

CCTV7 农业节目《创作动态》200期纪念

所 陌 的 迷 说

QIANMODESHUSHUO

◎ 范宗钊 主编

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

CCTV 7 农业节目《创作动态》200期纪念

阡陌的述说

QIANMODESHUSHUO
◎ 范宗钊 主编

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

阡陌的述说: CCTV-7农业节目《创作动态》200期纪念 /
范宗钗主编. —北京: 中国广播电视出版社, 2008. 3
ISBN 978-7-5043-5561-4

I. 阡… II. 范… III. 中央电视台—农业—电视节目—
纪念文集 IV. G229.24-53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2008) 第020257号

阡陌的述说

——CCTV-7农业节目《创作动态》200期纪念

范宗钗 主编

责任编辑 林 曦
封面设计 天女设计
责任校对 陈 阳

出版发行 中国广播电视出版社
电 话 010-86093580 010-86093583
社 址 北京市西城区真武庙二条9号
邮 编 100045
网 址 www.crtv.com.cn
电子信箱 crt8@sina.com

经 销 全国各地新华书店
印 刷 北京市翰林印刷厂
开 本 787毫米×1092毫米 1/16
字 数 500(千)字
印 张 32
版 次 2008年3月第1版 2008年3月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-5561-4
定 价 60.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

本书编委会名单

总策划：傅玉祥 孙 林 詹新华 傅雪柳

主 编：范宗钗

副主编：钟 倩

编 辑：杨 巍 林 叶 童小愚

许江武 梁译心 陈剑锋



傅玉祥

这40多万字的书稿，可谓部头不小，着实感受到它的重量。

这本书的缘起，只是中国农业电影电视中心一本素面朝天的内部业务刊物——《创作动态》。它从2004年3月22日诞生到今天，已经编印了200期。这200期《创作动态》所刊发的千余篇文稿具体、生动、连贯地记录了CCTV-7农业节目近四年的创作轨迹，它的激情、碰撞、创新、思考和蜕变。

一本刊物的诞生不是无缘由、无条件的，既要有足够丰富、有价值的内容保证，也要有足够的阅读需求支撑。眼前这本书所承载的内容，正是对农电视发展到关键时期的产物，而这个阶段，就是CCTV-7农业节目在历经十几年的探索和积累后，寻求进入加速度发展和突破的阶段。

中国农业电影电视中心的前身是新中国成立前就建立的中国农业电影制片厂，作为新中国科教电影三大厂之一，创作了大量优秀的农业科教影片。到20世纪80年代中后期，对农电视宣传有了广泛需求，同时也具备条件并形成共识。因此，1987年2月2日，中国农业电

影电视中心承办的《农业教育与科技》在中央电视台二套正式开播，算是正式的中国农业电视滥觞，从 1996 年元月 1 日起，中国农业电影电视中心又在中央电视台第七频道开办 6 个小时的农业节目，2001 年增加到 8 个小时。这 8 个小时的 CCTV-7 农业节目就构成了我国唯一的国家级对农电视节目群。

这种唯一性也就赋予了这本书内容的唯一性，即它对于我国对农电视、对于我国电视、对于我国“三农”问题研究，都有了独一无二的价值。

因此，《创作动态》留存下的这段 2004 年至 2007 年的农业电视创作记录，应是希望了解中国农业电视发展现状的读者不可错过的前线战报，也是希望对我国农业电视产业发展做出思考和努力的读者不可多得的一手资料，推而论之，它还是整个中国电视发展研究中不应该忽视的一份典型案例——缘于专业对农电视在我国电视产业中的鲜明特殊性，它曾有的价值取向挣扎与取舍，它的产业探索和困惑，它面对愈加开放而竞争激烈的媒体环境，在电视节目生产和栏目运营，在品牌化和多元化等方面做出的思考和尝试，哪怕是一点点，都是我国电视发展中不可或缺，而且可以放大的启示。还可以推而论之，在党和国家提出构建社会主义和谐社会，建设社会主义新农村，“三农”问题被全社会高度关注的背景下，农业电视又用它特有的媒体力量，扮演着对农宣传中的重要角色，也用媒体发现的眼睛，见证和推动着社会主义新农村建设这个伟大进程，这些也都在一期期的《创作动态》中，经由一个个正从事对农电视工作的管理者、制片人、主编、编导、策划的笔，点点滴滴记录在了这里，成为我们去了解这个伟大进程的一个独特角度。

这是我国电视界风云际会的近十年里无法忽略的一笔，因为这份成绩单里至少在不断努力阐释着这样几个深具价值的问题。那就是，在中国电视娱乐化、都市化浪潮中，一个相对边缘化行业电视媒体，如何正确找到自己的位置和话语姿态，打造主流媒体影响力？电视媒体如何在坚守它的公益性价值取向的同时，又在市场中游泳，找到科学合理的盈利点和产业经营模式，实现又好又快的发展？行业电视媒体，该如何在专业传播和大众传播间找到契合点？舆论引导、媒体责任，又如何与收视率、市场和大众趣味对接？

这些问题，有的是所有电视媒体需要共同面对的，有的是对农电视媒体特有的，在这本书里，都可以找到关于它们的思索痕迹，有的立足当前创作实际，



有的放眼未来发展前景，有的高屋建瓴，有的只言片语，但无一不因其来自实践的属性，而具有借鉴价值。

《创作动态》本是养在深闺的内部小刊，出于真情实感，很多话语都是滚烫的，很多见解也是犀利的，就是这样不加过多掩饰的表达，使得《创作动态》被打造成了一个可以容纳自由见解、尖锐批评的内部创作交流平台，它的“真”和“实”，让基于《创作动态》汇编成的这本书有了足够分量的资料价值。也正是因为它是内部小刊，平实道来，不多渲染，把来自田野、源于“三农”的农业电视节目的成长历程自然地浓缩在其中，再娓娓展开，所以我们才为这本书取了一个亲切感性的名字《阡陌的述说》。

三个多年头，《创作动态》码起厚厚的一叠，把这一叠浓缩成一本，我们有意不对甄选出的文章做过多的整理和归类，而只是简单地按文章发表的先后顺序排列，并以年度划分成四个章节。这样，可以真切地展示 CCTV-7 农业节目在这近四年里发展的真实脉络，也有助于读者从中发现和感受到一些思想和实践从萌芽到成熟的丝丝缕缕。

我们集辑出版的这本意在纪念和保存的书籍，它以周记一样的形式，记下了一段筚路蓝缕，却让每个身处其中者深感快慰的历程，而对于读者而言，这本书的专业理论指导、实践参考和文本资料三重价值，将会使阅读变得丰富多彩而愉悦。

最后，我们还希望借由这本书，让我们曾经的思考和探索能在更大的范围里进行交流和争论，我们真诚接受批评和指导。这是我们衷心愿意看到的，从中我们也将获取更丰富的滋养，促进农业电视事业又好又快发展。

以此为序。

2008 年元月

(作者系中国农业电影电视中心党委书记、主任)

Contents

目 录

2004 年

- 关于防治禽流感宣传报道的若干思考 王辅捷 / 3
- 对“两会”报道的思考 杨全胜 / 9
- 改版后三个月的农业节目 吴元辉 / 12
- 进一步开创宣传创作工作新局面的措施 王辅捷 / 17
- 从受众的角度策划节目 王辅捷 / 21
- 当前宣传创作必须重视的三个问题 王辅捷 / 24
- 谈一谈对农业节目选题策划的认识 范宗钊 / 28
- “制度”保证下的名牌栏目 钟 倩 / 30
- 凤凰启示 钟 倩 / 33
- 新质量三题 王辅捷 / 37
- “政”题“反”做 程秀芬 / 41
- 用“故事”去包装科技影视作品
——谈《抢救大白鲸》的叙事结构 钟 倩 / 44

远程传输构筑新的创作平台 任 民 / 79

2005 年

给作品起个好名字 汪小青 / 121



学习的价值

——中心 2005 年 4 月培训活动随后感 陈林云 / 126

说定位 郭 威 / 132

可以完善自我，不可回避使命

——浅论政策解读类节目创作 刘江贤 / 136

戴着“镣铐”跳舞的农业节目整体包装

——央视品牌、农影品牌合而为一的包装策略 陈春庆 / 140

想着观众做节目 赵国平 / 145

2005 年前三季度创作亮点概览 范宗钗 / 148

配合全局，把握个性 唐 健 / 154

“全民 PK 时代”下的三农情结

——谨以此文献给农业节目改版两周年 文 梅 / 157

编导的三种能力：发现、表达和整合 王德华 / 160

从禽流感报道谈记者的新闻意识 唐 健 / 164

应急中的大制作

——特别节目《防控禽流感总动员》创作感言 姚 斌 / 167

总结经验，坚定信心，推动主旋律宣传创作再上新台阶 孙 林 / 169

“硬领域”电视节目的“柔性化”

——“劳务经济新思路”系列节目感言 陈 伟 / 180

换换思路 主流节目同样生动 高大钢 / 182

寻找生活服务栏目的“主旋律” 黄嘉平 / 184

怎样策划主旋律节目 王 凯 / 186

策划：让主旋律声音更响亮 牟汉杰 / 188

心态 语态 姿态

——关于主旋律节目的制作感受 任 民 / 190

寻求内容深度和表现的新突破

——从“农交会”和“禽流感”报道看主旋律节目创作思路的变化 吴元辉 / 193

2006 年

关于“个性” 张 玮 / 197

感恩的心 游 亮 / 199

再塑“亮剑”精神

——2005 年农业节目整体包装工作的组织、管理、实施 陈春庆 / 201

变“形”记

——《黑色追缉令》创作体会 杨晓清 / 206

一只脚门里 一只脚门外

——《变迁》系列报道创作体会 竹 清 / 210

认知自我 李立新 / 212

一年之计在于春 范宗钊 / 215

把工作做实 张生贵 / 218

2006 年 1 月至 3 月中心各栏目播出节目选题分析 王勤煜 / 222

忽如一夜春风来 杜昕汝 / 227

法制题材栏目剧的剧本创作 汪小青 / 230

《搜寻天下》的思考 荣韦菁 / 234

我们的努力 赵 爽 / 241

故事的拐弯最有戏 王 凯 / 245

湖南卫视行走记录 范宗钊 于 芳 / 250

浅谈通过大型活动和特别节目打造栏目品牌 屈 哲 / 257

智取新农村宣传战场的 001 高地

——谈大型系列主题宣传片《建设社会主义新农村》 陈春庆 / 261

小村庄里的大人物 陶 可 / 267

一切为了品牌 刘江贤 张 恺 / 271



出发! 向着影响力 杨全胜 / 275

建起节目质量监控的网 高大钢 / 279

建立机制 提高质量 肖东坡 / 283

谈谈精细管理 周 祚 / 287

“春天来了, 我看不见”

——2006 中国优秀纪录片研讨会随感 钟 倩 / 292

打造受众心中的品牌 冯 克 / 295

农业节目包装 我们迈出有多远 于 芳 / 302

感谢, 在出征之前 文新宇 / 318

收获“绿色”收视率 宋锦峰 / 320

《乡土》栏目中的人文关怀 谷大象 / 324

好选题在哪里 王德华 / 327

博取广纳 以类型特色求发展

——浅谈“法制剧场”剧本创作、改编观 李 烨 / 330

2007 年

辣椒的滋味

——三集电视专题片《辣椒演义》创作得失谈 陈 翔 / 335

长假期间的亲密约会

——浅谈《乡村大世界》春节长假节目及收视率 黄长洪 / 341

出手别忘了使拳头 王 凯 / 346

如何让“三老”满意 杜 云 / 348

从专业特色到专业特色品牌化 孙 林 / 351

《科技苑》的栏目策略与品牌建设 张生贵 / 354

“节目精品化”的必要条件 汪小青 / 359

寻找最理想的表达方式 杨晓清 / 361

走品牌化道路 实现农业节目“又好又快”发展 范宗钗 / 365

“两会”报道记忆 任 民 / 371

说者千钧力 闻者始动衷 肖东坡 / 375

《家有蟒蛇》创作有感 袁 涛 / 382

生死攸关无他法 凸现特色铸品牌 王延星 / 386

缘于根本,所以坚持 屈 哲 / 395

视角的“魔法” 赵国平 / 400

给我一个理由选择你

——谈谈《致富经》“五一”节目 冯 克 / 405

策划的力量 刘延厚 / 410

写在《阳光大道》开播之际 文新宇 / 416

责任·回报

——《聚焦三农》栏目6月份宣传报道回眸 屈 哲 张天佑 / 420

“不好”的选题何以取得高收视率

——对《致富经》栏目《经济视野》板块三期节目的思考 陈 翔 / 423

走出家庭 进入社会

——浅谈生活服务类节目如何体现社会责任感 杨 蕊 / 428

抽样再看《乡土》的一些发现 杜昕汝 / 433

我们需要什么样的人

——应对农业节目品牌发展战略的人才对策 李立新 / 436

化零为整 重拳出击

——写在《奶牛“牛市”何在》主题宣传之后 杨 巍 / 441

写在启动仪式之后 张莹莹 / 444

浅谈细节在节目中的决定作用 周 祚 / 447



选题难·题难选·难选题 汪小青 / 451

创新,让我们勇于前行 钟倩任民张莹莹 / 455

“整合”魅之光 欧阳红鹰 / 460

风格之美

——浅议农业节目主持人个性形象的树立 高光磊 / 463

“趣味农经”质量控制的几个因素 赵国平 / 468

灯光这边独暖

——2007版“建设社会主义新农村”系列主题宣传片的公益价值 于芳 / 473

《成渝新观察》的背后

——演播室访谈节目《成渝新观察》创作谈 许威 / 479

在路上

——农业节目2008版整体包装解析 王勤煜 / 482

2007 我们突破重围

——《乡村大世界》打造运营团队年终回眸 毕铭鑫 / 486

后 记 / 495

耕
耘
天
地
间

2004年

2004年1月，中共中央
下发有关“三农”问题的1号文件，也就是《中共中央国务院关于促进农民增收若干政策的意见》。粮食增产，农业增效，农民增收，成为2004年国民经济运行中的一大亮点，活力在广袤的乡村大地释放。而与此同时，国内唯一一个服务“三农”的国家级电视栏目集群CCTV-7农业节目也正悄然开始着一场华丽转身，推出了更符合时代要求，也更符合现代媒体竞争需要的全新栏目体系。



王辅捷

2004 年 3 月 22 日，作者系
中国农业电影电视中心（CCTV-7
农业节目）原总编辑。

关于防治禽流感宣传报道的若干思考

前一段时间，为配合防治高致病性禽流感的宣传报道，中心上下齐心协力，相关部门和栏目积极配合，从业人员尽心尽力，使防治高致病性禽流感的宣传报道“跟上了趟，踩上了点”，各方面反应良好，值得好好地总结一下。我想谈三个问题，一是这次宣传报道的主要特点；二是这次宣传报道取得成功的主要原因；三是探讨一下突发事件宣传报道的思路。

一、防治禽流感宣传报道的特点

一是量大面广。中心 10 个栏目中有 7 个栏目加入到“防治高致病性禽流感”宣传报道的行列中，《聚焦三农》、《每日农经》、《生活 567》、《科技苑》、《基层瞭望》、《致富经》、《法制编辑部》7 个栏目都从栏目的定位出发，采取多种多样的宣传报道形式，加大了宣传报道力度，加大了科普宣传力度，播出量比较大。截至目前为止，《每日农经》栏目每天至少有两条动态性信息，共播出 60 条信息 8 个专题；《聚焦三农》栏目制作了《放心吃鸡》、《走进特殊的办公室》、《丁当镇禽流感疫区解除封锁》等 8 期深度报道；《科技苑》栏目制作了《科学应对禽流感》、《专家每日谈》等 37 期科普节目；《致富经》栏目制作了《煮熟的鸭子也会“飞”》、《有“户口”的鸡》、《藁城鸡链条》等 6 期专题节目；《生活 567》栏目制作了《小贩卖对禽流感》、《广西隆安疫区百姓生活》、《鸡蛋流通透视》等 13 期生活服务类节目；《基层瞭望》制作了《构筑一道防护墙》；《法制编辑部》制作了《依法防治禽流感》。

二是时效性比较强。很多栏目，比如说《生活 567》、《聚焦三农》、《每日农经》、《科技苑》等栏目反应都较快，体现了较强的新闻意识。《生活 567》、《每日农经》是