

新时期农业科教类节目的转型与发展

——央视农业农村频道《田间示范秀》评议

方勇涛

摘要：农业科教类节目是电视对农宣传报道的重要平台，但传统的农业科教类节目容易做成单调乏味的技术课堂，很难吸引观众持续收看。央视农业农村频道于2019年推出的《田间示范秀》通过精心策划、精挑选题，找准需求、重塑风格，精巧设计、创新表达，增强互动、精细制作，达到了帮助农户破解生产经营难题，传播农业发展新理念的传播效果。本文尝试对上述方面展开分析。

关键词：对农节目 央视改革 精挑选题 创新表达

传统的电视农业科教类节目往往重“科教”而轻“节目”，自然流于单调乏味，单纯宣讲灌输，选题一般局限于种养殖业品种、管理和销售等层面，缺少策划和创意；讲解形式刻板生硬，说教味重，播出形式单调，收视效果欠佳。因此，科教类节目亟待转型，需要从纯粹的生产技术视角，转向对节目如何更好看、传播途径更广、服务效果更佳方面的关注。令人欣喜的是，2019年9月23日央视农业农村频道（CCTV-17）正式开播。全新的农业农村频道增加了很多新面孔节目，其中就有号称国内唯一的帮扶类真人秀栏目《田间示范秀》，让人眼前为之一亮。这一帮扶类真人秀对农栏目，正是由之前原央视农业频道（CCTV-7）的农民科技教育培训节目《农广天地》变身而来，由中央农业广播电视学校和中国农民体育协会制作，从一档传播农技的科教类节目，转型成农技帮扶类节目，《田间示范秀》实现了大跨度的转型。节目通过编导走访遇到生产难题的求助农户和创新创业创富的高素质农民，在节目中以抽丝剥茧的方式，展示两种类型农民群体的真实情境，产生强烈的对比效果，从而启发、引导和帮助农户改技术、转观念，一改以往科

教类节目的刻板模式，实现了科教类节目的成功转型。本文从探求电视农业科教类节目的转型路径，对《田间示范秀》的成功要素试作分析，以期取得对同类节目变革的启示。

一、精心选题，统一流程

《田间示范秀》每周一至周五于央视农业农村频道12:30首播，每天还有两次重播，每期节目45分钟，相当于一集电视剧。时间这么长的节目如果不经过精心的策划制作，不能做到层次分明，带着问题一步步推进，观众会很难有兴致完整收看。因此，制作一档大型的科教类节目要注意很多环节。

（一）精选有代表性的选题

因为要展现实际帮扶效果和最终得到比较好的反馈，每期《田间示范秀》节目的拍摄周期比较长，有时候跨度达几个月。节目采编人员在拍摄前期就要做大量的排摸、调查、核实工作，精心挑选有代表性的题材，对某地农业生产中存在较为普遍的问题进行分析思考。在确定要帮扶的求助农户后，还要选定合适的参与帮扶节目的另一位主角——有着丰富经验并且自己做得比较成功的乡土专家，最好这个专家身上故事性也很强，有着起起伏伏的创业历程。通过前期详尽的沟通协调后，明确拍摄流程，为顺利完成节目打下良好基础。只有选题精准，前期加强沟通策划，拍摄时才会得心应手比较畅顺。

（二）节目采编风格统一

在节目开办之初，针对节目的宗旨和最终展现效果设计好统一的节目方案，有利于编导明确前期的采访任务和后期的制作流程，最终形成一套成熟的采编流程，统一节目风格，帮助观众养成节目收视习惯。《田间示范秀》的基本流程是这样的：节目中编导化身“帮小哥”或“帮小妹”，到求助农户那里询问求助原因，

在节目中展示农户碰到的一大堆麻烦，明确帮扶需求；接着，节目组寻找附近同类型的、有丰富经验的乡土专家，并请专家到现场通过“望闻问切”等方法，仔细查看询问，帮助农户找出存在问题的各种原因；然后再带着农户到乡土专家的基地，通过专家介绍和农户自身感受，找到一整套合理、有效的做法；农户在专家的帮助下再回到自己基地进行全面整改。不管农户求助的是品种选择、管理措施还是营销理念方面的问题，通过“帮小哥”“帮小妹”和乡土专家的一点点启发，面对面、手把手地帮教，农户碰到的很多难题也就迎刃而解，最终取得比较好的帮扶效果。比如，2020年4月16日播出的《橘园重生记》里，在“帮小哥”的牵线下，种了2000亩橘子的大户、乡土专家聂雄辉帮助盲目种橘的农户陈小青找到橘子品质低、销路差的原因，并最终指导他进行橘树整枝修剪、嫁接新品种等方面的橘园改造；4月17日播出的《鸽棚里的秘密》，在“帮小妹”的努力下，有丰富养鸽经验的乡土专家徐明凯帮助鸽子死亡率高、孵化率低的肉鸽养殖户孙俊涛找到连续亏损的原因，并提供材料帮助搭建新鸽棚、手把手教科学管理方法。这两期节目虽然由不同的编导操作，但节目进程很接近，节目风格非常统一。

二、采编详尽，制作精细

一个成熟的节目有一套较为统一的采编流程，但对农节目选题差异性大，项目拍摄难度不同，采访对象农民的语言表达能力和镜头前的状态也不尽相同，采访效果差异较大。这就需要采编人员现场采访拍摄尽可能详尽透彻，以利于后期剪辑制作。

（一）前期熟悉题材，编导心中有数

作为采访核心，编导对题材是否熟悉，能否找到选题的要害，直接决定了节目的成败。所以在采访拍摄之前，编导一定要通过各种途径了解题材的背景、人物的诉求和真实想法、创业经历等，跟采访对象在前期多加沟通，把节目的拍摄目的和过程尽量说明白，有助于采访对象的配合。《田间示范秀》在前期题材的选择和把控上比较有代表性。编导也比较舍得花时间熟悉自己要拍摄的题材，特别是要拍两种

类型的人物故事和创业背景，花费时间就比较长。只有熟悉题材后，编导在前期采访的时候才能够做到游刃有余。《橘园重生记》里“帮小哥”在节目一开始了解到求助农户陈小青只想让节目帮忙找销路，就专门设计了出境外景和旁白，为后面节目改变农户的营销理念预先埋下了伏笔。

（二）巧妙设计问题，善于制造悬念

在采访现场，编导要做到心中有数，提出哪些问题、哪几个环节作为重点需要详细询问和拍摄；哪里可以设置矛盾冲突点；怎样对比才会出亮点等，都需要事先策划设计好，采访时提问才会有针对性，从而凸显节目要表达的重点。在节目《鸽棚里的秘密》中，“帮小妹”一开始跟养殖户孙俊涛及孙母拉家常，特别提到了节目中从未出现的孙俊涛妻子的情况，原来因为养鸽效益不好，孙妻劳务输出出国打工去了，看似孙妻在节目中的份量不重，但问题设计得合情合理，节目最后“帮小妹”特别提到了希望通过帮扶，孙俊涛养肉鸽能产生比较好的效益，孙妻就不用外出打工了，一家人可以团聚一起共同管理鸽子，节目的温情指数暴涨。看到这里才意识到，编导在节目一开始的拉家常是有意识地做铺垫和预安排。2020年4月20日播出的《绿色防虫必杀技》中，“帮小哥”询问乡土专家预防石榴钻心虫危害的方法，乡土专家开始在田间闷头和泥，“帮小哥”一直在追问做什么，专家却一直在卖关子，为节目制造了悬念，这样的采访设计趣味性比较强，观众特别想看到后面到底会发生怎样的故事，于是不知不觉会被吸引着继续往下看。

（三）深入熟悉情境，采访扎实详细

对农节目采访对象大部分是农民，他们接受采访时词不达意或者紧张导致表述不到位的情况十分常见。为了让他们把问题说透，采访时要注意把农民放在他们最熟悉的场景中，在采访对象最放松自然的状态下聊天，才能产生最好的采访效果。同时，节目中涉及农业生产品种、技术管理、市场营销等内容所占比例一般都比较大，这些内容专业性比较强，就怕节目中说不透、看不懂，所以采访一定要详细、扎实。《田间示范秀》的大部分节目在展示农户

碰到的困难时，采访特别详细，时间也比较长，目的就是让观众看明白搞清楚，可以和后面专家的介绍做对比。在《橘园重生记》中，求助农户陈小青一开始只想着给自己的橘子找销路，却没细想自己的橘子品质差、价格卖不高甚至没人要的原因。这也反映了大部分小散农户的生产现状和普遍心理。乡土专家聂雄辉被请过来看了橘园后，对橘园的现状“痛心疾首”，一幅“恨铁不成钢”的样子，连连表示“我也没办法”，甚至想甩手不干。这两段采访特别详细，在熟悉的情境中，他们也特别能说，产生了非常强的冲突效果，为后面的帮扶做足了铺垫。

（四）拍摄全面细致，表达丰富生动

电视对农节目的拍摄要深入田头地角、或者大棚池塘，采访环境差异性大，拍摄难度也比较大，而且节目团队人数少，所以拍摄任务特别重，在采访时需要摄像和编导互相配合和提醒。除了一些常规的拍摄手段，比如航拍、大小镜头的衔接等之外，采访拍摄时也要尽量做到全面细致，特别是对一些细节的捕捉，非常考验摄像的能力。《橘园重生记》中，求助农户因为不善于管理被乡土专家劈头盖脸一顿“骂”，农户的脸色都变了，非常不自在，摄像就捕捉到了这个细节，镜头十分生动。《鸽棚里的秘密》中，农户到专家的鸽场参观，看到专家的科学管理、鸽舍的合理布置以及健壮的鸽群，眼神中流露出的兴奋、羡慕和渴望也被摄像拍到了特写镜头里。这些真情流露的细节镜头的运用，大大增强了节目的效果。

（五）后期制作精细，节目内容精炼

跟所有的电视节目一样，对农节目也需要精细的剪辑、精致的后期包装，这是在策划阶段就必然要认真细致考虑的问题。一套优秀的包装，无疑会使节目宣传效果倍增，对提升节目内涵起到很大的帮助。农业节目中涉及的生产常识、节目没说透的技术、需要重点提醒的问题，都可以通过后期制作来弥补。《田间示范秀》中的后期包装采用频道常用的金色和绿色为主色调，除了片头、片花、挂角、游走字幕外，节目中只要碰到知识点，都采用“小贴士”的方式，通过动画或文字结合画面做重点补充，丰富节目内容。观众通过这些动画、图表、数

据等，进一步走进农村、认识农业、了解农民，提升科学素养。

三、融合传播，增强互动

新媒体以其丰富的形式、快捷的互动、传播推广便捷等优势，成为大众接收信息不可或缺的主要通道。融媒体时代，电视对农节目要更加重视与观众的实时互动，方便观众更好地参与到节目的制作与传播流程中，提升观众的参与感、体验感与满足感。《田间示范秀》除了在央视网络、农视网、PC客户端、手机APP上可以实时收看或点播之外，也有自己的公众号，每天在12:30-14:00邀请专家在线解答。这种直接的互动和帮扶，从根源上帮助农户解决了问题、改变了观念，农户不需要出门就可以得到全国最顶级的权威专家解答，互动效果也比较好。同时，农户如有求助，可以拿起手机通过微信小程序填写求助信息，门槛低、速度快。节目组也可以迅速便捷地获取和收集信息，从而确定帮扶对象和项目。融合传播的方式互动性强，传播途径广，节目的服务性和影响力也得到了进一步提升。

农业科教类节目要实现更好的传播效果，节目形式和风格必须进行改变，才能适应多层次电视观众的需求。《田间示范秀》正是通过全新的策划与包装，节目在真实、直观、趣味的形态下，以思路清晰、层层递进、故事性强、对比显著等吸引了观众。节目的说教味少了，趣味性强了，可看性也提高了。虽然外在形式改变了，但核心的服务内容并没有改变。节目通过乡土专家田间地头传授关键技术，破解农户的生产经营难题，传播更合理的农业发展理念，带动困境中的小农户与现代农业发展有机对接，实用性非常强，既让农户学会关键技术，也让观众获得有效知识和最新信息。因此，融媒体背景下，农业科教类节目通过积极转型，完全可以做到以更丰富的节目表现形式传播“三农”信息，讲好“三农”故事，破解生产经营难题，宣传现代农业发展新理念。《田间示范秀》以观赏性、娱乐性、实用性的显著特色，成功打造了一个“三农”科教服务的全新交流平台，可以作为样板进行学习借鉴。

（作者单位：平湖市广播电视台）