

电视对农宣传

要围绕“三农”追求实效

钱科焱

摘要:涉农领域是主流媒体寻找和挖掘报道题材的富矿。本文认为,在乡村振兴的伟大实践中,电视媒体的对农宣传要紧跟时代步伐,拓展报道视野,丰富报道内容,优化报道形态。当前要围绕“三农”追求实际传播效果,在不断扩大受众

面、提高到达率的基础上,让此类报道在目标受众中更加入眼、入耳、入心。

关键词:电视媒体 对农节目 传播实效

每年的中央一号文件,基本上都是有关“三农”工作的指导

性意见,而对农宣传、对农节目也一直以来是主流媒体的重点工作之一。进入媒介深度融合时代后,电视对农更要与时俱进、创新求变、抓住重点、体现特色。笔者认为,当下的电视对农要围绕“三农”追求实际传播效果,就必须增强针对性、突

出指导性、注重贴近性,在满足农村受众对信息的新需求、服务农业生产与多种经营实践的同时,积极反映新时代农民群众的精神风貌。

一、增强针对性,以满足农村受众对信息的新需求

融媒体语境下,电视依然是当前农民获取信息的主要平台和渠道,原因在于电视这种信息媒介在农村地区的普及率非常之高,不但获取信息的成本低,文化程度要求不高,而且获取信息的途径快捷方便。不过,居于其次的农民信息获取途径则以亲朋好友的人际传播为主。笔者认为,优化涉农信息的媒介服务是主流媒体义不容辞的责任,更是电视对农的重要内容。涉农信息关系到农业增产和农民增收。电视对农只有不断增强针对性,才能继续保持其应有的传播力与影响力,让农民朋友能获得更丰富、更科学、更精准、更实用的信息服务。

让农民增加收入,是乡村振兴的重要任务之一,也是农村地区最大的民生问题。正因为当下农民对获取实用信息的选择性关注渠道依然以电视为主,因此电视媒体更要正确认识对农的固有优势,扬长避短,把实行涉农信息的精准化传播当作记者编辑努力的方向。

电视对农节目,是电视媒体与农业发展关联的重要环节,也是农业对接外界环境的重要窗口。^①嵊州市融媒体中心在电视对农节目《大地春色》时长15分钟,每周三期,编辑记者在题材选择、采访拍摄时会充分

考虑当地农民的兴趣爱好及收视习惯,在展现农村新貌、致富典型的同时,会经常将一些最新的权威信息和刚出台的农业政策,准确及时地向农村受众进行传播。许多农村受众反映,看了这档节目后不但能及时了解相关信息,学到更多实用技术,体会到党和政府对农民的关怀,还能够开阔思路,跟上时代步伐不落伍。

在新一轮的媒体转型升级过程中,电视对农节目要增强综合竞争力,离不开记者深入基层、扎根乡土,到田间地头寻找鲜活题材,剥去节目华而不实的包装,原生态地展示农民最真实和最有温度的生活状态。^②农村受众收看电视节目,也有一个对信息进行选择性关注的问题,只有节目提供的信息对他们的生产和生活有帮助,才能激发他们的收视兴趣。为此,《大地春色》的记者经常会把一些实用性的涉农信息,做成可看性很强的深度报道,以满足农村受众对信息的需求。增强电视对农宣传的针对性,说到底就是为了让农村受众能通过收看报道,坚定信心、开拓视野、选好项目、发家致富。

二、突出指导性,以服务农业生产与多种经营实践

农民之所以会关注电视对农节目,是由于这些节目中的内容具有实用性与服务性,对他们的生产与生活有指导意义。有人认为,“乡村振兴离不开产业振兴,产业兴旺是乡村振兴的重点,产业振兴是乡村振兴的物质基础。推动乡村振兴,要紧紧抓住产业振兴这个

重点,不断提高农业综合效益的竞争力。”^③各地的区位特征、自然条件、经济基础与资源优势有存在差异,因此,电视对农宣传要从本地实际出发,围绕产业振兴找准报道的切入点。

2018年起,《嵊州新闻》中开设了一档《嵊州农民这个样》的对农报道子栏目,讲述新时代嵊州农民创业创新的故事,报道乡村振兴战略在嵊州的生动实践。比如,《田埂上的母子“互怼”》的报道,说的是距离嵊州市区最远的竹溪乡竹溪村有对母子,通过六年多的辛勤劳动,成了全乡有名的香榧苗种植户。儿子钱少波大学毕业时,母亲钱周玲认为,他应该留在城里工作,既体面又安稳。但儿子一定要回乡创业。在他看来,大山里年轻人少,有着广阔的创业天地,更能实现自己的人生价值。笔者与同事经过21天的蹲点采访后,通过讲故事的形式采写了一条深度报道,以反映新时代新农民的创业精神。《嵊州农民这个样》栏目虽然时长只有3分多种,但故事性与指导性都很强,许多报道通过全景式的长镜头跟拍,正在朝着新闻短纪录片的方向发展。随着吸引力和影响力的不断提升,这个子栏目已逐渐形成了自己的品牌。

实际上,电视对农的形式应该是多种多样的,既可以是消息,也可以是深度报道,还可以是栏目,重点是突出内容的指导性。在乡村振兴的伟大实践中,各地农村涌现出了一大批有文化、懂技术、头脑活、善经营的新型农民,这些人应该成

为当下电视对农的重点采访对象。如在《大地春色》中有一条题为《野果家种 丰产丰收》的报道,说的是嵊州市鹿山街道两湾新村西大湾自然村村民对一种以前长在山里的野果子实行家庭移植的事。这种野果子表皮呈青紫色,身子略为弯曲,长得像个大茄子,而且中间还有一条裂缝,口感甜香浓郁。这种叫“三叶木通”的野果子,经过嵊州当地农民人工栽培后已成为营养价值很高的有机水果,不但产量高,销路也很好。记者在拍摄这种野果人工栽培情况的同时,还采访了嵊州规模种植户相柳萍,向观众介绍如何种植与管理的经验。报道播出后,许多农民朋友纷纷前去取经。

三、注重贴近性,以反映新时代农民群众精神风貌

新时代的电视对农宣传,还应该把文化普惠的理念融入到节目中去,既要十分讲究节目的惠农、服务“三农”的内涵,追求对农节目的品质、品味和品格,又要恰当融入娱乐元素,着力以轻松、活泼、助兴的表现手法来获取农民朋友的关注。^④电视对农节目必须注重贴近性,这不但体现在传播形态与报道语言上,更要反映在节目内容方面。因此,只有记者深入基层,乐于和农民交朋友,认真听取农民群众的意见,在充分掌握他们现实需求的同时,全方位、多角度、立体化地展示新时代农民的精神风貌,这样的电视对农节目才会在受众中更加入眼、入耳、入心。

党的十九大报告指出,乡村振兴的要求是产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕。随着农村经济的健康发展和农村群众生活水平的不断提高,农民朋友对展示自我的诉求显得比以前更为强烈,对知识和娱乐的需要也更加广泛。电视对农节目要适应这个变化,及时优化节目结构,充实更多更新的贴近性内容,在提高新时代农民的综合素质,促进农村地区的整体发展上发挥有效的作用。因此,当下的电视对农节目不但要涉及农村的生产发展,还要去关注农民的生活变化,反映农民群众日益提高的生活质量。如在《嵊州村嫂想变样》的报道中,笔者报道了嵊州市下王镇上店村志愿服务队的“村嫂”们想通过充电,努力让自己变个样。村嫂们认为,在美丽乡村建设中,村子更美了,村风更好了,自己的言行也要更美,力争做一个当地的文明使者。这条报道以现场纪实的形式,对村嫂们参加礼仪培训的过程进行了动态展示,从一个侧面反映了新时代农民群众的精神风貌。

随着农民群众思想文化水平的提高,电视对农节目的内涵要更加完善,外延要相应拓展,报道手段和信息载体也要更加丰富和多元。农村是乡土文化的发源地和生态保护的重点区。对乡村振兴内容的报道,不能仅仅只停留在物质层面上,还应该拓展到乡村精神文明建设方面去,这对于增进农村的文化自信作用是显而易

见的。农民群众奋发向上的精神风貌还能从一个侧面折射出当地农村经济的发展情况,精神文化也可以影响农业生产活动,促进农民群体的经济产出、效率提升,以及共同价值观的形成。在美丽乡村建设过程中,加大反映新时代农民群众精神风貌题材的报道力度,是电视对农节目宣传增强亲和力与贴近性的突破口之一。

四、结语

电视对农节目要围绕“三农”追求传播实效,就必须一切从实际出发,以实施乡村振兴战略为重要抓手,通过镜头去记录农村基层每天都在发生的新鲜事,让节目既成为农民的良好师益友,更成为观众乐于关注的内容产品。在媒介深度融合的语境下,电视对农节目还应该追求传播平台与传播渠道的多元化,不断扩大受众面,以实现最佳的对农宣传效果与实际传播效果。

注释:

①丁轶萍:《电视对农节目现状研究》,《传播力研究》2019年第11期。

②黄静茹:《新时代背景下我国农业电视的发展之道》,《当代电视》2019年第10期。

③李英华:《党报产业扶贫报道的策略分析》,《新闻爱好者》2019年第10期。

④陈亚军:《地方电视台对农报道效果分析及改进思考》,《新闻世界》2009年第10期。

(作者单位:嵊州市融媒体中心)