

# 新媒体时代下农业节目生存策略

赵晗

中国农业电影电视中心

**[摘要]**我们国家拥有辽阔的土地,人口数量也是众多的,尤其是农村人口占比较大,为了使得广大农民能够获得更多的,而且价值较高的信息,农业节目的制作必须要加以重点关注。对当下的电视节目体系予以分析可知,农业节目的受关注程度是较低的,观众需求难以得到满足,这就使得节目生存受到极大限制。若想改变这种情况,应该要紧跟时代前行脚步,对新媒体技术加以应用,确保节目形式能够真正实现创新,进而得到受众的认同。本文主要针对农业节目、新媒体的融合展开深入探析,依据农业节目生存的实际需要寻找到切实可行的措施。

**[关键词]**新媒体;农业节目;生存策略

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.08.333

## 引言

在当前时期,科技发展速度持续加快,信息设备的智能化水平明显提升。从传统电视节目角度来说,新技术对其产生的冲击是非常大的,如果播出方式依然没有改变的话,受众必然会大幅减少。我们国家对农业生产是非常重要的,为了保证广大农民能够顺利获取外界信息,必须要对农业节目的制作加以重点关注。然而从当下的实际情况来看,农业节目的传播力度、传播范围均受到限制,而且节目类型呈现出单一化特征,品质也未能得到保证,这就使得广大观众的实际需求难以满足。进入到新媒体时代后,农业节目面临的挑战持续加大,若想保证存在的问题能够顺利解决,必须要对传统思路予以转变,将新媒体技术的作用充分发挥出来,确保节目类型能够真正实现创新,节目形式更为多样,质量有明显提升,如此方可使得农业节目能够保持快速发展。

## 1 新媒体时代对农业节目的冲击

随着互联网技术、计算机技术发展速度持续加快之际,新媒介诞生,而且在很多行业中得到普遍应用,如此一来,大家就能够顺利获取相关的资讯,但是传统电视节目遭受的冲击却是非常大的。从相关机构出具的统计数据来看,在2007年,我们国家的电视用户共12亿左右,互联网用户为2000万,经过一段时间的发展后,国内的手机用户已经达到10亿,网民则有6亿,这样的增长幅度是惊人的<sup>[1]</sup>。相较于电视传播,新媒体具有的优势是明显的,尤其是时空、地域带来的限制能够切实打破,受众能够依据个人的实际需要来对节目类型进行选择,而且自由交流的需求也可得到切实满足。总而言之,新媒体会对传统农业节目产生直接的冲击,导致播出效果达不到预期。

## 2 传统电视节目的优势与农业节目的现状

### 2.1 传统电视节目的优势

进入到新媒体时代后,传统电视节目受到的影响是非常大的,然而其依然具有一些优势,首先是互联网信息是庞大的,但是其中有不少的信息难以辨别真伪,甚至有些农业技术就是虚假的。传统电视节目则完全不同,在进行制作的过程中必须要将审核做到位,而且采编制度也是较为严格的,这样就可保证提供的信息更加的精准。其次是新媒体呈现出明显的互动性,网民只要有意愿就可对视频进行制作、上传,如此就会使得质量较为低下,传统农业节目的内容均是

经过专家认证的,专业人员进行节目摄制,质量可以得到保证,传播效果也更为理想。

### 2.2 新媒体时代农业节目的现状

#### 2.2.1 节目总量少

我们国家的电视频道数量是众多的,而农业频道占比却是较低的。国内现有的注册电视媒体超过了400个,农业节目所占比例只有5%,而播出总量则是在1%以下。如此就会使得广大农民难以获得所需信息,尤其是价值较高的资讯无法顺利获得。

#### 2.2.2 节目质量低

农业节目内容并不丰富,和农业生产现状并不相符,不少的农业知识在当下已经不具有适用性。进入到新媒体时代后,农业节目并未得到更新,内容的实用性较为低下,尤其是针对性无法实现。在对农业节目进行制作的过程中并没有对广大农民的实际需要进行充分了解,农业高科技则很少涉及<sup>[2]</sup>。另外来说,节目内容显得较为单一,这对农业生产造成的负面影响是较大的。

#### 2.2.3 投入产出不匹配

对国内农业节目的发展现状予以分析可知,负债经营是较为常见的,电视台在对节目进行制作时投入的资源是较大的,然而节目质量却达不到预期,带来的效益显得较为低下,这种情况一直得不到解决的话,农业节目的受重视程度就会逐渐降低,投入自然就会持续减少,如此就会陷入到恶性循环之中。

## 3 新媒体时代农业节目生存策略

### 3.1 建立品牌意识

在现阶段,电视技术呈现出较快的发展趋势,数字化成为主要的方向,而这就使得电视传播形态出现明显变化。随着市场竞争越发激烈,农业节目若想得到广大受众的认可,必须要树立起自身的品牌形象,尤其是要将传统电视具有的优势切实发挥出来,在确定主题之后选择更为合适的素材,如此方可使得受众体验更加的丰富,节目收视率也会有明显提升。

### 3.2 加强与新媒体的合作

在新媒体诞生之后,其就走上了快速发展之路,技术优势也得到大幅提升,这对传统电视媒体造成的冲击持续加大。从播放形式来看,传统电视媒体将信息传播作为主体,

网络视频对电视节目也是较为依赖的，所以在对农业节目予以制作时应该要将其和新媒体切实结合起来，确保节目形式能够得到创新，如此方可使得信息传播渠道真正实现全方位、立体化。比方说，中国农业电影中心、中国网络电视台双方进行合作建成了“CNTV7+农业”平台，其对传播的方式进行创新，原先的线性传播方式被摒弃，内容呈现更为立体。而且广大农民也可通过平台进行交流，这样就使得资源互补目的顺利达成。

### 3.3 追求社会效益与经济效益的双赢

众所周知，广电媒体呈现出明显的产业化特征，整个运作必须要符合产业化模式，其市场化程度是较高的。在对节目进行制作的过程中，不能将经济效益作为关注的重点<sup>[3]</sup>。对农业节目具有的价值进行衡量时，除了要对经济效益予以重视外，同时还要了解其带来的社会效益，而后者则是重中之重。因此说，农业电视节目切不可将经济效益作为关注点，要确保广大农民的内在需求得到切实满足，也就是要保证经济、社会效益能够真正实现双赢，使得农业节目能够呈现出明显的公益性。

### 3.4 彰显人文关怀

对当下的农业节目予以分析可知，参与制作的人员多是来自城市，其对农村生活并不十分了解，这就使得农业节目的受欢迎程度降低。因此说，应该要聘请专业能力更强的，而且和知晓农村实际情况的人员进行节目制作，这样可以使得农业问题的剖析更为深入。从制作人员的角度来说，应该要彰显出人文关怀，也就是要对广大农民有真正的理解，并展现出感恩的心态。从当下的实际情况来看，三农问题的受关注程度明显提升，法律、政策等方面支持力度持续加大，因而对农业节目进行制作的过程中要将以人为本这个原则落实到位，确保广大农民能够感受到关怀。农业节目必须要彰显出人文性，如此能够确保制作人员、农民群体展开有效沟通，农业节目的质量自然就会大幅提升，农业发展也更为稳定。

### 3.5 强化服务意识

农业节目面对的受众群体是农民，因而要确保农业节目能够提供更为专业的知识。在对农业节目予以制作的过程中，以人为本这个原则是必须要落实到位，尤其是要保证农民群体能够享受到更为优质的服务。相关人员必须要深入到农民群体中，做好采访调研工作，同时要对农业政策进行大力宣传，确保节目能够充满情感。农业节目的制作应该要将政策、技术作为主要的内容，除此以外，农业文化也是不可忽视的。整个节目应该要秉持服务意识，确保广大农民享有的合法权益能够得到切实维护，存在的问题也可顺利解决。另外来说，对农业节目进行制作的过程中，应该要主动和农民群体展开交流，以期能够获取更多的反馈信息，在此基础上针对节目内容予以适当调整，进而使得农民的内在需求能够切实满足。

### 3.6 强化农业节目制作方式的变化

在现阶段，新媒体、传统媒体的融合更加深入，电视农业节目想要紧跟时代前行脚步，就必须要有市场营销予以重视，尤其是要保证制作方法能够实现创新，进而得到广大农民的认同<sup>[4]</sup>。第一，互联网、电视台应该要切实结合起来，将互联网平台具有的作用充分发挥出来，针对节目信息予以收集，尤其是要对农民内在需求有清晰的认知，节目内容必须要合理选择，同时要确保节目质量有明显的提高，所有的细节均要处理到位。对多媒体技术要加以合理应用，采用的节目形式则要更加的多样。第二，农业节目也需重视打造自身品牌，在充分展现农业节目特点的同时，要大力重视节目品牌建设，利用彰显农业节目的个性化，鼓励高素质人才参与农业节目制作，使农业节目更具吸引力。第三，农业节目也需实现线上线下同时运行，为了有效应对竞争对手的有力冲击，农业节目也要重视规模化发展。电视台要根据当地农民需求，将电视节目内容制作成宣传册，工作人员进入农村开展宣传。电视台还可以将农业生产技术送到农民身边，大力开展农村旅游设施建设，进一步扩大农业节目的影响范围。

### 3.7 树立精品农业节目

立足于新媒体的时代，农业节目必须树立精品意识，在拍摄技巧、画面、内容等方面进行创新，提高节目的整体质量和效果。《巧治松材线虫》就是一个精品之作，结构上采用层层设置悬念的方法，一步步讲述松材线虫的危害之大、传播途径之多等特点以及如何来防治<sup>[5]</sup>。30分钟片子，悬念迭起、一环紧扣一环。画面上，由于松材线虫比较小，肉眼看不见，采用了大量放大镜头，还利用动画来展示松材线虫及其天敌，从而在为群众播放精致画面的同时，也教会了人们农业知识。

### 结语

总而言之，农村电视观众数量庞大，农业电视精品节目匮乏。若想真正满足农民朋友对农业节目的需求，农业电视节目制作需贴近农村生活，对农业发展提出可行性建议。新媒体的出现，为农业节目生存提供了发展空间，需要农业节目制作者把握时代机遇，通过新内容、新方式为农民群体提供农业信息服务，为农业发展贡献力量。

### 参考文献

- [1] 杨萌. 新媒体时代下农业节目生存策略研究[J]. 记者摇篮, 2021(09): 22-23.
- [2] 李雪. 新媒体环境下农业节目理念创新与发展研究[J]. 新闻研究导刊, 2021, 12(02): 152-153.
- [3] 韩春洋. 新媒体时代的农业节目理念创新与发展探讨[J]. 广西农业机械化, 2019(05): 70.
- [4] 苏聪. 新媒体时代的农业节目理念创新与发展研究[J]. 西部广播电视, 2019(08): 56-58.
- [5] 刘慧敏. 新媒体时代农业节目生存策略分析[J]. 西部广播电视, 2017(07): 107-117.