

浅谈我国目前农业传播中知沟理论的体现

袁 媛

(黑龙江省农业科学院 信息中心, 黑龙江 哈尔滨 150086)

中图分类号: S-01 文献标识码: A 文章编号: 1001-0009(2011)07-0191-02

培育新型农民、实现农业产业化、繁荣农村社会是我国现代农业的宏伟目标之一。农业传播的现代化加速了这一目标的实现, 传播媒介的丰富多样, 扩大了社会的信息量, 每个社会成员拥有公平的获得知识的机会。然而随着新传播技术的发展, 我国农业传播进入了一个全新的领域, 媒介的多样化, 催生了多种多样的传播渠道, 农业技术、农情资讯等重要的农业信息大量的呈现在农业传播受众(农民)的面前, 新型的农业传播丰富了农业传播受众的生活, 表面上似乎缩小了农业传播者与受众之间的知识差距, 而实际上这种差距不仅没有缩小反而在加剧, 传播学中“知沟”理论得到了充分的体现。

1 知沟理论

“知沟理论”(Knowledge Gap Theory)是关于大众传播与信息社会中的阶层分化理论, 认为社会经济地位高者通常能比社会经济地位低者更快地获得信息, 因此, 大众媒介传送的信息越多, 二者之间的知识鸿沟也就越有扩大的趋势。

这一理论假说是1970年美国传播学家蒂奇诺等人在实践研究后提出的。知沟理论又称知识格差, 是大众

传播活动引起的一种社会分化, 其基本观点在现代信息社会里, 经济地位的高低决定了获得信息速度的快慢。因此, 大众传播媒介传送的信息越多, 二者之间所掌握的信息量的差距也就越大。换言之, 经济结构的贫富差距决定了信息社会中出现了信息富有者与信息贫困者。由于经济贫困者在已有知识的存储量上, 在获得最新传播技术等方面处于明显劣势, 随着时间推移, 他们与富有者之间的信息格差必然越来越大, 而信息格差必然会变成知识格差。

知沟理论的研究正式起始于20世纪70年代美国明尼苏达大学研究小组的工作, 他们对当时社会上普遍存在的不同层次的受众对于相同信息接受程度存在的差异进行了细致的研究, 综合前人做过的类似的工作, 正式提出了“知沟假设”的理论, 阐述了在受众接受信息的程度上, 不同层次的受众存在着差异, 其理论的主要内容在于“当大众媒介信息在一个社会系统中的流通不断增加时, 社会经济地位高的人将比社会经济地位低的人以更快的速度获取信息, 因此, 这两类人之间的知沟将呈扩大而非缩小之势”。

知沟理论一经提出, 立刻受到了传播学、社会学学者的高度关注, 因为这个理论实际上是宣布了“经济发展和传媒业发展, 信息量增大会使得不同层次的人们接受信息更平等”的观点的错误性。经过研究, 知沟理论已经成为了传播学的一个基本理论, 并形成了完整系统的理论结构。从结构方面说, 知沟被分为宏观(社区, 社

作者简介: 袁媛(1982-), 女, 硕士, 研究实习员, 现主要从事农业传媒工作。

收稿日期: 2011-01-10

[7] 陈卫平. 中国农业生产率增长、技术进步与效率变化: 1990-2003年[J]. 中国农村观察, 2006(1): 18-23.

[8] 国家物价局. 全国农产品成本收益资料汇编 2010[M]. 北京: 中国物价出版社, 2010.

[9] 魏权龄. 评价相对有效性的方法[M]. 北京: 人民出版社, 1998.

[10] 中华人民共和国农业部. 中国农业统计资料[M]. 北京: 中国农业出版社, 2000-2009.

DEA Empirical Analysis Based on Tangerines Production Efficiency in China

WANG Zhi-Bin, TANG Rong-li, GUO Bin

(College of Economy and Management, Northwest Agriculture and Forestry University, Yangling, Shaanxi 712100)

Abstract: By data envelopment analysis methods, measured the tangerines production efficiency of 8 main production provinces (autonomous regions and municipalities) of China in 2009. The results showed that the overall efficiency was 0.785, pure technical efficiency was 0.901 and scale efficiency was 0.886. Then, analyzed the reasons of the efficiency loss of non-effective Decision Making Units in tangerines production, regulated the amount of input factors. Finally, put forward directions and policy recommendations of the tangerines production efficiency in China.

Key words: DEA; non-effective Decision Making Units; production efficiency

会、国家层面)和个人(个人的主观意识)二大层面。从宏观角度来说,社会经济状况(Social Economic Status, S. E. S)直接决定了知沟在不同的 S. E. S 群体中的存在性。而在相同的 S. E. S 群体中,个人层面的知沟现象起了决定性的作用,更具体一点,就是个人接受信息的主观动机(积极性)决定了知沟的存在性。

2 我国农业传播的发展

社会主义市场经济条件下,新型农业的发展需要应用最新的信息资源,发挥它的最大优势,农业传播与沟通显得尤为重要,如何认识并利用好农业传播信息与技术,已成为发展现代农业的关键。传播媒介的日新月异为现代农业的发展奠定了基础。

我国农业传播的初期阶段,所依靠的媒介是报纸、书籍、宣传的小册子,这些农业传播途径使农业传播的受众有主动选择的权力,其中传播的知识也具有权威性。因此,到媒介飞速发展的今天,这一传播途径仍然受到一部分农业传播受众的喜爱。目前,在各省农科院还保有院报和宣传农业知识的小手册。但这种传播方式实效性差,对农业传播受众的文化程度也有一定的要求。

广播、电视的普及扩大了农业传播的覆盖面,也使农业传播受众获得信息更便捷、快速。广播失真性强、信息的持久度低,由听觉获取信息没有直观的感受,并不是理想的农业传播途径。电视媒体在农业传播中有着划时代的意义,农业信息的传递更快速更直观,扩大了农业传播的覆盖面。

多媒体与网络的出现放大了各种媒体的优越性,农业传播进入一个崭新的领域。农业技术、农情资讯等重要的农业信息大量的呈现在农业传播受众的面前,内容丰富、传播速度迅速、覆盖面广、实效性强。

3 我国目前农业传播中知沟理论的体现

我国目前仍然处于农业发展中国家,与农业发达国家相比农业水平与农业传播受众素质还有一定的差距。因而在媒介多元化的今天,农业传播过程中“知沟”出现

了。新传播技术的采用将增加整个社会的信息流量和信息接触量,但这对每个社会成员来说都是如此。但新技术的采用所带来的利益对每一个社会成员来说并不都是均等的。握有信息量较多的人接受信息的能力也更强,掌握信息少的人,相对于信息的理解能力也较弱。

针对我国目前农业传播的现状,电视、多媒体、网络为农业传播的主流,应用最为广泛的电视节目在传播过程中,出现了传者与受众的不对等,而这种不对等的现状正是“知沟”理论的体现。农业传播中传者多为接受良好教育的农业专家,而农业传播的受者多是知识水平较低的农民,在交流的过程中,文化程度的差异,使双方的交流出现障碍。在新的传播技术出现后,人们认为获得知识的途径更便捷了,能够帮助缩小这种差距。而实际上这种差距不仅没有缩小反而加剧,传播学中“知沟”理论得到了充分的体现。

4 未来的发展趋势

传播媒介的不断强大,使我国目前的农业传播处于一个飞速进步的阶段。互联网的存在,可以搜索到你想要得到的信息,多媒体使信息直观、可信。然而,这些传播媒介要想在农业传播中发挥其强大的作用,还有很长的路要走。黑龙江省农业科学院韩贵清院长在多个场合演讲中讲到,多年来,服务农民的专家不少,每次讲课问农民:“讲的好不好?”农民回答:“好!”再问:“听懂了吗?”农民:“没有!”

常年来我国农业传播都面临着传者与受者知识结构的差异,使最直接的人际传播在农业传播中也存在着难度。因此,作为农业传播者能够做些什么,如何真正的缩小二者之间的知识差距,是值得研究探讨问题。

参考文献

- [1] 小詹姆斯·坦卡德,沃纳·赛弗林. 传播理论:起源、方法与应用
- [M]. 美. 郭镇之等译. 北京:华夏出版社, 2000.
- [2] 李彬. 传播学引论[M]. 北京:新华出版社, 2003.
- [3] 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京:中国人民大学出版社, 1999.

书博天下 智汇龙江

第二十一届全国图书交易博览会

<http://www.21sbh.com> The 21st national Books Expo

第21届全国书博会今年5月将在哈尔滨举办。

本刊讯:由中华人民共和国新闻出版总署、黑龙江省人民政府主办的第21届全国图书交易博览会,将于2011年5月27日至5月30日在哈尔滨市举办。

全国书博会旨在充分展示我国出版业改革开放、创新发展的辉煌成就,充分表现富饶美丽的黑龙江经济社会发展成果和黑土地上的出版人开拓进取的精神风貌;进一步繁荣出版市场,满足人民群众日益增长的精神文化需求;促进我国新闻出版业又好又快发展。本届书博会以图书、报纸、期刊、音像、电子等出版物及相关产品集中展销、订货为主要内容。中央出版单位、全国各地出版单位将组团参展。

举办时间:2011年5月27~30日

举办地点:哈尔滨国际会展体育中心

主办单位:新闻出版总署、黑龙江人民政府