地带来的等；大众传播是一个复杂的组织借助于一种或多种媒体，生产和传递公共讯息的过程，本研究中包括电视、报纸、电台、杂志、互联网等。如表1所示。

表1 传播类型及其途径

传播类型	具体传播途径
人际传播	亲友乡邻、农业大户、政府各级干部、农技人员
组织传播	专业协会、村广播、企业宣传与推广、外地带来
群体传播	科技下乡、示范户获科技能人、政府宣传资料
大众传播	电视、报纸、电台、杂志、互联网、其他

(2)衡量方法。本文研究的是种稻大户对各种信息传播途径的选择程度及对相应途径的信任度。信息途径选择程度的计算方法为：对1077户种稻大户获取信息的途径的选择频数进行统计，并计算选择该途径的农户在1077户中所占比重。

$$C = (F / 1077) * 100\%$$

式(1)中，C为选择程度，F为选择频数。

信息途径的信任度的计算方法为：统计种稻大户信任途径的选择频数及其百分比，用该途径的信任选择频数除以其相应的获取信息途径选择频数，得出该途径的信任度，见式(2)。

$$T = (F' / F) * 100\%$$

式(2)中，T为途径信任度，F'为信任选择频数，F同式(1)。

三、种稻大户获取农业技术信息电途径的现状 & 信任度分析

(一) 现状

(1) 从总体看，在 1 077 户的种稻大户中 37.83% 是通过“人际传播”获取信息的，其次为“群体传播”，占 28.6%，再次为“大众传播”，占 25.81%，最后为“组织传播”，占 7.755%。如图 1 所示。

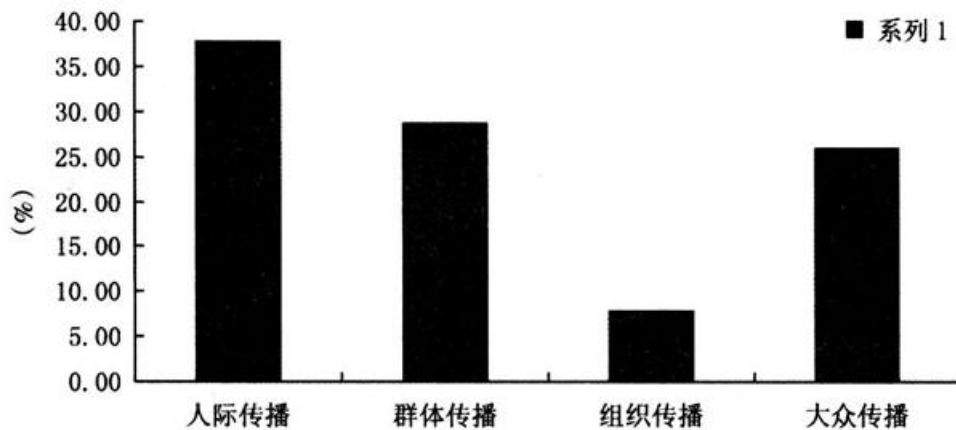


图1 种稻大户获取信息传播渠道整体情况

(2) 从“人际传播”看，种稻大户获取农业技术的信息首选“农技人员”，其次为“各级干部”，再次为“农业大户”，最后为“亲友乡邻”。其中“农技人员”选择程度明显高于其他 16 种途径，处在第一。其他三种途径的选择程度分别列于第五、第七和第八位。如表 2 所示。

(3) 从“群体传播”看，“政府科技宣传资料”选择程度最高，为 50.70%，“科技下乡”和“示范户或者科技能人”的选择程度都未超过 50%。分别在 17 种途径中排第三、第四和第九。如表 2 所示。

(4) 从“组织传播”看，“专业协会”选择程度明显高于其他的“企业宣传与推行”、“外地带来”和“村广播”等三种途径。这三种途径选择程度都偏低，分别为 8.45%、5.11% 和 3.62%。如表 2 所示。

表2 种稻大户获取信息的途径选择情况

渠道	具体途径	选择频数	选择程度(%)	排位
人际传播	农技人员	684	63.51	1
	各级干部	347	32.22	5
	农业大户	258	23.96	7
	亲友乡邻	190	17.64	8
群体传播	政府科技宣传资料	546	50.70	3
	科技下乡	388	36.03	4
	示范户或者科技能人	184	17.08	9
大众传播	电视	611	56.73	2
	报纸	260	24.14	6
	互联网	73	6.78	12
	杂志	38	3.53	15
	电台	24	2.23	16
	其他	3	0.28	17
组织传播	专业协会	118	10.96	10
	企业宣传与推行	91	8.45	11
	外地带来	55	5.11	13
	村广播	39	3.62	14

(5)从“大众传播”看，“电视”的选择程度最高，在17种途径中仅次于“农技人员”；其次为“报纸”，选择程度为24.14%。其他“大众传播”途径选择程度都不高。如表2所示。

(二)信任度分析

(1)从总体看，信任度最高的是“人际传播”，信任度为44.32%，其次是“群体传播”信任度为33%，“组织传播”的信任度为4.74%，“大众传播”的信任度为17.93%。具体如图2所示。与种稻大户获取信息传播渠道选择程度整体情况相比，“人际传播”和“群体传播”在1077户大户中所占的比重有所增加，分别从37.83%增加到44.32%，从28.6%增加到33%；而“组织传播”与“大众传播”却有所下降，分别由7.75%下降为4.74%，由25.81%下降为17.93%。

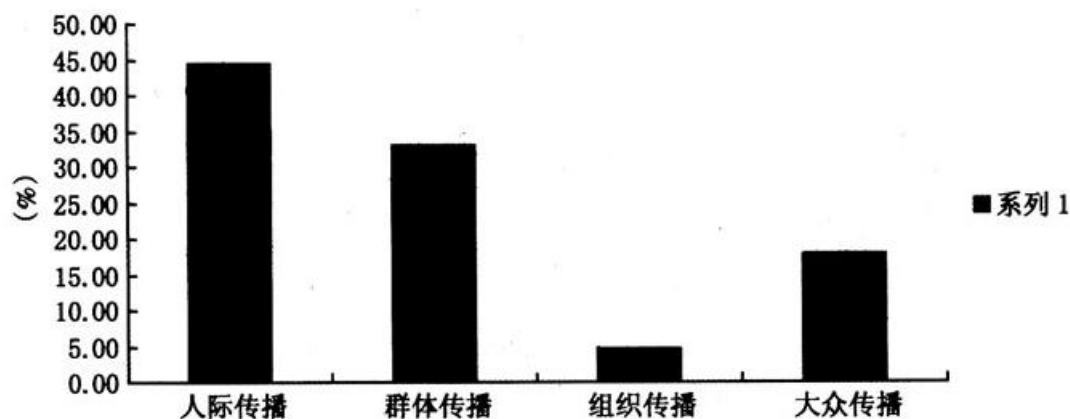


图2 种粮大户信息渠道信任度整体情况表

(2)从“人际传播”看，最信任的途径为农技人员，其次为农业大户，再次为各级干部，最后为亲友乡邻。与表 2 相比，农技人员和亲友乡邻在 17 种途径中的选择程度和信任度排位都保持不变，分别处于第一和第八；农业大户的信任度与选择程度排位相比有所上升，从第七升为第四位；各级干部的信任度与选择程度排位相比有所下降。如表 3 所示。

(3)从“群体传播”看，政府科技宣传资料信任度最高，科技下乡、示范户或科技能人信任度稍微弱一点。但是与表 2 中的数据相比，种稻大户对政府科技宣传资料的信任度和选择程度排位相比没有变化，科技下乡、示范户或科技能人的信任度排位相比选择程度的排位有所上升。如表 3 所示。

表3 种稻大户获取信息的途径信任度情况

渠道	具体途径	选择频数	选择程度(%)	排位
人际传播	农技人员	532	77.78	1
	各级干部	199	57.35	6
	农业大户	102	61.63	4
	亲友乡邻	101	53.16	8
群体传播	政府科技宣传资料	279	65.38	3
	科技下乡	279	71.91	2
	示范户或者科技能人	79	55.43	7
大众传播	电视	357	45.66	9
	报纸	159	30.38	12
	互联网	19	35.62	10
	杂志	7	28.95	13
	电台	5	20.83	15
	其他	1	33.33	11
组织传播	专业协会	1	33.33	11
	企业宣传与推行	70	59.32	5
	外地带来	26	20.88	14
	村广播	11	18.18	16

(4)从“组织传播”看，专业协会信任度明显高于企业宣传与推行、外地带来及村广播等三种途径。虽然专业协会选择程度比较低，但是在 17 种途径当中，种稻大户对专业协会的信任度却比较高。原因在于当前社会上发生的一些涉农企业和种稻大户之间合作不诚信、企业社会责任等问题，使得企业在种稻大户心中的信任度受到影响，所以“企业宣传与推行”的信任度与选择程度相比有所下降。手机等现代化通讯工具的普及，使得“村广播”使用相对减少，因而其信任度也受到影响，在种稻大户中信任度不高。江西水稻种植大户多数为年过半百的农民，他们的传统思想和思维方式在一定程度上影响其外出的可能，使得外地带来的信任度也不高。如表 3 所示。

(5)从“大众传播”看，农户对大众传播工具表现出的整体信任度不高，电视在“大众传播”中的信任度最高，其次为报纸。但是，由于电视及报纸中广告的增加和相关农业科技信息的减少，导致电视和报纸在种稻大户中的信任度有所下降。然而，杂志是更集中的介绍农业科技相关的信息，所以种稻大户对其信任度与选择度相比有所上升。如表 3 所示。

(6)在所有的农业技术信息获取途径中，大户对农技人员的信任度最高，科技下乡次之。涉及政府行为的农技人员、政府科技宣传资料、科技下乡、各级干部、示范户或科技能人等五种途径在种稻大户中的信任度普遍较高。此外，农业大户和专业协

会的信任度也是非常明显的。虽然从专业协会获取信息的频数只有 118，但是在选择了这条途径的大户中，有近 60%的农户认为其农业科技信息是可信任的。

四、结论与启示

(一) 结论

(1) 在农业科技信息传播上，人际传播在种稻大户心目中是首选渠道。从调查数据看，涉及到新技术与本人有直接关系时，种稻大户的选择更集中于人际传播，如农技人员、农业大户和各级干部。即便在当今广告铺天盖地、互联网四通八达的信息社会里，仍然如此。

(2) 群体传播对种稻大户获取及采用农业科技信息作用明显。从图 1、图 2 可以看出，与组织传播和大众传播相比，群体传播无论是在选择程度还是在信任度上都遥遥领先于其他两种传播渠道。可以说明，群体传播在种稻大户获取农业信息技术的过程中，作用明显，不可小视。

(3) 在种稻大户获取和信任的途径中，涉及政府行为的途径具有明显的优势。无论是整体还是单个传播途径看，农技人员、科技下乡、政府宣传资料、各级干部、示范户或者科技能人等这些涉及政府行为的信息途径是种稻大户非常信任的途径，说明政府在现代化农业科技信息的传播中有着极其重要的作用。

(4) 组织传播在种稻大户获取及信任的途径中，整体表现不明显，但是专业协会的信任度很高。专业协会一般是由种稻大户牵头组建起来的农民自己的专业组织，聚集的种稻大户较多，具有较高的信任度，在农业科技传播中本可以发挥很大的作用，但是调研发现，农户对该途径的选择程度并不高，说明专业协会在传播过程中还没有完全发挥其作用。

(5) 在农业科技信息传播中，大众传播没有充分发挥其作用。在科技信息发达的当今，高覆盖率的电视、报纸等大众媒介在一定程度上可以发挥其优势，在农业科技信息传播中发挥巨大作用，但是由于当前电视广告繁多及涉农节目量少的的原因，使得电视等传统媒介不能充分发挥其作用。互联网是当前信息获取最全、最快的一种途径，由于其覆盖面受当地地理区位、基础设施建设、种粮大户自身文化素质和当地经济落后等的影响，未能充分发挥其作用。

(二) 启示

(1) 充分利用人际传播作用，传播现代农业科学技术。人际传播在当前江西省种稻大户获取农业科技信息过程中，具有非常明显的优势。同时，种稻大户也非常信任人际传播。人际传播在种稻大户对农业科学技术的采用中，具有非常重要的作用，应加快培养村干部、农民专业合作社负责人、到村任职的大学生等农村发展带头人，农民植保员、防疫员、水利员、信息员、沼气工等农村技能服务型人才，种养大户、农机大户、经纪人等农村生产经营型人才。充分发挥这些科技“二传手”的作用，推进农业科技有效传播。

(2) 完善和加大政府在现代农业科学技术传播中的机制建设、投入力度和参与度。在现代农业科学技术的传播中，政府应该完善其传播及推广机制，充分利用自身在种稻大户中的信任度及自身优势，进一步完善和巩固基层农技推广体系，改善基层农技推广机构的工作和生活条件，加大在农业现代科学技术推广与传播的投资力度，灵活地运用各种涉及政府的传播途径传播和推广现代农业科学技术，当地政府及主要领导的重视和参与尤为重要。

(3) 大力扶持专业协会及合作社等农村中介组织的发展。专业协会会员中部分是种稻大户，扶持专业协会的发展，有利于现代农业科学技术在种稻大户中的传播与推广，有利于农业现代化的推进。随着科技和社会的进步，农业散户不利于土地资源的

集中和大规模种植，在一定程度上已影响农业现代化和规模化发展，专业协会及合作社是未来农业发展的趋势，应充分发展专业协会及合作社，发挥其在现代农业技术传播与推广中的作用。

参考文献：

- [1] 程曼丽. 国际传播学教程[M]. 北京：北京大学出版社，2006.
- [2] 董璐. 传播学核心理论与概念[M]. 北京：北京大学出版社，2008.
- [3] 黄家章，李思经. 我国农业科技传播研究的现状、问题与对策[J]. 江苏农业科学，2011(1)：516-518.
- [4] 韩军辉，李艳军. 农户获知种子信息主渠道以及采用行为分析——以湖北省谷城县为例[J]. 农业技术经济，2005(1)：31-35.
- [5] 李思经，赵庆惠，黄家章. 农业科技传播学的学科发展探讨[J]. 中国农业科技导报 2008，10(5)：41-44.
- [6] 谭英，蒋建科，陈洪. 不同信息传播渠道传播农业政策的效果及农户接受程度分析[J]. 农业经济问题，2005(9)：64-67.
- [7] 谭英，王德海，谢泳才. 贫困地区农户信息获取渠道与倾向性研究——中西部地区不同类型农户媒介接触行为调查报告[J]. 农业技术经济，2004(2)：28-33.
- [8] 赵晓春. 农业传播学[M]. 北京：中国传媒大学出版社，2005.
- [9] 中共中央、国务院印发《关于加快推进农业科技创新持续增强农产品供给保障能力的若干意见》[EB/OL]. [2012-2-1].
http://www.gov.cn/jrzq/2012-02/01/content_2056357.htm. 2012. 2