

融媒传播体制下广播电视对农栏目 需积极探索融合生产机制重构

——2022年度浙江省广播电视对农节目服务工程建设考核电视对农栏目考评综述

吴生华

2022年9月下旬,浙江省广电局、省广电学会组织开展了2022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奖评审工作。此次考核抽评到的是省市县各台8月22日—28日一周自办广播、电视对农栏目。通过抽评和对全年播出情况的考核,全省电视对农栏目考评产生了嘉兴台、台州台、德清台、瑞安台、青田台、安吉台、永康台等16个优秀奖,以及16个鼓励奖。同时评选出嘉兴台《小马跑乡村》、德清台《新农村智联网》和瑞安台《吾乡吾土》3个电视对农栏目一等奖,以及4个二等奖和5个三等奖。综观此次考评,全省电视对农栏目围绕重大主题和当下热点,紧扣“三农”前沿,注重调查报道,突出为农服务,整体编排水平进一步提高,包装制作水平有较大提升。但与此同时,地区不平衡性仍然突出,突击创优现象较为明显。一方面,各台领导对广电对农栏目创优的高度重视值得肯定;但另一方面,一些台以“创优专

班”应对考评,也凸显出常态化广电对农栏目基本保障的缺失。融媒传播体制下,广电对农栏目融合生产机制重构需积极探索。

一、2022年度全省电视对农栏目考评亮点

(一) 整体编排水平进一步提高

各市县台大多数电视对农栏目专栏设置丰富,编排思路明晰,主持串接流畅,融媒创新亮点纷呈。首先是杂志化编排手法普遍推行,电视对农栏目的信息量和服务性得到有效提升。大多数台能够做到每星期至少有一期主档电视对农栏目,主档栏目至少设置资讯播报、主体报道和助农服务3个以上专栏。一些优秀的电视对农栏目,20分钟左右往往设置安排了六七个版块,兼顾新闻宣传和为农服务,内容丰富,表现形式多样,可看性强。如获一等奖的嘉兴台《小马跑乡村》,紧扣“共富”主题,突出服务宗旨,通过时效性、鲜活性、服务性、主题性和调查性报道的精心组合,关注热点、突出重点、呈现亮

点、注重落点、聚焦难点，塑造了栏目以及主持人“热心、用心、贴心、可信”的形象。如8月22日播出的节目《村里的“共富经”》探寻、总结增收致富经验，《田野调查》关注农资涨价等新问题，《高温下的行走》助农抗旱，《乡村发现》推出《抖音里的新农人》系列短视频，讲述不一样的“农创客”，《村里的夜生活》系列展现百姓丰富的精神文化世界，《农业“黑”科技》关注未来农场新场景。同时，《田间小课堂》和《小马朋友圈》突出了为农服务的实效性。加上《乡间情报站》，半小时节目设置8个专栏，播出15条报道，编排重点突出，服务落点细化，主持人形象富有亲和力，整体可圈可点。其次是围绕重大主题和“三农”前沿问题，做好典型宣传和调查性报道，主体专栏设置重点突出。如获一等奖的德清台《新农村智联网》，全新改版后以“引领智慧农业，助力共同富裕”为定位，加强调查报道，打造线上线下一体化的对农传播新格局。如8月22日播出的节目《智慧农业吧》《“三农”创咖秀》《美丽乡村行》，关注典型事例、典型人物，播出了《“百变农机”变身智慧帮手》《民宿管家——“三农”新职业》《来了！乡村策划师》等鲜活内容，《乡村大调查》《乡村热话题》注重数字农业、美丽乡村建设前沿问题，关注了“数字农业遭遇无标新农资之困”“美丽乡村设施破损谁来维护买单”等新话题，专栏设置重点突出，既展示新貌，又思辨问题，较好兼顾了典型性和调查性。第三是编排创意凸显，让观众感受到很强的可参与性和收视趣味性。电视对农栏目交互性的达成，必须与新媒体相结合。如德清台《新农村智联网》播出的新闻述评《美丽乡村的“面子”谁来买单》，就与互动话题设置结合了起来。又如获一等奖的瑞安台《吾乡吾土》栏目，一开头即以智慧主播“瑞小农”卡通形象的引入，在《田欢农友圈》中展开与农友的互动。瑞安、文成两个台的主持人在中国蓝新闻客户端等6大平台开展多场互动直播，为文成珊溪水库包头鱼和瑞安北麂海域大黄鱼带货，收看人数达10万+；获二等奖的青田台《瓯越芝田》栏目，共享“抗旱求助表”，开辟助农抗旱求助新渠道；推出AI警花小郭，传播防诈知识；设置丰富的动态包装特效，创意招募“村游”分享官、举办“晒出家乡美”擂台赛等线下活动，提高了节目的可看性、服务性与趣味性。

（二）重大主题和当下热点结合紧密

全省各台大多能够围绕“喜迎二十大”和建设发展共同富裕示范区、数字乡村和未来乡村建设等重大主题做好对农宣传，并紧扣抗高温旱情等热点，开展为农服务。如台州台《山海经》栏目头条即推出《喜迎二十大·山区县共富日记》系列，以“小人物”的创富故事呼应时代大主题，《数字赋能 大陈开启健康海岛新时代》等聚焦数字化改革成果变化。德清台以《来了！乡村策划师》系列短视频呈现文化赋能乡村振兴新图景；青田台力推“侨青田 看共富”系列，带领观众看农遗文化成“联合国村”振兴的“王牌”；桐庐台《农民之友》推出“两山共富相对论”，走进“九山半水半分田”的典型山乡钟山乡和莪山乡，看数字赋能解决“两山”百姓所急所需，体验之中传递思考；安吉台《生态家园》中的《两山新农人》，关注了把民谣带进民宿，积极探索音乐乡村梦想的85后青年的创业故事；永康台《乡土乡约》推出《乡村共富路》，运用3D虚拟动画制作等创意手法报道乡村设计师，让共富典型人物更具感染力。《小情微直播》通过动感的短视频拍摄手法和多样化的后期包装，串起艺术赋能乡村发展的鲜活场景；玉环台《金色港湾》从3月份开始，启动“共富路上玉农人”系列专题拍摄，先后奔赴云南、江苏及宁夏等地采访，展示玉环农民异乡谱写的“新农经”等。上述专栏和报道在形式上努力吸取新媒体表现手法，突破传统电视语态，创新报道形态，让重大主题与热点性报道更具可看性。

（三）调查性报道取得长足进步

考评发现，各台普遍重视了调查报道，采制出了一批优秀作品。紧扣“三农”领域前沿，关注“三农”数字化平台迭代更新、非粮化整治的“后半篇文章”、农田水利设施亟待完善以及“强村公司”如何健康发展等新问题，调查路径构建清晰，调查过程呈现扎实，显示了踏实的“走基层”作风。如德清台持续关注数字农业遭遇传感器无标之困、美丽乡村建设验收数年后设施破损现象、“数字乡村一张图”数据更新缓慢等诸多前沿性的问题；瑞安台以连续报道《智农共富平台“日活”为何不火》关注数字慧农平台如何进一步贴近农民的问题；青田台《给强村公司做体检》、安吉台以《水水水！农田水利设施亟待完善》深入挖掘水利设施不完善之困；桐庐台抓

住粮田竞拍出现的新情况，深入思考“粮田竞拍如何念好‘稳’字经”；永康台持续推出系列报道《粮食生产安全大调查》；海宁台推出系列报道《数字乡村治理平台路在何方》等。其他台也都有一些选题前沿、采访扎实的调查报道。通过对调查报道的加强，各台电视对农栏目有了质的提升，采编队伍也得到了较好的锻炼。

（四）推进融媒体创新，制作水平得到提升

各台电视对农栏目融媒体创新持续推进，制作水平同样得到提升。为适应跨屏传播需要，不少台将短视频、VLOG形态组合编排进栏目，再通过客户端、朋友圈、抖音等平台分发，也有先通过移动端直播，再精剪编辑到栏目中使用。如嘉兴台《小马跑乡村》强化主持人IP，在抖音、微信视频号开设“马儿跑乡村”，传播对农服务内容；德清台以融合传播为手段，注重对农栏目新媒体平台的传播，今年以来全媒体刊发“三农”领域报道近千篇。围绕2022年全国数字乡村建设现场推进会，推出《乡村发展“数”德清》系列短视频，被新华社、浙江新闻客户端等转载；安吉台《生态家园》和新媒体同策划，《遇见安吉》《乡味》等系列短视频，通过《乡村拍客》发布。利用“爱安吉”APP以及“游视界本地圈”小程序等，开展线上直播助农；瑞安台通过蓝媒平台等开展系列带货直播，让“一条鱼”激活全产业链，帮助北麂黄鱼养殖业走出困境；永康台《乡土乡约》在掌上永康APP建立融媒助农平台，使栏目更具服务性。策划推出“永康武义共富携手行”融媒助农系列活动，带动两县乡村共富；玉环台《金色港湾》力推《山海经》《乡间脸谱》等专栏产品系列化，“乡村穿越”“慢直播·夜经济”等7个系列融媒作品，成为爆款。在后期制作上，嘉兴台公共频道、德清台、瑞安台、青田台等采用沉浸式演播室技术，打造了农事生产场景应用的互动方式。青田台等还充分运用3DMAX、Softimage、MAYA等软件技术，开发多媒体演播室的更多功能与应用。通过数字化场景设计，让演播室场景虚实交融，画面更生动、自然。

二、2022年度全省电视对农栏目考评发现问题

（一）地区不平衡性现象明显

此次考评地区不平衡性现象仍然明显。从考核优秀台的地区分布来看，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，宁波、舟山没有1个台获得优秀。综合考量优秀和鼓励获奖台个数的分布，湖州、嘉兴、温州、杭州、金华总体成绩优异，台州、丽水、绍兴、衢州总体成绩良好，宁波、舟山总体成绩较差。湖州市德清、安吉和长兴台齐头并进进入优秀行列，并分别获得对农节目奖电视对农栏目一、二、三等奖，3个县级台电视对农栏目开办数量都达到每星期5期100分钟，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，得到了考评组普遍肯定。相比之下，也有一些地区的电视对农栏目自办数量仍停留于“合格线”上。内容编排上，虽然也有资讯与专栏的组合，但专栏设置简单，编辑思路缺失，基本上只是“三农”新闻集纳播出，缺乏服务性和编排策划体现；有的只是通用性对农节目的编辑填充。同一地区不同电视台之间，节目质量优劣也是差别很大。

（二）突击创优和“躺平”现象同时出现，凸显保障机制缺失

此次考评发现，突击创优和“躺平”现象同时并存也较为明显。在常年性办好对农栏目基础上努力创优值得肯定，但平时不重视，抽评考核期间搞专班突击的做法就需要商榷。说明这些台平时对农栏目采编力量的投入是不足的，以至于需要在考评期间需要抽调力量予以“增援”。与此同时，“躺平”现象也时有发生。一些台领导不重视，对农栏目采编人员有限，眼看冲击考核奖项无望，就干脆“躺平”。有的台甚至连参评广电对农节目奖的栏目推荐表都懒得填写。此次抽评就发现，某市级台每周3期对农栏目分布于3个频道，其中有一个频道抽评到的播出内容，还是2年前2020年度第一批通用性电视对农节目，早已时过境迁。无论是突击创优，还是“躺平”现象，都折射出融媒体中心体制或融媒传播流程下，电视对农栏目保障机制的缺失。如某县级台填报的综合情况表表明，2012—2017年，该台电视对农栏目每星期播出6期120分钟，采编人员有10人，而2017年至今，每星期播出5期100分钟，却只有3人。据了解，目前县级台普遍实行融媒体中心体制，市级台频道大多实行融媒传播生产流程，很少有电视台就电视对农栏

目实行独立栏目组的生产方式。电视对农栏目采编人员往往都是身兼数职，或者直接划入新闻部门，与新闻节目混合采编制作，电视对农栏目保障机制缺失现象凸显。

（三）演播室技术差距较大

从抽评节目来看，全省各台演播室技术差距较大。电视是视听综合艺术，演播室拍摄各项技术水平的差距，直接影响到节目整体的观感体验。首先是主持人出镜构图不规范。较普遍的问题是景别过大或过小，缺乏必要的景别转换。主持人站位不恰当，对背景字体造成遮挡。构图不美观，不符合取景规范要求等。其次是灯光问题。缺乏布光的层次感，灯光使用直接、生硬，造成主持人脸部曝光过度。第三是主持人化妆、服装不合适。比如留着齐刘海或大蓬头，或者全身着衣偏深色，或上下身服装撞色，观感别扭等等。

二、关于融媒传播体制下电视对农栏目融合生产机制重构的思考

从发现问题来看，各台电视对农栏目表现的各种不足，背后是采编人员的不足，更深层次的原因是融媒传播体制下电视对农栏目融合生产机制重构的问题。

（一）从共同富裕示范区建设宣传服务主阵地的高度，加强电视对农栏目的重视

2021年5月，《关于支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区的意见》正式印发，由此拉开了浙江省发展建设共同富裕示范区的探索之路。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，要求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，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。无疑，全省各广播电视对农栏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，专题研究对农栏目的融合生产机制重构，提升对农栏目的地位，发挥对农栏目在高质量发展建设共同富裕示范区进程中应有的作用。

（二）电视对农栏目融合生产机制重构，要坚守对农栏目定位

随着融媒传播体制的建立，电视对农栏目原有的独立栏目组生产方式已经消失，各台对农栏目内容与新闻节目内容同质化现象较为明显。一些电视台的电视对农栏目播出内容，要么是时政报道，要么是一般动态，即便是“三农”题材，也都是动态消息，停留于简单的资讯提供，缺乏对农报道应有的服务性视角，对农栏目成了“三农”新闻的集纳版。究其原因，往往是简单地集纳编辑“三农”新闻播出。就各台情况看，市级台电视对农栏目与所在频道其他栏目生产相结合，县级台电视对农栏目有的由新闻部门负责，有的由专题节目部门负责。虽然具体情况各不相同，但已经很少有专职的采编团队。如果电视对农栏目只是“三农”新闻的集纳，或者一味地以通用性节目编辑播出，那就丧失了开办的本意。在融媒传播体制下，电视对农栏目可以融入到全媒体新闻采编机制流程中，但要坚守住服务“三农”的定位，要有符合对农栏目采制要求的编辑思路，要有与新闻报道不一样的服务视角。在全媒体新闻采编机制流程当中，对农栏目要有选题和采制要求的发言权。

（三）以考评为引领，促进常态化电视对农栏目创新创优

此次考评结果已经公布，但常态化的电视对农栏目还需继续办好。全省各台要以此次考评为引领，认真总结经验教训，学习吸收优秀台的经验，促进常态化电视对农栏目创新创优。考评结果公布，不能“专班”就此解散，节目回归常态，而要继续研究融媒体传播体制和环境下，电视对农栏目与新媒体融合创新的全新机制。要抓住“三农”领域中的新闻事由，做好新闻报道之后更深入一步的典型宣传和调查报道；要以活动化的形态，吸引更多观众参与到对农栏目中来；要想办法与新媒体平台相融合，推进对农栏目跨屏传播，增强对农宣传和服务的交互性，增加“用户生产”元素。总之，电视对农栏目要常办常新，必须真正地用心、用情，深入到“三农”发展的第一线，寻找典型，发现问题，以作为赢地位，以媒体的力量推动发展，发挥电视对农栏目在共同富裕示范区建设中更大的作用。

（作者为浙江传媒学院新闻与传播学院教授）