

关于农业期刊为农民服务问题的思考

李治飞 董朝菊 张放 鲁玉洋 吴涛 陈云

(中国农业科学院柑橘研究所, 西南大学柑橘研究所, 400712 重庆)

摘要 基于农业科技期刊的发行、价值取向等现状,以及农民对农业期刊的反映及其科技需求,认为应当倡扬农业科技期刊服务于农民的思想,现有技术类和科普类农业期刊应是服务于农民的主体;并分析了服务于农民的农业期刊的若干特点。

关键词 农业科技期刊;服务对象;媒体特点;农民

Agricultural journals should serve farmers LI Zhifei DONG Chaoju ZHANG Fang LU Yuyang WU Tao CHEN Yun

Abstract According to the current situation of the circulation and value orientation of agricultural journals and the reaction of farmers to the agricultural journals and their demand for the science and technology, the authors hold that agricultural sci-tech journals should provide services for the farmers. This article indicates that current technological and pop-science journals are the main part of the service to the farmers. Some characteristics of agricultural journals serving to the farmers are presented in this article.

Key words agricultural journal; objects of service; characteristics of media; farmer

Author's address Citrus Research Institute of Chinese Academy of Agricultural Sciences; Citrus Research Institute of Southwest University, 400712, Chongqing, China

1 “为农民服务”还需要倡扬吗

在人们的意识中,报道、传播农业科技成果,促进农业科学技术转化为生产力的农业科技期刊似乎都在服务于农业乃至服务于“三农”^[1-3],然而,事实却不尽如人意。

首先,从农业科技期刊的发行状况来看:目前科普类期刊发行量与20世纪90年代初相比下降了20%~50%;技术类期刊发行量大的为5000~8000份,大多数为1000~2000份,有的仅数百份^[4];学术类、检索类等期刊的发行量一般更低。陕西杨凌示范区及广东省农业期刊的发行情况^[5-6]也印证了这种局面。在这种情况下,恐怕多数办刊者很难有底气说自己在为“三农”服务上发挥了多大作用。

其次,从办刊者的实际价值取向来看:我国的许多科技期刊尤其是学术类期刊努力的唯一目标就是进入SCI国内“核心期刊”的遴选已导致学术类期刊的价值取向发生偏离,期刊的优劣不再由读者和市场来判断。令人遗憾的是,这些影响并非仅仅局限于学术类期刊,1995—2005年我国学术类与技术类科技期刊数

量的变化^[7],即从一个侧面反映了这种影响,而且一些农业技术类期刊评估自身学术质量时也把进入“核心期刊”,被国内外检索刊物和数据库收录,论文在作者晋职称中的作用作为重要依据。还有一类农业期刊,其共同点是发行量低,基本无广告经营收入,有“核心期刊”等标志,页码多并呈快速增长之势,稿源多为研究生毕业和职称评定所需发表的论文,主要靠收取版面费来维持出版。价值取向不断异化的农业期刊,似乎离“三农”并非越来越近,而是渐行渐远。

第三,从农民对媒体的反应来看:目前,农村居民几乎在大众媒介(电视、报纸、广播和杂志等)上找不到与自己的生活 and 生产密切相关的内容,导致他们对大众媒介的依赖度、满意度和可信度评价均较低^[8],就现代化农业推广的要求而言,各大众媒介农业科技传播现状普遍不理想。抽样调查结果显示,2001—2003年湖南乡村平均农业科技期刊入户率仅为12.6%^[9]。这些情况在揭示农业科技期刊市场潜力巨大的同时,也说明当下农业科技期刊总体上未能有力地服务于“三农”,办刊质量不能说高。

虽然种种事例表明,当前农业科技期刊整体上未能真正地做到或做好为“三农”服务的工作,但是,作为“三农”核心的农民自身是不是对农业科技等信息不感兴趣呢?在湖南乡村和我国西部地区的调查结果^[9-10],否定了这种想法。当前我国科技期刊按计划经济体制模式办刊的惯性仍很强劲,“为读者服务”的办刊理念亟待树立,农业科技期刊脱离农民群众,才是造成农民(农业生产经营者)对农业科技期刊反应冷淡的原因。

服务对象问题应在实践中不断地探索,不断地认识,特别是应在经济体制变化的大环境下与时俱进。现阶段,在农业科技由政府供给模式向市场供给模式转变的过程中,农村科技体系与当前作为独立经营主体的广大农民的科技需求脱节,而大众传播媒体(包括农业科技期刊)同传统农业推广中的组织传播和人际传播相比,是一种低成本、高效益的推广形式,同时,还保障了农业推广信息的科学性和准确性,可以克服现有农业科技推广组织体系存在着的诸多问题和矛盾;因此,农业期刊界应当顺应时代的需求,重新审视自身在当前社会主义新农村建设中所起的作用,担当

起更多的社会责任,进而理清办刊思路,明确办刊宗旨,尽快改变当前办刊理念“为作者服务”“为读者服务”“为作者和读者服务”并存的局面^[11],将“农民”作为终极服务对象。

讲“服务”而说不说“定位”的原因是:“定位”注重的是个体和个案,“服务”注重的是群体乃至总体;“定位”是从微观的、产品(商品)属性的、市场经济的角度入手,“服务”是从宏观的、文化属性的、媒介批评的角度入手。若从市场经济、个体的角度而言,一种发行量二三百份的期刊,能够抓住当前科研和学业评价制度造就的市场机会,以版面费为主要经济收入渠道合理合法^[12],无可厚非;然而,若从媒介批评、群体的角度来看,作为科技文化主要传播渠道之一和面向“三农”的农业期刊,不能直接为农民服务,不能达到媒体提倡的“三贴近”要求,读者用不上、看不懂、不喜欢,发行量小,则应当受到批评。

2 服务农民的主角是谁

尽管农业科技期刊有学术类、技术类、科普类和政策指导类等划分,但在谈论农业科技期刊时,却存在不予区别对待的现象;另外,即使注意到了农业科技期刊有不同类别,但在某一类别的功能或服务对象上仍意见不一。这些混乱与矛盾,既是不同类型农业科技期刊生存环境各异的反映,也是当前我国科技期刊界办刊理念“三国”并存局面^[11]的体现。看来,在倡扬农业科技期刊为农民服务时,必须搞清主角是谁。

农业科技研究领域有基础研究、应用基础研究、实用技术开发等不同层面,农业科技的研发、推广、管理和使用各自所需求的信息不同;因此,应清醒地认识到在推进社会主义新农村建设的舞台上,担当服务农民主角的不会是全部农业科技期刊。在倡导农业科技期刊要为农民服务时,不可笼统要求,比如让读者群和作者群几乎完全相同的学术类期刊^[3]改变服务对象,既不符合实际,又容易造成办刊理念混乱。

农民作为农业科技成果的最终使用者,其选择和认同是判定农业科技期刊是否直接服务“农民”以及服务质量高下的标准,也是评价直接服务“农民”的农业科技期刊的质量的核心指标。农民(农业生产者)需要的是什么类型的农业期刊呢?西部地区 80%左右的农户渴望得到新技术^[10];而湖南乡村,虽然在订阅农业科技期刊的主要意向调查中“应用技术”被选率遥遥领先,但实际订阅的主要农业科技期刊中技术类与综合(科普)类所占比例十分相近^[9]。这在揭示出广大农民有强烈的致富愿望的同时,也暗示了我国现有技术类与综合(科普)类农业期刊提供的主要信

息可能在农户眼中差别不大。为探明这一问题,以于 2007 年 3 月出版的几种果业技术类期刊(《中国果树》《落叶果树》《北方果树》)和科普类期刊(《果农之友》《果树实用技术与信息》)为样本,调查各刊的内容构成情况。结果显示:这 2 类果业期刊实用技术文章的篇幅比例为 54.3%~75.2%,其中科普类比例高些;技术研究文章的比例为 4.5%~33.6%,技术类期刊比例高些;技术应用性文章(实用技术和技术研究文章)的比例,科普类(79.5%~79.8%,平均 79.65%)与技术类(72.9%~87.9%,平均 81.37%)相近;传统科普文章均很少,可基本忽略;科普类期刊无学术研究成果,技术类期刊有不同比例的学术研究成果;科普类期刊有少量的资讯。可见,果业科普类和技术类期刊均以实用技术为重,加上实用技术与技术研究文章理解难度相近且均对生产有直接指导价值,可以认为,在这 2 类期刊中占主导地位的都是应用技术,在农民受众眼里差异不明显。现有技术类与科普类农业期刊应当是服务农民的主角,尤其是传统科普概念正在被科技传播理念取代的今天。

农民作为独立的经济主体,所从事的农业生产经营系统需求的信息多样而复杂,单一的技术型信息远远不能满足他们的需求;同时,农业科技期刊特别是技术类和科普类期刊,在服务“三农”方面具有其他媒介不可替代的优势^[13],可以避免类似 2007 年春季海南“蕉癌”伤农事件的发生,应当对改变“目前农村大众媒介失衡,新闻与资讯型媒介欠缺”^[8]的状况有所作为。在办刊实践中,以服务农民作为核心驱动力,淡化带有浓厚计划经济体制印迹的科普类与技术类的划分,紧密围绕农民受众的“注意力”,把他们的需求作为编辑工作的出发点和归宿,及时调整报道内容,在专业化的同时,努力达到内容的多样化,打造成“实战型”综合媒体。在传播科技文化知识、推广农业新技术、提供各类农村致富信息等诸多侧面作为更大,在帮助农民增收,解决“三农”问题,建设社会主义新农村,促进农村可持续发展的历史进程中发挥不可替代的作用,才能赢得农村受众的认同和依赖,赢得市场^[8,14]。另外,在媒介评价上,应从现有学术类期刊的评价体系中分离出来,避免“主编跑‘核心’,编辑搞‘规范’”的消极影响乃至误导,逐步形成一套以农民受众评价为主体、利于提高服务于“农民”的意识和水平的评价机制和标准。

3 服务农民的新型农业期刊应有什么特点

3.1 技术与新闻资讯并重 在逐步完善的社会主义市场经济体制下,农业生产的效益受到科技水平制约

的同时,非科技因素的影响越来越来明显,某些时候甚至会成为生产经营成败的关键因素。例如,近些年来一些乡镇在搞“一乡一品”农业规模化、集约化、产业化经营中,未能掌握市场供求信息,盲目上马,大规模生产出来的产品到了上市期却无人问津,“帮农”的“花”结出的却是“伤农”的“果”。这种忽视非科技因素造成经营失败的事例,在作为农业产业化发展“龙头”的农业企业身上也并不鲜见,因此,为农民(农业生产经营者,包括法人意义上的农民——公司和协会等)服务的媒体内容构成上应当做到技术与新闻资讯并重,要注意所传播的农业科技信息的全面性^[15]。

3.2 技术内容注重策划与成套组装 传统农业期刊选题策划一直很弱,自由投稿在稿源中占绝对优势,必然在报道的针对性、目的性上大打折扣。我国农业产业化的逐步推进,对技术的要求更高,越来越需要先进、成套的适用技术。新型农业媒体在选题策划方面应该花大力气,针对目标受众对技术需求的变化进行组稿,及时为他们提供在先进性、经济合理性和可行性方面呈最佳组合的成套技术。无论是对农业生产者个体、群体(协会)还是公司,与单一技术相比,成套技术协同作用,发挥的效能更大,生产效率提高更明显。与受众相比,农业媒体在技术资源的掌控方面占强势,若能够提供成套适用技术,不但可以减少技术开发成本,而且可以少走弯路,避免无效投资。

3.3 新闻资讯广度与深度有机结合 以往的农业媒体如科普期刊,虽已有一定的新闻资讯类信息,但其广度、深度和关联度等不尽如人意,难以发挥参考指导作用,甚至可能会误导受众。比如,某媒体提供了某一市场红富士苹果批发价信息,这对读者没有多大价值,因为读者要判断是否把他的红富士苹果投放到这一市场还需要销量、规格、包装要求等大量其他信息。要让所提供的新闻资讯真正对受众有益,新型农业媒体必须在新闻资讯的广度、深度和关联度上下工夫。

3.4 媒介形式从单一走向复合,传播方式由单向趋于多向 新型农业期刊要充分利用传统纸介、光盘、有线通信、短信(息)平台、网络等各种载体的优点,并根据不同载体的特点通过对已有信息资源的进一步开发和利用,在实现信息资源增值的同时,更好地为受众的个性化需求服务。比如:对文字叙述难以讲明白的技术,可以借助多媒体手法开发出光盘产品,让人一“看”就会;对更新速度很快的信息,可以借助现代通信手段及时刷新,让人一“用”就灵;对需要市场预测的受众,可

以借助数据库等工具为其提供相关服务;等等^[3]。同时,借助于新传播技术,新型农业期刊的传播方式趋于多向,如采取在线论坛形式,作者、编者、读者即时互动,选题策划等不再是媒体的独舞,媒体成为一种公众平台。

4 参考文献

- [1] 赵侠. 面向经济建设 办好农业科技期刊 [J]. 农业图书情报学刊, 1995(2): 17-18, 16
- [2] 倪集裘. 农业科技期刊如何更好地为“三农”服务 [J]. 中国科技期刊研究, 2004 15(6): 637-639
- [3] 张行勇, 李明德, 郭柏寿. 办好农业科技期刊 为全面建设小康社会作出贡献 [J]. 中国科技期刊研究, 2005, 16(3): 274-278
- [4] 曾祥秀. 农业技术类期刊的现状分析 [J]. 农业图书情报学刊, 2005 17(12): 181-183
- [5] 刘炳琪, 渊锡藩, 李堡卫. 杨凌示范区农业科技期刊邮发数量下降因素分析 [J]. 畜牧兽医杂志, 2005 24(4): 72-73
- [6] 洪建军, 杨贤智, 陆顺满, 等. 广东省农业科技期刊产业化经营对策研究 [J]. 农业图书情报学刊, 2005 17(3): 141-144
- [7] 任胜利. 我国科技期刊的现状及其在学术交流中的作用 [EB/OL]. [2007-03-21]. <http://www.cessp.org.cn/xhdt/2006ppt/renshengli.ppt>
- [8] 张明新, 汤贤芹. 我国农村居民的大众媒介使用与评价: 以湖北省农村地区的调查为例 [J]. 今传媒, 2006(4): 17-18
- [9] 熊楚才, 苏爱华, 陈艳芬, 等. 湖南乡村农业科技期刊入户率的调查与市场分析 [J]. 中国科技期刊研究, 2003 14(5): 497-499
- [10] 陈印军, 杨瑞珍. 在西部农村科技传播与普及中应重视的问题 [J]. 农业科研经济管理, 2003(4): 24-26
- [11] 蔡玉麟. 为读者服务: 我国科技期刊的软肋 [J]. 中国科技期刊研究, 2006 17(5): 689-693
- [12] 游苏宁, 陈浩元. 科技学术期刊收取论文版面费合理合法 [J]. 编辑学报, 2007, 19(1): 1-2
- [13] 翁志辉. 农业科技期刊要为推进社会主义新农村建设服务 [J]. 中国科技期刊研究, 2006 17(4): 531-535
- [14] 倪集裘. 农业科技期刊一心为农服务 [J]. 传媒, 2003(2): 29
- [15] 朱金玉. 提高农业科技传播效果初探 [J]. 传媒观察, 1999(4): 15-17

(2007-04-01收稿; 2007-04-20修回)