

不忘“出发点” 寻找“故事点” 找准“共情点”

——对农栏目《直通新农村》编播浅析

米媛媛

在融媒传播的大背景下，广播对农节目做好巩固拓展脱贫攻坚成果和全面推进乡村振兴的中心工作，以更有针对性的举措和实效性的导向当好农民朋友的贴心人、暖心人，是使命，也是担当。在2021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中，永康市广播电视台选送的《直通新农村》荣获广播对农考核优秀和对农栏目一等奖。笔者以《直通新农村》为例，从不忘“出发点”、寻找“故事点”、找准“共情点”，巧用广播声音传播特色等几个方面，就如何办好对农栏目试做探讨。

一、不忘“出发点”

《直通新农村》始终不忘初心，以高度的政治性坚守“三农”领域舆论阵地，始终按照乡村振兴战略“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的总要求，紧扣农业农村现代化大背景和总趋势来策划对农栏目内容定位，设计内容布局构架。要想找到有深度的节目题材，最行之有效和直接简单的方法，就是“到乡村去”，去走访、去观察、去发现。今年以来，《直通新农村》栏目围绕共同富裕示范区建设、非粮化整治、数字赋能、肥药两制等宣传重点寻找对农选题，传达好“三农”新政策，挖掘好“三农”好故事，服务好“三农”的高质量发展，逐渐形成了“调查报道+新闻述评”的主框架。节目注重深度追求，以问题调查和评述来推动农村社会的进步，彰显出思辨性的特色。比如，《今日热话题》中聊的是“老年农民不会使用智能手机怎么办”，随后的新闻述评专栏《农村新观察》探讨“化肥农药管理软件如何走进老农民——关于肥药两制数字化改革的思考”问题，两相呼应，一个是热点引导，一个是深度报道，都具有鲜明的问题

调查特点，凸显了广播对农节目重点力推调查报道和新闻述评，编排上“双调查”布局的特色。这个话题就是笔者在下乡采访时和老乡聊天触发的策划选题，之后跟记者、编辑探讨后演绎为直面“三农”工作的一个热点和难点。

笔者在主持对农节目的过程中，探索出了一条行之有效的路子，利用直播的优势将农业专家请进田间地头，有针对性地请他们把新技术、市场行情、科技信息等传递给农民。这个过程我们用电话连线的方式进行直播。同时开通热线电话，采用三方连线的方式解决农村听众的疑问。这些农业专家长期与农民打交道，他们最了解农民需要什么，从哪些方面去引导，用什么方法去传授。农业专家的加入使我们的广播在“三农”服务中发挥了更大的作用。比如，我们坚持多年的《“三农”服务台》和近年来开设的《致富新路子》等专栏都得到农技部门的大力支持。专家们所带来的丰富内容，不仅有技术推广，还有市场信息行情分析等，为农民朋友打开了一扇致富的大门。有了这样一支专家队伍作为对农节目的后盾，节目更具权威性，也增强了可信度，节目质量也获得了提高。

二、寻找“故事点” 找准“共情点”

回归广播节目最原始的初衷，一档好的对农节目就是让听众喜欢听、爱听。什么样的广播对农节目具有可听性？笔者认为最关键的还是内容。只有足够好的内容题材，才能吸引听众的耳朵，才能讲好时代故事。而要把对农节目的故事讲好，还要注入思辨性、实用性、可参与性以及丰富的报道语态等诸多要素。报道的语态是在节目中对过程、现场、细节的丰富展示。首届“韬奋新闻奖”获得者孙玉胜在

《十年：从改变广播电视语态开始》一书中提出，属于广播电视本质的要素包括现场和过程。如果没有现场，没有细节，就没有办法生动讲述对农节目的故事。比如，CCTV-2的主打栏目《生财有道》在报道语态上就运用了十分丰富的结构、悬念、细节、镜头等加以表现，让整个节目看起来现场感强、代入感强。一个个细节的展示仿佛让观众置身其中，也让观众有更多的共情和思考。一直以来，《直通新农村》栏目也以《生财有道》《致富经》《“三农”群英会》等央视优秀节目为样板，努力在现场、细节中寻求更多的突破。

譬如送评的节目中，有一篇《老段家与永康结下的“粮缘”——我市稳粮路上的“江西外援”》的报道，在策划阶段，笔者与多位已退休的农技员进行联系沟通，了解到20年前，永康有大量粮农“洗脚”上岸想经商办厂，不愿意种田，彼时多亏江西粮农的支持，粮田才没有出现大面积抛荒的往事。经过多方对接，节目最终敲定以江西籍种粮大户老段一家为主角，以20年来老段和他的家人在永康种粮的故事为线索，做好一篇“永康如何抓牢第一产业，稳粮兜底，助力工业强市工程的‘大文章’”。为了讲好这个故事，笔者和记者专门为老段一家策划了一场小型家宴，通过“家常饭局”和老段一家人的聊天叙事，巧妙地引出兄妹5人在永康打拚奋斗，悉数成为种粮大户的故事。在这个现场，笔者采制了很多同期声，体现最多的细节就是一碗米饭和老段一家子爽朗的笑声，并从侧面反映出这一碗米饭与老段一家走上共同富裕路之间密不可分的关系。这场现场“故事会”，以“吃”打开话匣子，以回忆引发共情点，以“新永康人”的身份点燃听众的归属感（永康外来人口占总人口的近一半），整个报道的故事点得到较好的强化，也让节目呈现出浓浓的烟火气和趣味性，获得较好的收听效果。

三、巧用广播声音传播特色

广播是声音媒体，对声音要素的应用水平是衡量一家广播电台水准的重要指标。在主持《直通新农村》栏目时，笔者对话语、音响、音乐声音“三要素”的运用特别用心和精心。像在送评的这期节目当中，笔者先在开场设置了导听环节，简明扼要地提示了本期的内容和重

点话题。然后运用“预知详情，请听《直通新农村》”过渡到总片头“说实话，讲农事、干农活”。铿锵有力的话语，辅以颇有气势的背景音乐，开场就直接将氛围感拉满。在原本枯燥的天气预报的播报中，笔者和搭档采用对话的形式，运用专家的录音原声对农作物种植提出建议，延展了天气预报的服务功能。

另一个版块《“三农”快播报》的片花也是伴以轻快的音乐，对每个事件的报道都有现场采访的录音，原声记录下了被采访对象的语音、语调和笑声，带给听众亲切感。《今日话题》专栏片花运用有节奏感的跳跃式的音乐开场，以主持人互相设问回答的形式引出热点话题，更多地使用记者口述和采访原声，自然对话和现场录音带来更强的画面感与沉浸感。这个版块结束以后，又用主持人交谈的方式将情景带回演播厅。《农民朋友圈》专栏片花穿插了微信的信息提示音，贴合主题带来更加真实的感受。对人物的对话式解读，则让节目更有可听性、趣味性和交互性。最后的《村歌欣赏》子栏目中，当地的原创音乐成为节目的一大亮点。

在疫情防控期间，对农栏目《直通新农村》做了大量的科普性公益广告宣传科学防疫，采用村民熟悉的“大喇叭”形式进行录制，具有很强的节奏感和现场感。还有常设子栏目《农民服务台》，采用专家原声问答的方式增强节目的互动性和服务性。多年的广播节目主持人经验告诉我，主持人专业能力强否往往体现在片花和背景音乐的选取，节目音频清晰，旁白和背景音音量把控得当，对辅助声音的应用细致、巧妙和准确等细节上。为了让对农节目更“接地气”，笔者坚持以原声录音为主，运用农民朋友易于接受的口语、对白式的表达，增强节目的贴近性和现场感。

综上对《直通新农村》栏目的评析和主持感悟，节目设置时长总量充足（栏目一周六期，每期25分钟），为创优打下了扎实的基础；每期节目细致编排、音响运用精良、用心主持，为创优赢得了良好的口碑。而深度报道和新闻述评“双调查”布局则是对“四力”践行的真切体现。

（作者单位：永康市广播电视台）