

能人转译： “数商兴农”的媒介技术红利分配机制

李 红 刘慧钰

（暨南大学 新闻与传播学院，广东 广州 510630）

【摘 要】本文在“技术红利”的概念视角下，通过深度访谈、扎根理论等多元质化方法，关注农产品电商平台的技术红利为何以及如何经由能人实现再分配。研究通过编码提炼出“资金-媒介-规模的结构化困境”与“技术红利的转译式分配”两个核心范畴：农户在资金储备、媒介技能及经营规模上存在准入平台市场的结构化困境，而能人则是带动农户参与电商红利共享的重要路径。能人、农户、基层干部、电商等多元异质主体组成技术红利共享的行动者网络，其中，能人作为关键转译者：一方面将乡土关系转化为契约理性的经济联结，另一方面建立广大农民对电商的媒介信赖，从而实现电商嵌入及技术红利再分配。此外，研究在理论与实践的双重层面建构“能人转译”方法论，既对技术红利理论进行本土化诠释，也对中国发展传播学作出中观层面的尝试，并致力于洞悉人才在数字乡村建设中的关键作用。

【关键词】乡村振兴；数商兴农；技术红利；转译

【中图分类号】G206

【文献标识码】A

【文章编号】1672-3406（2024）10-0053-15

DOI:10.19480/j.cnki.cmgc.2024.10.003

一、引言

进入信息社会以来，国家不断加强农村信息基础设施建设，“数字乡村”作为乡村振兴重要方向，发挥着“数字技术释放的普惠效应”。^①近年来，城乡之间数字鸿沟不断缩小，农村网民数字素养也获得了大幅提升。同时，国家在战略层面开始实施“互联网+小农户”计划以提升农户发展能力，并聚焦农产品市场，提出“数商兴农”“互联网+”农产品出村进城工程，希望以数字媒介应用或电子商务赋能，促进乡村发展和农民增收。

我们都期待电商平台能获得推动城乡生产消费有效对接、促进经济要素平等交换的媒介潜能，但媒

【作者简介】李 红，暨南大学新闻与传播学院教授，博士生导师

刘慧钰，暨南大学新闻与传播学院博士研究生

【基金项目】本文为广东省社科规划项目“新时代全过程人民民主话语体系建构研究”（DD23CMK02）、广州市社科规划项目“全过程人民民主制度化、规范化、程序化水平提升路径策略研究——基于广州市人大履职实践的考察”（2023GZYB36）的研究成果。

介赋能并非工具性的,而是依赖于一定社会条件及社会组织形式。实际上,直接通过电商平台实现增收的农户较少,不少参与农产品电商的普通农户常处于已退出或艰难维持的状态。成功者多为从事农民专业合作社、涉农企业、家庭农场或种养大户的新型农业经营主体,而更多普通农户则必须经由经营主体的带动或雇佣才能从中获得赋能,体现出明显的“能人依赖”特征。国家数字乡村发展政策也强调:“支持农业龙头企业、农民专业合作社以及种养殖大户、家庭农场等新型农业经营主体通过网络销售区域特色农产品”。^②上述现象和战略,皆可被称为“数商兴农”的能人路径。他们常被赋予“新农人”、“领头雁”或“新型职业农民”等称谓,属于现代乡村经济能人,是实现电商平台与广大农民有效对接的关键性沟通中介。

那么,普通农户为何难以直接从电商平台获得增收而必须经由能人带动呢?乡村经济能人在其中又起到怎样的作用?本研究将在“技术红利”概念视角下,围绕乡村情境中电商平台技术红利分配的能人路径展开中观研究,从而为数字赋能乡村发展提供镜鉴,也为技术红利理论提供一种本土化诠释。

二、文献回顾

(一) 媒介赋能:“数商兴农”的内在逻辑

媒介赋能是“数商兴农”的内在逻辑,它旨在为农民提供农产品销售的互联网渠道,提升广大农民收入,增强城乡间经济要素流动。“赋能”又称“增权”“赋权”,是以无权或弱权群体为对象的效能激发或资源赋予。^③在传播学中,赋能理论与发展传播学密切相关,罗杰斯将赋能视为一种传播过程,大众媒体在赋能中具有重要作用;^④互联网作为一种革命性媒介,也能够改变社会权力结构、为弱势群体赋能。^⑤

就数字媒介赋能农民增收的议题而言,短信能够改善信息不充分现象,赋予农民市场套利机会,^⑥印度渔民、^⑦柬埔寨米农^⑧的研究均得出类似的结论。电子市场也能够促成低成本、高效率的交易,^⑨增强市场流动,^⑩打破地理区位并形成无摩擦的市场。^⑪在中国,数字媒介赋能农民增收的机制可归纳为“打破信息不对称”、“减少中间环节”、“降低交易成本”和“解除市场准入限制”,^⑫数字平台也能够快速整合城市与乡村两个市场,推动城乡融合。^⑬但也有研究发现,小农户相比于乡村精英并未实现与电商的直接对接;^⑭数字媒介对农民赋能存在分化现象,电商采纳可能会加剧农户内部的不平等。^⑮

可以说,“数商兴农”是一场复杂的经济或社会实践,仅从“媒介赋能”角度很难对其进行充分解释,因为:第一,媒介赋能的“能”在多数情况下指媒介接近权或话语表达权的机会资源,并非指经济收益,具有媒介内容中心的狭隘性;第二,已有研究关注到赋能可能因人和情境而异,^⑯但并未就相似情境或群体内部的赋能差异做出解释;第三,在媒介赋能的技术逻辑以外,它并未关注媒介应用的社会基础,以及人对媒介的主动使用,因此亟需引入更恰切的概念工具以对其展开有效讨论。

(二) 技术红利:基于分配的视角

由于媒介赋能的解释力困境,本研究试图从分配视角入手,引入“技术红利”概念。所谓“技术红利”,是指应用某项技术带来的超额收益,它也可以被视为行动者在既有社会结构下所争夺的一种资源。本研究将借助于“技术红利”的概念坐标,聚焦于电商平台应用所产生的社会经济后果,构建一种对中国乡村技术红利分配路径解释力框架,以与既有研究展开对话。目前的技术红利研究存在如下路径:

第一,关注人力资本与技术红利分配之间的关系。互联网“接入沟”缩小之后,“使用沟”成为影响劳动力收入的主要因素,^⑰个体的应用方向和能力会影响其互联网使用所获得的收益。^⑱有学者甚至将互联网技能转化为经济收入的能力称为“数字人力资本”。^⑲但此类研究多从个体的人力资本出发解释技术

红利分配差异，而较少关注导致人力资本分层的结构性因素。

第二，基于技术特性分析红利分配差异或机制。近年来，越来越多研究将互联网“开放”“连通”等媒介特性作为分析基点，认为互联网降低了普通人分享技术红利的门槛并使受益群体扩大，^{②0}认为这是一项能够促成普惠的媒介技术。研究发现，互联网的连通性能让电商用户准入一个趋于无穷大集的充分连通市场，^{②1}并将电商用户的边际成本降低到几乎为零。^{②2}这存在一种将互联网技术乌托邦化的倾向而未能触及技术的社会性。

第三，从社会基础探讨技术红利分配机制问题。美国学者默顿就曾质疑对技术进步的简单迷信，认为是技术应用所处的社会结构而非技术本身的特性影响着社会发展。^{②3}张茂元在对近代机器缫丝技术的比较研究中也发现，社会结构深刻影响着新技术应用的利益分配规则。^{②4}这些视角都提醒我们：在检视从互联网媒介特性出发的技术红利研究时，尤其需要关注媒介技术应用的社会或文化基础，并考察社会或文化如何影响技术红利的分配。

就农产品电商平台的社会应用而言，一方面，乡村的人口、经济、自然等结构性因素相比城市制衡了数字经济的发展机会；另一方面，农产品利润空间较小，电商对农户状况的改善空间也相对有限。因此，本研究将沿着第三条脉络，将乡村社会的基本结构，尤其是能人与普通农户之间的社会经济分化，作为讨论技术红利分配路径的逻辑起点和关键视角。

（三）从士绅文化到经济能人

对乡村能人的关注，可以追溯传统中国的士绅文化。通过关注士绅在传统社会中的作用，也可获得对当今乡村能人现象的研究启发。

中国古代的士绅阶层，即地方社会德高望重并掌握管理权力的人。费孝通认为，传统社会的治理结构是一种自上而下和自下而上平行运作的“双重轨道”，^{②5}士绅阶层在双重轨道间担任着转换、沟通的结构性角色，他们既是皇权在地方的代理，也承担着地方水利、自卫、调解、互助等公共事务的管事责任。^{②6}杜赞奇将这一阶层分为保护型和营利型，两者构成“双重经纪”，保护型经纪既能维护地方利益，也是国家权力深入乡村的工具。^{②7}20世纪初，战争频仍，乡村凋敝，贤者离乡，地方被土豪劣绅所把持，出现了杜赞奇所言保护型经纪向营利型经纪的转变。新中国成立后，通过社会主义改造，土豪劣绅被打倒，士绅阶层也基本消失了。

改革开放之后，随着农民进城务工，人才“孔雀东南飞”，乡村日益空心化，土地荒芜、发展乏力、儿童留守等问题层出不穷。于此，国家强调“人才振兴”是乡村振兴的关键，鼓励贤能之人返乡治村。尽管此举脱胎于传统的士绅文化，但时代背景与内涵却不尽相同，有学者将在乡村治理中担任重要角色的能人群体描述为：“在新的时代背景下，有资财、有知识、有道德、有情怀，能影响农村政治经济社会生态并愿意为之做出贡献的贤能人士”，^{②8}乡村能人即属于这一范畴。贺雪峰将经济领域的“能人”界定为产生于乡村经济分化且占据较多资源的大户，他们通过雇工、借贷、信息与技术建立不同于传统的现代型社会关联，拥有更多面向村庄外部发展的机会。^{②9}

由此可见，基于乡村的实际情况，无论是乡村振兴还是“数商兴农”，皆亟需重建一种能人路径。费孝通、杜赞奇等人的研究启示在于：研究经济能人，不能仅关注能人个体，而应关注他在数字乡村发展中所扮演的沟通性、转换性角色。正如杨联陞所言，中国文化中具有一系列的“媒介人物”，^{③0}而乡村能人即可视为一种媒介人物，他们成为促成乡村社会结构性变迁的中介。因此，本研究提出的研究问题为：在乡村情境下，源自农产品电商的技术红利为何以及如何经由乡村经济能人实现再分配？一方面，思考普通农户为何难以直接触及技术红利，而需依赖能人的再分配；另一方面，则关注能人在技术红利再分配中所起的作用。

三、研究设计

（一）研究方法 with 数据收集

本研究采用深度访谈、在线观察与扎根理论的多元质化方法，通过在线观察与半结构化深度访谈收集资料，然后运用扎根理论方法进行数据分析。

研究以抖音平台的农产品电商用户为对象。在抽样上，总体遵循理论抽样，少数使用滚雪球抽样：第一阶段尽可能联系异质性的对象进行访谈，共计 10 位；第二阶段形成半结构化访谈提纲，以农业经营和电商经营情况作为异质性依据继续抽样，共计访谈 14 位；第三阶段访谈 12 位，确认理论饱和。在总计 36 位访谈对象中，对其中四组经营体系（包括基层干部直播带货、电商公司、农民专业合作社）进行了不同参与主体的访谈，目的在于使数据形成交叉印证。在上述三个阶段的研究中，研究者对目标对象的短视频、直播及店铺进行为期一周的观察，记录观察笔记，确认符合本研究抽样标准后，通过私信发出访谈邀约，由于账号主体粉丝私信过多或对平台不信任等原因，实际抽样过程也受到研究对象意愿影响。最终访谈的 36 位研究对象情况如下表：

表 1 受访者基本信息 *

序号	编号	性别	年龄	学历	省（区、市）	经营情况
1	P1	男	26	本科	湖北	普通农户，返乡农民
2	X1	女	90 后	本科	重庆	家庭农场，生态农业
3	P2	女	65	小学	广东	普通农户，传统农民
4	Q1	女	26	本科	重庆	三农主播
5	P3	男	55	初中	广西	普通农户，种植；参与同村农产品电商
6	X2	男	31	大专	广东	合作社带头人，公司创始人
7	X3	男	90 后	本科	四川	家庭农场，返乡农民
8	X4	男	39	大专	广东	合作社带头人，公司股东之一
9	Q2	男	27	大专	四川	三农主播
10	P4	男	56	小学	湖北	普通农户，种植；参与同村农产品电商
11	X5	男	29	初中	江西	返乡创业，电商公司
12	Q3	女	33	本科	四川	镇政府志愿三农主播
13	Q4	男	49	本科	四川	镇长，牵头直播（与 Q3 同事）
14	P5	男	28	初中	湖南	普通农户，养殖，返乡农民
15	X6	男	38	初中	云南	农产品电商公司创始人
16	X7	男	36	大专	广东	返乡农民，家庭农场
17	X8	男	46	本科	黑龙江	合作社带头人
18	X9	男	45	大专	湖北	合作社带头人
19	P6	男	55	初中	四川	普通农民，养殖；参与同村农产品电商

20	Q5	男	45	大专	陕西	村支书牵头直播，现已停播
21	X10	男	40	初中	广西	前返乡农民，现离村
22	P7	男	37	大专	广西	普通农户，种植
23	X11	女	29	本科	浙江	返乡农民，家庭农场，民宿
24	X12	男	45	本科	河南	合作社带头人
25	P8	男	35	中专	安徽	普通农户，养殖；参与同村农产品电商
26	X13	男	38	大专	湖南	养殖农场
27	X14	男	45	大专	安徽	返乡农民，养殖
28	P9	男	33	中专	安徽	普通农户，养殖农场
29	X15	男	29	本科	贵州	家庭农场，生态农业
30	P10	女	55	小学	河南	普通农户，种植
31	X16	男	33	本科	四川	返乡农民，农产品电商公司创始人
32	Q6	女	51	小学	四川	村播，X16 公司主播
33	Q7	女	55	初中	四川	前三农主播，现 X16 公司直播助理
34	P11	男	58	初中	广东	传统农民，属 X2 合作社的普通农户
35	P12	女	67	小学	广东	传统农民，属 X2 合作社的普通农户
36	P13	男	59	初中	云南	传统农民兼村长，X6 电商公司的中间人

* 表格中，P 开头的编号为普通农户，共计 13 人；X 开头的编号为起到带动农户参与电商发展的乡村经济能人，共计 16 人；Q 开头的编号为其他类型的涉农电商用户，共计 7 人。

访谈后，将访谈录音转为逐字稿，依据访谈日期对访谈资料进行编号（例如：P1 的访谈日期为 2023 年 4 月 29 日，编号为 20230429），整合观察笔记、备忘录与逐字稿，共计 39.2 万字，纳入 Nvivo12 编码，访谈与编码交替进行。其中，有 3 位访谈对象同意接受访谈但出于隐私原因拒绝录音，研究者采取了访谈中笔记及事后回忆的方式记录成访谈资料，其余对象在访谈中所提不愿曝光的内容也在编码前删除。

（二）编码过程

扎根理论旨在从经验资料基础上建立理论。^{③1} LaRossa 在经典扎根理论、程序化扎根理论和建构型扎根理论的基础上，将编码步骤合并为三步：开放编码、主轴编码和选择编码。^{③2} 本研究的编码步骤以 LaRossa 的版本为依据。

首先，对数据保持开放，进行开放编码。用关键词将事态标记、抽象出来，形成概念范畴，以范畴无新增原则检验编码饱和。^{③3} 开放编码与访谈交替进行。根据抽象程度不同，本研究将开放编码分为“标签化”（一级）与“概念化”（二级），在全部资料经过概念化且达到饱和之后，获得 16 个概念化编码。

其次，进行主轴编码（三级）。在研究问题基础上，在概念化编码的基础上进行范畴的聚类。研究参考程序化扎根理论的典范模型，^{③4} 形成“平台市场的准入限制”“农户的有限能动性”“城乡流动资本”“乡土责任”“电商红利的转译网络”5 个范畴。

再次，进行选择编码（四级）。在主轴编码后得到的 5 个范畴基础上更进一步地分析提炼核心范畴。本研究将选择编码的目的聚焦于回答研究问题，形成 2 个核心范畴，即“资金-媒介-规模的结构化困境”

和“技术红利的转译式分配”。以上编码的完整过程如表2所示。

表2 编码体系表

开放编码		主轴编码（三级）	选择编码（四级）
标签化（一级）	概念化（二级）		
需要缴纳押金；办理食品生产许可证，办理耗资；经营许可证等其他资质证明；平台回款 7+7，资金流量量大；直播话术引封号；封号无法提现	信任缔结的成本倾斜	电商平台的 准入限制	资金-媒介-规模的 结构化困境
流量规律凭感觉；算法分配流量；可能被限流；流量竞争激烈；花钱“投流”；“投流”要向“成交”转化；玩“自然流”，延长直播时间；尝试多个抖音号；刷高流量和评分	可见性不平等分配		
部分农产品不适合物流；小规模农产品无法降低物流成本；农产品物流包装费用；量大可以抵消物流成本；地域间物流成本差异	物流规模经济门槛		
地形地貌；农产品种类限制；人口结构空心化、老龄化，青年少	自然条件与人口结构	农户的有限能动性	
地少难耕；分散，规模小；小农户难以获得先进技术；小农户资金不够；产量少导致的销售模式受限；小农无法抵抗资本	分散化农户经营		
短视频当朋友圈；只玩但不做电商；不懂流量规律；缺少资本；缺少团队；缺少电商技术	数字媒介的使用鸿沟		
参加培训结识同行，提升技能；返乡创业前计划周密；实地走访多家农场或合作社；前职业的技能积累；销售资源积累；长期摸索过短视频或直播；已有农业经验	人力资本积累	城乡流动资本	技术红利的 转译式分配
城市务工获得资金积累；当兵的资金积累；借钱；小额资金投入	经济资本储备		
乡村振兴鼓励青年返乡；“谁来种地”引起共鸣；农村需要年轻人	政策动员	乡土责任	
同情家乡老辈农民；家乡荒凉；挂念家乡发展；对村民要负责任；故乡依恋	故乡情结		
父母赡养；子女上学	家庭伦理		
农民专业合作社（+涉农企业／政治主体）+ 电商；家庭农场（生态农业／特色农业）+ 电商；涉农电商公司；基层干部直播助农；雇工或提供就业岗位	乡土关系的经济联结	电商红利的 转译网络	
农户拒绝尝试电商模式；帮农户直播带货遭遇拒绝；农户洽谈电商合作的沟通难题；长期磨合让农户接纳电商；电商信任的关键在人；村干部居中为能人电商创业背书；电商无需农户信赖	电商嵌入的信赖建立		

编码完成之后，本研究在各范畴的基础上串联“故事线”，形成乡村电商平台技术红利分配机制的解释框架（如图1）：一方面，数字平台并未解决小农户对接大市场的难题，相反电商平台在资金储备、媒介技能及经营规模上，相对农户的有限能动性形成三重因素的铆合，普通农户准入电商平台存在“资金-规模-媒介的结构化困境”。因此，经济能人的再分配是普通农户参与电商红利共享的重要路径。另一方面，以返乡青年为主体的乡村经济能人是破解上述结构化困境并实现技术红利向普通农户再分配的关键。

本研究提出中层概念“技术红利的转译式分配”以解释技术红利再分配的过程，并提出红利转译网络的两个具体维度：将传统的乡土关系转化为现代经济联结，形成内生性的乡村经济体，以及在此基础上建立传统农民对电商平台的媒介信赖，实现技术红利共享。

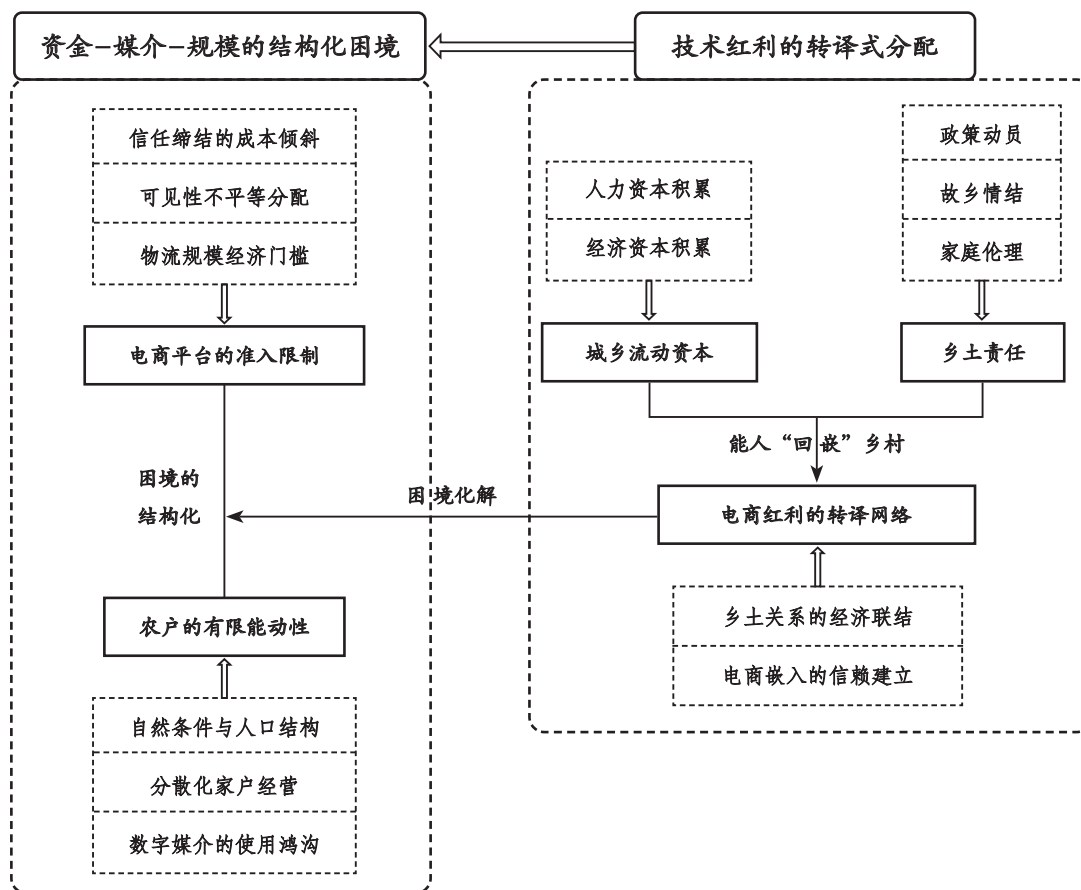


图1 农产品电商的技术红利分配路径

四、结构化困境：基于农户与平台市场的双重视角

互联网平台在其自身的技术特点上提供了一个开放与连通的空间，但为何普通农户在参与电商中面临普遍化和结构化的困境，难以直接触及电商平台的技术红利而需依赖能人再分配呢？吉登斯认为，当行动者不拥有实施权力的资源时，个体的能动性会受到具体境况的限制。^⑤相对平台而言，普通农户资源有限，始终处于有限能动者的位置，便很难实现与平台市场的有效对接。

（一）农户的有限能动性

改革开放以来，虽然“包产到户”使农户的生产积极性得以被激活，国家也倡导乡村振兴要“坚持农民主体地位”，但“缺少组织的一家一户式个体农民显然不可能成为振兴乡村的主体”。^⑥农户的分散经营导致了小生产如何对接大市场的难题，这一难题也延续到了农户的平台参与上。

首先，农村地形地貌、农产品种类等自然原因，以及农村空心化、老龄化等人口因素，都使农户的能动性较为有限。这导致种植豆芽、空心菜的农户只能选择传统销售模式。其次，农户的小规模经营、

分散运作，难以触发规模经济的优势，无论在直播还是在物流上都无法直接实现成本递减。再次，农户在媒介使用方面存在双重的“使用沟”，不仅老龄化务农群体的媒介技能较弱，而且电商对经营者资金储备的门槛也让一些人望而却步：“咱们普通人要尝试电商，缺少资金和团队，是很难做得起来。”（P8，20230711）

（二）电商平台的准入限制

随着竞争的内卷化，电商平台也形成了相应的准入门槛，普通农户往往因为缺乏参与竞争的可能性条件，不能直接获得数字赋能。更甚者，作为新型经营主体的能人也或多或少受困于平台的高门槛，并在电商实践中时刻面临风险。

1. 信任缔结的成本倾斜

现代市场交换以系统信任为核心机制，^③常依赖于组织管理和支配控制得以维系。^④数字平台作为维系系统信任的中介，它借助于严格的认证制度、在线信誉系统、第三方契约服务以达成在线交易的系统信任。但信任缔结的成本，却常向卖方主体倾斜，它体现为电商平台中所设定的资质、保证金及回款模式。

一方面，资质和保证金构成一定的经济门槛。抖音电商因不同主体、类型和类目，往往会规定不同的保证金数额和资质要求。如X5所在村盛产蜂蜜、灵芝，他试图以公司身份打通电商渠道，改变传统的中间商模式，推动农产品生产、加工和销售一体化。但由于蜂蜜和灵芝属于“传统滋补营养品”，经营者需向平台缴纳20万元保证金，同时需要食品生产许可证，而办理该证“要有工厂，300平的厂房租赁合同、设备、在职员工社保缴纳记录，还要商标品牌授权”，同时商标需要“找人代办，一个品类一个商标，有三四十个类目，一个类目就要1000多的代办费”（X5，20230526）。否则，只能花钱找大企业“挂靠”，而“挂靠”则意味着回归中间商模式，不能够真正带动农户。

另一方面，平台规定的“7+7天”回款模式对经营者的资本储备及风险抵抗能力提出了挑战。如X6的电商公司有12个直播间，每天出货成本在40万—50万元，公司超过500万元资金处于平台流转之中。流转中的资金对于经营者而言即是有风险的经济成本，风险会在“封号”时发生，比如主播在卖滋补类农产品时将其说成药类功效，那么就会导致封号，“我们的直播间只认证滋补类，所以就算某种产品能‘降三高’，主播也不能说，一说就封号了（注：属永久封号的情况），封号了平台中流转的钱就没了。”（X6，20230604）因此，他将直播分散到小红书、快手、视频号，甚至支付宝、携程等平台，既是出于流量变现的考虑，也是对经济风险的规避。

2. 可见性的不平等分配

平台媒体中的注意力即“可见性”，^⑤抖音平台的可见性生产往往由算法所主导，用户常称这种由算法支配的可见性为“流量”。流量不仅关系到短视频、直播等视觉内容的呈现，更涉及作为公共资源的技术红利分配。

电商平台的用户常将总流量比作一个既定的“流量池”，而算法则在暗箱中控制着流量分配。竞争即是在既定算法规则之中展开的可见性争夺：“现在做抖音，要会看数据，会分析流量才行。”（X11，20230702）同时，算法不仅制造可见，也构造“不可见”的压力，即“限流”：“不知道是不是被限流了，限流了别人就看不到了，农产品也卖不出去。”（P5，20230602）

在电商用户中，通过“投流”争夺可见性是公开的秘密。X5认为2022年以后“三农”内容方面同质化竞争激烈，平台较少扶持新作者，账号主体只能花钱买流量。但可见性争夺的最终目的在于增收，如果流量不能转化为销售额，也会导致亏损。此外，不少用户出于成本考虑不得不“做自然流”。如Q3和Q4是某镇政府的志愿主播和镇长，没有充足的资金，很难将成本花在“投流”上，于是采用延长直播时间的方式争取流量：“投流太贵，而且变现上会有问题，所以我们不看流量看成交，每晚播4个小时。”（Q4，

20230530)

3. 物流规模经济门槛

电商平台能够实现跨越时空的互动与交易，但平台的高效运转依然不得不依赖交通、物流等传统基础设施。正如戴维·莫利在重新定义媒介与传播时将“物的流动、交通运输及地理”涵盖进来。^④在我国广袤的乡村土地上，分散化的物流如今依然是制约电商平台下沉的一大难题。我国农业生产仍然以家庭为基本单位，个体农户的物流规模普遍较小，而农户数量庞大、分布面广，乡村物流体系呈现出分散化特征。对于普通农户而言，小规模、分散化的物流需求难以触及规模经济效应，由此制约了那些有条件、有意愿的农户拓展电商的平台渠道。

例如，P1 开通电商想要带动本村农民的水果出村，但他很快发现，农产品电商并不能给农户带来额外收益，因为物流费用反而会增加小规模种植户的经营成本，农户难以在竞价激烈的电商平台上获得比较优势。但合作社带头人 X4 则否认了物流成本的问题：“‘物流压缩收益’这个说法错了，只要销售量达到一定规模，快递费就不是问题，快递 10 块，量大就可以 6 块，甚至 5 块以下，成本可以压下来。”(20230516) P1 和 X4 的情况并不矛盾，因为 P1 所在村的水果并不是规模化种植，在没有达到一定量的情况下物流成本无法获得递减，而 X4 的合作社则将小农户组织起来，触发了规模经济效应。

此外，物流成本也存在地域性区别，构成了电商发展机遇的差异：“江浙沪三四块钱能批量发的物流，我们这边（陕西）都七八块了，就这么两三块差异其实决定了能不能做电商。”(X10, 20230624) “云南做电商的物流很贵，一公斤省内 6 到 8 块，云贵川要 10 块，到东三省要 30 块。”(X6, 20230604)

综上，一方面农户现状表现为规模分散、资金缺乏和媒介技能弱势；另一方面，电商平台对普通农户在资金储备、媒介技能与经营规模方面又构成一定的准入门槛。三重因素相互耦合，就构成了普通农户准入平台市场的结构化困境。因而，基于乡村经济能人的再分配机制就成为普通农户参与电商平台技术红利共享的重要路径。

五、技术红利的分配路径：能人转译与农户普惠

农户相对平台市场的结构化困境如何突破？近年来，越来越多的返乡能人在“回嵌”乡土的同时，充分利用自身的社会资本优势，发展现代农业经营，并带动普通农户参与电商平台，实现了技术红利的乡土普惠。正如吉登斯所言，约束性不是结构的唯一特征，结构也同时具有促动性，行动者同样能够利用资源突破结构的约束性而实现结构的再生产。^⑤那么，乡村经济能人借助何种资源，实现对结构化困境的突破，并再生产出一种能带动普通农户共享技术红利的分配路径呢？

（一）能人“回嵌”：城乡流动资本与乡土责任

1. 基于城乡流动的资本积累

乡村经济能人多为家庭农场、专业合作社或涉农企业的经营主体，也有专职带货主播。他们在身份上多为返乡农民工、退伍军人或大学生，拥有从农村到城市、再返回农村的双向流动经历。能人在城乡流动经历中突破了小农阶层再生产方式，获得乡土社会难以积累的经济和社会资本。正如布尔迪厄所言，社会资本具有自身再生产的潜在倾向，^⑥当经济能人“回嵌”乡村之后，他们就将城乡流动经历所积累的资本投入到现代农业经营当中，实现了对结构化困境的突破。

一方面是经济资本的积累。经济资本积累是农业扩大再生产的前提，返乡青年之所以比传统农民更有机会扩大农业规模并从事电商经营，是因为在同等劳力下，城市务工收入远高于务农收入。务工经历有助于经济资本的积累，而传统农民的务农收入只能维持简单再生产。比如 P5 利用外出务工 3 年的积蓄，

就将种养规模扩大至原来的3倍,并将剩余资金用于发展电商。

另一方面,人力资本也是能人在城市流动中所获得的重要社会资本。首先是获得团队管理经验和数字媒介技能,比如X6就利用在城市务工期间所习得的短视频及电商媒介技能,在返乡后即围绕三农电商组建团队进行创业。其次是获得建构社会关系网络的意识和能力。许多返乡者往往具有较强的社会交往意识和交往能力,常常会在创业前利用既有社会关系走访大量农场、合作社或企业,比如X2说:“培训能把做农业的人聚在一起,我们就可以交流,有关系了,可以有联系去走访学习。”(20230511)

2. 乡土责任的三重耦合

如马克斯·韦伯所言,为责任所感召的人会“遵照责任伦理采取行动”。^{④3}政策动员、乡土情结和家庭伦理的三重责任感召是能人返乡的主要动机,也是支持他们以个体韧性承担责任和风险、带动普通农户共享电商红利的关键动力。

首先,国家政策始终鼓励农民工返乡创业。2015年,国务院办公厅提出支持农民工返乡创业,^{④4}此后多年的中央一号文件都积极引导农民工、毕业生、退伍军人以及各类青年人才下乡或返乡,以“人才振兴”推动农业农村发展,回应“谁来种地”的问题。^{④5}返乡能人也意识到:“村里的年轻人越来越少,以后的地该由谁来种是个问题,不仅政策提,我们也这么认为。”(P1, 20230429)

其次,故乡情结也唤起了诸多农民返乡的意愿。每逢春节,农村的荒凉不免引起游子对家乡和父老乡亲的同情。X5就阐述了其返乡创业的目的,希望以自己的一技之长帮助父老乡亲增加种地收入:“过年回去村里很荒凉,留家里的农民干的是最苦最累的活,但挣的钱最少,我父母那辈现在还在种地,早上五点多干活,晚上八九点才吃上饭,劳碌了一辈子。”(X5, 20230526)。

此外,家庭本位的责任意识也是许多青年返乡的重要动机。一方面,许多受访者认为留在父母身边是一种尽孝方式,如X2即是因为父亲不能下床而回乡,他只好一边照顾父亲一边做电商创业;另一方面,农民工子女在非户籍地入学也面临费用昂贵和入读困难的问题,但他们又不愿让孩子们独自留守乡村,因此不得不选择返乡陪伴和教育孩子。

(二) 转译网络的生成:经济联结与媒介信赖

虽然乡村能人的个体成功并不具有普遍性,也并未真正突破农户所面对的结构化困境,但它还是在某种程度上为激发广大农民的主体参与和共同发展,实现电商红利向普通农户的再分配提供了机会。“能人路径”并非指技术红利经由能人向普通农户的简单流动,而是一种系统性转化:能人通过现代农业经营和电商平台的嵌入发展,推动了乡村经济结构、社会关系和生活形态的改变,从而带动了普通农户分享电商平台的媒介技术红利。

拉图尔将一切人与非人行动者都称为“转译者”。他认为转译者不是占位符,而是作用于异质性因素之间的,能够制造差别并促使信息、条件发生转化并建立联结的过程。^{④6}如果将乡村经济能人视为核心转译者,则可以追问:第一,能人“回嵌”乡土过程促发了怎样的关系联结或交往方式的转变?第二,能人所引入的作为非人行动者的“电商平台”,是如何嵌入既有社会网络,并实现普通农户的技术红利共享的?

1. 乡土关系的经济联结

行动者与周遭行动者之间存在一种“总体网络”关系,新的行动者在进入既有网络时,会影响原网络中的行动者及其相互之间的关系。^{④7}能人“回嵌”乡土,成为乡村既有关系网络中的新行动者。他们通过成立农民专业合作社,创办农场、公司企业以及电商创业等方式,往往会引发既有经济关系的理性化、契约化转向。他们也可通过雇佣或带动方式,将普通农民吸纳于经济联结中,调动其积极性或主体性。由此,乡村社会便得以围绕经济联结关系形成新的媒介应用与传播网络,实现农户与电商平台的衔接。

一方面，在乡村，传统的乡土交往关系依然是现代农业经营体系和乡村内生性经济联结的基础。就研究所涉及的5例农民专业合作社而言，本村农民始终是合作社组建、经营与发展的根基。比如X4牵头的合作社在数量上覆盖了同村90%的农户（370余户），其中很多都是五六十岁的老辈农民：“我必须在直播上争这两毛三毛的差价，这几毛的差价会影响农户一两千的收入，这影响的就是我们村很多家庭的生活质量，是我这里村民的吃饭问题。”（X4，20230516）

同样，能人创办的乡村企业也离不开乡土关系基础的支持，而传统的人情关系也会对能人的资本运作形成基于乡土伦理的约束，以防止资本在乡村的异化。例如X16返乡创办的农产品电商公司与村委会合作培训主播，在雇佣上有意将主播岗位提供给村民，尽管运营中出现了停播处罚的情况，但出于人情关系，也并未扣发薪资。

另一方面，如何将乡土关系组织为契约理性的经济关系，是形成乡村内部经济联结与传播网络的关键。以X4的合作社为例，他认为虽然参与主体都是本村人，但是组建合作社即意味着一定的组织化，带头人需要与农户提前商议种植方式、农资农技及销售预期，以在此基础上签订合同，并随时走访，与各农户保持沟通：“农户要遵守合同规定，我也要做好日常管理。怎么和农户协商沟通，把村民组织成合作社的种植户是很重要的。”（X4，20230516）

另一位合作社带头人也说：“合作社对农户需要一种类似现代企业的管理方式，和传统的农业不同的。”（X2，20230511）契约交往有助于将松散的乡土关系转变为组织化的经济联结，而关系的组织化正是破解平台准入困境的关键，普通农户正是经由乡土关系的组织化获得了电商平台红利的共享。

可见，能人“回嵌”乡土不仅是空间上的再嵌入，更是以崭新的行动者身份促动传统乡土关系，推动乡村经济关系层面的复杂“转译”：一方面，传统的熟人信任与人情关系是乡村内生性经济联结产生的基础，它既是能人带动乡村共同发展的核心动力，也对可能发生的资本运作构成乡土伦理约束；另一方面，松散的乡土关系并不适应于现代农业经营和电商平台的嵌入，因而需要能人在乡土关系基础上建立契约化、组织化的现代经济模式，以打破资金、规模和媒介上的结构化困境，带动普通农户的主体参与，并促成电商平台技术红利的共享。

2. 电商嵌入的媒介信赖

电商平台作为关键的非人行动者，如何嵌入能人-普通农户的经济联结网络？正如格兰诺维特所言，经济行为总是嵌入在社会情境当中的，社会因素会对经济行动产生深刻的影响。^④在乡村社会，电商平台既是一种媒介，又意味着一种崭新的经济行为，嵌入乡村社会的过程并不是单向的，也会受到既有行动者及社会关系的反向重塑。传统农民对电商平台的媒介信赖，深刻影响其应用成效。

电商平台被返乡青年能人引入乡村之际，常会遭遇传统农户的不信赖，这会对电商发展及技术红利再分配产生负面影响。斯科特指出“安全第一”是东南亚农民生存伦理的第一经济行为准则，^⑤数字平台的信息内容与虚拟交易方式常常有违传统农民对经济行为的安全判断。返乡创业者X5在与农户洽谈电商合作时，50余户中仅有2户存在合作意愿：

“很多都觉得天下没这种好事，不相信靠手机就能把农货卖出去。如果一个村能谈下来合作的农户很少的话，合到一起递减成本的事儿就不成立了，因为规模小啊。”（X5，20230526）

依据行动者理论，能人作为转译者，必须首先定义电商嵌入，让农户理解电商平台的媒介运作逻辑；其次，应将数字媒介促进增收的机制问题阐述清楚，让农户充分感受到电商平台可产生的实际利益；再次，是征召电商平台应用的“早期采纳者”，^⑥展现先例；接着，通过广泛动员，在前期采纳者的推广之下，扩大电商采纳的农户群体；最后，防止行动者的异议，解决信赖问题，在排除异议的过程中不断优化合作策略，形成稳定的媒介应用网络。这即是能人将电商平台向农户转译的过程，最终农户被鼓励成为电商实践中积极主动的行动者。

在电商平台嵌入乡村的过程中,基层干部作为早期采纳者和关键动员角色的加入,是能够排除异议、有效破解信赖难题的关键。许多返乡经济能人在起初遇挫之后,会转而寻求基层干部的支持,获得政治话语的“背书”,以间接方式重新建立村民对电商的媒介信赖:

“我是(得到)村支书支持,所以我们村老百姓愿意跟我搞电商,他能帮我跟村民说清楚我为什么要搞短视频要搞直播,这个对他们有什么用,他们信村支书的话,不一定信我。”(P5, 20230602)

“让他们(村干部)去和村民沟通农货,会比我去一个个走访(普通农户)要容易得多,村支书知道怎么说服老百姓,那些干部是很乐意的,毕竟能解决村里那些土货卖不出去的问题嘛。”(X6, 20230604)

原因在于,多数经济能人长期脱离乡村熟人社会,返乡的再嵌入意味着需要重建与村民之间的信任关系。而基层干部一方面拥有与村民长期维系的熟人关系,另一方面又掌握一定的政治话语权。这一双重优势使其能够成为扮演破解媒介信赖难题的关键角色。因而,在能人转译的过程中,基层干部的加入,依托政治背书、熟人关系与社会权威等深层的文化根源,能够排除异议,建立广大农户的电商媒介信赖。而一旦传统农民建立了对电商平台的信赖心理,他们就会接纳甚至自主地开始使用这一媒介,例如受雇到电商公司做“村播”的Q6也说:

“一开始我不信什么直播能卖东西,后来看到培训啊就去了,我现在给公司做,上直播我就信了,一次直播卖出去几十单我还挺有成就感的。现在我闲着也开始建自己的抖音号,会在上面卖东西,我还跟我的朋友说这个抖音呢。”(Q6, 20230804)

综上所述,乡村经济能人通过电商平台向普通农户的技术红利再分配,实际上是一个转译过程。我们可以将这一机制称为“能人转译”:能人、广大农户、基层干部及电商平台组成了一个多元异质主体共同参与的行动者网络,而能人就成了其中转译式分配的关键。能人作为关键行动者,促动了两种转化与生成过程:其一,通过现代农业经营,吸纳、影响或辐射普通农户,并将传统的乡土关系向契约化、组织化的经济关系转变,形成内生性的乡村经济联结模式;其二,建立普通农户对电商平台的媒介信赖,使农产品电商平台得以在乡村经济联结的基础上产生普惠的技术红利,以此惠及广大农户。

六、结论与讨论:作为方法论的“能人转译”

尽管互联网在理论上为所有人提供了准入平台的机会,但由于资金匮乏、媒介技能弱势和家户经营的现状等制约,普通农户仍然难以直接接触电商平台的技术红利。那么,困境如何突破?在历史上,我国乡村经历了由“国家-士绅-农民”三层结构到“国家-农民”两层结构的转变。乡村精英在乡村始终占据“结构洞”优势,往往成为协助国家进行乡村治理的第三方,^⑤是沟通国家与地方的桥梁。在乡村振兴语境下,又出现了一批助力乡村经济发展、带动广大农民群众的“新农人”等乡村经济能人。他们不同于传统士绅依靠其功名与宗族庇护获得权威,而是在乡村社会传播或利用新信息、新思想、新媒介的先行者,是在新时代的乡村展开本土创新并带领广大农民群众共享数字红利的领头者。基于此,本文提出了“能人转译”的概念,以阐释乡村经济能人作为关键转译者实现电商平台技术红利向普通农户再分配的过程。不仅如此,结合国家乡村振兴和“数商兴农”战略,还可将“能人转译”进一步建构为一种乡村治理的方法论。

首先,在理论层面,“能人转译”是对中国乡村语境下技术红利理论的本土化诠释。“能人转译”不是对传统士绅文化的简单复刻,而是中国乡村的社会基础与现代化发展所共同催生的一种基于数字平台的技术红利共享路径。乡村社会在人口上表现为空心化、老龄化趋势,在经济上呈现出持续性分化,^⑥广大农民群众无论在人口特征还是在经济基础上都不具备参与电商平台竞争的充分优势,因而“能人转译”对于农户共享电商平台技术红利具有必要性。农民已是互联网的广泛使用者,也是参与数字平台技术红利共享的主体,如何满足广大农民新兴媒介使用的主体需求并实现真正的媒介赋能,是乡村传播需要

重点解决的问题。“能人转译”即是本研究尝试给出的一个答案。此外，“能人转译”也可以拓展为一种洞悉乡村社会经济、文化运作规则的方法论。

其次，“能人转译”也是对发展传播学的一种本土化尝试。上世纪70年代，参与式发展理论取代了现代性范式从而成为发展传播学的新思维，该理论认为以传播解决发展问题并非依赖于自上而下的大众传播和信息扩散，而是源自一种强调地方情境中由内生性力量驱动的近用、对话与参与的横向传播过程。^③乡村传播与发展传播学之间的确存在着不解的渊源。^④那么，传播与媒介视角如何为国家乡村振兴战略提供认识论层面的理论指引呢？本文所提出的“能人转译”方式即强调：这是一个发生在能人、农民主体、基层干部及电商平台等多元异质行动者共同参与的网路中的转译，行动网络的缔结、发展与运作过程即是多元主体参与媒介应用的传播过程。这一网路注重广大农民的参与主体性与技术红利的普惠效应，呼应了参与式发展理论的对话、参与和共享理念。中国乡村的参与式发展传播具有鲜明的本土性特征，原子化的乡村难以形成技术红利共享的发展格局，而能人则可作为乡村关键的内生性力量，在“回嵌”乡土的过程中有效地促成农民主体的参与式发展。在此，中国历史上特殊的士绅文化在乡村振兴的时代背景下发生了再语境化，而“能人转译”则是一种基于乡村情境对中国本土发展传播学所做出的理论尝试。

最后，在实践层面，数字乡村建设需要辩证地平衡好人才振兴与乡村多元主体之间的关系。一方面，“能人转译”提示着数字乡村建设须与人才振兴相结合，人才的“转译”角色将有助于数字赋能在乡村社会的落实，有助于克服乡村空心化、老龄化等趋势。以返乡青年为主体的乡土人才具有带动乡村发展的能力，尤其在互联网促动的数字经济上，从事现代农业经营的经济能人，相比普通农户更有可能突破电商平台的准入困境，建立乡村经济联结并带动农户共享平台的技术红利。因此，基层政府需不断优化人才返乡下乡政策，鼓励新型经营主体借助数字媒介应用提升市场竞争力，实现农产品与城市消费市场对接。只有在人才政策的鼓励与支持下，返乡、下乡青年才能真正发挥其“结构洞”优势，成为勾连城市与乡村、数字经济与传统农业的转译者。

另一方面，“能人转译”并不意味着能人的单一行动，同时也是多元异质主体构成行动者网路的过程，因此需要厘清多元异质主体的行动逻辑，化差异化动机为协作联动的动力。在能人路径下的技术红利转译网路中，新型经营主体、广大农民、基层干部分别代表着资本逻辑、乡土逻辑与行政逻辑。能人的电商发展，既是数字应用的推广，同时也是一种资本的运作，一种乡村伦理的实践；在党的基层建设层面，也需要建立一套意识形态、知识界和村民对资本共同监督的机制，^⑤以引导或监督能人与村民的积极互动，避免资本的异化；而广大农民虽是发展的主体，但也需要被鼓励和组织，需要培育涵养市场精神，才能唤起乡村的内生性动力；乡镇政府则是沟通国家与乡村地方的枢纽，需要实现向服务型职能的积极转化，以完善的公共服务和体制机制，鼓励各种能人嵌入乡村以实现媒介技术红利向广大农民群众的普惠性转译，从而真正实现乡村振兴的战略目标。■

（责任编辑：赵灯明）

参考文献：

- ①中共中央办公厅国务院办公厅印发数字乡村发展战略纲要[N].人民日报,2019-05-17(07).
- ②数字乡村发展行动计划(2022—2025年)[S].中共中央网络安全和信息化委员会办公室,2022:6-7.
- ③陈树强.增权:社会工作理论与实践的新视角[J].社会学研究,2003(05):70-83.
- ④Rogers E M, Singhal A. Empowerment and communication: Lessons learned from organizing for social change[J]. Annals of the International Communication Association, 2003, 27(01): 67-85.
- ⑤Amichai-Hamburger Y, McKenna K Y A, Tal S A. E-empowerment: Empowerment by the Internet[J]. Computers in Human Behavior, 2008, 24(05): 1776-1789.
- ⑥许竹青,郑风田,陈洁.“数字鸿沟”还是“信息红利”?信息的有效供给与农民的销售价格——一个微观角度的实证研究[J].经

济学(季刊), 2013, 12(04): 1513-1536.

⑦ Jensen R. The digital divide: Information (technology), market performance, and welfare in the South Indian fisheries sector [J]. The quarterly journal of economics, 2007, 122(03): 879-924.

⑧ Shimamoto D, Yamada H, Gummert M. Mobile phones and market information: Evidence from rural Cambodia [J]. Food Policy, 2015, 57: 135-141.

⑨ Pool B. How will agricultural E-Markets evolve? [C] // Agricultural Outlook Forum 2001. United States Department of Agriculture, Agricultural Outlook Forum, 2001.

⑩ Thompson S, Sonka S T. Potential effects of information technologies on the economic performance of agricultural and food markets [J]. American Journal of Agricultural Economics, 1997, 79(02): 657-662.

⑪ Bakos Y. The emerging role of electronic marketplaces on the Internet [J]. Communications of the ACM, 1998, 41(08): 35-42.

⑫ 史常亮. 数字乡村建设赋能农民增收: 直接影响与空间溢出 [J]. 湖南社会科学, 2023(01): 67-76.

⑬ 孙久文, 张翔. 数字经济时代的数字乡村建设: 意义、挑战与对策 [J]. 西北师大学报(社会科学版), 2023, 60(01): 127-134.

⑭ 甘颖. 乡村振兴背景下小农户对接电商市场的特点、难点与机制 [J]. 中国流通经济, 2021, 35(10): 21-29.

⑮ 曾亿武, 郭红东, 金松青. 电子商务有益于农民增收吗: 来自江苏沭阳的证据 [J]. 中国农村经济, 2018(02): 49-64.

⑯ Rappaport J. Terms of empowerment/exemplars of prevention: Toward a theory for community psychology [J]. American journal of community psychology, 1987, 15(02): 121-148.

⑰ DiMaggio P, Bonikowski B. Make money surfing the web? The impact of Internet use on the earnings of US workers [J]. American sociological review, 2008, 73(02): 227-250.

⑱ Hargittai E. Beyond logs and surveys: In - depth measures of people's web use skills [J]. Journal of the American Society for Information Science and technology, 2002, 53(14): 1239-1244.

⑲ Bach A, Shaffer G, Wolfson T. Digital human capital: Developing a framework for understanding the economic impact of digital exclusion in low-income communities [J]. Journal of Information Policy, 2013(03): 247-266.

⑳ 张茂元. 技术红利共享——互联网平台发展的社会基础 [J]. 社会学研究, 2021, 36(05): 91-112+228.

㉑ 邱泽奇, 张树沁, 刘世定. 从数字鸿沟到红利差异——互联网资本的视角 [J]. 中国社会科学, 2016(10): 93-115+203-204.

㉒ 张树沁, 邱泽奇. 乡村电商何以成功?——技术红利兑现机制的社会学分析 [J]. 社会学研究, 2022, 37(02): 114-136+228-229.

㉓ 罗伯特·K·默顿. 社会理论和社会结构 [M]. 唐少杰, 齐心, 译. 南京: 译林出版社, 2015: 834.

㉔ 张茂元. 技术应用的社会基础: 中国近代机器缫丝技术应用的比较研究 [J]. 社会, 2009, 29(05): 21-38+223-224.

㉕ 费孝通. 中国士绅 [M]. 赵旭东, 秦志杰, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2009: 62, 66.

㉖ 杜赞奇. 文化、权力与国家: 1900—1942年的华北农村 [M]. 南京: 江苏人民出版社, 2008: 33-37.

㉗ 胡鹏辉, 高继波. 新乡贤: 内涵、作用与偏误规避 [J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2017, 17(01): 23.

㉘ 贺雪峰. 乡村治理的社会基础 [M]. 北京: 生活书店出版有限公司, 2020: 10.

㉙ 杨联陞. 中国文化中之媒介人物 [M] // 杨联陞. 中国文化中“报”“保”“包”之意义. 北京: 中华书局, 2016: 115.

㉚ Strauss A L. Qualitative analysis for social scientists [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1987: 5.

㉛ LaRossa R. Grounded theory methods and qualitative family research [J]. Journal of marriage and Family, 2005, 67(04): 837-857.

㉜ Holton J A. The coding process and its challenges [J]. The Sage handbook of grounded theory, 2007, 3: 265-289.

㉝ Strauss A, Corbin J. Grounded theory methodology: an overview [C] // Denzin N K, Lincoln Y S. (Eds.). Handbook of qualitative research. Thousand Oaks: Sage, 1994: 273-285.

㉞ ④ 安东尼·吉登斯. 社会的构成: 结构化理论纲要 [M]. 李康, 李猛, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2016: 13-14, 14-23.

㉟ 贺雪峰. 乡村振兴与农村集体经济 [J]. 武汉大学学报(哲学社会科学版), 2019, 72(04): 185-192.

㊱ 尼克拉斯·卢曼. 信任 [M]. 瞿铁鹏, 李强, 译. 上海: 上海世纪出版集团, 2005: 62.

㊲ Williamson O E. Transaction-cost economics: the governance of contractual relations [J]. The journal of Law and Economics, 1979, 22(02): 233-261.

㊳ Dayan D. Conquering Visibility, Conferring Visibility: Visibility Seekers and Media Performance [J]. International Journal of Communication, 2013, 7: 17.

㊴ Morley D. Communications and mobility: The migrant, the mobile phone, and the container box [M]. West Sussex, UK: John Wiley & Sons Ltd, 2017: 1.

㊵ Bourdieu P. The forms of capital [M] // Halsey A H, Lauder H, Brown P, Stuart-Wells A (Eds.). Education: culture, economic and society. New York: Oxford University Press, 1989: 46-58.

㊶ 马克斯·韦伯. 学术与政治 [M]. 冯克利, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1998: 116.

㊷ 国务院办公厅关于支持农民工等人员返乡创业的意见 [R]. 中华人民共和国农业部公报, 2015(07): 4-8.

㊸ 农业部关于印发《“十三五”全国新型职业农民培育发展规划》的通知 [EB/OL]. (2017-02-20). http://www.moa.gov.cn/nybgh/2017/derq/201712/20171227_6131209.htm.

- ④⑥ Latour B. Reassembling the social : an introduction to actor-network-theory [M]. New York : Oxford University Press, 2005 : 37-42.
- ④⑦ Law J, Callon M. The life and death of an aircraft : a network analysis of technical change [C] // Bijker W E, Law J (Eds.). Shaping technology/building society : studies in sociotechnical change. Cambridge : The MIT Press, 1992 : 21-52.
- ④⑧ Granovetter M. Economic Action and Social Structure : The Problem of Embeddedness [M] // Granovetter M (Ed.). The sociology of economic life [C]. Routledge, 2018 : 22-45.
- ④⑨ 詹姆斯·C. 斯科特. 农民的道义经济学：东南亚的反叛与生存 [M]. 程立显, 刘建, 译. 南京：译林出版社, 2001 : 19.
- ⑤⑩ 埃弗雷特·M. 罗杰斯. 创新的扩散 [M]. 辛欣, 译. 北京：中央编译出版社, 2002 : 19.
- ⑤⑪ 刘伟, 彭琪. 结构洞理论视角下的乡村精英与乡村振兴 [J]. 江汉论坛, 2020 (11) : 133-138.
- ⑤⑫ 陈义媛. 资本主义式家庭农场的兴起与农业经营主体分化的再思考——以水稻生产为例 [J]. 开放时代, 2013 (04) : 137-156.
- ⑤⑬ Chitnis K. The duality of development : recasting participatory communication for development using structuration theory [J]. Investigacion & desarrollo, 2005, 13 (02) : 228-249.
- ⑤⑭ 谢咏才, 李红艳. 中国乡村传播学 [M]. 北京：知识产权出版社, 2005 : 34.
- ⑤⑮ 赵月枝, 沙垚. 被争议的与被遮蔽的：重新发现乡村振兴的主体 [J]. 江淮论坛, 2018 (06) : 38.

Translation by Capable Individuals : The Media Technology Dividend Distribution Mechanism in "Digital Commerce for Agricultural Prosperity"

Li Hong, Liu Huiyu

Abstract : This study, framed within the concept of the "technology dividend, " employs in-depth interviews, grounded theory, and other qualitative methods to investigate why and how the technology dividend of agricultural e-commerce platforms is redistributed through nengren (capable individuals). The research identifies two core categories : "the structural dilemma of capital-media-scale" and "the translation distribution of the technology dividend." Farmers encounter structural barriers in accessing e-commerce platforms due to limitations in capital reserves, media skills, and business scale, making nengren crucial for facilitating farmers' participation in the sharing of e-commerce dividends. A network of diverse actors—including nengren, farmers, grassroots cadres, and e-commerce platforms—forms a collaborative actor network for technology dividend sharing. As key translators, nengren transform local relationships into economically rational contracts while fostering trust in e-commerce among farmers, thus enabling the embedding of e-commerce and the redistribution of the technology dividend. Additionally, the study develops a "nengren translation" methodology at both theoretical and practical levels, providing a localized interpretation of technology dividend theory. It also contributes to the field of development communication studies in China at the meso level, underscoring the vital role of talent in the construction of digital rural areas.

Keywords : rural revitalization, the project of digital agriculture, technology dividend, translation