

乡村振兴题材报道如何提神给力

——《乡村振兴加油干》节目创新尝试

孙颖

摘要：在乡村振兴战略的传播过程中，宁波市奉化区融媒体中心创新传播形式，以《乡村振兴加油干》节目为平台，从不同侧面反映当地乡村振兴战略实施过程中的措施和效果，以乡村振兴战略典型示范村引领全区乡村振兴工作，起到了传播乡村振兴理念、鼓舞乡村振兴斗志的作用，达致乡村振兴战略舆论引导的效果。

关键词：乡村振兴 创新报道 增强效果

乡村振兴战略提出并实施以来，各级各类媒体都以不同的报道形式和具体的报道内容，对乡村振兴战略进行了行之有效的宣传和报道。作为以农村农业和农民为重点报道对象的区县媒体，该如何选择合适的报道形式和精彩的报道内容，呈现乡村振兴战略的生动实践、传播乡村振兴战略理念，奉化区融媒体中心的系列专题节目《乡村振兴加油干》进行了一次有益的探索和尝试。

一、选择乡村振兴案例，提供乡村振兴范本

乡村振兴战略的内容丰富、形式多样，其20字方针“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”，逻辑严密而又生动具体地概括了乡村振兴战略的目标和愿景。为了实现乡村振兴战略的伟大目标，奉化区各级党委政府及乡村两委规划战略路径，落实发展手段，涌现出了一批乡村振兴战略的典型示范村。

基于这一现实背景，奉化区融媒体中心经过精心策划，推出系列专题节目《乡村振兴加油干》，旨在以乡村振兴战略典型示范村的生动实践，推动全区乡村振兴战略的普及和落实。这些典型示范村既有做好垃圾分类、开办老年

食堂以推动乡风文明建设的村庄，也有以乡村环境整治为抓手打造生态宜居环境优美的村庄；既有大力开发本土人才和引进人才资源以实现产业兴旺的村庄，也有加强基层党组织建设引领乡村振兴的村庄。一共6期的《乡村振兴加油干》系列节目分别以《乡风文明建设》《乡村环境整治》《乡村人才开发》《党建引领乡村治理》《现代农业提振》和《百村景区建设》为副标题，对上述工作做出卓越成绩的乡村进行深入采访。在节目中介绍他们的工作经验、讲述他们的心路历程、展现他们的丰硕成果；通过一个个鲜活又触手可及的案例，对乡村振兴战略的方法和路径进行全面的解读与呈现。这样的传播内容贴近受众、真实可感，讲述老百姓自己的故事，自然形成了良好的传播效应，激发了其他乡村干部群众在乡村振兴战略这一具体实践中的积极性，也提供了可资借鉴的宝贵经验。

二、巧妙设计传播形式，提升节目传播效果

传播内容和传播形式的有机结合才能产生良好的传播效果。在乡村振兴战略的宣传和传播中，大部分媒体都采用了消息或深度报道等新闻报道形式。如何配合这些新闻报道内容，提升节目的传播效果，使乡村振兴战略的传播更加立体化，产生传播合力，这也是《乡村振兴加油干》系列专题策划中所考虑的重点。

新闻报道的形式固然有其及时性的优点，但是零散的报道主题不够突出，报道内容不够完整，致使传播效果弱化也是新闻报道的短板。为了增强乡村振兴战略主题宣传的效果，6期《乡村振兴加油干》系列专题采用现场人物访谈的形式，主持人和嘉宾、观众进行现场互动，

使气氛更加活跃，话题更加深入，内容也更加全面。同时，配合新闻频道的乡村振兴战略报道，产生了舆论合力，影响更加持久和深远。

首先，每期节目选择乡村振兴战略的一个侧面进行访谈，使得主题更加集中、话题更加深入。在第三期《乡村人才开发》中，围绕“乡村人才开发”这一主题，深入探讨乡村人才的来源问题，包括“开发本土人才资源”和“引导人才回乡创业”以及“大力引进外地人才”，同时也提出了“怎样留住人才”的问题。

其次，主持人传播的形式一改新闻播报严肃的面孔，形式更为老百姓喜闻乐见，节目更具感染力。乡村振兴战略主题本身具有严肃性，如果不在传播形式上进行创新，就难以产生良好的传播效果。现场访谈这种形式给观众营造了一个自然的场景，观众在观看过程中会有明显的代入感，仿佛自己也置身现场，感到更加亲切自然。不管是主持人亲切的谈话式语调，还是现场观众并不那么标准的普通话，抑或是当地村民地地道道的方言土语，或者是专家学者的理性思辨语言，都会使受众更易于接受。

再次，节目现场制作精美的VCR的插入，不但增加了节目的深度和广度，也增加了节目的观赏性。为了增强可看性，每一期节目都加入了记者事先拍摄的短视频，介绍事件的背景，讲述乡村振兴的成果，提高观众的观看兴趣。在第二期《乡村环境整治》中，VCR就展现了村民们的奇思妙想和就地取材将废弃的砖瓦缸罐变废为宝，打造成瓜瓞绵绵、铁犁牛耕、鹤鹿回春等民俗文化美景的景况。视频中栩栩如生的各类动植物形象，加上优美的自然风光，形成了一幅美轮美奂的江南山水图，极大地提高了节目的观赏性。

三、调动村民参与意识，扩大节目影响范围

现场访谈节目形式的特点之一，是可以给更多的现场观众提供参与节目的机会。在某种程度上，这些参加节目并在节目中充当重要角色的观众，会起到传播学中“二级传播”的效果。

根据“二级传播”理论，通常有关的信息和想法都是首先从某一个信息源那里通过大众

媒介抵达所谓的意见领袖，然后再通过意见领袖把信息传播到普通民众那里。前者作为第一个阶段，主要是信息传达的过程；后者作为第二阶段，则主要是人际影响的扩散。为了提升乡村振兴战略的传播效果，扩大节目的影响范围，《乡村振兴加油干》系列节目充分利用观众的现场参与，提升他们的参与意识，给予他们跟节目互动的机会，从而扩大这一节目的影响范围。

首先，每期节目都邀请1-2位嘉宾，与主持人和现场观众进行有效的互动。这些嘉宾以乡村振兴典型示范村的村支部书记或其他村干部为主，介绍本村干部群众在实施乡村振兴战略过程中的理念和经验，讲述这一过程中的酸甜苦辣，回答主持人和现场观众提出的质疑或问题。从节目的准备到节目的进行，这些嘉宾事实上已经深度参与了整个节目的制作，他们对乡村振兴战略也有了更进一步的理解，在以后的工作中，更能起到传播和引领的作用。

其次，每期节目都会给予现场观众多次发言机会。这些发言既有他们在参与乡村振兴战略过程中的个人体会，也有他们对现场嘉宾有关乡村振兴战略的疑问。个人体会增加了他们参与乡村振兴战略的自豪感，个人疑问的解决又提升了他们对乡村振兴战略的认识。在第六期《百村景区创建》中，女村民谈到自己村庄的变化时就深有感触地说，自己亲身经历了乡村的变化，以前晚上上下班，一个人、两三个人走在漆黑的路上，内心会非常害怕，而现在，不管几点钟，一个人进出都不会害怕，晚上走在村里的道路上，夜景就跟城市一样，住在农村感觉像城里一样。

再次，为了提升村民的参与意识，同时也为了使节目所表现的内容更加真实，增强节目的可看性，《乡村振兴加油干》还在多期节目中，引入了文艺表演的形式，这些参与表演的演员就分别来自当期节目中作为典型的村庄。第一期《乡风文明》中，为了表现箭岭村垃圾分类工作实施的成绩，四个村民上台表演了自编自演的“三句半”，还有村民自发上台演唱表现本村文明建设的村歌。在第四期《党建引领乡村治理》中，为了讲述乡村振兴战略中健全“自治、法治和德治”三治融合的乡村治理体



导向起到了重要作用。如在第一期《乡风文明》中讲到乡风文明和乡村振兴的关系时，现场学者就指出：“乡村文明建设和乡村振兴是密不可分的，乡村文明建设对乡村振兴起着至关重要的作用。首先，乡风文明建设好了，就可以吸引城市的资源流入到乡村，这就是产业振兴的一个基本条件。其次，乡风文明建设好了，可以给我们提供一个良好的人文环境，这又是生态宜居的一个要素。同时，乡风文明建设又是治理有效的要素和检验标准。最后一个生活富裕。生活的富裕不仅仅包括物质生活的富裕，更包括了精神生活的富裕。乡风文明建设就是精神生活富裕的一个标志。”既对两个村庄的乡风文明建设作了点评，也简单明了地解释了乡风文明建设和乡村振兴之间的逻辑关系。

总之，乡村振兴战略是一个长期而又浩大的工程，需要各级各类媒体创新传播理念，丰富传播形式和传播内容，让党的这一重大决策春风化雨般地融入人民群众的生动实践中去。奉化区融媒体中心《乡村振兴加油干》系列专题节目，在提供乡村振兴范本、传播乡村振兴理念和加强舆论引导方面做出了抛砖引玉的有益尝试。

（作者单位：宁波市奉化区广播电视台）

系，村民自导自演，以情景再现的形式现场表演小品《道德庭案例情景剧》和《村民记事》，分别再现了两村民因为一棵毛竹产生纠纷之后道德庭的调解过程和在村庄环境治理中出现的拆迁问题妥善解决的过程。

以上所述村民对节目本身的参与，无论是现场讲述还是问题的提问，以及文艺节目的自编自演，都能够充分调动村民的参与意识，增加了他们融入乡村振兴过程的热情与激情，同时也为他们作为舆论领袖的“二级传播”奠定了基础。

四、借力专家学者点评，深化乡村振兴理念

现场访谈节目中的另一个重要角色，就是深度参与到节目中的专家学者。这些专家学者既包括了从事理论研究的大学教授，也包括了从事政府管理工作的领导干部。他们作为某一领域的专家学者或管理者，能够运用理论对乡村振兴作出深入浅出的解释，也能够对某一社会现象或社会问题作出鞭辟入里的点评，还能对相关政策的制定和实施作出明确的解释说明。

《乡村振兴加油干》系列节目每期均邀请2名专家学者，全程参与节目的制作。他们的言论对深化乡村振兴认知，形成乡村振兴的舆论

