



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

农民的收视特征与电视媒体的自我调适

时间: 2003-12-27 17:26:58 来源: 中国新闻研究中心 作者: 孔德明 阅读1540次

2003年夏秋之间, 笔者参加长春市农村意识形态领域工作调研组, 历时两个多月, 深入长春市所属10个县(市)区的乡村和农户, 通过座谈、走访、问卷、抽样调查等形式, 对农民群众的文化生活状态和需求进行了调研, 重点了解广大农民观众对电视节目的收视愿望和需求, 以及收视特征, 并就电视媒体如何面向农村, 适应农民需求, 进行自我发展调适, 进行了思考。

长春地区总人口710万, 乡镇以下农村人口400万。农村家庭电视普及率97%以上, 收视方式以无线接收为主, 有线电视入户率不足5%。在回收的2000份问卷中, 在“你的娱乐方式主要有哪些”的问题中, 选择看电视的有1612人, 约占81%。在“你经常收看电视节目吗”的问题中, 回答“是”的有1918人, 约占96%; 不看电视和基本不看电视的只有82人, 所占比重为4%。在看电视的人中, 每周收看电视节目在3小时以下的有121人, 约占看电视人员总数的6%; 每周收看电视节目在7小时以上的有1498人, 约占75%。深入农户访谈中了解到, 绝大多数农民对收看电视节目表现出浓厚的兴趣, 认为在农村新的生产、生活方式下, 收看电视节目可起到了解政策信息、活跃生活的作用。

在回答“你都喜欢收看哪类电视节目”的问题时, 问卷显示排在第一位的是反映自己身边的人和事的节目, 其次是新闻节目, 第三位是电视剧, 第四位是农业科技节目。针对喜欢什么节目的问题, 比较集中的答案是电视剧《刘老根》、二人转, 喜欢的栏目是《乡村四季》、《农村俱乐部》。

对于“你对现在的电视节目是否满意”的问题, 2000份问卷中回答不满意、不太满意的有1402人, 约占70%; 满意、比较满意的有598人, 仅占30%。通过座谈、走访, 归纳起来看, 农民对电视节目现状不满意的原因, 主要有以下几个方面: 一是专门面向农村的电视频道少。中央台农业频道在农村很多地方看不到, 多数地方只能看到吉林电视台的乡村频道。二是专门的农村节目少。多数电视台没有与农村有关的节目, 有的电视台有少量农村节目, 但播出次数少, 内容经常重复。三是农业科技节目很少, 内容不适合本地实际, 播出不及时。四是电视新闻反映的绝大多数是城市内容, 基本上不反映农村, 离农民生活太远。五是播出的电视剧农村现实题材少, 而历史剧、都市言情剧过多。六是针对农村和农民的具有实用性、信息性的广告少。七是农村电视信号普遍不好, 图像不稳定, 有时不清晰。

通过此次调研, 得出这样几点结论。一是农民对电视节目非常关注, 收看电视已经成为当今农民最主要的文化娱乐形式, 甚至是某些农民群众惟一的娱乐方

- 农民工都市的信息孤岛
- 用娱乐的方式教育受众
- 受众分析: 解读与思考
- 中国文学读者群研究
- 张立伟: 论非受众
- 论广播听众调查
- 媒体从视听到互动
- 浅议受众参与
- 传受互构论

式，电视已经成为农民生活中不可缺少的重要组成部分；二是现有电视节目与满足农民要求还有很大差距，农民对现在的电视节目不满意，认为离自己太远；三是农民喜欢收看的电视节目主要是反映自己身边人和事的节目、农业科技节目、新闻节目、电视剧等几类；四是农村受众的节目选择受年龄、性别等因素影响较小，收视分众化特征不明显。

上述几个方面说明，电视媒体的节目，与农村群众的需求还存在着差距和不足，这里有客观方面的原因，有技术上的问题。从电视媒介内部来说，主要的是要端正自身的办台方向，在频道设置、节目生产等几个方面，要面向农业、农村、农民，进行自我改进、发展和调适。

一、树立为农民服务的意识，把关注的目光不局限在城市，也投向农村，进行办台方向的调适

我国是个农业大国，农村面积占国土的绝大部分，农业人口占全国人口的大部分。农民需要电视，是电视节目的忠实观众，需要电视媒体更多地反映他们身边的人和事，传播对他们有用的知识和信息，丰富和娱乐他们的生活。电视媒体作为以传播先进文化为己任的大众传播媒介，要从贯彻“三个代表”重要思想的要求出发，切实承担起满足农民观众的收视愿望和需求的重要使命。

扭转重城轻乡的思想观念。在关注城市受众的同时，也要从广大农民群众的愿望和需求出发办好对农节目，加强和改进面向农村的电视节目，实现电视节目城乡一体化发展，为加强农村文化建设，推进农村小康社会建设步伐做出贡献。

树立为农村、农业、农民服务的思想。立足服务“三农”，推进“三农”问题的解决，在传播信息、知识，丰富、娱乐农民生活的同时，增强对农业生产的关注和引导，增强对农业结构调整和农村工业化进程的报道，增强对农村致富项目和致富典型的宣传，增强对农村生活和农民生活状态的反映与关注，更多体现对农民的感情和人文关怀。

坚持深入实际、深入生活、深入群众的作风。调动和组织广大电视工作者坚持经常深入到农村生产生活一线，与农民群众融为一体，用真情实感采制电视节目，努力增强节目的贴近性、针对性，增强感染力。

二、从城乡不同收视群体特点出发，科学规划面向农村的电视频道，进行电视频道的调适

在电视收视分众化趋势越来越明显的今天，一般的电视媒体在研究收视对象时，往往考虑的是受众的年龄、性别、职业、爱好等因素，考虑社会生活中的不同领域，如政治、经济、文化、体育、影视等，而很少考虑受众因所处地域的差异而产生的不同收视特点，尤其是城市和乡村两大不同地域受众的不同需求。实际上，在研究频道定位时应更多考虑收视区域。从这一角度出发确定频道定位，除中央台要立足全国收视市场以外，一般地方电视台的收视群体有几个不同的层次，需要争取的受众主要集中在几个不同的方面。节目追求覆盖全国部分城市受众，其覆盖面取决于节目是否上星和落地的情况；另一个是一定区域内城市受众；再有就是一定区域内农村受众。其开办电视频道应主要从这三个受众群体出发。要利用好有限的频道资源，面向农村受众，开办专门的农村、农业、农民频道，并注意把握好几个方面。

一是频道的定位要姓“农”。要立足于突出农业、反映农村、贴近农民，作好频道的定位，搞好频道的规划和设置，使频道具有浓郁的“农”字号特色，做

好“农”字号文章。

二是节目的配置要属“农”。在频道配置和安排上符合农民的需求和口味，具有浓郁的农村特色，以农民为主要收视对象的节目，要注意在满足农民需要的同时，通过特色鲜明的节目配置彰显频道特色。

三是节目的播出和编排要利“农”。节目播出的时间和流程要符合农村生产实际。可以根据农村的实际情况安排节目的播出时间，比如在农忙时缩短播出时间，停止白天播出，在农闲时加大节目播出量，根据农村生产的不同要求，在不同季节播出不同的农业科技知识类节目。

三、从农民的收视愿望和特征出发，办好对农节目，做好电视节目的调适

电视媒体播出电视节目要坚持引进节目与生产节目相结合。争取题材与农村生活接近，内容丰富，形式多样。增加农民喜爱的电视剧、综艺节目、农业科技节目的引进，满足农民相对广泛的收视需要。同时，坚持从实际出发，办好对农节目。

节目内容通俗易懂实用，贴近农民实际需求。节目内容要贴近农民生活实际和农村生活实际，努力反映农民身边的人和事，反映农民群众的思想感情和喜怒哀乐，关注他们的生活状态，反映生产生活中的热点问题，让农民觉得内容有益、有用。

节目的形式朴实无华，贴近农村生活实际。选择符合农村实际、符合农民口味的节目风格和样式，在节目包装、编排结构、语言风格、主持特色等方面贴近农民的生活，增加节目的亲切感和亲和力，避免华而不实、脱离群众。

重点办好针对性强的专项节目，贴近农业生产实际。办好政策答疑解惑类节目，围绕农民关心的热点、难点问题宣传和沟通。结合农业生产时间和特点，做好一般性的生产指导性节目和种植、养殖、加工等专业农业科技节目。开掘和办好具有本地特色和浓郁乡土风情的文艺节目，更好地满足农民的需要，丰富农民群众的生活。

四、在强化对农节目中处理问题、解决矛盾，作好电视媒体的自我发展调适

解决农民需求大与农村节目生产能力低的矛盾。农民群众对电视节目的需求是非常大的，从我国的实际来看，多数电视媒体生产的节目尤其是适合农民观众需求的电视节目量还很有限，要真正满足他们的收视愿望和需求还有很多工作要做。一方面要加强专业性对农节目的生产，同时要加强农民喜爱节目的引进，做好电视媒体之间的联合与合作，加强节目的交流与交换。培育和扶持生产对农节目的电视节目生产机构和节目公司，培育相关节目市场。

解决对农节目投入过大与回报率过低的矛盾。生产对农电视节目，面临很多具体问题，因城市远离乡村、拍摄制作条件较差、采编人员不熟悉农村等因素，节目制作成本会相应加大，支撑一个对农栏目尤其是面向农村的专业频道需要很多的人力、物力、财力投入。由于农村消费水平相对较低，广告业主一般很少向面向农村的节目投入广告，收益非常有限，电视媒体在走向市场的过程中，又必须考虑经济效益。因而，过大的投入与较少的收益会制约和影响农村专业频道和对农节目的发展与建设。要解决这一矛盾，一方面是要用好国家关于对农宣传的有关优惠政策，争取得到国家政策、财力的扶持与支持。另一方面要积极开发农

村广告市场，做好农副产品的广告宣传策划，做好种子、化肥、农药、农业机械等农用品和农产品广告市场的发掘和培育，同时也要努力控制和压缩节目生产运营成本。

解决农民对收视效果的较高要求与农村电视传输实际效果不好的矛盾。要加快技术改造，增加发射功率，改善发射装置，增强农村电视节目信号。加强技术更新和改造，做好传输设备的养护，加强传输设施的建设。要从农村实际出发，适度开发建设有线电视网络，适当安装卫星接收系统，改善农村电视节目信号，提高节目传输质量，取得更好的收视效果。

(作者是长春电视台副台长、博士)

文章管理: web@cddc.net (共计 2723 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 电视媒体

- [中国电视媒体网站内容模式研究 \(2007-3-28\)](#)
- [电视媒体的“网上发展” \(2005-1-18\)](#)
- [电视媒体未来的受众模式 \(2004-12-23\)](#)
- [电视媒体：2004的风雨冷暖 \(2004-12-21\)](#)
- [体制下的电视媒体如何突破 \(2004-11-13\)](#)

[>>更多](#)

农民收视特征与电视媒体的自我调适 [会员评论\[共 2 篇\]](#)

 [农民最需要信息，最需要娱乐、消遣，提高生活质量](#) [bol ei 8193于2004-1-22发表]

 [要重视农民，这样才是电视工作者真正实践三个代表重要思想。](#) [bol ei 8193于2004-1-22发表]

我要评论

会员名

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ [版权所有](#) ◆ [不得转载](#) ◆ [Copyright © 2001--2009 www.cddc.net](#)
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像.如有违反，追究法律责任.