

加强五种能力

提升对农服务质量水平

——2023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

郑宇

2023年9月,浙江省广播电视局、省广电学会组织开展了2023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,对省、市、县三级广电媒体2022年9月-2023年8月对农节目建设情况进行考核,并重点抽查了8月28日-9月3日一周内各台自办的对农栏目。其中,全省广播电视台电视对农栏目考核均为合格,同时确定了电视对农节目服务工程建设考核优秀奖单位、鼓励奖单位各16家,并评选出全省电视对农栏目奖一等奖3名、二等奖4名、三等奖5名。

一年一度的广播电视对农节目服务工程建设考核和对农节目奖评审,是对上一年度全省广电媒体服务“三农”成果的检验,从这次送评的电视对农栏目来看,我省对农节目服务工作总体保持了积极向上的态势,呈现出以下三个鲜明特点:

一是凝聚共识实践推动成效明显。自2008年我省在全国率先启动对农节目服务工程建设以来,经过近15年的持续推动,全省各级广电媒体在服务“三农”上形成了普遍共识,特别是在乡村振兴、农村现代化建设的大背景下,对农节目积极探索,在尝试多种表达形式、构建板块化结构、增加信息量、提高服务性等方面,努力实践推动取得了明显成效。

二是对农节目品牌示范作用发挥。近几年来,嘉兴、台州、金华、杭州等市级台,瑞安、德清、安吉、长兴、桐庐、永康、玉环等县级台对农栏目精耕细作,持续保持高质量高水准,《小马跑乡村》《乡村大放送》《吾乡吾土》等对农栏目已形成品牌效应,在保持质量稳定的基础上,在题材选择、表达形式、传播渠道和媒体融合等方面不断推陈出新,让农民朋友更喜欢听、更喜欢看,在全省广电对农节目服务工程建设中发挥了示范引领作用。

三是各地比学赶超氛围逐渐形成。虽然对农节目服务工程建设地区不平衡性依然存在,但从总体上看,各地、各广电媒体相互之间比学赶超的氛围日益浓厚。如之前处于中游的杭州地区,近些年对农节目质量有质的飞跃,呈现出整体崛起的良好态势。如在今年的考核中,杭州有7家县(区、市)台报送参评,就有2家考核优秀,3家考核鼓励。这彰显了在各级广电行政部门大力组织推动下,各级广电媒体切实履行对农公益服务的责任担当。

一、2023年度全省电视对农栏目考评特色及亮点

广播电视对农节目服务工程建设考核与对农栏目评奖是紧密结合的,特别是作为广电对农服务主要承载体的栏目,其建设、运作、管理的情况,更是直接体现了各广电媒体服务“三农”用心用力的程度和能力水平。从这次考核情况来看,是否加强以下五种能力,是一档对农栏目能否脱颖而出的关键所在。

1. 围绕主题主线,精心编排、优化整合、有效架构的能力。围绕主题主线精心策划编排是对包括对农在内所有节目栏目的最基本要求,也是评奖评优的首要衡量指标。比如,今年是深入学习贯彻党的二十大精神,深化推进乡村振兴和农村现代化建设的关键一年,也是“八八战略”“千万工程”实施20周年、“科技特派员”制度设立20周年等,对农栏目有没有围绕这些重大主题、重要时间节点和重大战略部署来精心组织策划选题,就体现了对农节目服务工作认识和站位的高低。从获奖栏目来看,围绕重大主题主线策划、编排和架构的意识能力都很强,如嘉兴台《小马跑乡村》精心策划《我是特派员》系列报道,展

现这一“三农”工作重大决策取得的成效。瑞安台《吾乡吾土》主持人空中俯瞰曹村镇,展现通过“千万工程”实施20周年带来的乡村巨大变化。当然,围绕主题主线如何编排、整合和架构好栏目,也是一个非常关键的问题。在多年的对农节目考核推动实践中,已逐渐形成了多版块、杂志化编排架构的栏目模式,既具有信息量大、覆盖面广、内容丰富、体裁灵活的特点,又能最大化地满足农民群众日益多元化的需求。以多版块为基本架构方式,将政策资讯、新闻信息、深度调查、舆论监督、专题报道、人物特写、帮扶服务等多种体裁有机融入。这应该成为对农栏目建设中的标配,也是我们考核的基本指标。

2. 抓住新问题, 深入调研、提炼观点、引导舆论的能力。“三农”问题是关系国计民生的根本性问题,“三农”工作重要且复杂,特别是在推进乡村转型发展的关键时期,各种新情况新现象不断涌现,各类新矛盾新问题层出不穷。谁能抓住这些“新”东西,将其讲得清楚,说得明白,进而化解矛盾,推动问题解决,提振精神,凝聚信心,就决定了一档栏目能否在考核和评奖中脱颖而出。比如,当前乡村运营已成为乡村振兴的新课题、高频词和新出路,也是这几年乡村建设的热点更是难点。安吉台《生态家园》就敏锐地关注到这个问题,紧紧抓住安吉县出台《关于支持全域乡村运营的若干政策意见》这一契机,聚焦安吉生态家园全域乡村运营的交流汇报会现场,6个先行试点村接受相关部门的尖锐提问和犀利点评,将诸如主题不鲜明、亮点不突出、客源细分市场不清晰等问题摆上了桌面,有争论、有冲突、有碰撞,更有新的思考,如“两入股三收益”,以资源、资产入股,农民可以拿租金、挣薪金、分股金,让“活水”流入自家田。这样调研式的深度报道,抓热点、析难点、出主意、想办法,让老百姓觉得解渴、有味。可见,能不能敏锐发现“三农”领域新情况,抓住关键要害问题说出个名堂来,体现了对农节目服务的深度性和媒体的社会责任,这也是节目获奖的秘密武器。

3. 深入“三农”现场, 鲜活生动、见人见事、接地气的能力。去现场,到一线,这是能否抓到鲜活新闻的关键所在。对农节目直接服务生产一线的农民群众,与其他类型的节目相比,进村入户,到田间地头,到农村生产生活现场,在与农民朋友的互动中做好报道和服务,更是对农

节目的鲜明特点和魅力所在。从这次获得高档次奖项的对农栏目来看,不管是对农资讯报道、人物专题、深度调查还是种养殖科普,甚至是一些助农信息的发布等,都基本能做到主持人在现场,摄像机在一线,把镜头对准农民群众,让现场感、真实感、生活气息扑面而来。如金华台《乡村发现》,帮农户吆喝卖货,为滞销的瓜农解决销路,切西瓜,晒土豆,把人带入真实生动的场景,深受现场气氛的感染。桐庐台《农民之友》“记者乡村行”对“藏粮于技 新田高产的‘丰收密码’”进行调查,三路记者分别走进土壤采样、无人机施肥、耕作层剥离再利用等现场,让采访对象在现场做、在现场讲,鲜活生动,将如何提升农田地力,多产粮、产好粮等看似复杂的问题,说得清楚明白,让人感到特别接地气。

4. 突出服务性, 信息量大、针对性强、精准度高的能力。服务性同样是对农节目区别于其他节目类型的重要特点,具体表现在:能否为农民朋友提供有用的政策资讯信息,能否帮助老百姓解决实际困难,能否满足农民群众精神文化生活需求等。在具体操作层面,就是节目的有效信息量够不够大,农民群众喜不喜欢听,爱不爱看,能不能从中得到帮助,这是衡量一档对农栏目好不好最根本的标准。在对农节目服务考核中,我们之所以大力提倡栏目版块化的结构,主要就是基于对农服务精准性的考虑,特别是一些直接服务当地农民朋友的供求信息、技术资讯等应该成为版块中的标配。此外,这次考核优秀及鼓励的广电媒体,在农特产品直播带货、授信金融服务、农科新技能、乡村文旅推介、文艺走基层等方面都提供了许多实实在在的服务,既为农民群众带来了实惠,又有力地彰显了主流媒体的社会责任感,也是今后值得大力提倡的工作方向。

5. 用好新媒体, 创新表达、增强互动、连接群众的能力。在线互动、发现话题、现场解答,打造微信粉丝群、主播朋友圈、联动助农直播团队、创设新媒体AI主持人等,在这次送评的对农栏目中,可以看到越来越多的新媒体技术、手段和元素,有机地融入了对农节目的生产和传播过程,融媒选题、融媒采编、融媒分发,让对农节目服务呈现出更多的新表达、新面貌和新气象。特别是一些新媒体短视频的拍摄手法被广泛应用在对农报道和服务中,让传统印象中略显“土”味的对农节目,平添了一些活泼、有趣和时尚的元素,更

容易让新时代的新农民接受。此外,充分利用新媒体技术,精心打磨片头片花,自然串联各版块,主持人语态亲切,乡土气息浓厚,节奏感把握恰当,一档栏目到底有没有用心,评委们一看便知。

二、2023年度全省电视对农栏目考评问题及建议

近年来,浙江省广播电视对农节目服务工程建设每年一个脚印,稳步扎实推进,在广电服务“三农”,推进乡村振兴工作中走在全国前列,但对照高标准高要求,还有几个需要引起重视的问题。

一是对农节目服务工程建设地区不平衡的现象仍然突出。各市之间,市辖各县(区、市)之间,对农节目服务水平质量高低有时候差别较大,体现了不同地区广电行政管理部门、广电媒体对服务党和国家重中之重工作的思想认识和行动自觉的差异。特别是还有个别广电媒体,在对农节目建设方面还是处于应付状态,具体表现在栏目无版块结构,节目选题单一,表达形态陈旧,信息量不够,以新闻报道、工作视角为主,有针对性的服务不强,与对农服务做得好的地区和单位形成了鲜明对比。建议相关单位提高政治站位,认真学习领会习近平总书记关于“农业农村农民问题是关系国计民生的根本性问题,必须始终把解决好‘三农’问题作为全党工作重中之重”等重要论述,清楚地认识到:基层广电媒体直接面对“三农”,是对农服务的主阵地主平台,服务“三农”是主业更是主责,对农节目建设责无旁贷,要认认真真地将媒体服务“三农”的基本社会责任落到实处。

二是在对农节目服务考核中突击创优的问题依然存在。得益于近年来广播电视对农服务工程建设和考核的持续推进,我省对农节目服务从整体上来看发展态势良好,形成了比学赶超的浓厚氛围,但由于抽评栏目的时间段主要放在9月份,各单位就将其作为了集中创优的时间段,但制作力量和精力过于集中,这就有可能带来重视创优考核、忽视日常服务质量的问题。持续提升对农节目常态化服务质量水平,这是广播电视对农节目服务考核的初衷所在。如何检查各级广电媒体常态化服务“三农”工作的质量水平,这是下一步亟待研究解决的问题。其中一个思路是,可以尝试抽评栏目月份不固定的做法,根据当年“三农”工作的具体情况,随机不固定地挑选某一

月份栏目进行抽评,这样既能很大程度避免因抽评月份固定带来的突击创优问题,又能让对农节目因月份不同可以在题材选择、内容制作方面有新鲜感,增强创新的活力和动力,从而真正发挥出对农节目服务工程建设考核的导向性作用。

三是对新媒体、融媒体的运用应避免形式大于内容。因为对农节目直接服务的对象是农民群众,所以对农节目从总体上还是应该把握既朴实又生动、既实用又好看的总基调,在对新媒体元素的运用上,应尽可能地考虑农民群众的接受心理和口味偏好,在新媒体的运用上恰如其分,把握好度,做到内容和形式的和谐统一。当然,今天的农村已发生翻天覆地的变化,先进技术、创新理念层出不穷,机械化、数字化、智慧管理等广泛应用到生产生活。今天的农民早已不是传统的农民,有想法、有抱负的农二代、农创客、新农人们正带领着父老乡亲走在共富的路上。对农节目该“土”的要继续“土”下去,这是朴实平和、亲切自然、特色鲜明的“土”,但该洋的又要“洋”起来,传统、陈旧、老套并不是农村的代名词,新农村有新气象,新媒体也要有新表达,但又不能将新媒体元素作为点缀,刻意做出一些花里胡哨的东西,这样反而削弱了服务性,带来舍本求末的后果。

四是对农节目建设如何可持续发展亟待进一步探索。实事求是地说,对农节目作为公益扶持类节目,又面向农村农民,从传统观念来看,经营创收能力和潜力相对较弱,需要不断补贴投入,有时候似乎成为负担。如何让对农节目栏目从逼着办到主动办,到喜欢办,亟需我们积极探索对农节目健康可持续发展的途径。特别是在推进乡村振兴、农村现代化建设,以及高质量建设共同富裕示范区的今天,对农节目服务在开展对农活动、沟通供需两端、拓展乡村文旅、农土特产品销售、助农带货直播等方面,都有越来越大的发展机会和拓展空间,这或许也是对农节目未来可持续发展的源动力。同时,对农节目建设还要不断深化开门办节目的理念,走出演播室,走向更加广阔的农村,携手更多力量,调动更多资源,把社会各界的力量汇聚起来。比如,各地建立起对农节目服务工程联席会议制度,农业、林业、财政、卫生等多部门,大家一起出力,共同推进。

(作者单位:浙江省广播电视局宣传管理处)