

创新融媒传播 发挥农业农村 现代化建设中的视听力量

——2019年度浙江省广播电视对农节目服务工程建设考核暨
对农节目(活动)政府奖评选电视对农栏目考核评审综述

吴生华 全开祥

自十九大提出乡村振兴战略以来,农业农村现代化宣传的重要性提到了前所未有的高度。2019年6月,《求是》杂志发表习近平总书记的重要文章《把乡村振兴战略作为新时代“三农”工作总抓手》指出,“农业农村现代化是实施乡村振兴战略的总目标,坚持农业农村

优先发展是总方针,产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕是总要求,建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系是制度保障。”习近平总书记同时强调,“没有农业农村现代化,就没有整个国家现代化。在现代化进程中,如何处理工农关系、城乡关系,在一定

程度上决定着现代化的成败。”总书记的明确要求,为各级广电媒体做好农业农村现代化宣传指明了方向。9月中旬,浙江省广播电视局、省广电学会组织开展了2019年度浙江省广播电视对农节目服务工程建设考核和对农节目政府奖评选工作,对省、市、县广播电视媒体

对农节目服务工程建设情况进行了又一次检阅。

经考核,浙江电视台公共·新闻频道达到省广电局《关于进一步做好广播电视对农节目服务工作的意见》(浙新广发〔2016〕110号)提出的要求,全省十一家地市级和六十六家县级电视媒体也都达到了文件所要求的每周至少自办对农节目3档以上(县级台允许非自采通用性节目或编辑类内容不超过20%)、播出时长不少于45分钟的要求;并进一步增加播出总量、提升内容质量、创新融媒传播,围绕农业农村现代化总目标和乡村振兴战略的总要求,打开了对农宣传报道的新视野,彰显了脚力、眼力、脑力、笔力“四力”践行中的新思考,提高了栏目综合编排的新水平,凸显了融媒服务“三农”的新活力。

一、主要特点

(一)着眼农业农村现代化建设前沿,打开对农报道新视野

自2018年全面实施乡村振兴战略以来,全省省、市、县电视媒体着眼农业农村一体化建设的前沿,发挥视听融媒传播优势,自觉承担起引领浙江乡村振兴战略的传播实践,进一步加强新时代对农宣传阵地建设、内容拓展和业态创新。首先是报道好农业农村现代化建设的最前沿领域探索实践。如瑞安台《吾乡吾土》栏目报道全省首个5G+智慧农业项目——瑞安曹村艾米生态智能稻田,看5G网络技术如何打造“农田大脑”;德清台《新农村互联网》的记者走进德清首届美丽中国田园博览会的筹备现场,为即将拉开帷幕的田博会探营;安吉台《生态家园》展示了美仑美奂的乡村旅游2.0版——蔓塘里

“大地之光”光影秀等。其次是关注乡村创业、乡村建设、乡村治理的新理念和新经验。如台州台《山海经》栏目报道仙居横溪镇垟庄村尝试建设现实版的QQ农场,村里拿出10亩集体用地,无偿给困难家庭使用,由他们来种植应季蔬菜,没有劳动力的家庭也可由党员干部来包干,还可以通过出租方式由结对的城市家庭认领承包,实现了扶贫项目的创新;青田台《瓯越芝田》报道巨浦乡西坑村探索出“一亩田万元钱”的稳粮增收新模式,实现小农户与现代农业发展的有机衔接;嘉兴台《小马跑乡村》报道南湖区国土部门推出标准化农业设施用房,为美丽田园建设添彩;金华台《乡村发现》报道来自武义大山里的草根网红,通过记录自己返乡创业的生活吸引了近200万粉丝;新昌台《沃洲田野》报道东茗乡后岱山村引进江苏畅行文旅集团有限公司经营乡村旅游,公司董事长应聘成为“荣誉村委主任”,引导村民注重礼仪、搞好经营的经验;龙泉台《剑川热土》讲述本土的青年乡村设计师投身乡村改造的故事等等,都具有较好的观念和理念的引领性,所报道典型鲜活,采访深入,为农村观众打开了新的视野。

(二)突出“壮丽70年”重大主题,展示乡村振兴新面貌

2019年是新中国成立70周年。新中国成立70年来,最大的变化在乡村,最大的发展也在乡村。浙江是中国革命红船起航地、改革开放先行地、习近平新时代中国特色社会主义思想的重要萌发地,浙江乡村的变迁,在全国具有典型的样本意义。因此,以农民的视角,报

道好浙江乡村的70年巨变,电视对农栏目同样也是主阵地。此次考评发现,全省各台对农栏目都及早启动,把“壮丽70年”重大主题宣传纳入到了宣传报道计划中。如台州台《山海经》栏目围绕庆祝新中国成立70周年主题,编排了《大陈岛的“新垦荒路”》等报道,弘扬大陈岛垦荒精神,展现新中国成立70年,特别是党的十八大以来大陈岛发生的巨大变化以及新老垦荒者矢志不渝的奋斗精神。特别是策划组织的《70年70人乡村人物展播》专栏,架构宏大,以乡村人物展播凸显乡村变迁,具有较好的规模宣传效应;嘉兴台《小马跑乡村》记者蹲点记录了一桥连接南北两山塘——平湖市广陈镇山塘村和上海金山区廊下镇山塘村,联手打造4A级景区村庄的长三角一体化背景下乡村振兴的新景观;桐庐台《农村之友》在《我们的七十年》专栏中,报道了手绘美丽乡村的农民画师徐根有画墙画画到了北京的新人物;德清台《新农村互联网》则以《三个建国“一台戏”》为题,巧妙地通过三位都叫建国的人物——种粮大户、村干部和农技人员的生活关联,从普通人身上反映出农业、农村的历史变化和新的面貌;富阳台《乡村振兴》栏目以《种粮人的“三农情”》为题,报道了习近平总书记曾经看望过、用彩色水稻种出“我爱你,祖国”字样的富春街道步桥村新型种粮大户沈永祥的故事等,这些报道都以鲜活的泥土味,彰显了乡村振兴建设热潮中浙江农村的新貌和活力。

(三)关注乡村发展热点难点,显示“四力”践行新思考

农业农村现代化建设与乡

村经营、乡村治理,是一个全新的探索过程,不会一帆风顺,却会遭遇许多问题与难点。深入调查乡村发展中的热点难点问题,探究这些问题与难题的破解,有利于推进乡村发展与乡村治理的步伐,也有利于不断锤炼对农栏目采编团队的脚力、眼力、脑力、笔力,提升对农宣传的质量和水平。此次抽评考核,就发现了一批市县台的栏目记者,在“四力”践行中探究,显示了新的思考。2018年3月,省委、省政府出台《关于加强和完善城乡社区治理的实施意见》(浙委发〔2018〕11号),要求“到2020年,全省城乡社区治理体系和治理体制更加完善,城乡社区治理能力显著提升,城乡社区公共服务、公共管理、公共安全得到有效保障。再过5到10年,城乡社区治理体制更加成熟定型,城乡社区治理能力更加精准全面,基层社会既充满活力又和谐有序。”按照这一实施意见的部署,2018年以来,全省各地适时启动了村规模调整以及城乡社区治理能力提升的工作。积极稳妥推进人口偏少村的调整,进一步增强村(居)委会开展社区协商、服务居民的能力,成了各地加强和完善城乡社区治理的新课题。围绕行政村调整和城乡社区治理,瑞安台《吾乡吾土》连续推出关于行政村调整的乡村调查报告《并村之后》,报道了温州市级试点,2018年11月湖岭镇实施四村合并——行政村规模调整之后,原来规模小、实力弱的四个“麻雀”村组建的新巾仙溪村的发展情况,以及八村抱团发展,打造乡村振兴项目的新景况;金华台《乡村发现》连续推出调查报告《行政村调整 村庄缩减

35.8%的背后》,关注并村难在哪儿以及问题的破解之策;新昌台《沃洲田野》栏目记者深入调查,关注新一轮的行政村合并之后并村的“破局”和“开局”,同时专门调查报道了乡村景点《“网红”过后如何“长红”》;嘉兴台《小马跑乡村》也专门关注了“网红”村庄的烦恼;衢江区《新衢风》栏目以系列调查报道的形式,深入调查了“乡村民宿经营路在何方?”的新问题;永康台《乡土乡约》同样以全市乡村旅游开发蹲点调查的方式,专门调研了《乡村旅游如何破茧成蝶》的问题。这些对乡村发展热点难点问题的关注报道,不仅体现了电视对农栏目的深度,更以深入的思考推动了乡村治理的新进展。

(四)强化对农报道内容组织整合,提高栏目综合编排新水平

此次考核还发现,经过省广电局集中的培训和观摩学习,全省各市县台对农栏目的编排水平整体上有了较为明显的提升。大部分台主档对农栏目都较好地实行了多方面内容组织和小专栏化的综合编排,也有相当多的台一周两期代表作甚至三期代表作都实行了综合编排,主体突出,内容丰富,组合编排结构细致,体现了编排水平的整体进步。比如市级台对农栏目考核的两个优秀奖获得者,台州台《山海经》和嘉兴台《小马跑乡村》都在半小时的节目中,安排设置了近十个小专栏,以庆祝新中国成立70年重大主题报道和“三农”问题调查为主体,间以乡村新人新貌新科技新事物的报道,既有鲜活的资讯提供,也有直接的为农服务,与新媒体相融合,体现了

对农栏目综合编排的新面貌。县级台层面,瑞安、桐庐、德清、安吉等台的栏目,编排用心,内容兼顾鲜活性和深度性,表现手法兼顾故事性和创新性,主持串接过渡自然,较好地展现了对农栏目的整体传播效果和编排之美。以电视对农栏目评选一等奖获得者瑞安台《吾乡吾土》栏目为例,抽评到的三期代表作主体突出,内容丰富,组合编排结构细致。在主体专栏的设置上,从《小海农友圈》《农事直通车》到《乡村大搜罗》和《田野追梦人》,再到《田野新风》和《乡土监督哨》或《乡土调查》,由互动导入到快速浏览式的资讯服务,由现代“三农”的新事新人,到庆祝新中国成立70周年的重大主题报道,或体现舆论监督性或深度性的调查报道,由可看性到深度性,由思辨性再回到服务性,体现了较好的逐渐深化的收视感,和观众注意力的有效引导。又如电视对农栏目评选二等奖获得者桐庐台《农村之友》,主档8月26日播出节目,设置了《农事吹吹风》《记者乡村行》《治村三十六计》《乡村七十年》和《乡村VLOG》5个版块,其中主体版块《记者乡村行》深入调查,关注农民专业合作社发展过程中遇到的问题,《治村三十六计》关注报道了护村23年,今夏新升级的浮桥埠村乡村物管队,《乡村70年》跟着记者去北京一睹农民墙画师徐根有的风采,乡村治理的典型经验,乡村人物的鲜活故事,以及乡村发展的新问题,既体现了较好的可看性,又体现了一定的报道深度。同时,较大信息量的资讯提供,以及形态新颖的“乡村VLOG”帮助农民对水果莲的助销,主

播串接起众多的记者现场出镜报道,对农栏目编排整合之后的整体性体现相当好。

(五)积极运用视听融媒传播手段,凸显融媒服务“三农”新活力

随着省市级广电媒体的融合发展和全省各地县级融媒体中心的建设,视听媒介的融媒传播业态渐趋成熟。在融媒发展的大潮之中,我省各地广播电视对农栏目也都积极运用视听融媒的传播手段,凸显了融媒服务“三农”的新活力。如瑞安台《吾乡吾土》通过融媒直播间的运用,记者来到田间地头,通过融媒直播,搭起了农户和广电助农平台——瑞安农产实体店的桥梁,为当地农户创造了线上线下相结合的全新的服务方式;青田台《瓯越芝田》栏目创新三地连线直播方式,开展“侨乡传媒来扶贫 平昌花椒直销欧洲”三地连线直播活动,帮助四川省平昌县花椒种植农民销售青花椒20万斤,销售额达600万元。新昌台等多个台对农栏目以“主播帮你上抖音”的融媒传播形式,帮助农民进行农产品促销,取得了良好的效果。

二、存在的主要问题

(一)对农栏目与新闻同质化现象有所显现

考核评审发现,有一些台,明显地将新闻栏目播出的报道“平移”到了对农栏目中播出,报道语态与新闻同质化严重,缺乏专门的为农服务视角。有一些台将对农栏目记者合并到新闻部门,“三农”报道同时在新闻和对农栏目中播出。殊不知,同样是“三农”报道,新闻栏目是以新闻视角报道“三农”,对农栏目是以服务视角报道

“三农”,诉求和取向不一样,所针对的目标传播对象和传播目的也区别明显,这样的“多平台分发”效果未必会好。

(二)对农栏目采编播队伍专业化趋于弱化

考核评审同时发现,不少台对农栏目主播明显就是新闻主播架势。同时,从考核填报资料情况来考察,不少台对农栏目采编播专业化队伍已经“解体”。对农栏目采编播队伍不专业,在做对农栏目的同时,兼做新闻或者其他栏目采编。队伍不专业,与涉农部门的联系就会削弱,对农栏目的整体质量也会下降。

(三)对农栏目抽评考核突击化现象较为明显

考察一些台填报的综合汇总表发现,一些台栏目时长填报的是15或20分钟,但抽评到代表性节目却时长超过20分钟、25分钟,明显是为了应对抽评的“加长版”。甚至有的台,表格填报常态的栏目时长是15分钟,但主送代表节目要超过20分,另两档节目却仍然是15分钟。

(四)对农栏目在融媒体平台建设上缺乏一席之地

从考核的情况来看,大多数市县台,在媒体融合发展中,融媒体平台上还缺少对农栏目的“一席之地”。许多台的对农栏目只是简单地通过微信公众号开展一些求购求卖的信息发布服务,对农栏目的媒体融合传播探索体现得还不多。

三、对加强电视对农栏目建设的建议

(一)坚守对农栏目定位,凸显乡村振兴宣传主阵地的价值

在乡村振兴的热潮中,各台领导要重视广播电视对农节目

服务工程的投入和建设,加强与农业农村部门的协作。多地的经验证明,在当前广播电视媒体经营困难不少的情况下,对农服务有着很好的政府资源,只有做好为“三农”部门的服务,做好为“三农”工作的服务,以作为赢得地位,才能凸显乡村振兴宣传主阵地的价值。

(二)稳定专业采编播队伍,做出对农栏目全新面貌

在媒体融合发展的趋势下,对农栏目要注重与新媒体融合下的垂直纵深发展,而不是简单地与新闻或其他栏目进行简单的队伍归并。只有建设一支稳定的专业采编播队伍,才能深入、持久地深耕对农栏目的融媒传播与发展,以精准的服务赢得口碑,赢得持续发展的机遇。

(三)注重常态化的综合采编,有效提升对农栏目信息量

据了解,在一些市县台,常态的对农栏目都是单条或简单的二、三条报道播出,信息量少,服务性差,仅靠8月份抽评期间的偶尔突击,根本无法招揽收听看的人气。只有保持常态化的综合采编形态,才能以充足的信息量和实实在在的服务性,有效提升栏目的影响力和吸引力,保持栏目持久的生命力。

(四)纳入融媒传播实践,探索对农栏目融媒服务新途径

各台要考虑在融媒建设发展的过程中,为对农栏目创造一席之地。对农服务是省市县三级广播电视媒体开展公共服务的重要内容,在媒体融合发展的过程中,同样需要与时俱进,积极探索融媒服务的全新途径。

(作者单位:浙江传媒学院新闻与传播学院)