

试论“三农”短视频+对农栏目 的传播价值

——基于《新农村互联网》栏目的实践探索

张伟 林晓玮

摘要：农业在国民经济发展中的作用举足轻重，现如今农业农村面貌日新月异，农民生活千姿百态，农事作业推陈出新，打造“适农化”的对农宣传是契合新时代“三农”需求和发展的本质要求。对农栏目创新需要因势利导，以融合传播为抓手，强化新媒体矩阵的作用，实现精准、高效、贴近的对农传播。

关键词：短视频 对农栏目 新媒体思维

移动客户端的兴起让信息的获取更加便捷，信息内容也更加丰富。尤其是近几年火热的短视频，由于时长短、趣味性强、画面生动，受到广大受众的追捧。面对传播渠道、传播形式的变化，以及移动客户端的兴起，作为基层县级媒体的德清县广播电视台的媒体人自加压力，积极做好守正创新，运用新的叙事方式、新的制作技术、新的传播渠道、新的传播载体，将原有的《新农村互联网》进行全新的包装改版，推出新改版的《新农村互联网》。改版栏目一经推出便受到受众的欢迎，在移动客户端的点击率也明显增长。《新农村互联网》栏目真正做到了观众在哪里，我们的宣传就在哪里，在2022年浙江省广播电视对农节目服务工程建设考核中，获得优秀对农栏目奖。

全新推出的《新农村互联网》在对农宣传工作中，始终坚持“走转改”，不断锤炼“四力”，让脚下的泥土更接地气；在团队培养上，注重梯队建设；在服务“三农”工作中，强化服务意识。通过新媒体的思维、跨界的理念、大融合的思想，把对农栏目做得更生活、更鲜

活、表达更丰富。

一、对农宣传中做到守正创新

（一）守正——媒体之根

面对移动客户端的冲击和受众的流失，作为传统媒体无需打着创新的旗号、放弃所长随波逐流，而应静下心来理性思考，坚守长处，查找短板，寻求解决方案。只有这样，栏目才有生命力，宣传才能更吸引受众。

1. 坚守初心 办好栏目

德清台对农栏目已走过20个年头。2003年栏目开播时，也是互联网兴起的时候，栏目名称取为《新农村互联网》。这档具有鲜明时代烙印的对农栏目，成了德清台的名栏目，在推动当地“三农”工作进程中发挥了积极作用。在德清，无论是乡镇村干部，还是种养大户、普通农民，听说对农栏目的记者来采访都会很配合。因为栏目所关注的都是“三农”工作的标杆或是农业的最新技术，能上这个栏目，对他们的工作也是一种肯定。然而，随着移动端的兴起，曾经的辉煌一去不复返。栏目影响力也随之下降，走进了“谁拍谁看、拍谁谁看”的怪圈。

为适应新的变化，我们在栏目设置中，以版块设置为先导，增加互动性、短视频等广大农民朋友喜闻乐见的表现形式。2022年是《浙江高质量发展建设共同富裕示范区实施方案（2021—2025年）》推行的第二年，“三农”工作至关重要。德清台经过前期的多轮论证及近半年的各项准备，于2022年7月推出了全新改版的《新农村互联网》。栏目的定位重点关注

“三农”领域的新发展、新变化、新技术、新业态。新栏目专门开设了《融媒农讯通》《乡村大调查》《智慧农业吧》《三农创咖秀》《乡村热话题》《美丽乡村行》《留言吧》等7个专栏，多层次、多角度关注德清“三农”工作。

2. 坚持内容为王 做强深度报道

相较于新媒体，传统媒体最大的优势就是内容的生产。新改版的栏目特别加大了深度调查报道的份量，如《乡村大调查》和《乡村热话题》两个版块都是有关“三农”工作的深度调查报道。同时要求记者多出镜，多运用现场音效，以彰显电视调查报道的现场优势。为了做强这两个版块，德清台专门安排有新闻采访10年以上经验的3名文字记者和4名摄像担任专栏主力。针对每个选题报道，明确每篇调查报道最低是要站在全县的层面进行思考报道，更鼓励站在全省、全国的层面做报道，以此增加报道的深度。

比如，《乡村大调查》播出的一期有关农业设施质量存疑的报道，就是站在全省的角度进行调查采访。因为德清是全国县域数字农业农村发展水平评价先进县，连续多年排名第一，报道不仅采访涉事企业、种养大户、还采访了当地农业和市场监管局等相关部门，同时也采访了国内生产设备的业内人士及国内研究这一领域的权威专家。这期节目在移动端的点播率达到了10万+。这期报道也引起省政府相关部门的重视，把它列为2022年重点调研课题。

(二) 创新——用互联网思维进行传播

这次改版除了坚守内容为王的理念，德清台还主动用新媒体思维加大了短视频在栏目中的运用。这也成为改版后的一大特色亮点。

1. 主推短视频

短视频因其短小、有趣、接地气深受移动端受众的欢迎。新设置的7个专栏中，《融媒农讯通》《智慧农业吧》《三农创咖秀》《美丽乡村行》4个专栏采用短视频的方式进

行叙事和表达。这4个专栏的短视频各有侧重，如《融媒农讯通》是资讯类的短视频，主要通过可视化、拟人化的手段，使“三农”资讯变得形象、具象，便于资讯的传播；《智慧农业吧》是体验式的短视频，通过主持人、记者现场的体验，介绍智慧农业中的新设备、新技术、新方法，增加短视频的趣味性；《三农创咖秀》是人物短视频，主要展示“三农”领域的新农人，让人物报道变得生动、有趣；《美丽乡村行》是风光类短视频，主要展示新农村、新业态及新农村四季风光，画面以航拍为主，从空中感受欣欣向荣的新农村。各个栏目的短视频在移动客户端点击率平均都在一万+左右。涉农短视频成为移动端的爆款，如今移动客户端也成为展示“三农”工作的重要窗口。

2. 增强互动性

为提高节目与农户的黏性，提升栏目宣传的精准度，增加栏目与受众的互动性，德清台充分利用“我德清”APP上的留言平台，在新改版的栏目中专门设置《留言吧》这一互动专栏，重点帮助和解决农民生产生活中遇到的难题。每期专栏都会对前一天的留言进行梳理，选取有共性的涉农留言，找相关部门、专家和相关专业人士帮忙支招，并在节目中一一进行回复和解答。随着《留言吧》的推出，如今农户们在生产生活中遇到的问题也会第一时间选择在“我德清”APP留言平台进行留言，平均每天涉农留言有6条左右。

3. 注重节目包装

对农栏目给人的第一印象往往是一个“土”字，指的是十多年下来几乎僵化的节目形式和一成不变的背景。为此，德清台特别注重栏目的包装，投资600多万建设沉浸式演播室作为《新农村智联网》栏目主持人出境的主演播室。与以往演播室不同的是，沉浸式演播室主持人出镜不仅有背景，还有三维动画前景，节目播报变得更生动、更真切，大大提升了传播效果。

二、强化对农团队人员的梯队培养

对农栏目不仅需要经验丰富的老记者，更需要懂得互联网语言的年轻人。为了确保对农栏目质量，德清台从政策上给予对农栏目倾斜性支持，全力保障采访团队的正常运行。

（一）重视吸收新鲜血液

一个好的节目团队一定是老中青相衔接的团队。特别是面对移动客户端的冲击，面对新的语境、新的叙事方式，传统媒体只能主动去适应。县级媒体要特别注重新鲜血液吸收。

1. 积极吸纳新鲜血液

多年来，德清台特别重视新鲜力量的招纳。从2018年起，每年都会招收5-6名应届毕业生充实到新闻采访一线。这些新人通过2-3年新闻采访锻炼，再选拔出1-2名较为优秀的记者充实到对农栏目组。正是通过这样的运作模式，这几年陆续有6位新人充实到德清台对农栏目的创作中。年轻记者的到来不仅让节目组（全组12人）的平均年龄降到32岁，也让对农宣传报道有了生机和活力，更为节目的全新改版提供了保证。

2. 借助现有资源为我所用

生产一期高质量节目只靠一个团队或者部门往往难以完成，要学会借助传统媒体现有的平台资源为我所用。为了做到对农栏目期期精彩，德清台通过跨部门协作的形式，让多部门参与节目的生产。比如把节目生产中需要的可视化和三维动漫等委托给后期包装部门完成；对农栏目需要短视频，就委托视频组完成。为了鼓励这一协作机制，德清台还专门拿出180万资金设置了融合奖。通过节目协作机制，不仅保证了节目质量，也省去了人力成本。正是凭借这个机制，改版后的对农栏目实现了质的飞跃。

三、强化政府服务意识

多年的对农宣传实践告诉我们，仅靠媒体单打独斗是非常困难的，特别是在采访环境变化的当下，一定要学会借助政府的力量推动对农宣传，实现媒体与政府的双赢。

（一）形成常态化沟通机制

对农宣传最难的是掌握第一手信息。县级媒体要充分利用涉农部门的外宣考核机制，主动与农业农村局、水利局、自然资源和规划局、气象局等涉农单位建立常态化宣传信息沟通机制。目前，德清台与这4家单位都建立了信息沟通机制，每个单位明确一位新闻信息联络人。联络人每月初负责提供各个单位的新闻信息给对农栏目组；每个季度，德清台对农栏目组的编导与各部门面对面沟通，以掌握更全面的信息。这些第一手信息为德清台的对农宣传提供了信息保证。

（二）建立信息核实机制

为了完成外宣任务，各部门提供的信息“含水量”往往比较高。要想去伪存真，提高节目的生产效率，对农栏目组需要对拿到的第一手信息首先进行梳理，然后对梳理出来的信息进行逐一核实，对重要信息更要做到眼见为实。虽然这样做前期有点耽误时间，但是核实过的信息，能够充分保证后期的采访不会落空。

（三）增强服务意识

政府部门是传统媒体最忠诚的客户，媒体一定要增强服务意识，对农栏目也要围绕当地涉农部门的中心工作进行宣传报道。一方面需要唱赞歌，另一方面则是做好监督报道。监督报道不是为了监督而监督，而是主动帮政府部门解决问题。只有做到这些，才能实现媒体与政府部门的双赢。

对农栏目是县级融媒体中心改革创新再出发的重要组成部分，办好对农栏目，要努力创新传播形式、传播内容、传播载体，增强对农栏目的吸引力、感染力和服务性。以时不我待的创新精神，加强与新媒体的深度融合，使对农栏目成为广大农民朋友的“贴心人”和不可或缺的精神文化产品，在乡村振兴和共同富裕的大路上尽显主流媒体的担当与作为。

（作者单位：德清县广播电视台）