



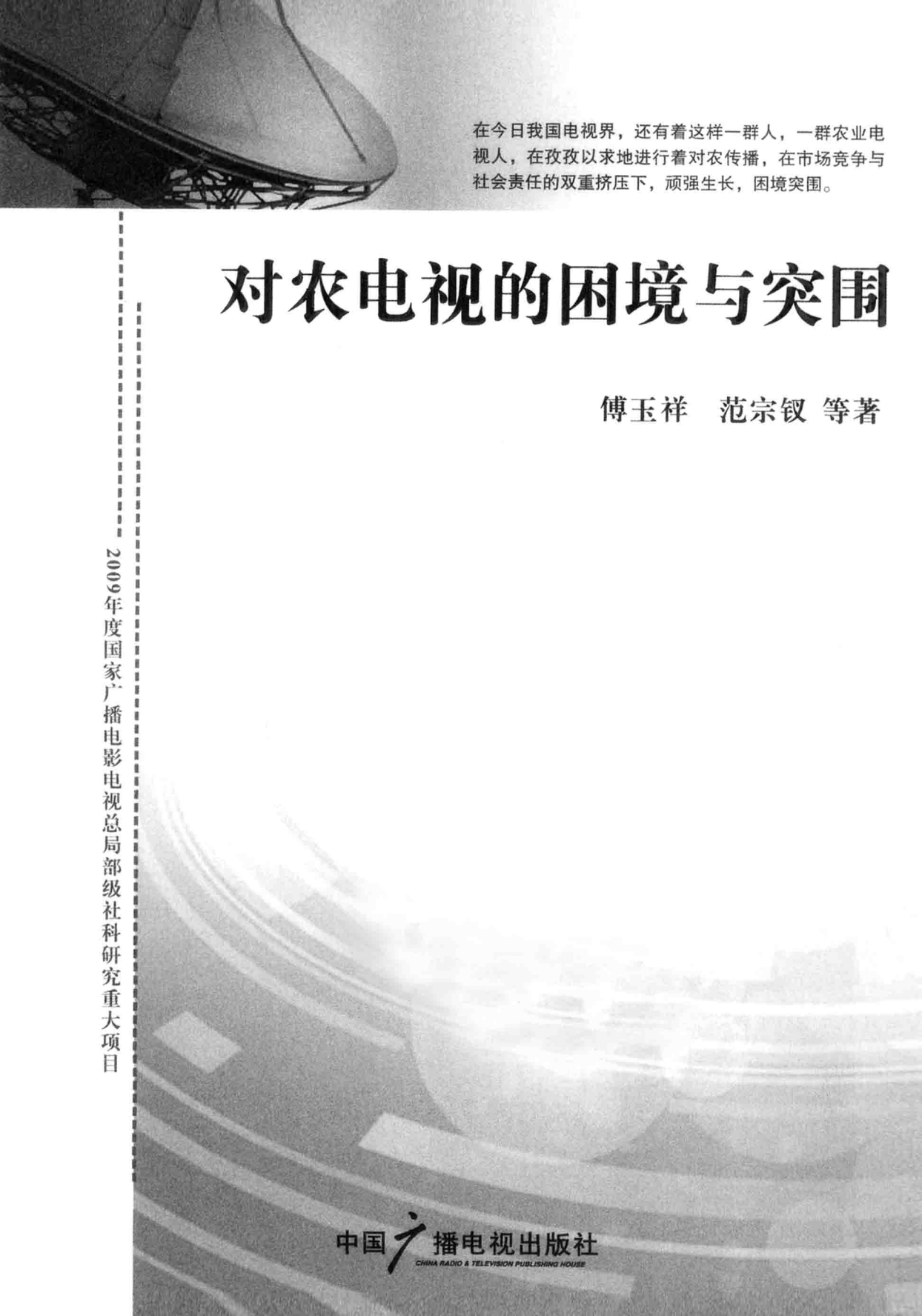
傅玉祥 范宗钗 等著

对农电视的困境与突围

在今日我国电视界，还有着这样一群人，一群农业电视人，在孜孜以求地进行着对农传播，在市场竞争与社会责任的双重挤压下，顽强生长，困境突围。

2009年度国家广播电影电视总局部级社科研究重大项目

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



在今日我国电视界，还有着这样一群人，一群农业电视人，在孜孜以求地进行着对农传播，在市场竞争与社会责任的双重挤压下，顽强生长，困境突围。

对农电视的困境与突围

傅玉祥 范宗钗 等著

2009年度国家广播电影电视总局部级社科研究重大项目

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

图书在版编目(CIP)数据

对农电视的困境与突围 / 傅玉祥等著. - 北京:
中国广播电视出版社, 2011. 1

ISBN 978-7-5043-6379-4

I. ①对… II. ①傅… III. ①农业-电视节目-研究
IV. ①G222.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第001772号

对农电视的困境与突围

傅玉祥 范宗钗 等著

责任编辑 林 曦

封面设计 丁 琳

责任校对 吕 宏

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 crtp8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 北京顺天意印刷有限公司

开 本 787毫米×1092毫米 1/16

字 数 300 (千) 字

印 张 14

版 次 2011年1月第1版 2011年1月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-6379-4

定 价 30.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

课题组成员

课题负责人

傅玉祥（中国农业电影电视中心党委书记、主任 编审）

课题组成员

范宗钗（中国农业电影电视中心艺术总监 一级导演）

钟 倩（中国农业电影电视中心总编室副主任 二级导演）

黄 霞（中国农业电影电视中心办公室主任 二级文学编辑）

杨 巍（中国农业电影电视中心总编室 二级导演）

喻人旺（中国农业电影电视中心总编室 策划）

王 娟（中国农业电影电视中心《乡村大世界》栏目 导演）

高广元（中国农业电影电视中心《科技苑》栏目 主编）

张国涛（中国传媒大学《现代传播》 副研究员）

朱 虹

《对农电视的困境与突围》的课题结题稿我看了。这是我国第一个专题研究对农电视的国家广电总局社科研究项目，确有前无古人的开山之功。今天能结题出版，值得庆贺。

本书全景式地展现了我国中央、省、市三级对农电视传播的总况，立体概述了我国对农电视发展的艰难历程和现今面临的严峻挑战，课题直面我国最基础的产业、最广大的受众群和最稀缺的传媒资源，得出了“农业太重要、农民太需要、对农电视太薄弱”的观点，特别是其中的一些数据：如“70%的农业人口只有1%的对农电视节目，79个上星频道只有0.5个频道是国家级农业频道”，对我产生巨大的震撼。我相信该课题揭示的正是当今中国广播电视界一个亟待去关注、去思考、去规划的巨大空白点，这也是该课题从申报之初就能打动评委的关键所在。

国家广电总局社科研究项目是我国广电领域的部级科研项目，由国家广电总局社科研究项目规划领导小组统一领导，国家广电总局办公厅具体负责项目的管理，旨在加强广播影视理论和实践问题的研究，为广播影视工作提供决策参考。

课题项目每年评审一次，选题主要以广播影视重大理论和实践问题作为主攻方向，注重基础研究、新兴边缘交叉学科和跨学科综合研究，项目面向广电系统及相关研究机构、高等院校，实行公平



竞争、择优立项，由国家广电总局社科研究项目规划领导小组发布年度课题目录的方式进行。

2009年7月，由中国农业电影电视中心（CCTC-7农业节目）申报的《对农电视的困境与突围》项目，经过项目评审专家组的严格评审，经总局领导审定后，从全国范围内的广播电视机构、高校和社会机构参评的500多个项目中脱颖而出，成功入选2009年度广电总局部级社科研究项目，并在132个入选课题中位居第三名，属于重大项目课题。

一年多的时间过去了，今天出版呈现在我们面前的是一部严谨的课题成果。本书主题突出，结构完整，逻辑清晰，文笔流畅。课题组成员经过大量的调查研究，提出了有说服力的事实和论据，理论和实践相结合，提出了对农电视的挑战，分析了其困境和原因。尤其具有实践指导意义的是，课题结合CCTV-7农业节目多年播出实践和大量具体案例，围绕对农电视节目的创作规律、频道运营策略，特别是品牌农业节目打造等方面提出了突围之策。同时课题还对国家广播电视主管部门提出了建设性的政策建议，较为圆满地回答了“对农电视的困境与突围”的问题，达到了当初课题设置的目标。

我深信，此书出版发行后会产生巨大影响，特别是电视的主管部门、政策的研究部门、电视台负责人和从事农业电视工作的人读了此书后会产生较大的触动和较深的影响。该书具有填补理论空白的分量和价值，相信会对全国对农电视传播的改革和发展起到相当的启示作用。

2010年12月30日

（作者原任国家广播电影电视总局办公厅主任 现任江西省人民政府副省长）

社会公平与对农电视

胡正荣

回首走过的这些岁月，中国经历了翻天覆地的变化、日新月异的进步，取得了举世瞩目的成就。改革开放 30 多年来，中国经济持续高速增长，社会财富总额不断增加，城市化进程日趋加快，但是，与此相伴的社会资源分配的不公平等问题也越来越突出。

就传媒业来说，近年来因资源配置格局的不均衡、不公正及其带来的问题也很突出，表现在多个方面，其中最为突出的就是城乡之间的不均衡。城乡二元结构不仅仅体现在经济发展和社会结构上，在传媒和信息资源的配置上同样是不平等的，广大农村无论是在基础设施、信息享有和传播等方面都与城市有较大的差距。

电视，作为第一媒体，在这轮经济发展的浪潮中更是狂飙突进。在市场化和产业化的环境下，电视已经不再只是过去的党和政府的喉舌，它也成了人们了解社会、娱乐消遣的重要工具，电视媒体从单纯的文化事业单位发展成为一个实力雄厚、具有逐利性的机构。既然经济发展是硬道理，既然电视媒体要追求经济效益，于是消费主义成了主流话语，娱乐至死成了生活方式，电视荧屏上一派歌舞升平，全社会充满着欢声笑语。

然而，电视业的飞速发展并不能掩盖公平性缺失的问题。占中国人口 70% 的农民成了电视中“被遗忘的大多数”，电视媒体关注农



村的声音越来越微弱，影像也越来越模糊。

实际上，电视业在市场化过程中，因为一味强调效率而导致诸多问题，在世界上早已有先例，比如撒切尔—里根时代的英美就是如此。实际上，效率貌似提高了资源配置的合理性，但却造成大量的资源浪费与意识形态话语单一，不同社会阶层、利益群体之间的公平性、多样性丧失了。由此，到 20 世纪 90 年代中期随着媒介融合时代的到来，英美国家在制度安排和政策制定上开始反思单纯强调效率所带来的问题，反思市场机制这只无形之手。然而，目前的中国电视业似乎还在重复着这些老路，所以中国电视业的改革和经济社会的改革一样，也到了该把公平放在首位的时候了。

社会和传媒不公平问题实际上折射出目前制度现实存在诸多不尽如人意的现象和不合理的问题，而制度现实中表现出的问题，肯定是制度安排上的缺陷导致的，制度安排上的不足又与制度理念的偏差直接关联。在制度理念上是否把公平和多样性置于首位，是否将不同利益之间的平衡与和谐放在第一位，是解决社会资源分配不平等的关键所在。传媒制度理念与安排也要关注公平、多样化，以满足人们信息需求的多样化与适应多元化的社会结构。

研究对农电视是一项极为复杂的系统工程，而且背后的制度安排和理念更是广泛而深刻。承办 CCTV-7 农业节目的中国农业电影电视中心是国内对农电视领域的领军人物，创作人员常年奔走于田间地头，不辞辛苦，赢得了广大农民的信赖和亲近，也成就了业界的“七套现象”。在倾尽心力为对农电视奉献了十五年光阴后，农影中心以其丰厚的实践积累开始思考对农电视的理论问题。2009 年，农影中心党委书记、主任傅玉祥亲自挂帅，成立了课题组，课题组从理论与实践、历史和现实两组维度，采用点面结合、文献研究、文本分析、实地调研、深度访谈等多种方法研究中国对农电视的理论与实践等核心问题，经过一年多时间，走访了 10 家对农电视媒体，采访了 80 多位业界人士，调阅了百万字的资料，最终形成了这本读后令人无法轻松的《对农电视的困境与突围》一书。

《对农电视的困境与突围》对中国对农电视进行了全方位的分析与探讨，介绍了中国对农电视的发展历程，着重讨论了中国对农电视面临的困境及原因，提出了诸多突围之策，对成立国家级农业频道的可行性进行了个案研究，并在制度理念和安排上对扶持对农电视提出了一些建设性的策略，力求构筑一个多角度、多层次、多侧面、全向度的研究对农电视的框架与体系。

对农电视关乎整个电视业、乃至全社会，涉及产业发展的关系、政治和社会影响，特别是有关弱势群体等信息传播权利问题等。《对农电视的困境与突围》的研究成果可以使人强烈感受到学术和社会现实之间有如此真实而深刻的互动关系，而研究现实也正是中国传播学的历史使命所在。

2010年12月20日

（作者系中国传媒大学副校长、博士生导师、教授）

前言

傅玉祥

“对农电视的困境与突围”，这是一个颇具中国特色的命题。早在立题之初我们就在想，为什么在我国电视界专业频道林立的今天，我们要专立课题来探讨对农电视的生存？在工、农、兵、学、商等社会各阶层各领风骚的今天，为什么要独辟视角地来探讨如何加强对农电视呢？一言以蔽之：农业太重要、农民太需要、目前的电视对农传播太薄弱，这三个“太”字的组合，构成了申报这个课题的强劲理由和我们完成好这个课题的强烈冲动。

对农电视，就是以农民为主要目标受众，以涉农领域为主要关注内容的专业化电视传播——在这个看似简单定义的背后，其实蕴涵着一个复杂的内核。本课题直面的是我国最基础的产业、最广大的受众群和最稀缺的传媒资源，这三个“最”字的组合，形成了这个课题厚重的使命感和紧迫性。

我国的对农电视与农村改革同行，始于20世纪80年代初期。1983年由农牧渔业部和中央电视台联合开办的《农业知识》是我国第一个农业专业电视栏目。之后广东电视台的《摇钱树》、内蒙古电视台的《牧民之友》、四川电视台的《金土地》、湖南电视台的《乡村发现》、山西电视台的《黄土地》等一批对农电视栏目先后诞生。1996年1月1日由农业部和中央电视台合办、中国农业电影电视中心承办的中央电视台第七套农业节目正式播出，是全国对农电视的



重要标志。

截至2010年末，经国家广电总局批准的全国对农电视频道有12个，这包括国家级的中央电视台第七套军事·农业频道，省级电视台开办的对农电视频道：吉林电视台的乡村频道、山东电视台的农科频道、河北电视台的农民频道、浙江电视台的公共·新农村频道、河南电视台的新农村频道、陕西电视台的农林卫视和重庆电视台的公共·农村频道，地市级电视台开办的对农电视频道有湖北荆州电视台的垄上频道、湖北随州电视台的农村频道、山东临沂电视台的农科频道、安徽亳州电视台的农村频道等。

在这些对农电视频道对我国的三农事业发展和新农村建设发挥重要作用的同时，我们也清晰地看到了巨大的供需缺口和生存窘况。

在全国电视节目年播出总量的1500多万小时中，对农电视节目时长不到1%，在全国79套卫视频道中，只有0.5套面向全国的对农频道——这是我们在调研过程中得到的最触目惊心的反差数字！课题调研中我们还目睹了一个个让人扼腕叹息的个案：中央电视台《金土地》停播——因为栏目定位让位于频道定位，湖南电视台《乡村发现》停播——因为名牌栏目屈从于娱乐节目，广东电视台《摇钱树》萎缩——因为播出时段被迫边缘化，还有2006年开播的浙江电视台的公共·新农村频道，挂着“农”字的招牌，不断失去“农”味——因为难扛收视的压力……在这些生存样本的背后是我国对农电视和数以亿计的农村观众普遍面临的尴尬。

今天的中国农民已经可以平等拥有一台电视机，却不能平等拥有电视台所提供的信息内容。作为承载社会公共事务的公共信息平台，电视本应为社会大众所共享。然而今天的我国电视，却更乐意于或无奈于向处于社会强势地位的受众群提供信息服务，那些没有消费实力的人群只能被冷落，那些贫困偏远的地区只能成为信息的荒地。

我国对农电视日益趋于弱势地位，是媒介片面追求经济效益的结果，更是我国电视市场格局缺乏整体布局、科学分类、分属性管理的结果。都市化、娱乐化、商业化的气息充满了今日的电视荧屏，同质化、非良性的竞争愈演愈烈。跻身其中的对农电视，就在这“公益性”与“商业性”的双重角色中，尴尬摇摆，步履蹒跚。

所幸，在今日我国电视界，还有着这样一群人，一群农业电视人，在孜孜以求地进行着对农传播，在市场竞争与社会责任的双重挤压下，顽强生长，困境突围。本课题就是对这样一群人的集体敬礼和所从事的崇高事业的认真思考。

我国对农电视如何突围？本课题从对农电视的核心理念、内容形式创新、经营策略等方面全面论述了对农电视的自身突围之策。同时本课题对近年来对农电视异军突起的“七套现象”进行了深入剖析，由此建议在目前 CCTV-7 农业节目的基础上，创办国家级农业频道，并确立对农电视的准公益性定位。此举将成为全力加大对农电视的一记重拳和一味猛药。

与此同时，对农电视是农村广播电视公共服务体系和作为“重中之重”的“三农”工作的重要组成部分，课题还从频道设置、广电政策、资金扶持、税收优惠、评奖机制以及农村广播电视覆盖等角度，论述了对农电视实现突围的外部支持。

课题组成员历时一年，走访了我国 10 家国家级、省、市级电视台，采访了 80 余位业界同仁，调阅了 100 多万字文献资料，形成课题成果共计 17 万字，分六章论述，挖掘成因，探索出路，以此作为对加强我国对农电视事业的一次大声疾呼。

2010 年 12 月 26 日

(作者系中国农业电影电视中心党委书记、主任
中国电视艺术家协会农村电视委员会主任)

目 录

第一章 对农电视的历史使命和现实要求 \ 001

- 第一节 农业之于我国的特殊性 \ 001
- 第二节 农民之于我国的特殊性 \ 003
- 第三节 电视是对农宣传的第一媒体 \ 005
- 第四节 对农电视的功能 \ 006

第二章 对农电视的挑战与探索 \ 013

- 第一节 我国电视媒体进入娱乐化的生态环境 \ 013
- 第二节 对农电视在艰难中的探索 \ 021

第三章 对农电视的困境及原因 \ 065

- 第一节 对农电视的困境 \ 065
- 第二节 长期存在的城乡二元格局是根源 \ 077
- 第三节 媒介片面追求经济效益的结果 \ 080
- 第四节 以收视率为指针的评价机制不科学 \ 082
- 第五节 电视业及从业人员对“三农”的忽视 \ 086

第四章 对农电视的突围之策 \ 088

- 第一节 对农电视的理念突围：坚持核心定位 \ 089
- 第二节 对农电视的内容突围：坚持专业特色 \ 104
- 第三节 对农电视的形式突围：提高可视性 \ 120
- 第四节 对农电视的广告营销突围 \ 137



- 第五节 对农电视的市场开发突围 \ 150
- 第六节 与新媒体互相融合借鉴 \ 161
- 第七节 借鉴国外农业电视节目经验 \ 165

第五章 对国家级农业频道的呼唤 \ 168

- 第一节 成立国家级农业专业频道的必要性 \ 168
- 第二节 成立国家级农业频道的可行性 \ 170
- 第三节 国家级农业频道的节目体系构想 \ 177

第六章 对农电视对外部环境支持的需求 \ 187

- 第一节 寻求广电政策的突破与扶持 \ 187
- 第二节 推动积极财政与税收减免 \ 192
- 第三节 推进农村广电公共服务体系建设，
提升对农宣传与服务质量 \ 195
- 第四节 设置全国性的评奖，建立激励机制 \ 197

后 记 思考，为了更远地前行 \ 207

对农电视的历史使命和现实要求

对农电视，就是以农民为主要目标受众，以涉农领域为主要关注内容的专业化电视传播——在这个看似简单定义的背后，其实蕴涵着一个复杂的内核：我国的农民是一个多么庞大的群体？今天的农民又发生了什么样的分化？我国农业是一个多么厚重的传统产业？今天的农业又肩负着多少新的功能与责任？电视传播是一个多么普遍的大众传播方式，但电视之于农民的作用影响又是多么深远？

因此，课题开始的第一章，在论述对农电视的历史使命和现实要求之时，我们先从我国的农业、农村、农民以及电视传播的特殊性谈起。

第一节 农业之于我国的特殊性

费孝通在他的代表作《乡土中国》的开篇中这样写道：“从基层上看去，中国社会是乡土性的。”不可否认，我国是个传统的农业大国，“天下重农耕”之说古已有之，“仓廩足而知礼节，衣食足而知荣辱”，农业关乎我国的基础性地位在几千年的农耕历史中早已确立起来，如今，农业在我国社会发展中已经由“基础地位”转变成为“重中之重”。

一、从“基础地位”到“重中之重”

2009年2月2日，这是我国农历牛年的第一个股票交易日，农业板块出现了少见的“开门红”，农业股全面上涨，多只股票被封于涨停，一些农业龙头股和农药化肥类个股都居于涨幅榜前列，大农业概念整体涨幅不俗，令在国际金



融危机背景下沉闷多时的股市吹起一股春风。

农业股何以飘红?

原因与头一天的2月1日有着很大的关系。就在这一天,新华社正式公布了题为《中共中央、国务院关于2009年促进农业稳定发展农民持续增收的若干意见》的2009年中央“一号文件”。这是中央应对国际金融危机的又一剂标本兼治的猛药良方。

2010年的中央“一号文件”依然与“三农”相关。这是进入新世纪以来中央连续第七年将“一号文件”的落脚点锁定于“三农”领域,也是改革开放以来国家的第十二个关于“三农”问题的“一号文件”,还是新中国成立以来决策层对“三农”的最长关注周期。2004年初中央农村工作会议上,胡锦涛总书记首次提出把解决好“三农”问题作为全党工作的“重中之重”;从“基础地位”到“首要位置”,从全党工作的“重中之重”再到全部工作的“重中之重”——这些表述的变化,充分反映了中央对解决“三农”问题的高度重视,也充分印证出,在以信息革命为标志的21世纪,在“知识经济”、“网络经济”如火如荼的今天,农业依然是当今我国最为基础的产业,我国目前依然卸不掉“农业大国”的头衔。

二、“种植业”向“大农业”的转变

提及农业,许多人最直观的反应就是种地。的确,农业关乎13亿人的吃饭问题,粮、棉、油、肉、蛋、奶保证了我们国家的生存底线。但是改革开放以来,特别是近几年新农村建设以来,随着国民物质生活水平的多元化发展,尤其是随着城乡一体化进程的加快,农业的概念已经得以大大延伸,在我们要论述对农电视传播之前,更应该好好梳理一番新时代的“大农业”概念。

首先,农业已经由单一的种植业,扩充为种、养、加、产、供、销全方位、立体化的产业。除了传统的“一亩三分地”之外,农业的概念得以广泛延伸。

其次,农业在为国家提供粮食等重要农产品的同时,还承担着战略储备、科技创新、生态环境保护、休闲观光、劳动力就业转移、工业品加工、文化传承等多方面的角色。今天的农业,早已经不是我们头脑中单一的稻田、麦穗的形象,而是以一个立体、多元的面貌呈现在世人的眼前。这为新时期的对农电视传播开辟出更为广阔立体的报道空间。

第二节 农民之于我国的特殊性

温家宝总理这样描述我国的国情：“一个很小的问题，乘以13亿，都会变成很大的问题；一个很大的总量，除以13亿，都会变成一个小数目。”这道简单而又复杂的算术题，对拥有13亿人的我国国情作出了透彻解答。而13亿中，有9亿以上的人是农民。在我们论述对农电视传播之前，先来考量一下我们的目标受众：农民，他们是怎样一个特殊的群体？

一、重要但不被重视

还是费孝通在《乡土中国》中的一句话：“那些被称为土头土脑的乡下人，他们才是中国社会的基层。”传统中国社会是由“仕、农、工、商”所组成的，农民排在第二位，下面有工、商阶层，但这丝毫没有改变农民在中国社会底层的格局。

农民是中国社会最稳定的因素，为数众多的个体成为国民经济的最基础单元，默默支撑起中国社会的底层。农民同时又是中国社会最不稳定的因素，因为农民与土地有着天然的联系，而土地关乎江山社稷。古往今来的历次改朝换代，往往都是从农民抗争开始的。因此，农民，从来就是中国社会中最与众不同的一个群体。

农民的地位直到新中国成立才有了根本上的转变，农民实现了“耕者有其田”的历史夙愿。尤其是1978年改革开放以来，我国农民的生活发生了翻天覆地的变化。

二、新时期农民的多元化

32年前，改革发轫于安徽小岗的18户农民，32年改革风云际会，也让农民这个群体变得格外复杂多样。在我国现阶段，“农民”是一种职业，还是一种身份？是从事农业生产的人叫农民，还是户籍在农村的人口叫农民？人户分离，不从事农业生产的人叫什么？从城市来到农村，投身农业生产的人又叫什么？新时期，随着大农业概念的延展，随着城乡一体化进程的加快，社会对“农民”身份的认定开始有了新的考量。这对于电视对农传播来说，更是需要全新考量的目标群。