

19-20

农业, 信息传播, 台湾, 现状

《台湾农业情况》1993.(4)

④

台湾省农业信息传播的状况及展望

翁志辉

(《福建农业科技》编辑部)

F306.3

台湾农业信息传播作为农业推广的重要方式之一, 为农业科技转化为生产力, 发挥过重要作用。台湾的农业信息传播工作起步于农复会时期(50年代), 当时以幻灯片、电影、广播、书刊等主要传播媒体, 推动农业计划的实施。1970年电视开始加入台湾农业信息传播行列。80年代中后期, 台湾“行政院农委会”通过《大众视听媒体传播农业新知计划》, 大力支援各区农业改良场、试验所发展农业信息传播工作, 1989年, 新兴的电讯技术——“电传视讯”正式在各区农改场开始运作, 使农业信息传播工作又向前迈进了一大步。当前, 尽管经济转型期台湾农业经济的地位呈下降趋势, 但其农业信息传播工作仍受到普遍重视和发展, 每年不惜投入大量的人力物力加强农业信息传播工作, 而保证了台湾农业信息传播事业的繁荣发展。

一、台湾的农业信息传播体系

台湾农业信息传播是在“行政院农业委员会”和省农林厅指导下, 由省农(渔)会、区农业改良场、农业科学研究所、试验所、大专院校、新闻单位以及公营、私营企业等多种机构共同参与, 其中最主要的执行单位是区农改场。各机构分工协作, 各司其责, 使台湾农业信息传播呈现多元化体系。

二、台湾农业信息传播的媒体

(一) 大众化传播媒体

1. 视听媒体。台湾共有“中视”、“华视”、“台湾”三家电视公司及33家全省性的广播单位, 他们与农业有关单位联合制作“农业电视节目”和“农业广播节目”定期

播放。有关农业企业公司也通过电视、广播进行广泛的产品广告宣传, 也从一定程度上丰富了农民的信息来源。

2. 报刊媒体。包括全省发行的各家报纸和农业类杂志。据统计, 经常阅报的台湾农民占59.1%, 他们从中了解政府的农业政策和措施, 以及农业市场的新动态。台湾现有农业类杂志130家, 其中与农业信息传播关系密切的农业科普杂志共60多家。这类农业刊物内容丰富、版面活泼、印刷精美、出版周期短, 以满足农民的需要为立足点, 刊物的社会效果很好, 据统计, 全省共有约31%的农民经常看农业科普杂志, 其中最常阅读的是省农会办的《农友》月刊, 占13.1%, 其次为《丰年》(10.3%)、《兴农》(7.4%)、《农药世界》(2.2%)等。

(二) 小众化传播媒体

与大众化传播媒体相比, 小众化的传播媒体是针对特定区域的居民, 因而能更好地满足农民的特定需求。其中最具代表性的是地区性农业广播节目及社区报纸, 如由高雄区农改场制作的“山地农业”节目, 自1976年起分别用汉语、地方语在6个地方电台连续播放, 10几年来普遍受到农民的欢迎。由东势地区办的《山城周刊》, 是一份很成功很典型的社区报纸, 发行对象主要以本区农民为主, 报道农业知识及生活、文化方面内容。此外, 许多地方农会办的会刊, 也是一种迎合特定对象——农会会员的小众化传播媒体。近几年, 台湾已越来越重视发展这种区域性的小众化传播媒体。

(三) 团体教育媒体

团体教育是指农业推广人员通过各种集会或示范方法对农民团体进行有目的性的培训提高,包括农训班、观摩会、讲会习、演讲会、现场示范会等。在团体教育中,由区农改场扮演主要角色,其他试验单位、农民团体、农业院校、农业行政人员等共同参与。农业推广人员通过由有关单位挑选,送经农业院校培训,再由区农改场择优聘任,然后通过农(渔)会组织,举办各种形式的团体培训班辅导农民。

(四) 个体信息服务媒体

使用的传播方式有私函、电话、办公室、农家访问以及近年来新发展的“电传视讯”等。其中“电传视讯”是一种运用现代电脑与通讯技术结合的新媒体,使用者可利用电脑终端机或电视电话网络,将贮存在“电传视讯中心数据库”的资料,利用电话拨叫特定号码接通电脑系统,经过解码作用而将信息置于电脑或电视荧幕中,使用者则须具备电话、个人电脑或电视机,并购买“电传视讯”开关软件。农业信息传播进入“电传视讯”后,农民可以足不出户获得所需的资料。

(五) 台湾农业信息传播媒体的绩效

农民是农业信息传播的最终接受者。农民的知识结构和信息来源大体包括三个部分:一是自己固有的经验;二是来自亲友、同业介绍的信息和厂商推销商品时提供的信息;三是直接接受传播媒体传递的信息。由

于农民接受信息一般具有选择性,即乐意接受符合他们特定需要的信息,因此尽管台湾拥有众多的农业信息传播媒体,但各种媒体的信息不可能全部为农民所接受,比如,在关于农作物知识的来源中,直接来自农业信息传播媒体的占30.3%。其次,农民仍有相当多的信息来源是通过其亲友、同业接受媒体的信息后再传递给他,可称之为“间接媒体传播”。再次,对于农药和新病虫害的知识来源,农药厂的推销员在推销其产品时也起到了重要作用。就各种农业信息传播媒体作用来看,以团体教育媒体所占比例最大,其次为农业电视媒体及农业杂志媒体(见表)。

三、未来台湾农业信息传播业的发展方向

近年来,随着电讯技术的迅速发展,台湾已向信息化社会迈进,未来台湾农业信息传播的发展方向是:更加强调传播效果,迎合特定对象的要求,加强个别化信息服务,建立一个“以用户为中心”的传播体系。具体的发展策略是:①进行各种传播媒体的规划整合,以追求更好的效果;②建立各种小众化传播媒体,以符合特定对象的需求;③建立区域性的电传视讯资料库,以提供最新的个别信息服务;④建立各区农业改良场视听图书中心,以开辟“用户为中心”的传播空间;⑤进行农业信息传播效果的预测评估工作。

(本文责任编辑:革云)

农业信息的主要来源及所占比例(%)

信息来源	主要农作物栽培技术	农药	肥料	新病虫害
自己的经验	28.5%	—	—	33.6%
亲友、同业	30.3%	26.1%	—	43.2%
厂商	10.9%	37.1%	6%	43.2%
农会等组织的团体教育培训	11.9%	22.8%	87.5%	20.7%
农期电视	8.5%	4.9%	—	0.1%
农业杂志	9.9%	9%	6.5%	2.17%

注:1.本资料系1991年《兴农》杂志对1100位台湾农民随机抽查的统计结果。

2.主要农作物包括水稻、蔬菜、花卉、茶、葡萄、莲雾、芒果、牡丹、柑桔、番石榴。