

# 强力发挥传统媒体服务社会功能

## ——2020年度浙江省广播电视节目奖服务类节目评选综述

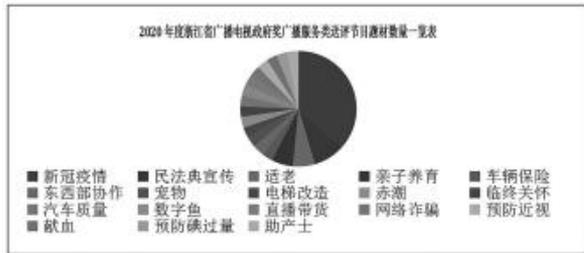
周玉兰

受疫情影响推迟评审的2020年度省广播电视节目奖服务类节目评选已顺利结束。本次浙江省广播电视节目奖服务类节目评选共收到33件参评作品，其中广播类评审作品18件，电视类评审作品15件，作品来源涵盖浙江广电集团各频道频率及11地市广播电视台（集团）。本次评选分设广播电视单项各一、二、三等奖，其中广播类作品一等奖2件，二等奖3件，三等奖3件，电视类作品一等奖1件，二等奖3件，三等奖4件。

### 一、参评作品简析

本次评奖收到的33件作品其题材分类表现如下：新冠疫情类送评12篇，在全部33部作品中占比37%；民法典宣传类送评3篇，占比9%；适老、亲子养育类各送评2篇，分别占比6%；车辆保险新规、东西部扶贫协作、宠物旅行、电梯改造、赤潮影响、临终关怀、汽车质量、数

字鱼、直播带货、网络诈骗、预防近视、献血、预防碘过量、助产士等各1篇，分别占比3%。如下图所示：



2020年度，抗击新冠肺炎疫情是时代大背景中最为显性的主题，在漫长的防控进程中，面对每天不断变化的疫情数据，纷繁复杂的防病抗病信息，广播电视作为传统媒体一直坚守宣传阵地，强化自身引导舆论、服务社会的核心功能，为公众答疑解惑，正本清源，向社会递交了一份满意合格的答卷。与此相应，新冠

疫情防控类话题也成为了2020年度广播电视服务类节目最为显性的题材指向：33部上送作品中一共有12件相关，占比接近1/4。在全年防控疫情的曲折历程中，全省广播电视媒体策划推出了一大批及时有效、服务到位、坚定信心的节目，包括来自防控一线医疗专家的答疑解惑，疫情防护中病毒、疫情、疫苗接种、心理防护等方面的健康知识传播、疫情背景下的校园生活、各地适时推出的健康码、安心码、放心码等创新防控手段等方面。媒体作为国家应急响应中重要的一环，在重大公共安全事件发生过程中，主动出击，及时反应，采编制作了一大批广播电视音视频节目。这些节目在疫情期间发挥了稳形势、齐民意、传知识、定民心的重要作用，为我省疫情防控做出了不可磨灭的贡献。

参评节目中《民法典》相关宣传也比较突出。2021年开始施行的《民法典》是我国法治建设领域中的一件大事，涵盖普通人生老病死等家庭生活的方方面面。为了扩大这部百科全书式法律的全民知晓率，2020年度围绕民法典的宣传，多家媒体都进行了尝试和努力，玉环县广播电视台《“民法典”来了》、杭州市广播电视台《立遗嘱有学问》就是其中的代表作品。玉环台使用虚拟人物“小明”从出生到去世可能遭遇的法律问题进行比较丰富的释疑解惑，将普法功能融会在具体案例中，形式生动活泼；杭州台的作品则结合原有栏目的典型案例进行细致的解读，令人印象深刻。

适老与亲子养育也是2020年度的热门话题。随着我国老龄人口数量的快速增长，如何善待老人，让他们更加适应时代的步伐，帮助他们越过“数字鸿沟”成了服务类节目一个比较显性的题材。疫情期间漫长的居家“亲子陪伴”隔离如何在加深亲子感情的同时避免孩子学习拖延造成的亲子矛盾是采编人员关心的主题，嘉兴台选送的节目为此提供了应对的思路和技巧，让父母们获得了启发。浙江电视台少儿频道选送的节目则以2020年公民同招新政全面落地为背景，针对家长和孩子读公办、还是摇民办的焦虑，邀请中学

校长为家长分析支招，理论结合实践，内容实用，服务性强。

2020年度其他参评节目题材类别分别为车辆保险新规、东西部扶贫协作、宠物旅行、电梯改造、赤潮影响、临终关怀、汽车质量、数字鱼、直播带货、网络诈骗、预防近视、献血、预防碘过量、助产士等多个大类，紧密贴近百姓日常生活，比较好地体现出了服务类节目的内涵和特色。

## 二、获奖作品简析

本次浙江省广播电视节目奖服务类节目收到的33件参评作品中有17件作品分获一、二、三等奖奖项，作品获奖率为51.51%；其中广播类获奖作品9件，占比52.9%；电视类获奖作品8件，占比47.1%。

在各题材类别获奖率方面，新冠疫情类7篇获奖，获奖率41.2%，占比四成还多；亲子养育、民法典宣传各2篇获奖，获奖率分别是11.80%；车辆保险新规、直播带货、网络诈骗、赤潮影响、献血、数字鱼均各1篇获奖，获奖率分别为5.88%。

在重大突发公共事件发生的时候，广播电视服务类节目的社会功能是什么？紧扣大时代背景，发挥广播电视服务类节目贴近性、实用性、服务性强的传播优势，以最亲民的方式进行传播，实现媒介服务功能。2020年度服务类节目获奖作品紧扣防控疫情服务、亲子养育、民法典宣传服务、适老服务、汽车服务等，在这些题材的内容基础上体现出服务节目的特长。在节目的策划、采制的原创期发挥出服务类节目的传播优势和表现技巧，稳定民心，减少恐慌，答疑释惑，作品获奖顺理成章。

浙江之声选送的广播一等奖获奖作品《新冠疫苗来了》在2020年12月29日我省召开新冠肺炎疫情防控发布会宣布我省疫苗接种总体方案的大背景下，第一时间联系国家卫健委、中国疾病预防控制中心和省疾控中心专家，从不同层面和角度设计节目形态，一一解答大家关心的各类疫苗问题，并针对元旦、春节出行和聚餐等给出指导建议，权威及时，信息量大，实用性强。节目最大的特色就在于紧扣民众疫苗接种的层层疑问进行有针对性

的权威解答，在最短的时间内为民众信息需求进行针对性供给，节目及时权威。

浙江电台交通之声选送的广播一等奖获奖作品《三问新型冠状病毒！浙江在行动》在2020年初人们对新冠病毒信息极为缺乏的大背景下采制播出，在节目中针对新冠肺炎“是什么——为什么——怎么样”三个核心话题进行了脉络清晰、逻辑严谨的设计。记者们在海采的基础上总结并梳理民众的关切、误解和疑惑，详实细致地解读新冠肺炎的形成机制和传播途径，并通过深入的采访介绍了省内当前现有的防控手段和治理措施，让听众及时、有效、清晰地理解新冠肺炎的方方面面，提高对病毒蔓延传播的警惕和重视，及时打消听众的恐慌情绪，起到了“社会镇定剂”的作用，获得了听众的一致好评。

杭州市广播电视台选送的电视一等奖获奖作品《“防控一线 专家答疑”系列访谈》是在2020年初新冠疫情袭来，疫情紧急、民众情绪恐慌的状况下策划播出的抗疫特别直播节目。该节目设计了“防控一线 专家答疑”系列专访，一方面解答大家关心的热点问题，对一些谣言进行辟谣；另一方面观众可通过手机向专家提问，专家直观释疑。节目用浅显易懂的语言向观众传授了大量专业的预防新冠的知识，通过权威人士的解答，及时回应了大众关切，树立了正确科学的预防新冠的观念。

上述几件作品均为重大公共突发卫生事件发生之后，广播电视传统媒体积极发挥自身功能定位，主动承担高难度信息传播任务，引导社会舆论，安抚民众，传播正确防病治病知识的种种表现，体现了当下服务类节目创新创优的主要趋势——紧扣社会最新热点、难点、焦点，精准体现服务类节目的贴近性和针对性，以扎扎实实的“精准服务”体现出节目的主旨，同时体现题材解读的丰富特征及应对举措。几件作品的服务特质虽各有特色，但在节目的应急策划、采制的丰富层次和精准的针对性方面均发挥出了服务类节目的传播优势和表现技巧，值得嘉许。

### 三、获奖作品简要评析

(一) 紧扣社会最新热点、难点、焦点，精准体现贴近性、针对性和服务性。2020年度社会面临的热点、难点和焦点是突如其来的新冠肺炎疫情给全社会带来的重大影响，即将于2021年施行的民法典的前期宣传推广，老龄化社会中老年人面临的数字鸿沟等。疫情背景下的亲子养育问题和教育改革，车辆保险新政、东西部扶贫协作、宠物旅行、电梯改造、赤潮影响、临终关怀、汽车质量维权、数字鱼、直播带货、网络诈骗、预防近视、献血、预防碘过量、助产士等也都有一定的热度。

服务类节目与一般的新闻报道相比，不但需要紧扣新闻性这个核心特征，同时还需要体现出为受众提供贴近性、针对性服务的特殊需求。我们从获奖作品的关注内容来仔细分析，17件作品都集中体现了精心的策划、贴心的表达和走心的服务意识，正是这些特质使得作品特色鲜明，脱颖而出。

获奖作品的大新闻特质鲜明地体现在时效性上，它们的播出日期无一例外均在热点、焦点正在发生发酵的时间段。面临宣传报道的难点，这些服务类获奖作品迎难而上，精心策划编排，或者使用权威专家的第一手采访音视频答疑解惑，或者调动多种表现手段例如情景剧展示等表现现实典型场景，或者详细提供精准服务以“三问”“十大方法”等条理分明的方式进行颇具针对性的服务。获奖节目对题材进行了精耕细作，表现手段丰富多彩。

(二) 以扎实的“精准服务”体现出节目的核心品质。从获奖作品的总体表现来分析，17件作品都体现出了扎实的“精准服务”。什么是扎实的“精准服务”？其表现一是国家刚刚公布了疫苗接种方案，刚召开了相关新闻发布会，节目就能够通过权威专家为受众提供及时的疫苗介绍和接种信息，让百姓心中五花八门的各种“疑难杂问”都能有相应的答案。二是新型冠状病毒刚刚开始传播，就能够有权威专家在节目中将其“是什么——为什么——怎么样”三个核心话题进行通俗易懂的解答。三是对新冠肺炎的防护迅速有10种简便易操科

学的方法。只有时刻“枕戈待旦”，精细了解和把握受众的精准需求，媒体才能够提供扎实的服务。这种服务就是最适当的信息解读和最贴心的表达方式，当这种扎实的“精准服务”细腻地体现在节目当中时，节目自然能够获得评委们的一致好评。因为具备受众基础，媒体的深度分析关注天然就具备了影响力与贴近性，也最契合当下受众需求，广播电视节目就会收获较大的影响力。

其他获奖作品也都以各自不同的表现方式把握住了服务类节目的核心内涵，创新了表现形式。从节目的整体表现来看，它们最大限度地满足受众日常社会生活的疑虑，带着受众的关切进行有针对性的一一解答。节目既实用又有效，深入挖掘了服务类节目中的传播优势，满足了受众的需求，发挥了服务节目的特长优势，获得评委们的一致好评。

#### 四、送评作品存在的问题

(一) 部分节目对评奖的基本要求不够了解和熟悉，选送的作品不符合规范要求。本次评奖服务类节目有几件作品出现不符合服务类节目规范特征的问题，没有办法参与高级别的奖项竞争，比较遗憾。

出现的主要问题是社教类的节目送评服务类，人物类节目送评服务类，服务性较弱的特别节目送评服务类等。这些作品因为类别不合等原因不能参评高级别奖项，对涉及到的记者编辑而言非常遗憾。本次选送作品中存在的这些问题，不能不说是节目主创人员对广播电视服务类节目创优思想的认识还比较模糊，评奖观念还需提升，准备工作还不够充分。在节目创优过程中，只抓了节目创作本身，忽略了参照评奖要求一一审核规范，比较可惜。

(二) 一些广播电视服务类节目创作手法陈旧，创新创优表现不足。一些广播电视服务类节目创作手法相对落后于其他类别的节目，对于服务类节目丰富多彩的内涵缺乏深入挖掘。创优不积极，一方面表现在以常规节目送评，对优秀服务类节目的本质和内涵的辨析还不够清晰；另一方面是对当下火热沸腾的社会

生活不敏感，不能够从中提取好的创作线索和新的主题。在选题创作时还不能够轻装上阵，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，重视其要求，为服务类节目的策划设计采制转变生产观念，更好地服务受众。

#### 五、对服务类节目创作送评的几点建议

虽然就目前的状况来看，由于先天内容资源欠缺、人才资源短缺、行政资源匮乏、市场空间狭小，再加上传统惯性思维的束缚，服务类节目发展改革存在惰性，我们还是不能因此否定服务类节目的发展和它对满足受众需求所作出的贡献，因此对服务类节目未来的创作送评提出几点建议。

(一) 认真观摩学习服务类节目评奖评优历年获奖作品，取长补短。在服务类节目采制过程中认真研究历年获奖优秀作品，发挥好优秀服务类节目的示范作用，仔细观摩其编创特征，取长补短，理清自身服务类节目的创优思路，提升节目的品质。

清楚了解本年度服务类节目创作的趋势特征，主动适应广播电视节目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，对广播电视服务类节目的整体形式、内部表现手法、技术手段等进行创新体现，主动策划，提升节目的传播价值。

(二) 紧扣社会发展，提升服务类节目的创新服务品质。如何在服务类节目中遵循“好看又实用”的宗旨，使用诙谐幽默、亲近风趣的语言，有趣传递生活技巧、常识和生活理念，传播观众所需要的信息，在行动策略上宜重点发挥出服务类节目时新性、实用性、普遍性的核心特征。

提升服务类节目的表现手段，满足受众需求。无论服务类节目如何发展，服务的目的永远是满足受众的需求，这是该类节目最核心的基础和本质。注重信息服务和用户体验，助推内容转型提升是节目的长期追求。

(作者单位：浙江传媒学院)