

《微孝行动》实现 电视媒体传播效果的多种途径

张 艺

党的十九大指出，实施乡村振兴战略，要坚持农业农村优先发展，按照产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的总要求，建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系，加快推进农业农村现代化。围绕20字方针，衢江台积极从多角度做好宣传。2018年5月，我们从倡导尊老爱老的文明乡风角度出发，开播一档电视栏目，把镜头对准老百姓，让老百姓参与到节目中来，办一档真正属于老百姓自己的栏目。栏目内容就讲述发生在我们身边的孝顺父母长辈的那些人、那些事，播出频率为两周一档，开播至今已播出43期。

一、找准栏目定位

一档栏目从无到有，首先要准确把握栏目定位。一个精准的栏目名称从很大程度上确定了栏目的定位。为了确定这档电视栏目的名称，全台上下各抒己见，提出了很多好听又朗朗上口的栏目名称，比方说《爱爸妈 动起来》《孝心大家谈》等，最后《微孝行动》从众多栏目名称中脱颖而出，大家普遍认为这个名称接地气又能准确表达栏目定位。所谓“微孝”，就是要把镜头对准那些既微不足道，又难能可贵的孝心，没有太多惊天动地的壮举，有的是细水长流、天长日久的那份对老人的关爱，而且“微孝”与“微笑”同音，意指美好，用小辈们的“微孝”让长辈们“微笑”，不但意指家庭和睦，也寓意社会和谐。后面再加上“行动”二字，有正在行进中的意思，希望更多的人能够加入进来。

二、创新节目形式

一档新的栏目要在短时间内吸引更多观众，就必须要进行节目形式上的创新，一改以往配音加同期声的老套路，以采访者自述的形式来为观众讲述每个家庭的微孝经。节目播出后在

观众中的反响证明，自述的形式老百姓非常认可，接地气、有说服力。特别是有些村民看到自己同村的人，或者邻居在电视屏幕上出现，而且用他们浓浓的乡音为大家娓娓道来，感觉很亲切，兴奋地竖起大拇指，逢人便说这个人我熟悉的，他是我们村的大孝子。这样的形式大大推进了观众的参与度，让观众走进电视，拉近了观众与电视的距离。

不过自述的形式，却为采访增加了很大的难度，也对被采访者的综合素质提出了更高的要求。因为记者面对的采访对象基本都是农村里的大叔大妈或者大哥大姐，文化层次不是很高，表达能力也很一般，如何让他们在镜头面前侃侃而谈，真情流露？首先采访的前期功课就必须做扎实，通过电话和微信等方式先了解清楚这个家庭的大概情况，与被采访对象要有一个比较深入的沟通，让他们知道我们采访的主要方向。沟通的过程对于他们来说就是一个打腹稿的过程，这为接下来正式采访打下一个良好的基础；其次在正式采访时，记者的问话要方向明确，态度亲和，不能让被采访者产生畏惧心理，要让他们感觉就像在跟邻居拉家常一样，这样说话时的状态就轻松自然了，讲述起来也会真情流露。特别是在每一期节目开头，我们都会要求被采访对象自报家门，说出自己的名字，是哪个村的人，这一点非常重要。电视上经常听到哪个村的人加入微孝行动了，从一个侧面就反映了这个村的乡风文明程度，反之没有加入微孝行动的人或村，就会开始反省，是不是这方面做得还不够。

三、细雕节目内容

孝心是一个永恒的话题，如何把这个永恒的话题讲述得更动听？几期微孝节目做好之后，栏目组开始发现，因为是“微孝”，更多的是小

辈对长辈细水长流的日常照料，所以在联系采访时被拒绝采访是常有的事，被采访者会认为这么一点小事不足挂齿，孝顺长辈那是天经地义的事，怎么还要上电视？特别是记者面对的很多农村家庭，家中有好几个子女，接受采访的其中一个儿子或女儿，怕别人误会这是在出风头，同时也担心其他兄弟姐妹会有意见，所以总有许多顾虑。这些情况确实也存在，因此记者的采访线索曾一度紧张，但大家没有想过放弃，而是边采访边总结，联系采访时以家庭为单位，不突出个人的孝顺，并且通知其他能到场的兄弟姐妹一起参与采访拍摄。另外记者采访拍摄也为被采访家庭留下了宝贵的视频资料，这并非一般家庭的能够做到。经过耐心细致的解释和做工作，被拒绝采访的现象逐渐得到缓解。

内容为王是并不过时的话题。栏目要吸引更多的观众，最终还是看内容。如果采访拍摄不外乎小辈为长辈修剪指甲、洗头洗脚、穿衣喂饭等，观众的新鲜劲一下子就会过去，如何寻求突破是关键。因此在节目内容上我们做到精雕细琢，每期节目都要呈现给观众一个不同的“微孝点”，也就是每期节目采访要有侧重，不能面面俱到，这样就能做到每期节目有亮点。

首先我们在做采访前期课时，就要与采访对象做足够的沟通，了解清楚这个家庭的微孝事迹；其次根据采访对象描述的大致事迹，结合之前做过的节目内容，栏目组要帮采访对象整理出他这个家庭特别的“微孝亮点”；最后会为每期节目取一个有亮点的名字，从节目标题上就让观众了解到这个家庭的微孝经。

观众收看电视，讲求的是声画双重享受，画面的感染力有时甚至胜过声音的描述，因此围绕每期不同的“微孝亮点”，摄像在画面的拍摄和捕捉上，都会紧扣亮点，拍出有视觉冲击的画面，在一个不经意的时刻，触动观众的神经。

通过对每期节目的精准定位，节目亮点纷呈。虽然同样是孝子，每家却有着不同的“微孝经”：85岁的程林祥，为了更好地照顾105岁的母亲，选择跟母亲同住一屋；永远是盲人妈妈眼睛的好儿子郑水良；孝心就像屋檐水代

代相传的姜春梅；把父母当客人来对待的孙水芝；把敬老院的老人当自己父母的丁美灵；肢体残疾也要顶起照顾公婆半边天的祝建兰；有了新家庭，公公还是公公的黄美娟；待瘫痪岳母似亲娘的张松延；幼年过继他人，如今孝心依旧的杜道生；做个比老公孝顺的儿媳童建丽等等。43期节目主人公，来自衢江区各乡镇各村，他们的孝行影响并震撼着乡里乡亲每一个人。

四、结合新媒体扩大栏目影响力

对已经播出的43期《微孝行动》节目，每一期都会在电视和衢江广电微信公众号上同步推送，让受众通过多种渠道收看到节目。特别是微信公众号上推送的微孝内容，都会引来热心网友留言，有的点赞，有的引以为豪，有的网友看了节目后表示要马上回家去看看家中的父母。一时间，衢江大地孝老爱亲的良好乡风蔚然成风，越来越多的人打进“微孝热线”，爆料“微孝线索”，或者讲述他家里的“微孝经”。栏目组牵头组建了“微孝大家庭”微信群，大家因为微孝走到了一起，成为了家人，微孝大家庭正在日渐壮大，而这些微孝大家庭成员们的孝行正影响着身边的邻里百姓。

栏目组还通过H5的形式，推出《来为你身边的微孝之星点赞》，仅一周时间，通过朋友圈转发，就达到了22000多的点赞和关注。此外，利用好“学习强国”APP，选择比较好的暖心微孝视频进行推送。目前已有4条微孝短片被“学习强国”学习平台录用，满满的正能量传递给了更多人。

五、成功举办衢江区首届“微孝之星”评选活动

2019年5月，在《微孝行动》栏目开播一周年之际，我们策划了《微孝行动》一周年回访，选取几个原先节目中采访过的对象进行回访。一来看望家中老人，与采访对象建立更好更亲的关系，二来可以听一听一年以来当时的主人公对微孝是否有更深的理解，同时也是对我们栏目在观众中的影响力进行一次评价。回访中我们发现，栏目影响力在一点点扩大：受栏目启发，主动为同学父母拍摄日常生活视频的杜忠德；精心伺候瘫痪公公、直到公公安然

离世的好媳妇郑玉香；在妈妈的言传身教下，会帮助妈妈孝顺太奶奶的乖孩子小宝等等。他们的孝行让我们更坚定了把栏目办好、办出特色的信心。

百姓走进栏目，栏目也走进了百姓心中。为积极配合衢州市创建全国文明城市，更好地传播孝文化，树立一批孝亲敬老的先进典型，继承和弘扬尊老、敬老、爱老、助老的中华传统美德，营造崇德向善、文明和谐的良好乡风，我们联合衢江区委宣传部、区创建文明城市工作领导小组办公室、区妇联，精心策划启动了衢江区首届“微孝之星”评选活动。评选既是鼓励，更是鞭策，能让更多的老百姓向被表彰的人学习。

2019年7月，活动正式启动。两个月左右的时间，在乡镇、部门推荐的人选以及《微孝行动》栏目采访对象共84位候选人中，评选出

了10位“微孝之星”和21位“微孝使者”。一个月以后，一场以孝心为主题的《微孝行动》主题纳凉晚会在衢江东方广场举行。晚会现场气氛温馨感人，正能量满满。有一位村民把他106岁的妈妈带到了晚会现场，他说因为妈妈喜欢热闹，今天把妈妈带来看晚会，她很开心。他用实际行动为我们讲述了一个感人的微孝故事。

通过评选、表彰和宣传这些在孝老爱亲方面涌现出来的先进典型，可以带动更多人加入到“微孝行动”中来，既弘扬孝老爱亲的传统美德，又营造崇德向善、文明和谐的良好乡风。

《微孝行动》是一个让观众走进电视的平台，小切口，大能量，普普通通的老百姓，简单、真实、朴实的微孝小故事，带来的是较好的传播效果和社会正能量的弘扬光大。

（作者单位：衢江区传媒集团）

