

融媒报道如何做好助农服务

——温州台《农民有困难 我们来帮忙》新闻行动管窥

郑国健

2020年3月初，笔者在抗击新冠肺炎疫情一线报道中，发现温州各地农产品滞销，农事受影响，直接影响农民全面奔小康等实际情况后，紧扣全面奔小康这一主题主线，策划推出助农融媒新闻行动《农民有困难 我们来帮忙》，组织记者全员下沉，深入田间地头，帮助农民解决生产生活当中遇到的困难，用百姓的视角做好“三农”服务工作，用融媒的力量助推农民精准致富，向全面小康迈进，实现共同富裕。该融媒新闻行动后荣获2020年度浙江省广播电视对农活动奖。作为策划和执行者，笔者就融媒报道如何做好助农服务的实践试作探讨。

一、策划先行，思路创新，在题材选择上下功夫

俗话说思路决定出路，思路是获取新闻线索后最初的想法和考虑，决定了报道的基调。该融媒新闻行动创新性思路有以下三方面的呈现。

（一）善用逆向思维，跳出窠臼

温州是浙江低收入农户最多的城市。受疫情影响，温州“三农”在发展过程中遭遇前所未有的困难，特别是农产品滞销情况比较严重。笔者意识到，在疫情下，媒体应该做些什么，怎么去实施才能让我们的融媒传播既提供新闻服务，还能服务“三农”增产增效增收。这不仅考验我们用心做新闻的能力，更考验我们用情做服务的智慧。在撰写策划时，征得温州市广播电视台领导的支持，在单位内部抽调了一批有“三农”报道经验的骨干记者奔赴温州各地农村，确定每月一主题一主线，用新闻的力量帮助农民解决生活生产当中遭遇的

困难，用实干启动和推进服务“三农”融媒新闻行动。该行动选取大家共同关注关心的疫情下的“三农”问题为报道内容，《疫情下的蜂农 甜蜜者的苦涩经历》《90后农创客打造网红“跑步鸡”》《打造“千亩桃源” 助力农业经济复苏》《扶农助销 破解茶叶滞销困局》等，探讨温州农民如何共同富裕，彰显选题价值，发出时代强音。

（二）善用系统思维，由点及面

新闻选题很关键，社会内涵同样重要。以融媒传播来扶农惠农，助力全面奔小康为主线，着力在后疫情下，宣传温州“三农”在全面奔小康过程中的新思路、新做法、新经验、新探索，策划推出《小康路上看变化》等系列报道。在疫情最严重的那段时间，我们节目不间断，内容不断更新，不仅让农民安心宅在家，而且为后疫情时代农民恢复生产，提升种养殖技术水平等发挥应有的作用。

通过大小屏互动，促进美丽乡村游等，为农村复工复产提供媒体力量。只有做到“见之者真，知之者深”，才能挖掘出那些能够折射出时代特征、时代精神，又与主流社会价值取向一致的好新闻，从而用新闻推动社会进步。

（三）善用比较思维，发掘典型

《小康路上看变化》集中采访活动通过组织有经验的“三农”骨干记者，分赴各县（市、区）进行集中一线蹲点采访报道，深度发掘战“疫”过程中的好人物好典型，恢复生产生活当中涌现出来的好故事以及创新举措、突出成效、先进事迹和闪光言行，以先进引路、向榜样看齐。用榜样力量教育激励广大党员干部群众不等不靠不要，积极抓好复工复产

工作等。

新闻行动选取温州“三农”发展遭遇疫情下的典型,《爱跳曳步舞的农民夫妻:地里黄瓜玉米都是看着我们舞步长大》《直播平台助力果农枇杷销售》富有特殊时代意义,现场感强、亮点突出,融入新媒体元素,较好发挥广电特色,播出后引发各界强烈反响,该新闻行动“百姓视角、独特选材”,占领了“三农”类题材新闻的制高点,作出了有特色有亮点的新闻报道。

二、创新实践,“四力”先行,在技术手段上下功夫

在选取和策划好题材与思路创新之后,需创造性地运用各种新技术新手段,在不同环境不同场合,随机应变,深入采访,才能发现和发掘出真正的好作品。

(一) 一线采访,真实展示,实效惠民

广电媒体以“声画”作为传播信息,影响受众。但疫情走向难以预测,且很难对“三农”服务对象进行预判和提前布控,因此对于农民有困难,我们来帮忙的融媒体传播如何呈现,就考验了媒体人,尤其是新闻第一现场,没有现场声画的作品便失去了真实的展现,更谈不上强“四力”服务。为此,我们明确要求不管什么情况,记者必须千方百计赶到现场进行录制,争取被采访者或者其他在现场的相关人员配合完成现场的采制。上山下海,用镜头聚焦民生需求,用话筒、笔端记录民情,以媒体的力量助力困难农户。如2020年3月1日,温州文成县公阳乡紫华村的种植户出现薏仁米滞销的情况。记者过7个卡口,深入现场蹲点采访,制作短视频和公众号文章等,帮助当地农户售完5000斤滞销的薏仁米,让农户获利7.5万元。当地村民叶尧尧:“你们发布信息以后,一下子销售完了,万分感谢!”

(二) 多角色串联,多角度观察,多形式呈现

在助农融媒体新闻行动中,记者有时是技术员、搬运员、通讯员、调解员、交通员、服务员等,更多的是在旁边观察、记录和访

谈。倾听民生、反映民意,寻找第三方解决“三农”发展遇到的问题困难等。如2020年4月,温州乐清市芙蓉镇西岙村一残疾人农户反映农房审批遇阻。记者针对其唯一农房3年建不成,土地规划变道路红线等情况,帮忙跑部门落实政策。采用全景再现、重点呈现、局部突出、平行叙述的布局策略,在历史与现实的交错中,把一个持续时间较长、情况复杂的农房审批过程完整、生动地呈现出来,最终争取到当地部门的支持,“再提交我们这里帮他提交上面。”切实解决农民住房难问题。类似这样的报道还有许多,这些报道分别在《温州新农村》《温州新闻联播》《5G民情采访车》等电视栏目的专栏、广播《温州新闻联播》和《快点温州》APP上呈现。做到每周有报道、每月有亮点、每季有重点,持续充分的“饱和式重复输出”融媒体传播对农节目。

(三) 全景式呈现,场景化传播,融媒体联动

充分整合融媒体资源,发挥中央厨房的枢纽作用,推动助农融媒体新闻行动覆盖到基层最末梢。线上线下融合传播,采用消息+短评、通讯+评论、新闻+图片、新闻+短视频等报道形式,全方位、多角度、多手法、多平台报道疫情下和后疫情下,温州市“三农”工作成效和存在的不足,以及有待改进的工作,包括先进典型、特色亮点,努力实现全媒联动的传播态势,助推融媒体新闻行动往山里走、往海边走、往心里走。会同央媒省媒等进行沟通联系,积极主动了解上级媒体关于“三农”选题的动向,有针对性地精准报送对接温州市乡村振兴、美丽乡村、美丽民宿的好典型和好题材,促进温州的“三农”好声音能在上级媒体密集发声。

三、创新模式,谋篇布局,在融合赋能上下功夫

该融媒体新闻行动的谋篇布局有其特殊性,除了需要满足一般新闻作品的结构要求外,更加强调突出“三农”服务的特性,以融合赋能的思维和逻辑结构来促使不

同时期、不同环境、不同题材、不同问题的逐个解决,使得每一篇报道的开头、主体、背景、结尾等部分都是浑然交融,以满足大众传播的视听觉需要,突显融合赋能,让人一看一听就能懂。

(一) 主副两线交错布局的新模式

采撷中有意识采用主线、副线交错的布局模式,以求“主动性”。如围绕农民遭遇的销售难、技术匮乏等作为主线,将温州各行各业主动购买农产品、农技专家服务等作为副线。主线真实而生动,一下子把人带到广大农民在希望的田野上依托勤劳双手努力致富的生动现场,让人有身临其境之感;副线作为服务者,起到了补充主体的作用。主副线交错的布局将线上和线下融为一体,形成内在和外在的张力,更好地烘托和表现主题,使报道有厚重感,贵在为农服务见实效。

该融媒体新闻行动把最能体现温州农村改革的精髓、最能表现农民渴望致富的心声、最能提炼温州精准脱贫成果的材料谋篇布局,依据新闻价值选择最具有代表性的典型事例,如针对乐清、瑞安、鹿城、洞头、泰顺等乡镇街道的村居(社区)反映的农业保险面窄、土地流转难、蓝莓销售困难、甜瓜遇病虫害、水稻发黄不长个等等一系列“三农”问题,助农记者们马上精准对接,一对一解题,开展新闻惠民服务。如针对土地流转难,助农记者帮助农民共同解读政策、运用好政策,“我相信你们媒体”;针对农产品销售难,积极帮助对接网络销售平台,为种植户们近200亩的滞销蓝莓搭建线上线下多渠道销售模式,“为我们办了实事,解了燃眉之急”;针对灵昆岛上的甜瓜遭遇病虫害,助农记者邀请农技专家排忧解难,“你们记者这样多次来到这里了,我感谢你们。”邀请农科院专家深入藤桥田头,为发黄的水稻找病根除顽疾。让“农民有困难 我们来帮忙”在浙南大地上发声,努力做到用心用情做服务,为农民创业致富提供融媒新闻的力量。

(二) 全景再现重点呈现的布局模式

以牵线、帮助解决作为报道的切入点,以求“服务性”。农房审批不下,我们记者帮忙跑腿;农户生产生活遇困难,我们记者牵头对接化解。持续关注温州西部山区10多个乡镇数十万农民的吃水难题,撰写《广电内参》为领导决策提供参考,引起省市领导重视并专门批示,有效促进民生工程推进,更好服务“三农”。截至2020年底,温州西部山区10多个乡镇纷纷抓落实,有效破解吃水难题。

“有水,放心”成为2020年夏天文成、泰顺山区半山区老百姓最热词,也是两地干部在“不忘初心、牢记使命”主题教育中为民办实事的具体体现。这种布局方式将一个敏感复杂、周期性较长的对农活动直观、浅显地展现在大众面前,各类报道的画面、声音和文字相得益彰,具有很强的说服力。

(三) 融合赋能服务“三农”的新模式

借力网络媒体的技术优势,将新闻行动以耳目一新的表现形态进行融合传播,力求发掘传统媒体的传播新意与传播“深度”。如2020年8月,在温州珊溪水源保护地飞云江边的溪口村,记者针对退役军人张世海在发展效益农业过程中存在缺乏种植技术支持和电子营销手段(网络直播)等情况,对接当地相关部门,创造条件支持和帮助像张世海这样的退役军人提升种养植水平和电子营销手段等。与温州菜篮子集团等对接,实行多种形式网络直播销售。

“当我们深入田间地头,一次次汗水散漫衣服,一个个‘三农’问题迎刃而解,一声声感谢的话语,激励着我们跋涉在采撷‘三农’新闻的希望之路上。”据不完全统计,2020年全年,温州台助农记者们深入全市12个县市区50多个乡镇上百个村庄,累计播出100多条(次)扶农助农报道,同时注重媒体融合传播,将相关内容第一时间制作成短视频上传新媒体平台《快点温州》APP等网络平台,增强与受众互动,扩大传播效果,累计服务覆盖人群超百万,带动农民增产增效增收超千万元。

(作者单位:温州市广播电视台)