

融合传播背景下 对农节目实现多种可能

——2019年度浙江省广播对农节目及活动评选综述

汪晓珺 俞加坤

新中国成立70周年,我省广播事业也经历了70年的发展历程,与广播刚开播时只能依靠电波的线性传播不同,在融合传播的背景下,不断进化着的广播得以让传播内容在多个平台流动,广播服务在多个通道联动。从2019年度我省广播对农节目及活动评选传递出的信息看,最大亮点是,融合传播背景下,我省广播对农节目和对农活动贯彻落实省局《关于进一步做好广播电视对农节目服务工作意见》的要求,充分发挥广播优势,从传播内容、传播形态、传播手段等方面实现了广播媒体服务乡村振兴战略和新时代“三农”工作的诸多可能。

此次评选,共收到广播对农节目46件,评选出获奖作品13件,其中一等奖2件、二等奖4件、三等奖7件,获奖比例28%;收到广播对农活动12件,评选出获奖作品8件,获奖比例67%,其中一等奖1件、二等奖2件、三等奖5件。

一、融媒意识增强 评选亮点纷呈

从评奖情况看,今年我省广播对农节目和对农活动整体质量有所提升,借助融合传播之

力,对农节目新闻性和服务性都有所增强;对农活动内容题材有所拓展,有些活动全省层面参与度高、传播面广,影响力大。

(一)新闻触角敏锐 调查报道扎实

自从2018年中央一号文件首次作出实施“乡村振兴”战略的重大决策部署后,对农节目有了更为明晰的主题方向,融合传播则为对农节目打开了全新的视野,放眼全国,立足当地,对农节目的触角更为敏锐。今年的广播对农节目评选,我们欣喜地看到,有不少节目是围绕乡村治理、生态宜居、乡风文明、产业兴旺和生活富裕方面着手展开报道。比如,安吉广播电视台的《乡村治理在安吉》,非常敏锐地抓住新农村建设中出现的村级财务管理难和垃圾分类的新闻热点,挑选作为“两山理念”诞生地、新农村建设典范的安吉,把高禹村怎么管好村级资金、余村民生议事会上怎么化解村民用水花不花钱的矛盾、横溪坞村垃圾分类怎样做到全国领先的零垃圾村庄三个小故事串联在一起,生动展现安吉在乡村治理体系构建上的一些新做法和好举

措,为全省乃至全国乡村振兴和乡村治理提供鲜活的典型案例。

聚焦乡村治理过程中的村组资金管理难问题,德清县广播电视台的《扎紧“钱袋子”,管住“微权力”——德清县村组资金管理乱象治理调查》则用解剖麻雀的方式,抓住钟管镇的三个村,正面直击农村公款吃喝、挂账成风、集体资金违规存放等老大难问题,通过艰难的调查,还原钟管镇在开展乡村治理工作方面的困难和决心,以及取得的阶段性成效,不回避问题,不畏惧困难,内容鲜活,调查扎实,为乡村治理探索新路子、创造新模式。

这两个节目因为精准聚焦乡村治理过程中的热点、焦点和难点问题,以敏锐的触角、扎实的报道赢得评委们的一致首肯,双双获得对农节目的一等奖。

在这次的评选中,同样能够敏锐抓住乡村振兴过程中热点、焦点、难点问题的新生事物的还有长兴台的《长兴县垃圾分类乡村挑战赛总决赛》、义乌台的《义乌商人的非洲农场梦》、桐庐台的《“草根众筹”重生记》、鄞州台的《百果园里的

“青春风暴”——姚春梅的田园梦》、萧山台的《共享庭院幸福来》、海盐台的《乡村振兴系列调查(三)家庭农场之“困”》、遂昌台的《乡贤村官的乡村振兴“计”》、景宁台的《景宁:好创意告别稻田抛荒 千年高山梯田成“开心农场”》、磐安台的《小伙卖空气 一年收入400万》等等,这些节目或活动,通过记者践行“四力”化诸音频,攻克焦点难点,关注新生事物,富有时代气息,题材各具特色,节目有细节冲突,有创意有策划,饱含深情,可圈可点。

(二)传播形态创新 跨省跨频联动

进入新时代,长三角开发迎来了前所未有的机遇。今年5月,习近平总书记在《关于推动长三角一体化发展有关情况的报告》中,把推动长三角一体化发展确立为党中央的重大发展战略。今年的对农活动评选中,诸暨市广播电视台敏锐地捕捉到了“长三角一体化”这一国家战略,利用融合传播的优势,主动跨出“省门”,联合上海、江苏、安徽等兄弟台,联手推出对农广播融媒体大型跨地行动《长三角·特色小镇1+1》,播出总时间超18小时,创新传播形态,既有传统广播的双向直播,也有新媒体直播;既有录音报道,也有直播连线,形态丰富多样。

值得一提的是,这次大型行动跨越地域联动,以“大三农”视角,关注乡村振兴战略在长三角地区的落地,展现沪苏浙皖四地多个特色小镇壮丽70年的发展成果,积极推进区域合

作,在长三角区域开创了县级媒体引领跨省大行动的先河。

这样的对农活动从创意到布局,从形态到格局,一下子就脱颖而出。

湖州市广播电视台的《“听见·美丽乡村”广播融媒体主题活动》为展示全面建成小康社会关键之年的湖州是如何扎实开展“三农”工作,切实反映农民的获得感、幸福感、安全感的,运用电视消息、实时直播、广播连线、新媒体互动等多种形态,推出一系列生动活泼的融媒产品,把原来只能“听得到”的活动,转化成“看得到”“能互动”的跨频率传播,主动顺应全媒体时代的融合发展趋势,也收获了不错的传播效果。这样的形态创新和跨频率传播,全媒体联动,可操作性强,值得提倡和发扬光大。当然,形式是为内容服务的,这场活动如果它的标题更有特色,内容上更深入挖掘典型人物或故事,更打动人心一些的话,相信还会有更高的奖项。

(三)传播手段灵活 分发平台多元

从对农节目,尤其是对农活动的评选中,我们发现,融合传播为广播媒体提供了灵活的传播手段和多元的分发平台。

比如,青田广播电视台的《精准助农“红+绿”主播带您老区行》,首先,通过网络选票,选出7名主播带着听众探访青田的7个革命老区,让农业的“绿色”与“红色”高度融合,也非常契合今年新中国成立70周年的大背景。直播的时候,主播带

领听众走进革命老区,通过广播、新媒体进行全程直播,增加活动影响力,让活动辐射范围更广。其次,主播通过自己的抖音账号,录制小视频,为当地的农产品代言,赋予农产品更多属性,贴上红色标签。再次,主播录制该地所有红色景点的内容介绍,实现农旅融合。这样的活动通过多元平台分发,线上线下联动,助推革命老区乡村振兴,使老区焕发新的活力,收到了不错的传播效果。

玉环市广播电视台的《爱心改造家》联手10位设计师和20家爱心商户以及众多热心志愿者,为环境较差的农村在校青少年贫困家庭改善家居环境,提升他们的获得感和幸福感。活动通过在内融合“六端一体”媒体资源,一次采集、多种生成、多元传播,在外整合政府、群团、公益组织和热心市民等社会力量,内外融合,开辟全新的融媒体节目样式,为新形势下融媒体节目的研发和生产探索一条有益的路径。

同样因为传播手段灵活,分发平台多元,《长三角·特色小镇1+1》通过六场微信视频直播活动为主,配以Vlog视频小花絮、抖音小视频等,全网点击千万,视频点击超200万。《“听见·美丽乡村”广播融媒体主题活动》系列活动在线收看视频直播达4万多人,微信平台互动3200多人,互动留言8600多条,记者连线26次,参与村民2000多人。

灵活的传播手段,吸引了更多的乡村百姓参与到活动中来;多平台分发,有力地推动了

对农活动点、线、面的传播。

二、集合融媒动能 把准努力方向

在评选过程中,我们注意到,对农节目和活动融合传播的意识已大大增强,融合传播实现了多种可能,传播效果远超以往,但在做深做实做活内容方面,仍有欠缺。部分广播对农节目记者“脚力”不够,深入实地采访不够,原本可以做深度报道的却以编简报信息为主,节目品质有待提升。

(一)自我革新,加大投入,把人才资源用到极致

评选节目的同时,我们也跟部分台的相关人员了解过内情,发现部分台对农栏目人员配备不足,仅有的几位采编人员除了对农节目之外,还需负责日常的其它节目,或者是三、四个人完成五、六个人的播出量。长此以往,部分采编人员对专业的研究精神和对节目的专注程度就会受到影响。

要想提高对农节目和活动的品质,还需勇于进行自我革新,争取合理的政策加大对农栏目人力物力的投入,让对农采编人员专注研究相关的政策和法律法规,学习新的技能和传播手段,真正走向田间地头践行“四力”,到广阔乡村发现乡村振兴过程中出现的真问题、展现的新气象,报道有内容,见人见事见精神。

(二)强化特性,提升品质,把声音媒介做到极致

做广播既是做声音,也是做内涵。受众需要声音,用户需要声音,这是广播无可替代的独特性之所在。但是做广播的

人对待节目和活动的态度不同,就会影响到声音的所传达的质量。

在听节目和活动的过程中,少数电台对农节目主持人还没有完成从播报到主持的转型,播报语言书面化,精神状态不饱满,节目缺少吸引力,更谈不上生命力。这里透露出两个信息:1.部分对农节目主持人还没有真正融入到对农节目中,Ta的状态是游离在节目之外的,因为没有深入了解节目和活动的内容,没有投入自己的理解和情感,缺少专业精神和热情,播报的语言自然就没办法转成自己想要说的话,从播报到主持的转型自然无从实现。2.部分对农节目主持人平时对自己的要求不够严格,对自己的“声音”不够爱惜,只在做节目的时候说普通话,下了节目就满口方言。主持人传达给受众和用户的“声音”除了物理的声音之外,还应该包括语言的表达。只有平时加强训练,有所为有所不为,才能让自己的声音独具特色。

做广播要强化声音特性,还要借助新技术,提升声音的内在含量,把声音媒介做到极致,才能让对农节目和活动入耳入脑入心。

(三)借力融媒,强化服务,把广播融合做到极致

从广播电视发展的历程看,为人民服务始终是我国广电发展的初心与宗旨,也是广电公共服务高质量发展的核心原则。同理,做好对农服务,既是广电发展的初心,也是广电公共服务高质量发展的核心内容之一。融合传播为广播对农节

目和活动提供了更好的传播技术和平台,也让对农服务更深入细致。

在评选过程中,我们看到少数电台对新技术新手段的运用还不够充分,所谓对农服务还停留在单方面的信息播报和发布,没有开辟有效通道进行互动,从而影响了农服务的传播效果。

眼下,融合传播正向纵深推进,5G时代,“融媒”将向“智媒”转变,广播对农节目和活动应充分抓住眼前的时机,借力融合传播的各项新技术,掌握新技能,充分挖掘乡村振兴过程中的典型事新鲜事以及各种热点、难点、焦点问题,强化对农服务,多平台、多通道联动,把广播融合做到极致。

三、结语

要做好对农广播节目和活动,不但省市县和各级广播电视台要引起足够的重视,加大人力物力的投入,提升对农节目采编播队伍建设和平台的再造;对农节目的采编播人员也要树立足够的专业精神,深耕农业农村和“三农”工作的相关业务,提高对农节目和活动原创内容的品质;广播节目天然具有互联网特质,本身就是一个强场景、窄人群、聚服务的媒体,对农节目和活动更应充分借力融合传播,移动优先,多平台分发、多渠道推广,强化对农节目的服务性,真正融入农村,和广大农民交朋友,把对农节目和活动的传播效果做到极致。

(作者单位分别为浙江广播电视集团和浙江省广播电视局)