

# 紧扣“三农”发展热点 提升对农栏目品质

——2020年度浙江省广播电视对农节目服务工程建设考核广播组情况综述

周玉兰

浙江省2020年度广播电视对农栏目服务工程建设考核暨优秀对农栏目奖（广播组）评奖对全省78家播出机构的广播对农栏目进行了抽查考核。考核分别从栏目时长、每周栏目数量、周播出时长、播出时间、重播次数、开办时间、采编人数及与当地政府的农口等部门合作情况等几个层面展开。在2020年度全省广播电视对农节目服务工程建设广播对农栏目开办情况考核

中，评审专家组评出16个优秀奖、16个鼓励奖；同时评出全省优秀广播对农栏目一等奖2名、二等奖3名、三等奖4名。

## 一、主要特点

抽评发现，我省对农栏目的整体状况良好，自办对农栏目的数量总体达标，质量水准与去年持平，其中原创对农节目紧扣“三农”发展趋势，对农村真问题的挖掘报道有深度、有思

考，栏目的整体编排鲜活灵动，信息量大，播出符合规范。

(一) 紧扣国家发展潮流和趋势，主题策划报道体现“三农”特色。今年“十三五”规划将圆满收官，我省也将高水平全面建成小康社会。“我们的小康生活”“绿水青山就是金山银山”理念15周年纪念、对口支援精准扶贫等主题策划比较集中地出现在抽评样本中，栏目将这些国家发展的宏大主题精细地设计成了一个鲜活的小版块，全面地展示了我省农村全面小康社会建设进程中水秀山青、乡村美丽、人民富裕的面貌。对农栏目在重大主题策划报道中紧扣“三农”的角度和特色，将国家的发展主题与“三农”题材紧密地结合在一起，采制出了一批质量上乘的报道。安吉广播电视台《农村新天地》栏目《喜获新生活的贵州“谭大姐”》就是其中的代表，记者深入贵州普安县贫困户谭化爱家，将她家因种植安吉白茶而实现脱贫的故事呈现在节目中，广播录音报道现场音响丰富，采访交流自然，大姐爽朗的笑声生动感人，报道特别好地将国家精准扶贫重大战略及我省东西部协作的成果展现出来。国家发展大势与“三农”策划微结合还体现在农村新鲜事的展示方面。桐庐广播电视台《田园之声》栏目记者全程记录了韵达5G无人机给偏远山村百姓送快递的现场，将5G引领数字乡村生活鲜活地展示给听众。农村新鲜事同时也是国家的新鲜事，数字化发展的潮流和趋势体现在偏远山村，还有农副产品直播带货、电商物流发展等等，对农栏目紧扣上述国家发展进步的潮流趋势，各地结合自身的特色和实际，采制出了颇富本地风格的“三农”特色节目。

(二) 突出深度调查报道的张力，发现挖掘农村真问题。深度报道是对农栏目资讯、观点、服务三大指向中体现观点的部分，抽评栏目中深度报道发挥自身深入观察思考社会现象和问题的优势长处，紧扣“三农”新现象中蕴含的前沿问题及矛盾，进行了富有创见性的报道，突出了深度调查文体的报道张力，积极发现挖掘农村真问题并对此进行了有价值有意义的思考。温州广播电视台《乡土温州》栏目对工商资本怎样才能真正扎根乡土、服务“三农”

进行了深度调查，非常具有启示意义。记者选取了社会资本投资农业的两个典型案例进行对比分析：一个是多地一哄而上种植马鞭草发展观光农业，另一个是精选种苗差异化种植水果小番茄，进而对社会资本如何投入乡村振兴进行了剖析，报道实地探访了两个项目的负责人、村干部、当地新农村建设指导中心主任、研究专家等等，将农业投资大、见效慢，社会资本投入必须经过严密论证，避免同质化投资，产业可持续性发展，政府的政策引导等核心关键问题进行了层次清晰、颇具说服力的调查分析，对“资本下乡”社会热点进行了理性探索，具有前瞻性和现实意义。安吉广播电视台《农村新天地》则详细调查了在全省颇具影响力的鲁家村职业经理人辞职事件的前因后果，在深入分析“村庄职业经理人”这一新鲜事物在农村产业发展中的优劣得失之后，探寻了这个新兴职业在农村实际工作中面临的问题、挑战和困境，为安吉乃至全省推广乡村职业经理人提供有益的借鉴。长兴广播电视台《乡村节节高》栏目围绕乡村矛盾调解中心队伍结构老化，老兵遇到新问题，给矛盾调解中心的工作顺利开展带来很大被动等现实困境，深入调研广泛采访，将乡村矛盾调解中心新老交接的问题实质及解决问题的思路进行了比较扎实地表现，报道引起当地党委政府关注，使得问题得以合理解决。上述案例较为清晰地表现了对农节目深度报道版块发挥自身深入采访、深入调查、多元观点分析碰撞的特征，紧抓“三农”现实矛盾和真问题，探寻解决问题的路径，清晰表达了对农栏目的观点和倾向性，有效增加了“对农杂志”的信息量。

(三) 栏目编排有章法，解说音乐音响的调动和使用有机生动。对农栏目以“杂志型”编排为主，信息资讯、典型个案、深度调查、农事服务四大主题构成了栏目的常用结构。这些组合灵活多变，开题立论丰富多彩：信息资讯、农事服务避免了平铺直叙，核心要点有采访有同期声有悬念设计，男女声对播声音元素多变，广播节目“抓耳朵”方面花费了较多的心思。作为最具对象性特色的节目类型，评审专家认为对农栏目编排层次分明，版块构成合理，对

农核心定位明晰,农技农情主题表现到位,打造了符合设计定位的优秀栏目。广播对农栏目最为核心的构成要素就是解说、采访同期声、音乐、音响等,诸多要素如何在各节目版块中自如使用,直接决定了一档栏目的听觉感受和节目影响力。兰溪台《兰溪新农村》报道了一位返乡养牛的27岁“小牛倌”,这篇报道可以说是声音元素使用非常有特色的节目。报道抛开了传统的采访+解说报道模式,让主人公郑广盛以第一人称出镜,用非常自然的聊天谈话的语言,讲述了自己在养牛道路上的艰辛,同时也表达了一位90后农人对养殖业的热爱和追求。报道契合了当下受众更易接受的“面对面交谈”的心理,灵活使用声音元素,营造出人物自述的拟态传播环境。海宁市广播电视台《阿林哥说农村》也有一篇对声音元素使用较好的报道,节目中种粮大户殷国仙与记者朋友般的聊天谈话,将自己半生种粮的心路历程表露无疑,多段采访同期声真诚、朴实、生动,浑然天成,是一篇紧贴百姓视角的报道,很有感染力。人物自述,贴身采访表现,节目报道写法上的细微变化带来的是新闻语态的变化、报道侧重点的变化,也是以受众为中心的传播观念的变化,贴近百姓信息需求的变化,采访写作思路带了解说、音乐、音响的调动和使用方式的整体变化,让报道更为深入生动。

## 二、考核发现的主要问题

县级广播电视台作为直接面向“三农”的基层广电播出机构,要充分发挥对农宣传主阵

地的重要作用,为当地“三农”工作提供服务和支撑。但从全省总体发展状况来考察,评审组也发现以下亟需引起重视的问题。

(一)全省对农栏目整体发展不均衡,两极分化严重,各地需要督促广播对农栏目的规范和发展。考核优秀的对农栏目其时长、栏目数量、周播出时长、播出时间、重播次数、开办时间、采编人数及与当地政府的农口等部门合作情况等几个层面都表现出了非常强的实力,获评优秀实至名归。

但是,与“各市县广播电视台每周自办对农栏目广播电视各3档以上,广播每周播出时长不少于60分钟(不含重播)”的规定要求相比,相当一批市县台刚刚达标,达标台的数量达到了15个,在所有78个抽评播出机构中占比19.23%,近二成刚刚及格;另外还有三个市县台并没有达到规范要求,其中栏目时长以及周播出时长双双不达标,其周播出时长仅为45分钟,与周播出时长475分钟的金华台相比,形成鲜明对比。全省对农栏目整体发展不均衡,两极分化严重,在硬性的规范指标方面已经形成了较大差距,而在较为软性的节目质量及创新表现手段上更是形成较大落差,各地区均需进一步督促广播对农栏目的规范和发展。

(二)一些媒体对广播对农栏目重视投入不足,在媒介融合之后放弃广播主体地位,广播阵地的坚守意识不强。一些媒体的广播对农栏目总体重视投入程度不足,相当多的栏目只有1名工作人员,亟需扩充对农采编队伍,进一

附表:我省优秀对农栏目播出数据表(每周播出时长210分钟以上排序)

序号	周播出时长	每周档数	节目时长(分钟)	台名	评审级别
1	475	17	83	金华台	优秀
2	350	14	80	温州台	优秀
3	300	5	60	浙江之声	省级
4	230	9	70	海宁台	优秀
5	210	7	30	桐庐台	优秀
6	210	7	30	平阳台	优秀
7	210	6	35	玉环台	优秀
8	210	7	30	青田台	优秀

步提升节目质量和内涵的打造。另一方面,也有播出机构栏目设置人员4人,但是每周只有15分钟的原创节目,人员的采编制作效率过低,存在人员效度的浪费,上述两种状况都说明对农栏目自身的资源调动、建设投入存在问题。对于一档对农栏目而言,有了充足的采编力量,才能对“三农”发展的推进有更深入的关注和了解,对农业现代化新型主体有深刻的把握,否则很难将对农节目做好做深做透。还有一些县级融媒体中心在媒介融合之后放弃了广播的主体地位,做成了电视的有声版,忽略了广播听众在听觉上的信息需求,对广播媒体渠道的阵地意识不强,放弃了一种很有影响力并大有可为的传播媒介,需引起高度重视。我们要进一步重视县级融媒体中心作为直接面向“三农”的基层播出机构的地位,充分发挥其对农宣传主阵地的重要作用,坚守底线意识,投入资源增加本地广播对农节目的原创性和影响力。

(三)采编制作的态度有待提升,新入行记者编辑思想业务素养亟需培养。该问题的表现主要体现在几个方面,首先就是对广播对农栏目规范及创优认识不充分,态度不积极,对优秀对农栏目的本质内涵也不够明晰,对“三农”题材采编报道不敏感,不能够从中提取好的创作线索和新的主题,在选题创作时不能够轻装上阵,举重若轻;对受众的要求、喜好、态度、选择、反应还不能内化成为节目传播中非常重要的环节,在节目生产过程中还不够关心受众的需求,为栏目的策划设计采制转变生产观念。新入行的记者编辑思想业务素养亟需提升,主要表现在报道典型选取不当。如下山脱贫花56万买房的报道对象,典型人物明显选取不当,再如娶外国妻子的脱贫典型也明显含有猎奇倾向,说明主创人员在采访报道时的思想观念及价值取向都存在问题,需要进一步梳理。一些广播对农节目主播的播音状态还存在问题,播报方式显得缓慢沉闷,信息量不足,节目的影响力感染力都受到影响。

### 三、下一步工作改进建议

对农栏目纳入新闻奖的评奖,对媒体的记

者编辑而言是一个很好的机会,也提供了广阔的创作空间,特殊的鼓励和扶持政策的初衷就是鼓励做大做强对农栏目,关注“三农”发展的前沿,关注“三农”的创新实践。为此提出以下几点建议:

(一)督促广播对农栏目的规范和发展,调动各种资源紧跟“三农”发展步伐。各地要在对农栏目采制过程中认真研究法定文件,根据文件规范的要求进行创制,明晰对农栏目的规范和创优思路,提升节目的品质,发挥出优秀对农栏目的示范作用。要精细观摩历届获奖栏目的优势特征,调动政府、社会、媒体的多种资源紧跟国家“三农”的发展步伐,主动适应广播电视表现方式不断发展变化的趋势以及观众不断提升的欣赏品位,吸收新媒体受众心理把握精细的优势长处,对栏目整体形式、内部表现手法、技术手段等等创新体现,主动策划,提升栏目的品质。

(二)加大对农栏目投入,坚守广播底线意识。全媒体时代,每一种传播方式都有其不可替代的优势长处,广播的魅力在碎片化时代更具吸引力。如何在广播对农栏目中遵循“好听又实用”的原则宗旨,在轻、快、短、活的氛围中完成“三农”信息资讯、典型人物和农事服务的传播,使用诙谐幽默、亲近风趣的语言,有趣地传递“三农”信息,是媒介融合时代对广播人提出的课题。建议加大对农栏目的投入,发挥出广播渠道的传播优势,坚守广播底线意识,发挥出对农栏目时新性、实用性的核心特征。

(三)加强对新入行记者编辑思想业务素养培养提升。要从理论基础到业务素质等多方面,加强对新入行记者编辑思想业务能力的培养提升,增加对“三农”话题的了解和理解,选准典型人物和典型案例,提升节目的信息量,适当更新增加广播节目表现要素,以积极、活泼的语态做好对农服务。主播加强节目备播,提升对农栏目的声音表现能力,增加节目的吸引力和感染力,满足受众需求,注重“三农”信息服务,助推内容品质提升。

(作者单位:浙江传媒学院)