

对农节目服务 在共富示范区建设中的实践与探索

——浙江省广电媒体对农节目情况调查

林勇毅 郑宇 吴生华 江梦

自2006年浙江省广电局启动实施全省广播电视对农节目服务工程建设16年来,我省广电行政管理部门以工程建设考评为抓手,久久为功,持续推动省、市、县三级广电对农节目的数量拓展和质量提升,为办好对农节目营造了积极的氛围,全省广电对农节目服务工程形成了量质并举、立体推进的良好格局,为浙江省乡村振兴发展贡献了广电智慧和力量。2021年5月20日,中共中央、国务院正式印发《关于支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区的意见》。一年多来,全省广电播出机构围绕高质量发展建设共同富裕示范区重大主题,立足对农节目阵地,策划开展丰富多彩的广电对农活动,开启了全省广电对农

宣传服务高质量发展建设共同富裕示范区的全新篇章。为深入了解我省广电对农节目现状,总结多年实践经验,分析研判存在问题,探索广电对农节目服务整体质量提升途径和在浙江共同富裕示范区建设中发挥更大作用的有效举措,研究制订相关指导性意见,省广电局历时半年多时间,自下而上,持续展开了深入的专题调研。

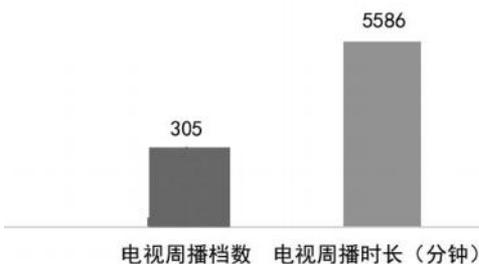
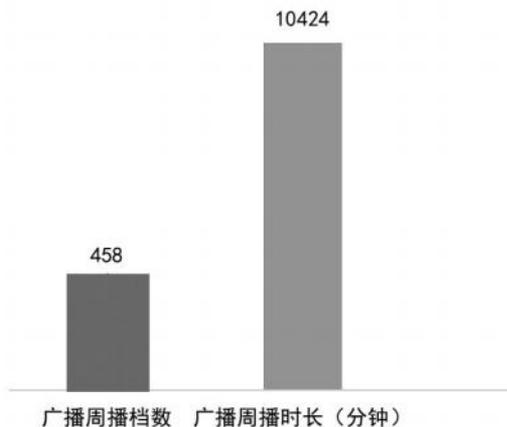
一、全省广电对农节目现状以及在共同富裕示范区建设中的作用发挥

(一) 节目播出总量趋于稳定,打下共同富裕示范区建设宣传坚实基础

据调查统计,截至2022年8月底,省、市、县三级广播电视台共开办广播电视对农栏目763

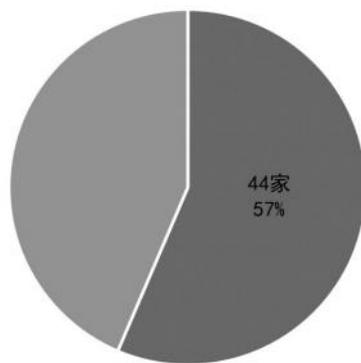
档，周播时长16010分钟（不含重播）。其中，广播对农栏目458档，周播时长10424分钟（不含重播）；电视对农栏目305档，周播时长5586分钟（不含重播）。我省广播电视对农栏目正逐渐实现日播化，为对农节目服务在共富示范区建设中作用发挥打下坚实基础。

浙江省广电对农节目周播档数和时长

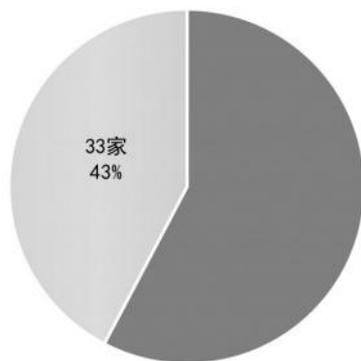


目前，浙江之声和杭州、温州、湖州、嘉兴、金华、台州、丽水等市级台，萧山、桐庐、淳安、建德、镇海、鄞州、余姚、象山、瑞安、永嘉、平阳、苍南、德清、长兴、安吉、嘉善、平湖、海宁、桐乡、柯桥、上虞、诸暨、嵊州、新昌、兰溪、东阳、永康、武义、磐安、玉环、仙居、三门、龙泉、青田、云和、缙云等县级台，每周广播对农栏目档数都在5档以上；浙江电视台新闻频道和杭州、湖州、嘉兴、金华、舟山、台州等市级台，富阳、临安、余杭、桐庐、淳安、奉化、宁海、瑞安、平阳、德清、长兴、安吉、嘉善、平湖、海宁、新昌、兰溪、永康、武义、江山、岱山、温岭、玉环、龙泉、景宁、青田等县级台，每周电视对农栏目档数也都在4期以上。

浙江省广播对农栏目周播5档以上比例



浙江省电视对农栏目周播4档以上比例



近年来，浙江之声和浙江电视台新闻频道开办对农栏目档数播出时长总量基本稳定。浙江之声《美丽乡村》每星期一至星期五中午11:00-12:00播出，每周播出5档300分钟；浙江电视台新闻频道开办《政策面对面》《翠花牵线》《同心共富》《新山海经》《跟着档案去旅行》等9档周播对农栏目，每周播出146分钟。市级台中，杭州台广播、电视对农栏目和台州台广播对农栏目近两年通过改版，增量明显。2020年，杭州之声改版推出对农栏目《幸福了我的村》（周一至周五）和《89号公路》（周日），每周首播总时长达210分钟；杭州电视台生活频道改版推出对农栏目《我的美丽家园》（周一至周五对农栏目综合版）和《做给你看》（周一至周日对农栏目服务版），每周首播总时长达259分钟；2021年3月，台州综合广播改版推出日播杂志型融媒体对农直播栏目《乡村大放送》，每周5档，每档时长30分钟，每周首播总时长达150分钟。县级台中，瑞安电视台在办好每周3档《吾乡吾土》栏目的基础上，2021年12月新办《瑞安农事联播》《农商致富经》栏目，每周首播对农栏目时长达到110分钟。长兴电台对农栏目《乡村

节节高》时长20分钟，坚持每周7天日播，每天中午11:05—11:25首播，并两次重播，每周首播时长达到140分钟。2022年，以广播融媒体直播间全新启用为契机，缙云电台广播对农栏目《金色田园》全新改版，从原来的日播20分钟改版为周一到周五每周5档、每档30分钟，并实行每月报题，每周开总结会，重点打造《乡村观察》专栏，发动记者做好调查报道，力争做到每周都有调查类专栏报道，在打造可视化广播的同时，推出AI主播小农哥和小农妹作为栏目代言形象，深受群众喜爱。

（二）力推规模化新闻行动，形成共富示范区建设宣传浩大声势

中共中央、国务院《关于支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区的意见》和浙江省委全会通过的《浙江高质量发展建设共同富裕示范区实施方案（2021—2025年）》发布施行一年多来，省、市、县三级广播电视播出机构以对农节目为宣传主阵地，把共富示范区建设宣传作为庆祝建党百年、喜迎党的二十大的重要宣传内容，力推规模化的新闻行动，形成了共富示范区建设宣传的浩大声势。

省级台层面，浙江之声和浙江电视台新闻频道承担了对农节目服务的重要职责。一年来，浙江之声《美丽乡村》聚焦浙江共同富裕示范区建设的时代命题，关注农民生活新变化，报道乡村新亮点，通过一线蹲点报道、融媒体呈现，策划推出了《共同富裕在浙江》《走在小康路上的浙江乡村》《老区新貌》《筑梦山水间》《大时代 好日子》《山区26县共富路》《低收入农户增收手记》《“浙”山那水的新青年》等一系列报道，展现浙江在共富示范区建设中，高质量创建乡村振兴示范省的创新实践和生机活力。2021年，浙江电视台新闻频道改版推出每周一档专题栏目《同心共富》，同时，在省委宣传部、省委统战部、省民宗委的统筹组织下，围绕“一段红色历史记忆、一个团结进步场景、一位先进模范人物、一台和谐共融文艺节目、一堂浙里石榴红微党课”等“五个一”要求，开展全省微党课巡回宣讲，推动红色历史文化和共同富裕建设宣传进农村、进社区、进学校。

做强浙江省文艺名专栏《流动大舞台》节目，服务“文化下乡”，开展文化礼堂巡演，挖掘地方特色“三农”文化活动资源。相对而言，省级台层面，共富示范区建设重大主题宣传，更多地通过浙江卫视、浙江之声、浙江电视台新闻频道等新闻栏目的采编团队在开展，新闻宣传声势浩大。

市级台层面，各台把共富示范区建设与庆祝建党百年、喜迎二十大、促进乡村振兴等重大主题宣传紧密结合起来，开设专题专栏，推出了各具地方特色的系列报道。如嘉兴台立足党的诞生地，广播《阿秀嫂的家常话》围绕共富主题，设置《阿秀嫂到我家》专栏，拍摄《勇当共同富裕的探路先锋》系列短视频，电视《小马跑乡村》启动“百年走百村”大型公益活动，推出《村里的“共富经”》专栏，以新闻的力量推动共同富裕建设；台州台广播《乡村大放送》连续推出《小霞看共富》《蹲点“九富”路径》《共富路上的“绊脚石”》等10多个新闻行动，电视《山海经》策划发起《喜迎二十大·山区县共富日记》《提振“双强”共富先行》等7个融媒系列新闻行动；杭州台电视《我的美丽家园》推出《共同富裕 筑梦乡村》《数字赋能乡村振兴》等系列蹲点专题报道；金华台广播《阳光八婺》高密度采编播出《我们的共富经》、电视《乡村发现》力推《寻找金华乡村振兴样本》《共同富裕大家说》等系列报道；湖州台广播《苕溪两岸》推出《走向共同富裕 打造先行示范》专栏；温州台广播《乡土温州》推出《最是浙南红·同行共富》《续写创新史、走好共富路》等系列报道；绍兴台电视《三农一线》重点推出《乡村振兴春风暖》系列报道；衢州台电视《佳佳农话》开设《8090宣讲团进乡村》，抓住衢州特色的新时代理论宣讲团，体现衢州本土特色；丽水台电视《丽水三农》开设系列节目《共同富裕 农业农村局长访谈》；舟山台电视《渔农天地》策划《乡村振兴进行时》系列专题，围绕全域推进新时代美丽乡村建设，挖掘宣传一批村强、民富、景美、人和的渔农村场景。这些新闻行动以专栏或系列报道形式播出，规模大，播出持续时

间长，按照不同时间阶段的宣传重点接续推出，起到了较好的累积性传播效果。

县级台层面，一年来共富示范区建设主题宣传更加丰富多彩，凸显了对农传播主阵地的作用。如桐庐台广播《田园之声》和电视《农民之友》分别推出《共富日记》《乡村共富策》系列报道和《同行共富路》等专栏报道；德清台广播《田园之声》和电视《新农村智联网》分别策划《奔向共同富裕 打造先行样板》专栏和《走乡村看共富》系列；安吉台策划推出《民宿村里探共富》《共同富裕乡村行》系列，推出系列短视频作品《奔富记》《我心中的共同富裕》等；长兴台《乡村节节高》重点策划《未来乡村在行动》《共同富裕新征程我们“浙”样干》等重点系列主题报道；永康台开展《共同富裕“永”争先》融媒体新闻行动；玉环台特别策划融媒体新闻行动《共同富裕三十六法》；温岭台从2021年7月新开电视对农栏目《共富路上百村行》；三门台推出《建设共同富裕先行县》专栏；景宁台围绕建设山区26县跨越式高质量发展的目标，采制《咱们家乡共富路》系列专题，电视《畲乡风》致力于办好《科技赋能畲乡共富》等专栏；瑞安台广播《乡土乡音》策划《山海协作谱新篇》《最美乡贤助共富》等系列报道；平阳台广播《走进新农村》推出《浙南红都的共同富裕路》专栏，电视《十里八乡》陆续推出《航拍看红村》《共同富裕看平阳》等；永嘉台电视《走乡村》力推《走百村看共富》；文成台推出《共富路上看变化》；海宁台广播《阿林哥说农村》开设《共富路上》，电视《今日新农村》推出《直播擂台赛》，跨村PK，展现共富新貌村景；桐乡台广播《美丽新农村》，特别策划《共富·新农说》《我这十年》等系列报道，电视《绿色田野》推出《乡村新魅力》《“桐”行共富路》等专栏；嵊州台广播《剡溪两岸》先后推出《百村共富》《共同富裕乡镇行》等；开化台组织策划《走在共富大道上》《云瞰开化》等融媒体新闻行动；常山台电视《柚乡新视野》力推融媒体专栏《共富果园CEO》；龙游台电视《田野风》力推《咱们的“共富”生活》《小县大城 共同富裕》

等专栏；岱山台电视《海岛人家》以“服务三农，共创财富”为宗旨，《海岛新居民》《海岛新风光》《海岛新视点》等专栏紧紧围绕共同富裕主题，生动报道海岛渔农村的新变化与新人物。自2019年底全省实现县级融媒体中心挂牌成立全覆盖，县级广电台大多与融媒体中心实行“一个机构、两块牌子”的全流程整合，县级台广电对农节目主题宣传与融媒体新闻采编重大主题报道结合更加紧密，与新媒体传播渠道的融合也进一步推进，共富示范区建设的宣传报道更趋集中和多平台化，整体上传播成效也更为明显。

（三）注重“宣传+服务”对农活动，扩大共富示范区建设宣传辐射影响

相对于专栏或系列化报道的新闻行动，一年来，省、市、县三级广电播出机构更注重开展以“宣传+服务”为出发点的对农活动，扩大共富示范区建设宣传辐射影响。一方面，凭借着广播电视与新媒体的融合，线上线下相结合的对农活动组织开展更为便捷；另一方面，疫情防控之下，一些活动的参与转移到新媒体平台，可以更好地实现疫情防控与对农活动开展的兼顾。同时，一些台尽力开展跨地域联合的对农活动，进一步扩大了活动的辐射面和影响力。

一年多来，浙江广电集团举办的对农活动，主题进一步集中到共富示范区建设上来，通过评选、颁奖和省市县联动宣传，更好地发挥了典型挖掘宣传的引路作用。2021年度浙江乡村振兴共富带头人“金牛奖”评选活动颁奖仪式于2022年1月10日晚在浙江之声、浙江电视台新闻频道和中国蓝新闻客户端同步播出。这一活动由浙江广电集团主办，浙江之声、浙江电视台新闻频道承办。2021年金牛奖以“聚力乡村振兴 建设共同富裕”为主题，金牛奖获得者的称号也改为了“浙江乡村振兴共富带头人”，最终选出的十位“金牛”，他们以产业带领农民增收，以新理念助力乡村振兴，彰显了人物在共同富裕建设中的贡献度。浙江农民创富大赛是由省广电局和浙江广电集团主办，浙江电视台新闻频道承办的一项品牌活动。2022

年第七届浙江农民创富大赛8月10日在常山启动,在延续“创业创新、乡村振兴”活动主旨的基础上,围绕“共创 共享 共富”主题,拓宽大赛遴选范围,特别将我省26个山区县跨越式高质量发展模式中涉农共富实践探索的优秀项目也列入参赛范围。

市级台层面,联合部门和县市区,以共同富裕建设为主题,多层次开展对农宣传服务活动。如杭州电台新闻广播与杭州市委党校、市发改局、市科协、各区县市农业农村局和浙江农林大学等联合成立“未来乡村共富联盟”“源头共富党建联盟”,杭州电视台生活频道推出“共同富裕·味道山乡”活动;温州电台对农广播联合永嘉县举办“永嘉县农村电商公共服务中心运营启动仪式”,联合泰顺县农业农村局开展“绿色助农 走进泗溪”助农直播带货活动等;嘉兴电台对农广播联合市农业农村局举办美丽乡村音乐节,助力美丽乡村建设,联合南湖湖区乡村振兴办、区文化旅游局,在凤桥镇联丰村打造“882主播打卡基地”,带动乡村旅游发展。嘉兴电视台公共频道联合农商银行推出“一村授信一亿”的金融服务,助力乡村振兴,联合宣传部门,开展党史宣讲、文明宣教、文化惠民、公益宣传、农产品集市等公共服务,通过实体公益活动,助力物质富裕、精神富足;2022年,台州台广播《乡村大放送》携手市文广旅体局,开展“台州文旅IP 阳阳邀你追着阳光去台州”活动,助推台州旅游行业高质量发展。就全省市级台层面考察,广电对农活动联办性特点鲜明,特别是与文旅部门联合开展旅游宣传活动、与县市区或镇街开展农产品直播带货活动较为普遍,起到了沟通城乡的桥梁作用。

全省各县级台层面,充分发挥县级融媒体中心建设过程中的融媒优势,开展了各具特色的对农活动。以湖州市各县广电台为例,2022年5-8月期间,长兴台联合县委宣传部、县共富办等,联动全国多家市县广电台,先后启动《进击吧,乡村造梦师》融媒体电视对农活动和《加油,乡村合伙人!》融媒体广播对农活动,聚焦文化产业赋能乡村振兴,寻找、挖掘有示

范意义的乡村合伙人,宣传典型,带动周边,两个活动在2022年度全省广播电视对农节目奖评选中双双获得广播、电视对农活动一等奖。长兴台还延续5年品牌活动“帮扶在行动”,广播直播、主播带货、微信助农购等,开展35次助农增收活动,累计帮扶农户1800人,销售农产品达168万元。全力打造美滋滋的乡村美食第三季,持续开展走村入户纳凉晚会,策划升级原有品牌活动“主播带你游乡村”,集中寻访长兴网红乡村。联手农业部门共同推出《共富村寻游记》活动,寻游长兴16个乡镇(街道、园区),从他们的发展之路,探寻共同富裕的故事;德清台在全县8镇5街道中开展《“一镇一节”共富路上的幸福果》系列活动;安吉台依托融媒体平台“爱安吉”APP和微信小程序“游视界本地圈”,持续开展直播助农服务。其他各市县级广电台中,云和台为更好发挥“云和师傅”品牌共富带动作用,联合县委组织部、县人社局、县农业农村局共同推出“共同富裕‘云’助力”智慧助农活动,启动“云和师傅”乡村共富精英人才培养计划,培养乡村“创富师、建筑师、营运师、善治师、文创师、宣讲师”等“云和师傅新六师”。通过搭建智慧“云”平台,发布共富需求信息库等,提升“云和师傅”智慧助农水平,加强山区低收入农户创富能力。玉环台推出《渔家行当争霸赛 共富路上我先行》活动,先后展开“织王”争霸赛、“牡蛎开壳王”争霸赛、“滩涂捕捞王”争霸赛等,“渔”味足,引流游客效果显著。玉环台广播《山海玉环》先后策划《主播带你走乡村——我和我的村》融媒体直播、《“创赢乡村共富玉环”乡村振兴创业大赛》等;嘉善台联合上海青浦台、江苏吴江台开展《示范区·共富秀——长三角奔向共同富裕乡村新景巡游记》融媒体跨地对农活动,征集音视频秀美丽村景,晒幸福生活,并对从中选出的20个村进行展评;平湖台广播对农栏目改版更名为《春来茶馆》,每周5档对农节目打破版块播报模式,探索“模拟现场直播+线下活动”播出形式,更加切合乡村振兴、共同富裕建设场景和主题;瑞安台广播《乡土乡音》针对“三位一体”智

农共富平台开通一年来的实际情况，联合市供销社推出“数智体验官”行动，为智农共富平台做“体检”；平平台电视《十里八乡》全力打造《主播带你游乡村》活动，激发乡村活力；永嘉台电视《走乡村》组织开展《永嘉十碗评选》《永嘉云上村晚》《我们的村礼》等对农活动；永康台电视《乡土乡约》联合各镇街举办《永祥杨梅节》《唐先葡萄节》《西溪蜜梨节》等活动，助力农民增收致富；兰溪台广播《兰溪新农村》通过“兰精灵”APP直播“享兰溪美食 促浙里消费”启动仪式、浙江“六月杨梅红”开摘仪式、赤溪街道“清风颂莲，荷美赤溪”第四届荷花节、汇潭甘蔗节等活动；青田台携手上海金山、浙江平湖、江苏常熟和安徽黔县，推出“勿忘来时路——长三角地区探索红色足迹”五地联合直播活动，以五地红色爱国教育基地现场连线的形式，讲述青田老区的振兴故事。青田广播《农村天地》、电视《瓯越芝田》持续关注世界农业遗产大会举办前期相关点位进展，开展直播与互动。开展“六比六看、共富赶考”比拼擂台，推出“奇思妙想 创赢侨乡”创业创新大赛，助力侨乡共富发展；诸暨台广播《田园人家》推出《红色乡村游》《为共富打样》等活动，举办诸暨特色农产品交流活动；新昌台电视《沃洲田野》通过《主播帮你上抖音》为推广优质农特产品开启直播带货；嵊州台电视《大地春色》策划组织“百年风云·和堂越色”文艺走基层融媒大行动。考察一年来全省各县级台开展的广电对农活动，一是为各镇街办节赋能，推动各镇街农产品品牌打造；二是组织多方面比赛，为“三农”创业创新搭建平台；三是利用新媒体平台，开展主播巡游、主播带货活动，为乡村旅游引流、农产品出村进城吆喝。通过广电对农活动的开展，把创业创新人才引向农村，把客流引向农村，把农产品推向广阔的市场，为农业、农民增收和共同富裕建设发挥助力作用。

（四）着力探索融媒传播场景，创新共富示范区建设宣传传播业态

随着媒体融合发展的持续深入，我省广电对农节目的采编队伍和采编工作逐步融入到融媒体生产流程中，并形成了多种融合生产的方式，创

新共富示范区建设宣传传播新业态。调查发现，目前我省市县两级广电对农节目的融媒生产方式主要有两种，一种是与全媒体新闻生产相结合，对农节目直接由新闻采编部门生产；另一种是直接归入节目或活动部门。如2020年9月，台州市广电启动融媒化改革，谋划探索平台、内容、经营、管理、队伍等全面、深度、一体融合，着力推动媒体转型升级和提质增效，组建三大融媒集群。台州综合广播与台州电视新闻综合频道、台州广电融媒体新闻中心组成了第一集群。在这样的背景下，广播融媒体对农直播节目《乡村大放送》应运而生，成为台州综合广播对农宣传的主阵地，每周5档，每档时长30分钟；广播对农宣传实现了融媒选题、融媒生产和融媒呈现。电视对农节目《山海经》和《乡村大擂台》则随所属公共频道，与台州交通广播频率组成了第三集群，电视对农节目的采编工作也归属第三集群承担。2022年，金华台广播对农节目《阳光八婺》和电视对农节目《乡村发现》分别纳入广播事业中心和时政新闻中心，分别融入广播和新闻的融媒生产流程。相较于电视对农节目融入融媒体生产流程，全省三级电台广播对农节目仍较普遍地由广播专业频率或广播节目中心负责采编。如杭州台广播对农节目《幸福了我的村》和《89号公路》由杭州新闻广播采编播出，近年来逐步融入视频部的采编播流程，呈现出融媒传播的趋向。与此同时，融媒体工作室的生产机制也逐渐显露苗头。如浙江之声《美丽乡村》注重采编播一体化主持人的新媒体形象“小蔡一碟”打造，致力于做有融合传播力的对农节目，开设了全省第一个对农节目抖音号“小蔡一碟”、视频号“蔡记者的日常”，组织听友群、喜马拉雅号，运用图文、短视频、vlog、短音频等多种融媒手段，《寻找乡村年味》《不负春光》《大时代 好日子》等一批融媒体产品，获得全网关注，《寻找最“诸葛”VLOG》获浙江省新媒体创意大赛一等奖。杭州新闻广播2022年挂牌成立“农旅工作室”，其中《幸福了我的村》除了在FM89播出，还策划推出了“小杭因樱子”系列短视频，用VLOG形式探访、体验乡村农旅，在学习强国、杭州之家、杭州之声全媒体平台同步

推送；打造“国风美思思”百万粉丝IP，进行农旅点打卡、民宿带货等。玉环台广播对农节目《山海玉环》以对农栏目工作室——陆琼工作室为引领，以项目化带动玉环对农宣传工作，组建融媒体直播团队，推出“山海玉环·主播带你走乡村——我和我的村”系列融媒体直播活动，发掘海岛共富样板区的鲜活案例，平均每场直播时间约90分钟，客户端、微信、微博等平台累计观看人数近80万。台州台《乡村大放送》、温州台《乡土温州》和长兴台《乡村节节高》、瑞安台《乡土乡音》、德清台《田园德清》等，还积极探索广播对农节目的视频化直播和智慧化广播。台州台《乡村大放送》节目以“广播听，手机看”融媒传播为主要特色，投入300多万元打造了广播融媒体直播室，节目通过广播和新媒体平台同步音视频直播，实现了传播方式的创新。温州台《乡土温州》等市县台广播对农节目或开启可视化直播，或与短视频相结合，探索广播对农节目的视频化同步传播。诸暨台广播对农节目《田园人家》创新推出“丹丹打卡”等体验类短视频节目，打造“新农人”IP。台州台《乡村大放送》还在节目中引入AI播报，量身设计“三农”好帮手AI“小九”形象，长兴台《乡村节节高》、瑞安台《乡土乡音》、德清台《田园德清》等分别设计推出“小农哥”“德小农”“小瑞”等AI人工智能小主播形象，增加了节目的可听性、可看性和趣味性。2022年，缙云电台广播融媒体直播间全新启用，广播对农节目《金色田园》升级为“可看、可听的对农广播”，通过“掌上缙云”APP、抖音平台可视化直播，并全新打造AI主播小农哥和小农妹，打破了传统的广播播出模式，拓宽了传播的覆盖面。

电视对农节目的融媒体生产方面，各市县台不断尝试将短视频采制手法引入对农节目生产，将电视对农节目采制过程与移动直播相结合，并实施多平台分发或直播，取得了较好传播效果。嘉兴台《小马跑乡村》专门开辟《抖音里的新农人》，以新媒体表现手法在电视端和抖音、微信视频号等端口同步播送，尝试电视对农节目融合发展路径；在抖音平台开设“马

儿跑乡村”账号，通过几十秒短视频形式，传播对农服务内容。台州台《新山海经》新增常设性版块《“屏”看山海》，加强大小屏互动关联。瑞安台《吾乡吾土》推出《田欢农友圈》，运用微信朋友圈、短视频等手段，及时快速发布农业生产和农民求助信息，打造电视对农节目主持人微信平台的农民朋友圈。2022年，《吾乡吾土》还契合直播带货热潮，重磅打造“带泥购”融媒直播间，深化“带泥购”电子商务平台建设，发挥助农服务功能。如2022年8月策划开展瑞安文成两地深度“山海协作”融媒直播活动，推出多场互动直播，为瑞安北鹿海域养殖大黄鱼和文成珊溪水库包头鱼带货，参与观众超10万人次。同时推出AI主播“瑞小农”，以可爱的智慧小主播形象，参与对农节目互动过程。海宁台电视《今日新农村》也在短视频新媒体专栏《婷仔跑村》中引入3D虚拟主播Q婷，开发主播和虚拟主播之间互动场景，虚实结合让栏目展现更生动。《婷仔跑村》在制作时强化短视频属性，在新媒体端首发，让农村“共富”面貌更具“网感”表达的同时，打造对农主播个人IP。青田台跨越国界，广泛吸纳“三农”领域的工作人员、农户、侨商进群，创建“青小农后援团”，微友超500人。融入社交媒体提升互动效果，解决了70多个农技难题，举办了60多次助农连线活动。组建“青言青语”新时代青年理论宣讲团，定期开通“青言青语”直播间，解读涉农政策，传递致富信息，一年来开展各类宣讲100多场，推出宣讲微视频65期，收到农友邮件200多件。永康台《乡土乡约》持续探索“小倩微直播”，记者小倩结合抖音、快手等平台的直播手法，不断创新大小屏互动传播新形式。玉环台《金色港湾》积极探索将新媒体平台慢直播引入电视对农节目录制使用，尝试了大屏与小屏的联通传播。2021年6月，兰溪台结合《金色田野》现有功能，创办具有线上线下展示销售功能的“融媒超市”。利用《金色田野》、“兰精灵”APP等宣传平台，主持人化身“网红”助农销售，上山下乡当网红，为农民带货，走出了一条“栏目+”新模式。

二、共富示范区建设视域下全省广电对农节目存在问题和面临困难

(一) 全省广电对农节目地区不平衡性和时间阶段不平衡性突出

从调查和考评情况来看,全省广电对农节目服务两个不平衡性较为突出,一是地区之间的不平衡性突出,二是节目质量在全年的时间阶段上不平衡性突出。

首先,地区之间的不平衡性突出。全省11地市中,湖州、温州、嘉兴、台州、杭州5市的市县广电台,整体上对办好对农节目较为重视,在年度考评中取得成绩较为优秀,其他各市除个别台对办好对农节目较为重视之外,大多数台积极性有待提高。据2022年度全省广电对农节目服务工程考核,截至目前,在大多数广电对农节目正逐渐实现日播化的同时,全省仍有14个台的自办广播对农栏目每周只有3档,周播时长仅60分钟(不含重播),23个台的自办电视对农栏目每周只有3档,周播时长仅45分钟(不含重播),这些台的对农栏目总量只够“达标线”。除了硬性指标外,在节目质量上,地区之间的差距也比较大。从2022年度获考核优秀台的地区分布来看,广播考核部分中,温州、湖州各3个优秀,杭州、台州、丽水各2个优秀,宁波、嘉兴、金华、衢州各1个优秀;电视考核部分,湖州、嘉兴各3个优秀,温州、杭州、台州各2个优秀,丽水、金华、绍兴、衢州各1个优秀。湖州、温州、嘉兴、台州、杭州地区的总体优秀比例较高。湖州市的3个县级台广播、电视栏目都进入考核优秀行列,抽评到的一周节目都实行了综合性杂志化播出,编排策划用心,报道采制扎实,主持串接流畅,包装制作精良,融媒创新亮眼。而有的台选题陈旧,栏目结构单一,表达手法老旧,缺乏服务性和互动交流感,整体质量仍需进一步提升。

其次,对农节目质量在全年的时间阶段上存在不平衡性。调查发现,较长时间以来全省广电对农节目服务工程考核抽评时间固定在每年的8月份,各台不同程度地存在着“突击创优”的现象。据调查,除每年的考核抽评月之

外,一些台对农节目存在着“三高”现象:一是主体报道的重播率较高,除了单纯的节目重播,一些较长的报道在不同的首播节目中重复编排播出;二是直接拿时政新闻节目播出的“三农”新闻编辑播出的比例较高;三是省广电局提供的通用性对农节目在整档节目中的使用比例过高。这些做法不同程度地削弱了广电对农节目的原创性,并大大缩减了对农节目的播出总量,对广电对农节目的公信力和影响力造成损害。

(二) 对农节目共同富裕建设宣传与重大主题报道同质化现象明显

据调查,省、市、县三级广电播出机构均存在着对农节目共同富裕建设宣传与新闻节目重大主题报道同质化的现象。一方面,随着全省各地共富示范区建设的蓬勃开展,一年来,省、市、县三级广电播出机构,都重视和加强了新闻节目对共同富裕主题的宣传报道。各台主档时政新闻栏目纷纷开设专栏、分阶段推出不同分主题的共富建设进程系列报道,内容丰富,形式多样;另一方面,各台对农节目采编力量投入不足,对农节目无力独立策划采制播出具有一定规模性的共富主题系列。因此,以新闻节目播出的共富建设重大主题报道系列直接填充对农节目,成了一些台的惯例。省级台中,浙江之声《美丽乡村》一周5档,每档时长达60分钟,但采编人员只有2人,其中主持人还是新闻部门的记者兼任,栏目自采力量十分薄弱;市级台中,一些台实行集群制或部门制后,新闻栏目和对农节目基本上“同采同播”,重大主题宣传报道同质化现象明显。县级台中,一些台电视对农栏目划归新闻采编部门生产,同样也存在着对农节目播出内容与新闻栏目“同采同播”的情况。特别是县级融媒体中心的广播部门,新闻采编力量大多已整合到新闻采编部门,普遍只留下主持人队伍,对农节目基本上依靠新闻采编部门提供报道编辑播出,共同富裕建设主题的宣传更是缺乏自采的内容。

(三) 对农节目在融媒生产流程再造中被边缘化

随着媒体融合传播生产机制的建立,广电

对农节目原有的独立栏目组生产方式基本上已经消失。目前，全省市县广电播出机构，以“移动优先、融媒生产、多屏分发”为主要内容的新闻生产流程再造已普遍推行，原有的广电节目栏目组生产方式被打破，对农节目被边缘化现象明显。就目前市县广电播出机构的节目生产组织架构，一般新闻生产部门划分为采访与编辑部门，广播和电视节目生产保留广播与专题部门。一般情况下，电视对农节目生产由新闻采编部门或专题部门负责，广播对农节目生产由广播部门或新闻采编部门，或总编室负责。无论何种节目生产组织架构，对农节目被边缘化的问题都较为突出，成了部门“顺带”的节目，日常播出“东拼西凑”的现象较为普遍。在一些台，对农节目一年在新闻采编部门，下一年又被划到专题部门，找不到确切的归属，成了不受欢迎的“流浪节目”。为了完成省广电局要求的“各市级广播电视台每周自办广播、电视对农节目各3档以上，广播每周播出时长不少于60分钟（不含重播），电视每周播出时长不少于45分钟（不含重播）”的任务，一些市级台3档电视对农节目分别开设在3个频道。如宁波广电集团《农道》（25分）、《农家》（20分）和《寻味明州》（28分）分别在经济生活、都市文体和新闻综合3个频道播出，而且集中在星期六、星期日播出。这3档节目中，《农道》对农属性明确，采编较为正常。但《农家》纯属编辑类节目，据2022年全省广电对农节目服务工程考核抽评，抽查到8月27日《农家》，播出的两个专题报道《药王谷“掌门人”傅长泳》和《择优选种 亩产过万》，都是省广电局提供的2020年度第一批通用性电视对农节目素材编辑播出，分别由遂昌台和永嘉台采制，都是两年前的节目，内容早已时过境迁，纯属应付播出。而《寻味明州》实质上是一档美食节目。调查还发现，在一些台，甚至存在着随意重播往期节目、经常拿同一个节目反复填充栏目首播的情况。据查，温州台一档周播的电视对农节目，2021年上半年每周新编播出只有13期，其中还有2015年拍摄的老节目串编播出的，其他都是重播节目。

（四）对农节目播出渠道囿于传统媒体，融媒传播创新不足

从融媒传播创新的视角来考察，全省广电播出机构做得好的与做得差的，反差巨大。一些台对农节目播出局限于传统媒体渠道，融媒传播的创新实践严重不足。广播对农节目方面，浙江之声虽然在对农传播的新媒体渠道上有所探索，但对农节目《美丽乡村》只有在中波AM810播出。一些县级台广播对农节目仅限于新农村有线广播播出，与新媒体渠道没有任何关联。电视对农节目方面，一些台编排、采制手法缺乏突破，缺少融媒创新表达的亮点。如某区台电视对农栏目，能够坚持每周周一至周五开办5档，每档时长20分钟，自办对农节目数量充足，但节目编排简陋，就是一组新闻资讯加一个主体专栏，然后再播报几条“乡间服务站”服务资讯和“乡间超市”农产品信息，采制手法传统、老套，缺乏融媒创新表达。相对于表现出色的优秀对农节目，大多数对农节目普遍存在的问题有：选题缺乏前沿性，专栏堆砌，创新服务不足，表现手法单一，广播对农节目停留于简单的文字播报和记者口述，电视对农节目没有短视频、移动直播等新媒体手段的结合使用，包装制作老套、简陋，没有新意。即使在广播频率和电视频道播出也吸引不了受众，更不用说在新媒体平台同步推发吸引用户的注意力了。像这样的对农节目，策划与采编制作没有融媒传播意识，专栏内容缺乏新媒体平台推发的传播力，也就是在有线广播或电视频道一播了之，无法产生传播反响。

三、广电对农节目在共富示范区建设中发挥更大作用的思考

（一）立足共富宣传主阵地高度，提升各级媒体对广电对农节目的重视程度

中共中央、国务院《关于支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区的意见》的施行，开启了浙江高质量发展建设共同富裕示范区的探索之路。发展建设共同富裕示范区关键在农村。2021年7月，省委召开山区26县跨越式高质量发展暨山海协作工程推进会提出，要全面落实习近平总书记关于共同富裕的重要论述精神，完

整、准确、全面贯彻新发展理念，深入贯彻省委十四届九次全会精神，以更大决心、齐心协力、超常规举措推动山区跨越式高质量发展，加快构建陆海统筹、山海互济的发展新格局，开启山区高质量发展共同富裕新征程。

2023年2月13日，21世纪以来第20个指导“三农”工作的中央一号文件发布，提出要举全党全社会之力全面推进乡村振兴，加快农业农村现代化。浙江也在“新春第一会”上强调，要努力争创农业农村现代化先行省，奋力谱写中国式现代化浙江先行的精彩“三农篇章”。无疑，全省各级广电播出机构开办的对农节目处于发展建设共同富裕示范区宣传服务主阵地的重要地位，各台领导要提高站位，充分认识深入实施广播电视对农节目服务工程的重要性，提升对农节目的地位，发挥广电对农节目在高质量发展建设共同富裕示范区进程中应有的作用。省广电局要进一步优化引导、激励和培育政策，激发广电对农服务在共富示范区建设发展中的更大潜能。浙江广电集团作为省级广电媒体，在省、市、县三级广电播出机构中处于龙头地位，如何在新形势下加强对农节目建设，在浙江高质量发展建设共同富裕示范区进程中发挥好引领作用，要开展专题调研，作出专题部署。杭州文广集团、宁波广电集团，其他各市级广电媒体在完成融媒体体制整合建设后，要专题研讨广电对农节目的融媒生产机制，让市级台广电对农节目在高质量发展建设共同富裕示范区进程中，真正发挥以城带乡、服务城乡一体化建设的桥梁与纽带作用。县级广电播出机构直接面向“三农”，更要在高质量发展建设共同富裕示范区进程中充分发挥对农宣传主阵地的重要作用。省、市、县三级广电播出机构都要加强和发挥好广播电视对农节目服务工程建设联席会议制度的作用，强化开门办节目的理念，主动加强与政府相关部门尤其是大农口部门的合作，形成共同推进对农宣传服务、全方位助力高质量发展建设共同富裕示范区的合力。

(二) 坚守广电对农节目定位，积极探索融媒生产机制重构

目前，全省县级广电播出机构已完成融媒体中心体制建设，市级广电播出机构也将与市

级党报整合建立融媒体中心体制。就全省县级融媒体中心融媒生产机制再造的情况来看，对广电对农节目影响最大的，是一些地方并没有将对农节目真正纳入到融媒生产流程再造的机制中去，造成传统的对农节目栏目组生产方式已经打破，而真正融入融媒体节目生产流程的新机制又没有建立起来。因此，各级广电播出机构要专题研究对农节目的融合生产机制重构。一方面，在体制机制变革的过程中，重点考虑对农节目生产的特点和需求；另一方面，让对农节目在全省共富示范区建设发展的进程中，发挥“新闻+服务”的独特作用，以作为赢得地位，以作用取得影响。在新的融媒传播体制下，广电对农节目生产完全可以融入到流程化的全媒体新闻采编机制中，但对农节目要坚守住服务“三农”的定位，要有符合对农节目采制基本要求的编辑思路，要有与新闻报道不一样的服务视角。特别是在新闻融媒生产的机制建设上，比如编前会、策划分析会等一系列制度架构中，对农节目相关采编人员要有提出选题和采编要求的“话语权”，而并非只是“三农”新闻报道的“集纳者”。

(三) 转变广电传播理念，加强对农节目融媒视听传播

调查发现，省内广电对农节目做得好的市县台，在新媒体平台，对农节目照样有阵地，能够出产品，赢得影响力。在融媒传播的新形势下，“广电节目”已经转变为“视听产品”的概念，广电对农节目同样需要转变传播理念，走出单一的广播电视传播渠道的束缚，以融媒生产的观念，探索融媒传播的新路径。一方面，新媒体交互性的本质特点，与广电媒体具有很强的互补性，广播电视与新媒体结合，可以增强广电对农节目的互动性与可参与性，让对农节目服务更加精准，更富有实效。另一方面，随着受众的迁移，广播频率和电视频道日渐成为媒体内容传播的一个渠道。广电播出机构需要转变观念，以“视听产品”生产的理念，打造适应多种媒体渠道分发对农节目视听产品，扩大对农节目传播的覆盖面，赋予对农节目更强的融媒传播力，为共富示范区建设宣传报道作出更大的贡献。要线上线下结合，广泛组织开展富有影响力的广电对农活动。同时，也要

打造主持人、专职记者，AI虚拟主播等广电对农节目特有的IP形象，让广电对农节目在新媒体平台有阵地、有形象、有影响力。

（四）变革现行考评机制，促进常态化广电对农节目创新创优

全省广播电视对农节目服务工程考评机制已施行16年，已形成鲜明的浙江广电特色和厚重的浙江广电经验，所取得的成绩有目共睹。但毋庸讳言，现行考评机制实施时间已久，实施过程中也发现了一些新的问题。比如，每年固定于8月份抽评，虽有利于形成规范的年度考评，但也造成了较为普遍的“突击创优”现象。也就是平时节目质量一般，考评月份搞专班突击。有的台

出于应付完成任务办节目，而不是出于媒体为农服务的初心办节目。既然省广电局文件要求每周自办对农节目不少于3档，那就每个频道办1档。有的台把对农节目等同于一般的部门联办节目，只考核节目创收承载，只求考核合格，没有提升节目质量、扩大节目影响的目标追求。凡此种，都要求对现行的考评机制进行优化升级，促进常态化广电对农节目创新创优，让全省广电对农节目真正成为共富示范区建设的宣传主阵地，让对农节目队伍成为共富示范区发展的专业宣传队。

（作者系浙江省广电局课题调研组成员）

