

# 农业科教专题片制作方式与运营方式的 突出矛盾解析

郑妍妍

(黑龙江省农业科学院 信息中心,黑龙江 哈尔滨 150086)

**摘要:**针对农业科教专题片创作的作品及创作过程中存在的制作方式与实际严重脱节、运营方式不得体等问题,分析了农业科教专题片制作方式和运营方式之间的矛盾及解决方法。

**关键词:**农业科教专题片;电视运行新模式;商业化

**中图分类号:**J953

**文献标识码:**A

**文章编号:**1002-2767(2010)08-0145-02

农业科教专题片的兴起是信息化时代的必然。随着国家对农业的重视力度不断加强,农业

产业化的具体化,农民对农业科技的渴望,以及文化科技的多元化传播,农业专题片逐步占据了一部分媒体传播市场。

## 1 农业科教专题片概述

### 1.1 农业专题片涵义

农业专题片是运用现在时或过去时的纪实,

收稿日期:2010-06-13

作者简介:郑妍妍(1981-),女,黑龙江省哈尔滨市人,在读硕士,研究实习员,从事农业信息工作。E-mail: zhengyan-yan0729@163.com。

不是简单地建立一个数据库共享就可以解决,需建立农业信息的服务网站或服务平台,而目前中国所处的发展阶段还不具备完善的市场机制,需要无偿对社会服务;此外,目前黑龙江省农村大多是政府负责配电脑、机顶盒等信息接收设备,以扶持农村信息化服务,但由于提供的信息实用性、可操作性不强和所提供的信息存在滞后性,需加大对农业信息资源采集与整合的资金投入。因此,应加大政府资金投入以扶持相关的单位,支撑这些人员的经费和运行费用。

### 3.3 建立农业信息管理制度,提高农业信息的兼容性

应整合农业资源,统一信息资源的标准和规范,逐步建立信息资源的共享,建立农业资源的交流平台,利用信息服务系统、网站等信息服务手段,实现农业信息的自动化、智能化。

### 3.4 提高农民利用信息意识,加快培养信息服务人才

因地制宜地建设信息化培训基地,积极开发适合农村特点和农民需要的信息化培训课件、教材,通过新闻传媒、各级各类学校、培训班等方式组织农民进行有关知识和技能的学习是提高农民利用农业信息能力,解决农业信息使用的终端问

题的有效途径。

实现农业信息化,人才是关键因素,应加强从事农业信息服务人员及农村信息员的培训、考核和资格认证,提高信息采集、分析、整理和发布的能力。依托高等院校和培训机构,采用学校教育、继续教育、社会教育等多种方式和途径,培养农业信息化高级实用人才和农业信息技术应用专业人才。

农业信息化在黑龙江省尚处于建设期,只有在省委、省政府的正确领导下,围绕粮食增产,提高农民收入,农业增效这一目标,充分调动农民积极性,开展农业信息研究工作,提高信息服务质量,农业信息化工作一定能取得成效。

## 参考文献:

- [1] 刘世洪. 农业信息技术与农村信息化[M]. 北京:中国农业科学技术出版社,2005.
- [2] 黑龙江省农业委员会. 黑龙江力足农业信息资源共享[N]. 农民日报,2004-06-29.
- [3] 李将辉. 农村信息化的“第一公里”[N]. 人民政协报,2008-12-25.
- [4] 张喜才,秦向阳,崔长雷. 农村信息化的经济学分析[J]. 农业网络信息,2008(5):12-14.
- [5] 余蕾,雷体南. 农村信息化建设现状的分析与思考[J]. 江西农业学报,2009,21(8):200-202.

对农业的某一领域或某一方面,给予集中的、深入的报道,内容较为专一,形式多样,允许采用多种艺术手段表现农业生产,允许创作者直接阐明观点的纪实性影片,它是介乎新闻和电视艺术之间的一种电视文化形态,既具有新闻的真实性,又具备艺术的审美性<sup>[1]</sup>。以纪实性专题片、科普性专题片较为多见。

### 1.2 农业科教专题片的运营方式

在我国,电视台是农业科教片的主要制作方,其资金往往由国家下拨,播出以电视为主,网络、光盘为辅,往往没有太多的收益,属于半公益性。各地政府也会出资组织当地的影视制作机构来制作符合当地实际情况的农业科教片,但收益几乎为零。部分厂商则作为发行商来制作农业专题片,并作为科普读物来发行赢利,但是市场份额不多,收益并不乐观。

### 1.3 农业科教专题片的制作方式

我国每年各种形式的农业科教类、农业宣传类、农业经济类专题片、影片约4 300部。其中农业科教类是重中之重,约有3 500部。其内容涵盖作物育种、作物养殖、栽培技术、农机具使用、果树花卉栽培、家禽家畜饲养、著名农业品种推介等农业领域。主要以气势宏大、画面震撼来渲染产品。在形式上以小品、对话、改编等形式最为突出。这是长期以来磨砺出的一种形式,已被当前多数客户所接受。

## 2 农业科教专题片发展现状

随着国家对农业的重视力度不断加强,农业专题片逐步占据了一部分媒体传播市场。但广大从事农业专题片创作的专业人士却停步不前,固有模式的长期存在,新鲜创意的长期匮乏,导致了农业专题片市场的疲软。而农业科教专题片的最大受众——农民无法接受艺术渲染,也对华丽的解说词汇并不感兴趣。因此,农业科教专题片往往达不到预期的效果<sup>[2]</sup>。

目前,大多数农业科教片很少能从制片以及广告中得到效益。而更多的农业科教片实际用途也较为狭隘,农民看不懂、商家没有投资兴趣。因此,目前的制作片无法形成制片、产出、销售一条龙的运营模式。但是这样的局面出现并不是一方面的责任。选题脱离实际、技术术语过于专业,商家无利可图的情况都严重阻碍着农业科教片的发展。

## 3 解决农业专题片制作方式与运营方式上突出矛盾的方法

### 3.1 结合实际制定制片原则

农业专题片有较强的地域性,其传播大多数为本地传播。其作物栽培方式、作物品种受积温带、当地气候以及耕作习惯和文化的影响,因此在农业专题片制作过程中应采取因地制宜的方式。

### 3.2 确定选题

根据当地的实际情况,以提高经济效益为最终目标而制定选题。如有些地区人烟稀少,耕地广阔,经常出现管理不善的情况而导致减产,就需要一些对播种后田间管理要求较低的新品种,要求抗病害、抗倒伏、抗杂草;而对于人均耕地少,人口多的地区就要考虑产量和成品率的程度,更注重经济效益;在机械化程度较高的农场、农庄同样需要科技,但是对于他们来说更需要先进的农业机械技术和总体的经营以及营销模式<sup>[3]</sup>。

### 3.3 制片语言通俗易懂

对旁白语言来说,电视片有其独特的配音语气与语法。但是对农民来说往往不易理解。因此,农业科教片解说词应根据受众的文化程度以及需求来制定。不仅镜头画面要好看,更应注重其实用性。

### 3.4 紧扣时代发展

要注重技术的时效性,很多技术和品种从研发、审定到推广,最后成熟要经历很长时间,少则3 a,多则10 a,但是其适应地区和品种也往往具有时效性。一定要与时俱进,对于这类片子来说,时效就是金钱。

### 3.5 科教与效益一体化

如制作针对经销商的专题片,应理清具体介绍内容,了解经销商的需求状况;如制作针对农民的专题片,应着重介绍所要推荐的产品特性,最好有对比。这样就达到了商业与教学相结合,经营中使农民获利,教育中反哺制作的目的。

### 参考文献:

- [1] 段文溪.浅谈专题片的制作[J].大连教育学院学报,2009,25(2):79-80.
- [2] 张景雷,翟玉柱,王天行.加强农村职业技能培训,促进农业可持续发展[J].河北农业科学,2008,12(5):169-170.
- [3] 刘洋,甘红.区域农业竞争力系统评价[J].农业系统科学与综合研究,2005,21(4):295-298.