

# 跨省融媒行动

## 开创“三农”传播新模式

——诸暨广播区域化融合实践探索

侯月飞

“融合发展关键在融为一体、合而为一。”作为对习近平新时代媒体融合理论的践行，来自诸暨广播的媒体人，在“对农”报道活动相继取得瞩目成效后不断提升，最近又获得了2019年度浙江省广播电视对农节目政府奖(广播对农活动)一等奖。

为迎接新中国成立70周年，诸暨市广播电视台策划、组织实施了对农广播融媒大型跨地行动《长三角·特色小镇1+1》。该活动集结沪苏浙皖四地融媒，通过特色小镇一对一形式，全媒体矩阵，多平台发布，并以大型微信直播最终呈现，全网点击量超200万，积极推动区域合作，建起“对话窗”，更新“朋友圈”，为长三角一体化国家战略宣传助力，也进一步扩大了主流舆论阵地的传播力、引导力、影响力、公信力，彰显了基层媒体的使命担当。

以诉求为导向，用创新换空间，诸暨广播短短几年策划实施了三台大戏，从2016年的治水再出发“浦阳江区域对农宣传联盟”，2017年的“农+乐”《浙中乡村供给侧改革新闻体验直播季》，再到今年的迎接新中国成立70周年《长三角·特色小镇1+1》，犹如一条长河开源自

流，新闻行动的足迹跨过浦阳江、钱塘江和长江，在经历一年又一年的升级、一次又一次的挑战后，开创了“三农”传播跨省融合的新模式。

### 一、国家战略，赋予活动新格局

为迎接新中国成立70周年，贯彻落实习近平总书记对“促进长三角地区一体化发展”的要求，宣传好《长三角地区一体化发展三年行动计划(2018-2020年)》，诸暨广播人敏锐抓住宏观层面下基层百姓的新诉求、新期盼，开年伊始提前策划布局，最后形成的“对农”活动传播策略，开创基层县域广播先河。

几次磋商，形成共识，联手沪苏皖三省兄弟电台，跨出“省门”实施的《长三角·特色小镇1+1》融媒大型跨地行动，通过双向微信直播、新媒体报道、录音报道、直播连线等形式，以“大三农”视角，关注乡村振兴战略在长三角地区的落地，集中展现长三角各地市壮丽70年的发展成果，寻找亮点、集聚焦点、展现热点，积极推进区域的经济合作、资源互通、媒体协作，从而实现多点共赢。

本次活动的一个亮点在于，切口小、角度巧、挖掘深。活动

着眼于“长三角”最具风情和活力的“特色小镇”，通过广播主导的融媒综合互动传播，展示沪苏浙皖四地多个精品特色小镇风情，进行县与县、镇与镇的对话，找寻产业合作发展的支点，开展“名优特”旅游及产品交易，架构县域广电媒体合作的创新机制。作为发起单位，活动前期，诸暨台首先精心遴选出三个当地特色小镇：枫桥平安小镇、赵家香榧小镇、大唐袜艺小镇，在与沪苏皖三地实地对接后，再敲定与之关联度高有碰撞感的对应特色小镇，分别为上海金山的枫泾古镇、江苏常熟的沙家浜镇、安徽肥东的包公镇。

由于切准了传播的基层需求点，活动策划方案一出，几个兄弟台一拍即合，纷纷为活动创意点赞，在跟几方第一次交流时就随即成立工作组，当面谈起微信工作群，大家参与热情十分高涨。

### 二、精准定位，切中乡村新诉求

对农节目的对象性决定了节目题材要贴近农业、贴近农村、贴近农民，而不是远离“三农”。《长三角·特色小镇1+1》自带“三农”属性，精准锁定乡村新诉求，做足“农旅融合”文章，

在合力中做美、做乐对农节目,或关注城乡居民致富问题,对生活有关联,对农民致富有帮助,既面向城市也面向乡村,为受众打开了更广阔的视听享受,这样的农业节目也获得了可持续发展的特性。

(一)受众明确,内容为王

《长三角·特色小镇1+1》包含“千年文脉·平安枫桥”“千年香榧·风情赵家”“吴跟越角·枫泾古镇”“风起芦苇荡·心动沙家浜”“袜艺小镇·传奇大唐”“清风热土·包公故里”共六场直播,重原创、做精品,总时长达350分钟,直播内容有思想、有深度、有温度。

(二)于细节中见精神,把故事讲生动

活动传播照样可以做出“吸睛”的“大片”来。比如在“千年文脉·平安枫桥”直播中,开创社会治安新模式的“枫桥经验”,被呈现在古镇清晨一碗市井味的面条里、小巷久居老人的眼里和广场欢快起舞的身姿里,它不是教条式的讲道理,而是通过主持人行走古镇,在日常的生活细节中体现“枫桥经验”的深入人心和综治成果,既春风化雨又浓墨重彩。

(三)在情趣上做文章,对农活动活力四射

比如在“千年香榧·风情赵家”直播中,揭秘香榧“三代果”,猜树龄,讲述“西施眼”传说,品尝香榧等环节,生动有趣,可看性强,在吃喝玩乐中做美做乐了节目。

(四)寻找特色,让古镇焕发风采

比如“吴跟越角·枫泾古镇”直播中,以江南水乡风土人情为主要题材的金山农民画是主

要内容,采用嘉宾介绍和主持人现场作画等环节,紧扣新中国成立70周年主题,表达出当代农民对家乡古镇、对祖国山水淳朴真切的爱。

三、技术赋能,走进多通新时代

融合发展是一次以技术创新为引领的媒体变革,媒体技术迭代升级更快。在这样的背景下,来自县域的基层媒体,依托新技术,走联合之路,完全可以“弯道超车”,同样可以占领舆论引导及传播的制高点。

正因为如此,谁都没有想到,一支来自最基层的传统广播媒体,在炎炎夏日的长三角地区排兵布阵,亮出了当下媒体融合中的诸多兵器,使出了十八般武艺。微信直播、Vlog视频、抖音小视频……在这些夺人眼球的新媒体传播方式的背后,是县级广播人一次高强度的技术练兵。

利用新技术、新应用创新媒体传播方式,面临的都是新课题。作为一家县级基层媒体,诸暨广播以联合作为更广范围的融合手段,有前几年两场大型广播联盟活动打基础,积累经验,发挥出强大的执行能力。在这场融媒体大型跨地行动中,攻坚克难,打下一场又一场的硬仗。枫桥平安小镇这场活动,作为首场直播,没有经验可借鉴,没有模板可效仿,一切都是在摸索中找寻最佳方案。从创意策划、文案撰写、线路规划、海报设计、人员落实到最后圆满播出,团队在酷暑盛夏往返枫桥一共17次,真正做到不放过任何一个细节,精益求精,力求完美。枫桥古镇上直播路线相对较长,需分成两个

直播点,主持人必须在短短4分钟不到的宣传片插播间隙,从第一个直播点放下话筒,赶到第二个直播点。就是这么一段石板小巷,诸暨广播人用实地走路、踩自行车等设计了多个方案,最终动用了当地居民的三辆电动三轮车,顺利完成主持人、摄像、现场导演的转场。其中“三轮车转场”的精彩花絮也被真实记录下来,制作成Vlog小视频发布于微信公众号上,吸引了无数眼球。

理想有多大,平台就有多大。《长三角特色小镇1+1》活动遵循合作畅通、技术联通、内容互通、队伍共通的原则,相对应的小镇两地微信公众号同步视频直播、同步微信推送,打破行政区域的割裂,在线上实现长三角一体化共建共享,同时也让广播实现在更大空间范围的合作与提升,实施跨越式发展,获得更广阔的发展天地和机遇,从而建构县级媒体更高更强的新高地。

时代在变,理念在变,对农节目服务的初心不变。一次次融合实践,更加坚定了基层媒体的探寻信念。诸暨广播的对农活动,从一条浦阳江,走进钱塘江,进而汇入长江,始终遵循传播规律和新媒体发展规律,适应媒体融合发展大趋势,把握信息技术革新机遇,足以提升基层媒体“三农”宣传的传播力、引导力、影响力和公信力。总之,未来对农节目构建基石应建立在融合战略上,需要新高点、新思维、新技术、新模式,多地合作、多方合力,以期共同推动对农广播的良性发展。

(作者单位:诸暨市广播电视台)