

农业电视创作 与传播体系研究

马池珠 著

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

农业电视创作与 传播体系研究

马池珠 著

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

图书在版编目 (C I P) 数据

农业电视创作与传播体系研究 / 马池珠著. —北京: 中国广播电视出版社, 2008. 2

ISBN 978-7-5043-5575-1

I. 农… II. 马… III. 农业—电视节目—研究 IV. G222.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2008) 第036956号

农业电视创作与传播体系研究

马池珠 著

责任编辑 刘川民

封面设计 张彦生

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

邮政编码 100045

网 址 www.crtip.com.cn

电子信箱 crtip8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 保定地质勘察院美术印刷厂

开 本 880 毫米×1230 毫米 1/32

字 数 220(千)字

印 张 10

版 次 2008 年 2 月第 1 版 2008 年 2 月第 1 次印刷

印 数 1000 册

书 号 ISBN 978-7-5043-5575-1

定 价 25.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

摘 要

当前我国社会正处在社会发展的转型期,构建和谐社会就必须解决三农问题,缩小社会的贫富差距、城乡差距、地区差距。在现阶段,建设社会主义新农村,当务之急是提高农民素质,通过农业电视为农民提供教育和培训是一条行之有效的措施。因此农业电视创作与农业电视传播体系研究具有重要意义。

本研究以系统科学和传播理论为构建体系的方法论基础,通过文献调查、问卷调查、访谈、实证研究、创作实践等多种研究途径,对基于受众中心论的农业电视传播体系包括传者体系、内容体系、传播通道体系、受众体系进行了深入系统的研究,对农业电视的创作进行了较深入的研究,构建了基于受众中心论的农业电视传播体系。

本研究由以下六部分组成。

第一部分:通过问卷调查分析,得出以下结论:一是农业电视不能满足农村受众需要,表现是农业电视频道少、栏目少、时间短、播出次数少、播出时间边缘化;二是农业电视传播以传者为中心。本研究阐释了农业电视缺失的成因。从传播学角度,农业电视传播体系以传者为中心,弊端为:缺少对受众需求的分析、研究,传播者决定制作、播放的节目内容并控制播放,某些农业电视传播者以经济效益为重,从电视学角度,节目制作周期长、成本高、回报率低、节目资源匮乏。在内容方面,存在节目针对性差,主题不鲜明,内容空洞贫乏等问题。从社会学角度看,长期的城乡二元结构和体制是使城乡电视出现重大差别的社会制度原因。解决农业电视缺失这一难题,根本出路在于建构基于受众中心论的农业电视传播体系,使受众成为电视传播系统的主体,在对受众充分研究、分析的基础上,以系统论的方法建立适用于农业电视传播的传者体系、传播通道体系、传播内容体系和受众体系。

第二部分:本研究对农业电视传播的受众体系进行了分析。本研究分析了农业电视受众的分类、特点、构成、分化以及收视需求。农业电视传播受众由农业生产者、农业管理与经营人员、农产品消费者、城市市民构成。在当今社会转型期的农民已经分化成五个阶层:农业劳动者阶层、乡镇企业职工阶层、农民工阶层、农村管理者阶层、贫困农民阶层。农业电视的受众除具有一般受众多、杂、散、匿等特点外,整体文化素质较低,思想观念传统,在传播领域属于弱势群体。农村受众需求研究是受众研究的重点。问卷调查表明,农村受众收看农业节目的目的依次是:了解农业政策、学习农业实用技术、获取农业科技信息、娱乐、了解市场信息。获取农业信息渠道主要是中央电视台和省电视台的农业节目、农村远程教育站点。农村受众喜欢农业栏目的主要原因是栏目适合本地生产实际和内容更丰富两大因素。农村受众对农业实用技术的需求呈现多样性,以种植、养殖和劳动技能培训为主。

第三部分:本书对基于受众中心论的农业电视传播通道体系进行了研究。农业电视传播通道体系包括三部分:电视台传输体系、农村现代远程教育传输体系、音像出版发行体系。本研究对农业电视传播通道体系的形成和发展进行了梳理,回顾了中国农业电视的发展历程。农业电视节目经数字化后,经过两种传输渠道传播:一是农村现代远程教育的农业电视传输体系,二是数字电视与网络电视,这是农业电视传播通道体系实现受众中心的保证。

农村现代远程教育是农业电视传播通道体系的创新,借助于农村党员干部现代远程教育系统,构建由大众传播、人际传播、组织传播多种传播方式整合的立体传播模式,构建由多种媒体整合而成的立体传播通道,构建由多部门组成的农业电视传播的社会支持体系,构建由各传播主体整合而成的资源体系。阐明了农村党员干部现代远程教育的作用:扩大教育规模,提供丰富的教育内容,突破时空限制,快速、高质地传递信息,为学习者提供生动、形象的教育内容。以泰安市农村党员干部现代远程教育为例,对农村党员干部现代远程教育站点管理人员的情况进行了调查,对农

村党员干部现代远程教育创新特点进行了分析,对两种学习模式进行了考察。

第四部分:本书对基于受众中心论的农业电视传播内容体系进行了研究。利用“多维组合”分类标准对农业节目进行了分类。对农业文化类、农业政策类、农业科技类、农业市场类、农产品消费类的内容和策划进行了研究。基于受众中心论的农业电视节目定位就是要根据对受众的调研情况决定农业节目的内容,正确把握中国农业的发展趋势,强化节目的服务性,营造全社会关注“三农”的氛围,关注农民的命运,沟通城乡,引导农产品的消费。

第五部分:本书对基于受众中心论的农业电视创作进行了研究,包括农业电视节目策划、编导和创作技巧。在策划方面,要树立精品意识,创作出思想精深、艺术精湛、制作精良、社会效益好的优秀作品。对农业政策类、农业科技类、农业市场类、农产品消费类、农村文化类节目的策划进行了分析,以《每日农经》为例介绍了农业栏目的定位。在选题方面既要宣传党和国家有关三农方面的方针、政策,又要满足受众的收视需求,根据对农村受众的收视需求确定选题内容。选题内容分为党和国家关于政策、法律、法规等节目、农业实用技术节目、农业科技信息节目、娱乐类节目和系列选题等几个方面,应加强对这些内容和选题的策划,依靠社会资源和信息搜集网络进行选题搜集,然后进行科学的电视策划,包括具体采访策划、摄制可行性分析、策划备忘。农业电视编导应具备新闻的敏感性、知识的广泛性、基本的艺术素质、电视艺术修养、专业创作能力、较强的组织协调能力等基本素质,还要熟练运用娱教技术,善于运用科学的思维方法、努力培养创新能力。农业科教节目创作技巧包括片名要有新意,从片名把握主题,立意新颖,把握好结构布局,写出通俗、生动的解说词,掌握好讲故事的策略,拍摄出精美的画面,运用好声音技巧等。

第六部分:本书对基于受众中心论的农业电视传者体系进行了研究。该体系包括基于受众中心论的宏观层面的传媒社会控制体系和农业电视传播个体运作体系。宏观层面的传媒社会控制体



系是指传播系统的决策层、组织层、领导层。在这一层面上树立以受众为中心的思想,明确受众的权利,根据受众需要合理地配置媒介资源,提高受众媒介素质,实现传播者之间传播内容的整合。农业电视传播个体运作体系是受众中心的关键。个体运作体系实现受众中心包括研究受众,尊重受众,了解受众需求,提高信息质量,重视受众反馈等。基于受众中心论的农业电视传者体系的创新包括:组织体系由不均衡向均衡发展,社会属性由事业型向产业型转变,资源配置由分散型向集约型转变,节目生产方式由自给型向市场型转变,节目形态由模式化向多样化转变,传播方式由单向型向互动型转变。最后,对基于受众中心论的农业电视传播体系比较好的案例——山东电视台农科频道进行了分析。

本研究的创新点:

一是从传播学的角度对农业电视传播体系进行了系统的研究,不仅具有选题上的创新意义,而且顺应了当前建设社会主义新农村的迫切需要,具有较大的理论价值和现实意义。

二是从传播学、电视学、社会学的角度,对农业电视传播缺失的原因进行了分析,尤其是从社会学角度对农业电视缺失的原因,对农业电视受众的分化、构成与特点进行分析,在研究视角上具有一定的创新性,而且更符合农业电视的特点,对农业电视传播领域的发展具有理论上的指导意义。

三是从实证的角度,采用问卷调查等方法,科学而客观地论证了农业电视传播存在的问题。以系统科学的方法,围绕受众中心理论构建了基于受众中心论的农业电视传播体系。这些体系的构建不仅在传播内容上严格按照传播过程的要素进行,而且紧密结合农业传播的实际,作到了体系的科学性和可操作性的统一,对农业电视的实践提供了理论参考。

四是突出了受众的中心地位,阐明了受众既是传播活动的源泉、目的,又是传播信息的反馈者和传播效果的体现者。使受众研究在传播学研究中起到了提纲挈领的作用,为传播学研究提供了理论参考和选择方案。

五是对农业电视节目创作进行了系统的研究。对农业电视节目的策划、策划的内容与方法、农业电视编导的素质与能力、农业电视节目创作的技巧进行了较深入的研究。

六是采用理论与实践相结合的方法,既进行理论研究,又在理论指导下进行创作实践,通过实践验证了理论的可靠性。



摘

要

目 录

摘 要	(1)	
第一章 绪论	(1)	
第一节 问题的提出	(1)	
第二节 概念界定	(5)	
第三节 国内外研究综述	(12)	
第四节 研究的理论基础	(24)	
第五节 研究的目标思路与方法	(30)	
第二章 对农业电视传播基本情况的调查	(32)	✱
第一节 调查概况	(32)	目
第二节 受众收视基本情况	(35)	
第三节 验证假设	(40)	录
第三章 农业电视缺失的传播学分析	(48)	
第一节 基于传者中心的农业电视传播体系	(48)	
第二节 基于传者中心的农业电视传播体系的弊端	(49)	
第四章 农业电视缺失的电视学分析	(53)	
第一节 节目制作周期长成本高回报率低	(53)	
第二节 节目内容存在问题	(56)	
第五章 农业电视缺失的社会学分析	(59)	
第一节 城乡长期存在二元结构	(59)	
第二节 城乡之间存在信息鸿沟	(59)	
第三节 农村受众多为弱势群体	(61)	
第四节 农村受众遭受传媒歧视	(63)	

第六章	受众中心理论	(65)
第一节	受众中心论的概念	(65)
第二节	受众中心论的时代背景	(68)
第三节	受众中心论会误入歧途吗	(73)
第四节	受众中心论的意义	(74)
第七章	基于受众中心论的农业电视传播体系	(78)
第一节	基于受众中心论的农业电视传播体系	(78)
第二节	基于受众中心论的农业电视传播的优点	(79)
第八章	基于受众中心论的农业电视受众体系	(81)
第一节	电视传播的受众角色与特点	(81)
第二节	农业电视受众的特点与构成	(83)
第三节	农业电视受众的分化	(89)
第四节	农村受众收视需求分析	(96)
第九章	基于受众中心论的农业电视传播通道体系	(112)
第一节	媒介概念的界定	(112)
第二节	农业电视传播通道体系	(113)
第三节	电视台农业电视传播通道体系的发展	(114)
第四节	农业音像出版发行传输体系	(119)
第五节	信息时代数字电视与网络电视的发展	(120)
第十章	农业电视传播通道体系的创新 ——农村党员干部现代远程教育	(130)
第一节	受众中心论的创新——构建立体传播模式	(130)
第二节	农村现代远程教育	(133)
第三节	农村党员干部现代远程教育的作用	(135)
第四节	对农村党员干部现代远程教育站点管理人员 的调查	(136)

第五节	泰安市农村党员干部现代远程教育两种学习模式的考察	(155)
第十一章	基于受众中心论的农业电视传播内容体系	(162)
第一节	农业电视节目的分类	(162)
第二节	农业电视传播内容的特点	(164)
第三节	基于受众中心论的农业电视节目内容定位	(166)
第十二章	农业电视节目策划	(173)
第一节	电视节目策划	(173)
第二节	农业电视栏目的策划	(177)
第三节	农业电视栏目定位	(184)
第四节	农业电视节目选题策划	(187)
第十三章	农业电视编导的素质	(197)
第一节	农业电视编导应具备的基本素质	(197)
第二节	农业电视编导的其他素质	(202)
第十四章	农业科教节目创作技巧	(212)
第一节	片名有新意 从片名把握主题	(212)
第二节	切入点新 立意新颖	(213)
第三节	把握好结构布局	(215)
第四节	写出通俗生动的解说词	(217)
第五节	掌握好讲故事的策略	(219)
第六节	拍摄出精美的画面	(222)
第七节	运用好声音技巧	(226)
第十五章	基于受众中心论的农业电视传者体系 ...	(229)
第一节	基于受众中心论的宏观层面的传媒社会控制体系	(229)
第二节	农业电视传播个体运作体系	(245)

第三节	研究受众需求	(245)
第四节	尊重受众	(247)
第五节	转变对农村受众的心态	(248)
第六节	重视信息反馈——受众与农业电视媒介的互动 ...	(252)
第七节	基于受众中心论的农业电视传者体系的创新 ...	(261)
 第十六章 基于受众中心论的农业电视传播体系		
的案例分析:山东电视台农科频道 ...		(267)
第一节	在传者体系方面的体现	(267)
第二节	传播内容体系方面的体现	(268)
第三节	传播通道体系的体现	(271)
第四节	受众体系的体现	(272)
第五节	传播效果的体现	(272)
参考文献		(274)
参考网站		(288)
附 录		(289)
问卷调查(一)		(289)
问卷调查(二)		(301)
后 记		(306)

第一章 绪论

第一节 问题的提出

2005年3月,十届全国人大三次会议期间,有记者向温家宝总理提问:“如何才能根本解决‘三农’问题?”温家宝总理回答说:“我不是经济学家,但我深知农业、农民和农村问题在中国的极端重要性。没有农村的小康,就不会有全国的小康。没有农村的现代化,就不会有全国的现代化。”^①

我国是农业大国,有8亿多农村人口。农民问题如何解决,直接关系到社会结构的合理与否和社会生态的平衡程度。当前我国社会正处在转型期,构建和谐社会就必须解决农民问题,缩小社会的贫富差距、城乡差距、地区差距。

中央对“三农”问题高度重视,公布了一系列以农业、农村和农民为主题的中央1号文件。2006年提出的“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”的文件为新农村建设描绘了美好蓝图。2007年中央1号文件提出“积极发展现代农业,扎实推进社会主义新农村建设”,2008年中央1号文件《中共中央国务院关于切实加强农业基础建设,进一步促进农业发展农民增收的若干意见》是近五年来第五个关于“三农”问题的中央1号文件,也是改革开放以来第十个以“三农”问题为主题的中央1号文件。

建设社会主义新农村,不仅和政府密切相关,更离不开建设“主角”——农民。农民的教育是中国规模最大的教育,也是需求最迫切的教育。建设社会主义新农村,当务之急是提高农民素质。如何培养有文化、懂技术、会经营的新型农民,是摆在我们面前的“农”字一号的大课题。建设新农村,要抓住对农民的教育培训这个根本。

^① 温总理见中外记者谈中国经济,每天关心股市。[EB/OL]. http://news.xinhuanet.com/fortune/2005-03/15/content_2698330.htm, 2005-03-18



对农民进行教育培训就是帮助农民提高自身素质、提高农业生产水平、掌握进城务工技能。因此通过电视或电脑网络以远程教育的方式为农民提供教育和培训是一条行之有效的措施。这种教育的目的有二:一是要教育在家务农的农民改变传统的种植、养殖方法,发展现代农业,运用现代农业技术在单位面积里不断创出新效益,成为“新农民”;二是要把剩余劳动力从土地上解放出来,帮助 5 亿~6 亿农民摆脱依赖种植农田的生产方式,通过教育和培训让他们成为建筑工人、生产线工人、销售人员、工业设备维修专家等,从事二三产业,获取更多收入。让农民进城,变农民为市民,解决农民的“城市化”问题。这个进程开展得越快,中国农村的压力就减轻得越快。二者要实现劳动力的最佳组合。

通过电视媒介对农民进行各种教育和培训已经成为当务之急。对农民采用课堂教育的方式进行农业职业教育和劳动力转移技能培训不太现实。据统计,我国 35 岁以下的青年农民有两亿多,但是受过农业职业教育的不足 5%^①。因为在农村,农民还要靠劳动以维持生计。农民需要的不是文凭,而是观念和实用技术。

农业电视传播是大众传播的一个重要组成部分,也是远程教育的重要组成部分。任何一个国家的发展都离不开农业,作为一个农业大国、人口大国,我国的农业又和西方发达国家有很大的差别,有着自身的特殊性,农业电视的受众有近 10 亿。而作为农业电视新的传播形式——利用卫星和互联网以流媒体的形式进行传播在农村尚处于发展初期,尽管利用天网(通讯卫星)和地网(互联网)的形式进行现代远程教育在高等教育和职业教育领域已经比较成熟,但是利用现代远程教育针对生活在农村的农民进行教育,还是个新生事物,在这方面还缺少系统的研究。最近四五年我国才逐步开始对农业电视的关注,主要是一些媒介从业者经验层面上的研究,缺乏系统性和深度。农业电视节目的数量和质量都不尽如人意,因此,加强在创作和传播方面的研究很有必要。国外早就有对电视传播的研究,但是

^① 两会数字.[EB/OL]. http://www.stdaily.com/gb/stdaily/2006-03/08/content_496414.htm, 2005-03-18

对农业电视传播的研究非常少。并且随着信息技术的发展,电视传播的生态环境和构成要素与以前不可同日而语,内涵与外延都发生了变化。因此,从传播学的视角以系统论的方法研究农业电视,对农业电视创作与传播理论的拓展与完善以及农业电视实践的发展都具有重要的价值。

一、本研究的现实背景与实践意义

基数巨大的受众需求与农业电视发展的现状不相适应,面对巨大的城乡信息鸿沟,需要从传播学、电视学、社会学的视角寻找原因和对策,构建农业电视传播的体系。

中国是个农业大国,由于历史的原因和长期城乡二元结构体制的存在,使大多数农民依然是我国的弱势群体。

以农民为主要受众的农业电视是电视传播领域中的弱势群体。农业频道仅占全国电视频道的 0.5%。据统计,全国电视频道数量为 1254 套,这其中还不包括 1759 家县级电视机构。经广电总局批准的农业电视频道只有 6 套^①。这还是 2005 年的统计资料,现在实际为 6.33 套,包括中央电视台第 7 套农业、少儿、军事频道(农业电视节目算 1/3 个频道)、吉林电视台乡村频道、山东电视台农村科普频道、河北电视台农民频道、河南新农村频道、山东临沂电视台农村科普频道,2007 年增加了浙江公共新农村频道:绝大多数农村观众只能通过无线方式收到不超过 5 套的电视节目。

2006 年《经济日报》(农村版)的“对农电视节目现状扫描”系列报道指出,现在电视人口覆盖率高达 94.61%,全国电视节目年播出总量 1004 万小时,农业节目不超过 1%。同时有调查数据显示,农民通过不同传播媒介获取信息的比例为:电视 95.7%,报纸 17.2%,广播 12.2%,杂志 13%,互联网 1%^②。

许多传播学的专家对农业电视的发展大声疾呼。农村受众是传媒领域中的弱势群体,在媒介资源的享受和利用、信息接收工具的拥

① 滕兴才.数字电视时代谨防城乡数字鸿沟加大.[EB/OL]http://zqb.cyol.com/gb/zqb/2005-04/08/content_1065299.htm,2005-04-08

② 吴杰.电视对农节目的现状和发展对策[J].中国广播电视学刊.2005(12)

有量、享受媒介消费的时间、接受信息和自我表达声音的能力等方面,均不如城市受众^①。在现有的农业电视节目当中,有的节目质量差,选题不当,内容空洞贫乏,表现手法陈旧,说教味浓,缺乏亲切感,创作水平急需提高。

某些电视媒介决策者或经营者以传者为中心,实现经济利益最大化。我国的电视传媒,在并不十分成熟的市场中,利用传统的计划经济体制赋予的巨大资源优势,极力追逐利益的最大化,而忽略了除了经济利益之外的社会责任。他们的镜头对准的主要是城市人群、白领阶层,对广告收入和收视率的追求成了压倒一切的目标,农村受众被电视媒介忽视、漠视。

目前,电视是农村观众接触信息的首选媒体,这种严重不平衡的媒介市场显然不能满足农村生产、生活、教育、娱乐的需要。发展农业电视事业、开拓农村电视市场已是刻不容缓,时不我待。

我国农业和农村经济的发展已进入新阶段,必然要推进新的农业科技革命。这就要求加大农业电视节目的播出量,甚至专门的农业频道,从而更大量、更快捷地提供农村经济结构调整所需要的信息、技术、经验和思路。

面对农业电视发展中的问题与困惑,需要进行理性的反思。在反思的基础上初步构建农业电视传播理论体系,并在这一理论体系指导下从受众层面、控制层面、传播通道层面、传播内容层面、节目创作层面等进行分析,而传播学、电视学、系统科学、社会学,为我们提供了新的思路和视角。

二、本研究的理论意义

1. 传播学主要是宏观理论研究,需要与实践相结合才有生命力,而农业电视的传播理论急需建立。

传播研究起源于20世纪一二十年代,形成一门学科是在四五十年代,经过50多年的发展,已经形成了比较完整的理论体系,传播学在我国也已发展为一级学科。它的理论主要在于宏观的传播研究,

^① 陈崇山. 谁为农民说话?——农村受众地位分析. 现代传播[J]. 2003(03):35~36

需要与电视传播尤其是农业电视传播这样的应用研究相结合才具有生命力,才能丰富和发展。农业电视有其特殊性,这是共性和个性的统一。本研究尝试在这方面有所突破。

2. 从传播学、电视学、社会学的角度,对农业电视传播缺失的原因进行了分析,尤其是从社会学角度对农业电视缺失的原因、对农业电视受众的分化、构成与特点进行分析,在研究视角上具有一定的创新性,而且更符合农业电视的特点,对农业电视传播领域的发展具有理论上的指导意义。

3. 从实证的角度,采用问卷调查等方法,科学而客观地论证了农业电视传播存在的问题。以系统科学的方法,围绕受众中心理论构建了基于受众中心论的农业电视传播体系。这些体系的构建不仅在传播内容上严格按照传播过程的要素进行,而且紧密结合农业传播的实际,作到了体系的科学性和可操作性的统一,对农业电视的实践提供了理论参考。

4. 从节目创作的角度,对农业电视节目的策划内容、策划方法、编导素质与能力培养、创作技巧与方法等方面进行了系统的研究,对农业电视的创作提供了理论参考。

第二节 概念界定

一、受众中心理论

受众中心理论,国内学者也称为受众主体论、受众本位论、受众本体论。受众中心论,顾名思义,是指媒介的一切传播活动均以受众为中心,它是和“传者中心”相对而言的。

受众(audience)的概念,是1985年随着美国传播学家施拉姆的《传媒信息与人——传学概论》(余也鲁译)传入我国的,含义是“在传播的过程中的另一端的读者、听众与观众的总称。”在这之前,我国内地学者将audience译为“受传者”,台湾学者则称为“阅听人”。

中国社会科学院陈崇山研究员对该定义作了补正:受众,是一个集合概念,是报刊读者、广播听众、电视观众、网络网民的统称,是指一切通过大众传播媒介接受信息的人。