

我国农业信息媒介化传播的历史演进、传播特征与未来趋势

李天龙

摘要: 20 世纪以来,中国农业信息传播经历了从幻灯到互联网的媒介化演变,这一历程不仅映射出技术进步的足迹,也揭示了农业信息传播的深刻变革。农业信息媒介化传播的演进凸显了三个核心特征:农业信息媒介化传播的互动性和参与性特征推动了农业现代化进程,多元化和集成化特征丰富了农民获取信息的途径,智能化和个性化特征增强了农民应对复杂农业环境的能力。展望未来,农业信息传播将趋向内容精细化与渠道多元化,内容上强调不断满足“三农”需求与个性化定制,渠道上利用新兴媒体和技术,提升传播效率和农业生产生活的智能化水平。农民主体地位日益显著,成为信息传播的主动参与者,这一转变将促使农业信息传播更贴近实践、更注重人的发展,加速推动农业现代化的全面实现。

关键词: 农业信息传播;媒介化传播;媒介技术

中图分类号: G209; S210 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-0751(2025)04-0168-09

随着数字中国战略的推进,数字电视和智能手机广泛普及,人工智能技术逐渐应用,中国农村传媒环境正在经历深刻变革。在此背景下,从历史维度审视农业信息媒介化传播的演进轨迹,剖析其过程与成效,对于指导实践、前瞻未来具有重要的理论意义和现实意义。一方面,通过细致梳理媒介技术在农业信息传播中的应用与发展历程,既能发掘成功案例进行实践创新,也能洞察存在的问题和挑战,为我国农业信息媒介化传播的持续优化指明方向,确保其更加高效、精准地服务于农业现代化建设。另一方面,历史的镜鉴可以为当前农业信息媒介化传播提供宝贵经验与现实参照。分析农业信息媒介化传播历史进程中的特点与规律,可以为当前我国农业信息传播实践提供经验借鉴与现实依据,进一步推动我国新闻传播学自主知识体系的建设与研究。农业信息媒介化传播是技术革新驱动的结果,其历程是传播媒介不断被应用于农业信息传播过程的历史,

也是社会信息系统不断发达并趋于完善的历史。本文回顾了 20 世纪以来多种媒介技术在农业信息传播实践中的应用,分析其特征与趋势,旨在为实现农业信息化、智能化及现代化提供一定的借鉴作用。

一、我国农业信息媒介化传播历程

20 世纪以来,随着世界工业革命的深入和电子革命的兴起,摄影、广播、电影、电视、计算机、网络等新型媒介技术先后诞生,并在全世界范围内以不同程度广泛传播开来。以媒介技术演变时间为经,以农业信息媒介化传播应用为纬,对农业信息媒介化传播历程进行简要的回顾,可将其划分为以下四个阶段。

1. 萌芽阶段(20 世纪初至 20 世纪 40 年代末): 媒介兴起传播农业信息

20 世纪前后,电影、广播、电视、电子计算机技

收稿日期:2024-05-08

基金项目:国家社会科学基金重点项目“共同富裕背景下城乡信息分化及其治理研究”(23AXW007)。

作者简介:李天龙,男,西安邮电大学数字艺术学院教授,陕西省公众科学素质与技术创新研究中心研究员(陕西西安 710121)。

术的相继出现,标志着人类进入电子化传播的新时代,农业信息传播也开启媒介化传播的萌芽阶段。电子革命以来诞生的新型媒介技术在农业信息传播领域开始逐渐应用。此时,新型媒介技术被部分社会精英尝试作为农业信息传播的手段,形象化地为农民呈现信息,达到了预期目的。这些应用尚处于试验阶段,但已表现出易于理解和推广的优势,由此为各类农业信息传播提供了创新途径。

在社会精英的推动下,农业信息媒介化传播实现了理念和实践的双重突破。1905年,张家隽等人创办了《北直农话报》,成为我国北方地区创刊最早的农学刊物,对解放思想、提高民众科学民主意识具有积极意义,尤其是对农业科技传播起到了史无前例的推动作用^[1]。1930年,由中华平民教育促进会开办的河北定县实验电台开播,是中国第一家专门面向当地农民的电台,具有传播内容对象化、传播方式对象化、传受双方有效互动的媒介化特征^[2]。随后农业教育机构、高校电教机构、农业推广机构陆续在各地尝试用新媒体传播农业信息。这些传播实践对当时的农业科技信息扩散、农业增产、农民素质提升起到了重要作用。然而,由于新媒体设备价值高昂、农民教育水平有限、推广模式单一等因素影响,农业信息传播存在一定的局限性,未能很好地应用在农业生产生活领域。新媒体技术从西方国家传播到我国各地,开始零散地应用于农业传播事业,以应用为导向传播农业技术和信息,自发地、不系统地服务于农业生产领域,为未来农业信息媒介化传播体系的形成和发展奠定了基础。我国农业信息媒介化传播实践探索由此拉开了序幕。

2. 初期发展阶段(20世纪50年代初至70年代末):报纸广播领航传播变革

从20世纪50年代初期到70年代末期,农业信息媒介化传播进入初期发展阶段。中华人民共和国成立后,报纸成为重要传播阵地,农业类报纸以通俗易懂的方式指导农业生产生活,形成了以“党性”为中心、以“宣传”为本位、以对工作的“指导”为重心的基本理念^[3]。

1949年10月20日《山西农民报》创刊,由毛泽东同志亲自题写报名,这是专为山西广大农民群众及乡村干部服务的通俗报纸^[4],是中华人民共和国第一份农业类报纸。1963年1月《南方日报(农村版)》创办,后更名为《南方农村报》,本着为农村、农民、农业服务的理念,重点解决农民关心的问题。

中华人民共和国广播电视事业是在继承延安时

期人民广播电台光荣传统基础上发展起来的,始终坚持为人民服务的良好传统是其发展的基石。1950年,中央广播机构和管理机构建立和完善,并配合国家政策、方针展开工作,其中就包括对农广播。1958年,北京电视台(中央电视台前身)成立,创办初期以引进纪录片、科教片为主,自办节目少,与“三农”相关节目更少,此时还没有专门的农业电视栏目,且农村地区很少有电视机,达不到收看节目条件^[5]。“文化大革命”时期,广播电视事业遭到严重的破坏和摧残,1976年以来,部分地区的广播电视事业得到恢复,工作开始步入正常轨道^[6]。同时,新闻传播媒介作为社会主义事业的一部分,主要围绕党和政府的中心工作展开新闻报道与信息传播,具有极强的政治色彩。在这一时期,广播技术较电视技术而言更加完善,所以普及率更高,农民受益面更大。

在农业信息传播的初期发展阶段,我国农业信息媒介化传播已奠定了一定的基础,标志性的农业类报纸也应运而生,成为传播农业科技与政策信息的重要载体。彼时,无线电广播以其覆盖性和即时性优势,成为连接农村与外界的桥梁,发挥了至关重要的对农传播作用。但由于电视机普及率较低,其在农业信息传播中的影响力尚待开发。同时“文化大革命”期间,媒体机构的资源与设施遭受破坏,信息流通几近中断,这对农业发展造成了不可忽视的影响。这一时期的农业信息媒介化传播呈现出以下特点:一是农业信息传播以政府为主导,其他单位辅助参与;二是报纸和广播是农业信息传播的主阵地,传播活动与农业生产生活关系密切;三是电视媒介刚刚兴起,由于硬件设施的局限和覆盖范围的局限,其在农业信息传播中的潜力尚未得到充分挖掘和利用,处于起步摸索阶段。

3. 快速发展阶段(20世纪80年代初至90年代末):电视网络助农信息惠民

1978年,党的十一届三中全会决定将工作重心转向经济建设,标志着农业信息媒介化传播进入快速发展阶段。随着政治、经济和社会环境的变革,报纸进一步巩固了在农业信息传播中的地位,特别是20世纪80年代以来农村类报纸得到了较快发展。随着农民对农业新技术、新品种和市场信息的迫切需要,为了适应时代要求,农村类报纸为农民传播了大量的实用性信息,成为对农传播最重要的平台之一。然而,20世纪90年代电视机的普及使部分农业类报纸被边缘化,因无法适应这种变化而退出了市场。广播电视事业的发展极大地推动了农业信息

传播,但在市场化进程中,如何保持内容的专业性和实用性成为新的挑战,农业信息发展逐渐式微。20世纪90年代后期,互联网时代的到来为农业信息传播带来了新的机遇与挑战。

广播电视在农村发展中发挥了重要作用,广播电视事业通过“四级办”方针得到空前发展,并建立了现代农业广播电视传播体系。改革开放以来,伴随着农民日益增长的信息需求与农业生产生活的现实需要之间的矛盾,报纸、广播、电视等大众媒体在农业信息媒介化传播中扮演了重要角色。1983年,第十一次全国广播电视工作会议于北京举行,明确了“四级办广播、四级办电视、四级混合覆盖”的广播电视事业建设方针等改革举措。在会议精神指引下,农村广播电视事业迅速发展。采用无线与有线、卫星与地面传输相结合的传播技术,农村传播专业频道应运而生,大量对农传播节目涌现,构建了现代化农业广播电视传播体系。20世纪80年代,为契合我国农业发展、农村建设以及农民生活实际需求,中央电视台社教部与原农牧渔业部宣传司联合创办了《农业知识》节目,这是我国首个农业专业化电视栏目。此后,各省级电视台纷纷创办涉农栏目,传播农业科技知识、致富信息并进行政策解读。1986年12月,国务院批准设立农科电视频道,农业电视正式迈入栏目化与频道化发展阶段。1987年,《农业教育与科技》卫星电视栏目开播。1990年,多个涉农电影电视部门整合改制,组建成立中国农业电影电视中心。自1990年起,多个省级卫视陆续创办了20个以上农业电视栏目,山西电视台的《黄土地》、新疆电视台的《农牧天地》是其中的典型代表^[7]。1994年,中国通过一条64K的国际互联网专线,实现了与全球网络的全功能连接,标志着中国互联网时代的开启。此后,国内迎来了门户网站建设的高潮,以新浪、腾讯、搜狐、网易为代表的四大商业门户网站迅速崛起,基本主导了中国互联网的发展格局。这些门户网站虽然核心内容仍是资讯与新闻,但其商业模式对传统媒体行业产生了深远影响,推动了传媒产业的优化与转型。

20世纪90年代前,广播作为农村地区的主要大众传播媒体之一,在农村地区具有广泛的影响,在农村发展中起到了不可替代的作用。截至1988年,全国农村有线广播通播率在71%以上,广播喇叭8000多万只,入户率稳定在41%左右^[8]。农村广播由于紧扣农民需求,精办节目,发挥了传播信息、宣传整合、提供娱乐等多项功能,是中华人民共和国

成立以来农村有线广播社会功能发挥最全面的一个时期^[9]。20世纪90年代后,由于电视的迅速发展,农村广播日渐式微。1995年11月30日,中央电视台农业频道正式开播,电视媒体在农村生产生活中扮演的角色越来越重要,成为农民最喜欢接触的大众传播媒体之一。尽管农业信息媒介化传播在改革开放以来取得了长足进步,但在快速发展过程中面对新兴媒体的冲击,传统媒体如报纸和广播需要进行转型升级,受限于资金、技术和理念等因素,部分传统媒体难以适应新媒体环境下的竞争,面临着边缘化甚至被淘汰的风险。同时,农业信息传播因内容类型的不同,在参与主体、传播过程及面临挑战方面呈现出多样性。特别是农业政策信息,由中央政府及相关农业部门制定,并作为信息源头,通过省级、市级、县级政府再到乡镇和村级组织,最终传达至农民。这一过程涉及多个层级,而利益冲突的存在可能导致信息在传播过程中尤其是在基层组织阶段发生扭曲,进而导致信息失真的情况。为促进农业信息在农民主体中的有效传播,需要整合相关信息,在此基础上根据农民的具体需求对这些信息进行优化处理,并基于农民常用的信息媒介,便捷、高效地传递给农民,优化后的信息传播机制不仅应当注重内容的准确性和实用性,还需提升用户体验,确保在不同设备上均能顺畅访问。

此阶段的农业信息媒介化传播历程呈现出了四个特征:一是由政府主导的大众传播媒体空前发展,为“三农”发展做出了重要贡献;二是与农业传播相关的政策、法规、体制、机制等逐渐完善;三是20世纪80年代农业传播研究逐渐兴起;四是受西方传播学理论的影响,农民在农业信息传播中地位不高,通常是以传播者为中心向农民传播农业信息的。

4. 融合发展阶段(21世纪以来):移动互联网服务“三农”

进入21世纪,社会各领域发生深刻变化,农业现代化成效显著,农业进入全新发展阶段。自党的十八大以来,党和国家对农业信息媒介化的议题给予了高度重视。2013年,全国宣传思想工作会议强调加快传统媒体和新兴媒体融合发展。2014年,中央深化改革领导小组审议通过的《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》出台,农业信息媒介化传播迎来了融合发展阶段。

与初期发展阶段仅注重纸质、广播、电视等媒介简单整合的农业信息传播相比,融合发展阶段的农业信息传播更强调深层次的融合,即不同信息技术

与平台间的无缝衔接,革新农业信息的采集、处理及传播方式,实现高效、低成本的信息服务^[10]。为响应关于构建现代化农业信息体系的号召,农业部门推出了“农业信息融合中心”和“智慧农业云平台”,这些平台超越了单向传播模式,深度融合现代信息技术与农业资源,强化了农业信息媒介化在农村社会发展中的作用。

随着国家政策的持续出台和强力支持以及“三农”需求不断扩大,“农业信息+政务服务+商务平台”的新模式应运而生,旨在利用农业信息媒介技术优势和行业地位,深度参与政务服务、社会服务和农业商务,成为社会治理结构的关键组成^[11]。早期农业信息平台由于技术限制和市场压力,自发探索农业信息媒介化路径。传统农业信息传播方式不断拓展,借助网络、移动应用、社交媒体等多种媒介或渠道,显著增强了信息的传播效率与覆盖面,农民获取农业信息的互动性和参与性得到提升,有力推动了农业现代化进程。

在2019年1月的中央政治局第十二次集体学习中,习近平明确提出要将人工智能应用在新闻生产的各个环节,全面提升舆论引导能力。这一重要指示不仅为新闻行业提供了发展指引,也为农业信息媒介化指明了未来方向。利用人工智能技术革新农业信息的采集、处理、传播、接收及反馈流程,意在全面提升农业信息的服务效能与精准度。这一前瞻性的视角为农业信息领域引入了智能化转型的全新理念,为农业信息媒介的升级转型提供了强大的技术支持和无限的发展可能。通过AI技术的应用,农业信息平台能够更有效地与农民互动,根据农民的具体需求提供个性化、智能化的农业资讯与技术服务。在传统的农业信息传播阶段,重点往往放在内容制作上,而在信息推送的精准度和用户体验方面关注不足。鉴于此,农业信息传播领域也开始借鉴媒体融合的经验,探索技术驱动下的服务优化路径。5G技术的融入增强了农业领域的互联互通,促进了技术跨界整合,尤其是在空间信息的有效应用上,预示着自动化与机器人技术将更大程度地释放农业生产潜力,并促进整个产业链的紧密互动。信息技术、人工智能以及生物技术这三大前沿科技,将成为驱动数字农业、精准农业和智慧农业未来深刻变革的关键因素。农业信息传播正式迈入智慧化转型的新纪元,不仅提高了农业信息的智能分析与处理能力,还通过算法优化信息分发,确保农民能及时接收到最符合其需求的农业知识和技术指导,极大地提升了

农业信息服务的质量与效率。但算法在投身智慧农场的收集与使用过程中,涉及大量数据的收集,包括土壤质量、气象条件、作物生长状况等敏感信息;同时在数据从传感器或其他设备传送到云端的过程中,可能会遭受拦截或篡改的风险,应避免直接关联到特定个体,从而保证信息的安全性和隐私性。

20世纪90年代中期以来,中国农业信息网和中国农业科技信息网相继开通。2000年前后,中国农副产品加工信息网、中国农业装备信息网开通^[12]。随着互联网的接入和应用,农村地区信息资源的可及性显著提升,有效满足了农村网民对实用信息与新媒体工具使用的需求,互联网在农村地区的覆盖范围持续扩大。第55次《中国互联网络发展状况统计报告》的数据显示,截至2024年12月,中国农村网民规模达3.13亿人,农村地区互联网普及率为67.4%^①。截至2024年年底,全国农村宽带用户总数达2亿户,全年净增790.5万户^②。同时,数字化建设也成为推进农家书屋可持续发展的重要路径^[13]。

当前我国将信息化作为驱动农业现代化的关键策略,致力于构建智慧农业体系,推动农业领域的深刻变革。此过程中,农业信息媒介化传播呈现出三个特征:一是农业信息媒介化传播的互动性与参与性增强,激发了农民的参与热情;二是农业信息传播的多元化与集成化趋势显著,实现了信息资源的有效整合;三是农业信息服务的智能化与个性化特点突出,可满足农民的实际需求。

二、我国农业信息媒介化传播的特征

在数智时代,农业转型与数字浪潮交汇,催生了农业信息传播的重塑与飞跃。从单向灌输到交互式共情体验,从传统媒介到数字路径优化再到提升信息使用的满意度深层探索,农业信息传播的每一步演化皆映射出技术赋能的光辉与人文关怀。考察农业信息媒介化传播的现状,可以发现,当前农业信息媒介化传播具有以下三个特征。

1. 农业信息的双向传播凸显了农民的主体地位

确保农业信息的鲜活性与实用性相较于单纯扩大信息传播的广度面临着更大的挑战,但技术的不断迭代正带来新的机遇,赋予农民受众更广阔的传播空间。农业信息媒介化传播演进历程跨越百年的历史,见证了技术手段的不断革新,这对理解农业信息传播形态的演变及其与受众认知方式间的互动构

建起着至关重要的作用。农业信息媒介化传播的互动性与参与性特征,是数字媒介技术在农业领域应用的一大亮点,改变了过去单向、被动的信息接收模式,转而形成一个动态、开放的传播生态系统。

随着数字技术的发展,农业信息传播方式正在经历变革,从传统的单向传递转变为更强互动性和个性化的交流方式。以智能终端的显示屏为切入口,农民群体通过视觉与触觉技术的创新,实现了农业信息多感官融合接收,搭建起实体作业环境与数字信息空间的跨界互动桥梁^[14]。社交平台和在线社区的兴起为农业信息的互动交流提供了便捷通道。农民、农业专家、技术人员以及农业企业等多方主体在微博、微信、抖音等平台上建立起联系,形成了紧密的农业信息互动网络。这些平台通过农业话题讨论、直播答疑、经验分享等形式,让农民能够直接与行业专家对话,及时解决生产实践中遇到的问题,同时也让专家能够更直观地了解农民的实际需求和困惑,从而提供更具针对性的指导。这种双向或多向的沟通模式,增强了信息的实效性,提升了农民的主体意识,促进了知识的共同创造与传播。在此趋势下,农业数字信息传播愈发重视多感官体验的深度融合,通过互联网技术与传统农业知识体系的互补,开拓出农业信息传播的新视域。“农村电商”是农业传播在数字媒介技术发展背景下兴起的,电商平台在促进商品交易的同时,还通过评论、评分、在线交流、售后问答等环节,让农民卖家直接获得消费者的反馈,不仅使产品品质得到提升,而且可据此调整种植结构。同时,消费者也能通过这些互动了解到农产品背后的故事,增强对农产品的信任度和购买意愿。农业信息媒介化传播具有互动性与参与性特征,能够通过促进多方主体的直接交流、技术与经验的分享以及信息的实时反馈,构建一个更加开放、协作的农业知识传播生态系统,有效推动农业现代化进程,提升农业生产效率和农民综合素质^[15]。

实现这一转变的核心在于巧妙融合技术力量与农民潜力,将数字技术与农民的实践相结合,形成优势互补,利用技术驱动农民生产效率的提升,同时以农民的创新思维丰富技术的应用场景。要利用视角共鸣、情境聚合以及媒介特有优势,挖掘农业信息媒介化传播的内在潜力,构建与农民需求相契合的信息传播内容,创造出实用性强的信息传播情境,完善多元化的信息传播渠道,为农业的可持续发展提供新的活力与动力,开启智慧农业信息媒介化传播的

新篇章,从而为农业现代化的实现和乡村振兴战略的实施提供强有力的信息支持。

2.传播渠道的多元化拓展奠定了“三农”发展的信息基础

农业信息媒介化传播是对零散农业知识的整合、加工与提炼,随后通过多元网络渠道发布并推送至用户端,加速知识共享与流通的过程,这一过程对农业信息的叙事创新提出了新的要求。在传播模式方面,农业信息媒介化传播强化了受众中心观念,超越了传统农业传播中线性的信息流动模式,更注重受众的参与和反馈;在传播理念层面,追求“超媒介化”,旨在打破媒介界限,促进不同传播媒介间的互动融合,使农业信息媒介化传播更为灵活多维;在表现形式上,农业信息不再局限于传统的单一媒介表达,而是利用多媒体、交互技术等高维手段,革新农业知识的展示形式^[16]。农业信息媒介化传播融合互联网技术与农业信息载体,实现了数字与实体农业世界的深度融合,增强了用户对互联网技术与农业信息结合的深度体验,开创了农业信息叙事的新路径。

首先,传播渠道不断向多元化拓展。随着互联网技术的普及,农业信息不再局限于传统的纸质媒体、广播电台等,而是延伸到了网站、社交媒体、移动App、在线视频、数字电视、物联网设备等多种媒介形式。这些新媒介的加入,不仅覆盖了更广泛的受众群体,还满足了不同年龄层次、不同教育背景以及不同信息偏好的农民对于信息获取的多样化需求。新生代农民可能更倾向于通过短视频平台学习新型种植技术,而中老年农民则可能偏好通过电话咨询服务或电视节目学习技术。

其次,农业信息媒介化传播内容不仅包括基本的农事指导和市场信息,而且涵盖农业政策解读、农业科技推广、气象预报、病虫害预警、农业金融、电子商务、农村文化旅游等全方位信息。这些内容的专业化程度也在不断提升,很多平台和应用程序邀请农业专家入驻,提供深度解析和一对一咨询服务,确保信息的准确性和实用性^[17]。农业信息平台通过符号学视角,将冰冷的代码转化为富有情感和实用价值的内容。

农业信息媒介化传播充分利用大数据、云计算、人工智能等现代信息技术,对各类农业信息进行整合分析,提供定制化服务。基于大数据分析的智能推荐系统,能根据用户的浏览历史、地理位置等信息,推送个性化的农业技术和市场动态。云计算平

台则为农业信息的存储、处理和共享提供了强大支撑,促进跨区域、跨行业的信息交流与合作。人工智能在农业诊断、预测模型等中的应用,进一步提高了信息处理的精准度和效率。

为了提供一站式服务体验,农业信息服务平台趋向于集成多种功能,如信息查询、在线教育、技术咨询、产品交易、金融服务等。这些平台通过应用程序编辑接口(简称API)、数据共享等方式,与其他农业相关系统(如农业气象站、物联网监控系统)对接,实现信息的无缝链接与高效利用。集成化服务不仅简化了农民获取信息和服务的步骤,还促进了农业产业链上下游的协同合作,提升了整体行业的信息化水平。农业信息媒介化传播具有多元化与集成化特征,通过构建全方位、多层次、高效率的信息服务体系,极大地丰富了农民获取信息的途径,提高了农业信息的传播效率和应用效果,为现代农业的可持续发展奠定了坚实的信息基础。

3. 数智技术的精准传播满足了农民的多样化信息需求

“使用与满足”理论同样有效解释了农业信息媒介化传播过程中农民及其他利益相关者如何通过媒介来满足其特定的农业知识与信息需求,接触媒介的便利性和过往使用经验成为选择的关键因素。在这一背景下,农业信息媒介化传播凭借用户导向的互联网思维模式,能够根据用户的需求提供个性化的农业信息。

基于物联网的智能设备被广泛应用于农业生产现场,如使用智能传感器监测土壤湿度、气温变化、作物生长状况等,这些设备运用大数据分析技术进行处理,生成精准的农业管理建议。智能系统能够根据实时数据和历史记录,预测作物病虫害发生概率、优化灌溉和施肥方案,实现精准农业操作,减少资源浪费^[18]。借助移动互联网、大数据分析及定位技术,可以使农业信息的获取更加即时与智能化。农业信息媒介化不仅丰富了信息内容,更全方位满足了农民的多样化需求。依托于人工智能算法,农业信息平台能够根据用户的地理位置、种植作物、以往查询记录等数据构建用户画像,从而实现个性化信息推送。农民可以接收到与其实际需求高度匹配的农技知识、市场行情、政策变动等信息,避免了信息过载,提高了信息的利用率。农业智能化还体现在复杂的决策支持系统中,这些系统综合考虑天气、市场价格、种植成本等多种因素,帮助农民做出最佳的生产决策。农业信息媒介化还为农民搭建了自我

表达的舞台,通过社交媒体、农业社区等渠道,农民能够分享个人经验、成功案例或生活感悟,在实现自我价值的同时,促进了农业知识的社会化传播与社区内的相互学习^[19]。农业信息媒介化传播的智能化与个性化特征,通过深度整合现代信息技术,不仅使得农业信息的传播更加高效精准,也极大地增强了农民应对复杂农业环境的能力,推动了农业生产的智能化转型,为实现农业可持续发展提供了强大的技术支持。

三、我国农业信息媒介化传播的发展趋势与未来图景

我国农业信息媒介化传播历程是农村经济社会发展、媒介技术演变和政府对农业信息传播活动的重视程度等诸多因素交错作用的过程,历经萌芽阶段、初期发展阶段、快速发展阶段及融合发展阶段,现已成为新闻传播领域不可分割的重要组成部分。无论从传播进程总体趋势看,还是从各阶段特征看,我国农业信息媒介化传播都在朝着科学化、高效化、服务性方向发展。通过对农业信息媒介化传播历程中诸多传播现象的考察与梳理,可以归纳出三个核心发展趋向。

1. 农业信息媒介化传播的主体变迁——精英自发转至农民自觉

农业信息媒介化传播体系是动态开放的复杂社会信息系统。其发展历程生动展现了技术革新与传播力量互动的双重驱动力。该体系的演进不仅反映了媒介技术的迭代升级,也体现了信息传播主体结构的逐步演变与权力分配的动态调整。纵观农业信息媒介化传播发展的四个阶段,促使其变革的关键因素有两个:一是体系的建构主体,二是媒介技术的发展。不同发展阶段的建构主体是不同的。在萌芽阶段,精英知识分子和科学家扮演了先行者的角色,为农业信息媒介化传播奠定了基础。在初期发展阶段,除了精英群体的自发力量,政府也逐渐介入农业信息传播活动,成为农业信息传播活动的建构主体^[20],主导成立农业报刊社、对农广播电台等,推动了农业信息传播事业的发展。随着技术的快速进步,快速发展阶段政府依旧是农业信息传播活动的建构主体,但随着创新的媒介技术逐渐成熟,社会力量逐渐参与农业信息传播活动,并在实践中发展壮大,积极推动了农业信息传播的健康发展。这一时期的多元主体参与,促进了农业信息的快速扩散和

深入应用,农民开始成为信息接收的主体而非单纯的接受者。在融合发展阶段,农业信息传播体系呈现出高度的开放性和协作性,社会力量广泛参与农业信息传播活动,建构主体由政府主导逐渐向政府主导与社会力量并存的方向转变^[21]。这一阶段的紧密融合,形成了一个闭环反馈系统,有效促进了农业技术的普及、市场信息的及时反馈和农业政策的灵活调整。国家陆续出台了一系列提升农民数字素养与技能、促进农业信息传播的政策措施,旨在缩小城乡数字鸿沟,弥合城乡之间的信息区隔^[22],为农民提供平等的信息获取机会。法规体系建设不断完善,保护农民的信息权益,鼓励农民参与信息创造和传播。同时,农民合作社、家庭农场等新型农业经营主体的崛起,不仅增强了农民在信息获取和应用上的自主性,更促使他们成为信息传播的主动创造者和推广者,他们开始主动分享农业信息,影响并塑造信息传播的流向^[23]。

农民的主体地位提升,使得农业信息传播更加贴近实际需求,促进农业技术落地,加速农业的创新发展。农业信息传播的未来趋势中,农民主体地位的崛起标志着一场深刻变革,预示着农业信息传播模式中农民从被动接受向主动参与的质变。未来还将进一步演变为农民自觉自发建构,农业信息媒介化传播体系将趋向于更加自主、灵活和高效,形成具有自适应机制特征的农业信息媒介化传播体系。在这一演变过程中,农民群体不再是被动接受现代化浪潮的旁观者,而是逐渐成为推动社会进步与文化变迁的活跃主体。在农村经济社会发展中,农民的主体地位进一步得到凸显,他们在农村现代化进程中的核心作用日益突出,不仅在经济活动中扮演重要角色,更在文化遗产、科技创新与社会管理等方面展现出前所未有的活力。这一趋势不仅将加速农业知识的创新与应用,也将极大地提升农业生产的智能化、精准化水平,推动农业可持续发展迈上新台阶。确认并加强农民在农业信息传播中的主体地位,意味着尊重农民的需求和声音,让他们成为信息传播的积极参与者和决策者,而非旁观者。这需要持续提升农民的数字素养与技能,强化其在传播中的角色认知,同时构建开放包容的传播生态系统,使农民的需求和意见能得到反馈或被采纳,从而激发其在农业现代化进程中的内生动力,共同绘制农业信息传播的新蓝图。农民主体地位的凸显,标志着农业信息传播迈入一个更精准高效、以人为本的新阶段,农业现代化进程更富活力。

2. 农业信息媒介化传播的未来态势——内容精细化与渠道多元化

农业信息媒介化传播发展会进一步促进内容的精细化与渠道的多元化,预示着深刻变革的发生,这场变革不仅会重塑农业信息的生产、传播与消费模式,还将影响农业现代化的进程。在内容方面,随着农业技术的迅速发展和农民对高质量信息需求的增加,农业信息内容将更加专注于细分领域,提供深入的科学依据和实证研究支持。同时,基于用户行为分析和偏好学习的算法,将推动内容向个性化定制发展,为农民量身打造符合其具体作物、地域特色和生产阶段的解决方案。未来农业信息内容将不再是单一学科的简单堆砌,而是跨学科知识的深度融合,比如将生物技术、环境科学、经济学、信息技术等融入农业信息传播,为农业可持续发展提供综合视角的策略和建议,并通过图文、视频、VR/AR模拟等形式,直观展示农业技术的实施步骤和效果,帮助农民快速掌握并应用到实际生产中。此外,农业信息媒介化传播将在技术的支持下构建更加系统化的在线学习平台和课程体系,提供从基础知识到高级技能的一体化服务方案,支持农民终身学习,提升整个行业的知识水平和创新能力。

在数智技术等的发展趋势下,社交媒体、短视频、直播等新媒体将继续扩大影响力,成为农业信息传播的重要阵地。这些新媒体凭借其广泛的用户基础、即时互动性和强视觉冲击力,能更有效地触达新生代农民和偏远地区的用户群体。物联网技术将在农业领域广泛应用,智能设备将成为信息传播的新渠道。农业传感器、智能农机、可穿戴设备等,不仅可以采集数据,还能实时推送预警信息、操作建议,实现实时监测与指导的新型传播模式。未来农业信息传播将更加注重线上线下的互动与互补,通过举办线下研讨会、实训基地、线上同步直播等方式,打破空间限制,促进知识的深度交流与实地应用,在农业全球化趋势背景下,跨区域、跨国界的农业信息交流平台将得到发展,通过多语种服务、国际农业数据库共享等,促进技术转移、市场信息交流和国际合作,帮助农民把握国际市场动态,拓宽销售渠道。农业信息媒介化传播的未来,将是内容与渠道双轮驱动的全面升级。内容精细化旨在提升信息的实用性和价值密度,满足农民精细化、差异化的学习需求;渠道多元化则致力于拓宽信息传播的广度和深度,确保农业知识全范围覆盖,无论是在偏远山区还是繁华都市,都能便捷获取。这一趋势不仅关乎农业

生产的效率与质量提升,更是加快农业转型升级、实现可持续发展的关键推动力。

3. 农业信息传播体系的转型与变革——科技融合下的智能交互

媒介技术是农业信息传播发展演变的核心推动力量之一,不仅塑造了信息传递的形态与手段,更深刻影响了农业知识的普及路径与效率^[24]。20 世纪初诞生的广播技术,拓展了人们的听觉范围,广受关注;20 世纪上半叶电视出现,其具有的视听兼备技术延伸了人的视觉;20 世纪后半叶,计算机互联网技术问世,连接了处于不同时空的个体,不仅连接起地球村的信息孤岛,还催化了“金农”工程等国家农业信息化战略的出台,每一次媒介技术的飞跃都是农业信息传播体系转型的催化剂。这三次具有代表性的媒介技术革命由浅入深、层层递进显示出科学技术的神奇与魅力,对受众的影响也在逐渐深入。不同的媒介技术引领着农业信息传播实践的不断变革。

就媒介技术发展引起我国农业信息传播变革的主要历程来看:1930 年,中华平民教育促进会开办中国首座对农广播电台。20 世纪 80 年代,我国首个涉农栏目《农业知识》由中央电视台和农牧渔业部联合创办。20 世纪 90 年代,我国第一个专业化农业电视频道问世,与此同时,为推进农业信息化,国家正式提出“金农”工程。这表明,农业信息传播领域每次引入新媒介技术,都需要对以往的传播理念、工作方案和政策等进行相应调整,以充分发挥媒介技术传播效能,提升农业信息传播的质量和效率。步入新纪元,农业信息传播的未来特征预示着媒介技术革新将更加深度融入,驱动传播模式的智能化与精准化。基于物联网的智能监测设备和 AI 算法,能够实时收集农田环境数据,如土壤湿度、气温、病虫害等情况,并通过数据分析提前预警潜在问题,提供科学的管理建议。这种智能化服务减少了人工监测的局限性,提高了病虫害防控和资源管理的精确度。

进入数智时代,农业信息传播将深度融合云计算、大数据、物联网、人工智能技术等先进数智技术,平台能够分析用户的搜索习惯、地理位置、种植养殖类型等信息,为每位用户提供个性化的信息推送服务。推动服务向智能化、精准化转变,实现信息的高效采集、分析与个性化推送以及农业生产管理的智能化决策支持。这包括定制化的技术指南、市场动态、政策解读等内容,确保用户接收到的信息与其实

际需求高度吻合,提高了农业信息的价值和使用效率。它们不仅能实现信息的个性化推送,提升决策辅助的智能化水平,还能通过远程监控、智能诊断等技术,实现作物管理的精细化与病虫害预警,为农业生产带来前所未有的变革。

农业信息传播将不再局限于单向的知识传输,而是构建一个交互式学习与反馈的传播生态系统。用户既是农业信息的接收者也是创造者,通过社交媒体、在线平台分享经验,形成知识共创共享的社群。可以通过论坛、在线社群、直播互动、问答板块等形式,鼓励农民积极参与信息分享和交流。农民不仅可以获取信息,还能反馈问题、分享经验,形成一个活跃的农业知识共享社区。这种双向沟通机制增强了信息的时效性和实用性,有助于快速解决农业生产中遇到的具体问题。此外,虚拟现实(VR)、增强现实(AR)技术的应用,使农业技能培训更加直观高效,模拟真实场景,缩短理论到实践的距离,农业教育和培训变得更加直观和互动。农民可以在虚拟环境中模拟种植、养殖过程,体验不同农业技术的实际应用效果,加深理解和记忆,提升学习的趣味性和有效性。媒介技术革新作为农业信息传播体系转型的引领者,正以前所未有的速度推动农业知识的智慧化进程。未来的农业信息传播将是多元化、智能化、高度定制化传播方式的融合,媒介技术不断刷新着农业信息传播的界面,加快农业现代化步伐,深刻改变农业信息的传播和应用方式,提升农业产业的整体竞争力和可持续发展能力,为乡村振兴与全球粮食安全注入科技活力。

结 语

20 世纪以来,以幻灯、电影、报纸、广播、电视、计算机、互联网等为代表的新型媒介技术逐渐应用于农业信息传播,并对我国农业信息媒介化传播产生了积极作用。通过对百年来农业信息媒介化传播进程的梳理,可以充分认识媒介在中国社会不同时期对“三农”发展产生的影响。这段历程不仅深刻揭示了不同历史时期媒介技术对“三农”发展轨迹的塑造,更在信息社会的今天,新媒体的持续涌动下,继续对“三农”产生深远影响,进一步凸显了农业信息传播现代化进程中的历史价值与现实紧迫性。这反映出农业信息媒介化传播实践对于中国现代化进程的历史价值及其生发出来的对当下我国农业信息化的现实意义。研究农业信息媒介化传播历

程更重要的是要映射现实,总结过去的优点、缺点、特征,预测未来的发展趋势,指导当下农业信息媒介化传播体系的科学构建,为农业现代化注入强劲动能,促进农业产业的整体进步。

注释

①参见中国互联网络信息中心(CNNIC)2025年1月发布的第55次《中国互联网络发展状况统计报告》,中国互联网络信息中心网站, <https://www.cnnic.net.cn/n4/2025/0117/c88-11229.html>, 2025年1月17日。②参见《2024年通信业统计公报》,中华人民共和国中央人民政府网站, https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202501/content_7003010.htm, 2025年1月27日。

参考文献

- [1] 鲁宏,陈燕.《北直农话报》的农业科技传播特色分析[J].河北农业大学学报(农林教育版),2005(4):12-15.
- [2] 宫承波.中国第一座对农广播电台考[J].现代传播—中国传媒大学学报,2005(3):37-40.
- [3] 陈娟.中国农村类报纸的历史变迁:基于媒介社会角色的视角[J].国际新闻界,2012(6):108-113.
- [4] 康涛泉.《山西农民报》的创办[J].文史月刊,2001(7):58-62.
- [5] 王永满.中国农业电视的由来与发展[J].中国电视,2009(7):44-45.
- [6] 黄勇.论新中国六十年广播电视的发展道路[J].现代传播—中国传媒大学学报,2009(6):1-4.
- [7] 李天龙.农业信息传播:理论模型、实证分析与重构策略[M].北京:中国社会科学出版社,2020:94.
- [8] 徐光春.中华人民共和国电视简史[M].北京:中国广播电视出版社,2003:333.
- [9] 李慧玲.农村有线广播的历史和现状[J].青年记者,2007(9):55-56.

- [10] 王鲁美.浅析涉农传播的历史反思与现实路径[J].新闻研究导刊,2015(17):23.
- [11] 张海涛.按照科学发展观的要求全面加强农村广播电视工作[J].中国广播电视学刊,2005(5):9-11.
- [12] 于小燕.我国农村电子商务发展现状与对策[J].经济导刊,2009(12):68-69.
- [13] 王仕勇.推进农家书屋数字化建设的思考[J].出版发行研究,2012(8):36-38.
- [14] 贺子宸,王旭冉.媒介赋权与农民主体性再发现:以新型农民培育平台“云上智农”为例[J].新闻爱好者,2023(4):27-29.
- [15] 涂凌波,王子薇.中国式现代化与媒介发展:建构新闻传播学自主知识体系的实践基础[J].新闻与写作,2023(3):24-33.
- [16] 李天龙.数字乡村建设:基本理念、价值追求与实践路径[J].中州学刊,2023(11):85-92.
- [17] 黄艾,熊皇.大众传媒与农村社会发展的历史互动与现实路径[J].湖北大学学报(哲学社会科学版),2018(2):159-165.
- [18] 李树,王胤琦.乡村振兴中数字媒介技术实践价值与路径[J].中国出版,2022(24):33-37.
- [19] 李天龙,闫欣.基于“要素-结构-功能”的农业信息传播体系研究[J].理论导刊,2017(12):56-61.
- [20] 涂洪波,陈烙.新型农业经营主体形成与扶持政策创新[J].中州学刊,2017(12):42-47.
- [21] 皇甫晓涛,黄瑚.智媒时代广告创意与媒介技术的关系转向[J].中州学刊,2020(9):163-168.
- [22] 郑素侠,韩树丽.城乡信息分化的生成机理、演变形态与治理策略[J].郑州大学学报(哲学社会科学版),2023(4):115-121.
- [23] 雷力.“短视频+直播”在乡村文明建设中的传播使命与功能定位[J].中国广播电视学刊,2021(4):35-38.
- [24] 岳琳.移动互联网时代基于新媒体的农村信息传播策略思考[J].新闻界,2014(23):48-54.

The Historical Evolution, Communication Characteristics, and Future Trends of Media-Based Agricultural Information Dissemination in China

Li Tianlong

Abstract: Since the 20th century, the dissemination of agricultural information in China has undergone a process of media evolution, transitioning from slides to the Internet. This transformation not only reflects the trajectory of technological progress but also reveals profound changes in agricultural information dissemination. The evolution of media-based agricultural information dissemination highlights three core characteristics: the interactivity and participatory have accelerated the process of agricultural modernization; the diversification and integration have enriched farmers' access to information; and the intelligence and personalization have enhanced farmers' capacity to address complex agricultural environments. Looking ahead, the dissemination of agricultural information is expected to move toward content refinement and channel diversification. In terms of contents, continuous efforts should be made to meet the evolving demands of “issues concerning agriculture, rural areas, and farmers” while advancing personalized customization. In terms of channels, emerging media and technologies will be leveraged to improve communication efficiency and elevate the intelligence level of agricultural production and daily life. With the growing prominence of farmers becoming central roles and active participants in information dissemination, this transformation will ensure that agricultural communication becomes more grounded in realities and prioritizes human development, accelerating the comprehensive realization of agricultural modernization.

Key words: agricultural information dissemination; media dissemination; media technology

责任编辑:沐 紫