

电视对农活动在乡村振兴战略中的创新实践路径初探

——长兴县融媒体中心连续3年获省级电视对农活动一等奖现象剖析

郑琦

文化振兴既是乡村全面振兴的重要内容，也是乡村经济社会发展的重要动力。习近平总书记强调，乡村振兴是包括产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴、组织振兴的全面振兴。乡村振兴战略是新时代“三农”工作总抓手，是实现农业农村现代化的重要举措。在这一战略背景下，县级融媒体中心作为当地的主流舆论阵地，在服务“三农”、推动乡村振兴中扮演着重要角色。电视对农活动在传播农业信息、推广农业技术、丰富农村文化生活等方面发挥着重要作用。本文通过分析长兴县融媒体中心连续3年在全省电视对农活动中获得一等奖的作品为案例，探讨县级媒体电视对农活动在国家乡村振兴战略中的作用与实践路径。以期为推动乡村振兴战略的实施提供参考。

近年来，长兴县融媒体中心推出的电视对农活动《进击吧，乡村造梦师》《耕耘吧！返乡青年》《一起种地吧》，分别于2022年至2024年，连续3次荣获浙江省广播电视对农节目奖电视对农活动一等奖。在主创过程中，我们首先思考的是，如何策划让农业类硬核主题在县域媒体实现软着陆，从小切口反映大主题，从普通人身上呈现大视角。主题落地后，长兴县融媒体中心深耕本土文化，和当地政府部门通力协作，深挖农业创业人物的思想内核，多平台、多视角、多形态展现当代新农人的精神风貌，充分利用好媒体的各类平台，形成传播矩阵，实现大流量传播，成为当地现象级的传播案例。

一、硬主题软着陆，强策划小切口

每年的中央一号文件必定是和农业相关，电视对农活动就是围绕着当年的中央对农精神开展积极的正面宣传，这一性质往往决定了活动报道主题非常硬核，对于县级媒体来说，如何让硬核主题实现软着陆，如何从县级层面讲好宏观故事，是首先需要解决的问题。

以2022年《进击吧，乡村造梦师》大型融媒体中心对农活动的策划过程为例，当年的中央一号文件提出“启动实施文化产业赋能乡村振兴计划”。文化和旅游部等6部门联合印发的《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》要求，到2025年基本建立文化产业赋能乡村振兴的有效机制。活动导演组联合当地农业相关部门，共同研究学习中央文件精神，结合长兴当地的农业主体实际情况，以高质量乡村振兴作为主要创作方向，通过不断摸排，以农业带头人为切入点开展深入创作。活动从2024年5月开始筹备，到8月19日收官，历时3个多月。“激活乡村文化，推动共同富裕”是该项活动的推广语。结合项目内容，挑选典型人物化身乡村造梦师，助力打造乡村振兴梦。在活动启动后，活动组走进田间地头，遍访各乡镇、企业、合作社、协会等，通过新媒体、广播、电视、报纸等全媒体平台宣传发动，初选后共有20位乡村造梦师进入展播阶段。

又如2024年《一起种地吧》大型农业创业创新融媒活动，当年的中央一号文件指出，要构建现代农业经营体系，聚焦解决“谁来种地”问

题，以小农户为基础，新型农业经营主体为重点，社会化服务为支撑，加快打造适应现代农业发展的高素质生产经营队伍。导演组紧扣当年的重要主题，突出种粮的重要性，并让越来越多的青年力量加入种地的队伍中，成为乡村发力的新方向，策划推出《一起种地吧》对农活动。该活动以农业创新为主，发掘当地年轻一代，让肥沃的土地焕发新的生机。活动挖掘展示了长兴粮食单产增产增收成功经验，邀请农户介绍种粮新品种、新技术、新模式等，让广大新农人以及想要返乡从事农业的年轻人看到现代农业的发展前景，展示新农村新农业新农人的崭新面貌，推动形成可借鉴、可推广、可复制的致富成功经验。全面展现长兴县在保障国家粮食安全、实践新时代乡村振兴战略中的责任担当与实际行动。在采访的人物中，有承包千亩田发展两年季季粮蔬轮作的新农人，也有继承父业勇于投身农业的90后种地小妹，更有一部手机就能管理整个基地的旱粮种植大户，还有教你种地的“种地导师”。通过该活动为种地把式们搭建属于他们的舞台，让他们展示各自的种地成果，打破传统意义上对返乡种地的偏见，让肥沃的土地焕发新的生机，让大家看到返乡种地也能致富。同时为种地返乡的青年搭建进一步交流与合作的平台，促进资源共享，鼓励带动更多的优秀青年力量加入种地的队伍中，保障国家粮食安全，更好地实现乡村振兴。

二、大跨度重流程，强矩阵赢流量

农业类活动的组织和举办，需要设置较长的时间流程，从前期策划到后期评选，往往一个活动要持续时长3—6个月之久。时间长度的拉长，为活动的宣推创造了很好的时间周期，形成某一时段内当地老百姓关注的热点活动话题。同时，以电视、广播、新媒体等媒体矩阵作为主要宣传平台，特别是突出新媒体的视频号、公众号、抖音号、快手号等，搭建宣传矩阵平台，实现流量叠加。以2024年度对农活动《一起种地吧》为例，活动于3月正式启动，分为启动、初评、展播、网络投票、复评、颁奖、研学活动等七个阶段。活动面向全县种粮农户，聚焦长兴县乡村振

兴粮食生产领域，挑选优秀典型人物，展现种粮新品种、新技术、新模式等，为种地代表们搭建一个展示交流的舞台。在活动启动后，活动组走进田间地头，遍访各乡镇、企业、合作社、协会等，通过微信公众号、客户端、电视等平台宣传发动，初选后共有13位优秀种地代表进入展播评比阶段。针对这13位种地代表们的种植项目，活动组一一对应拍摄制作了展播短片和宣传海报。在6月25日至7月7日期间，通过电视、微信公众号、客户端等平台，对13位优秀种地代表们进行展播。7月15日至7月19日通过新媒体平台对13位优秀种地代表们进行集中投票，评出最佳人气把式奖；最终通过专家评审投票评选出13位种地金把式，在最终的颁奖典礼活动进行颁奖。

颁奖典礼将13位种地代表们分为3组进行展示，分别是政策给力型、科技种粮型以及经营增效型。每位种地代表通过4个环节进行全方位展示。带月荷锄归：通过短片以及出场方式展示人物特点；风吹稻花香：通过舞台进一步自我介绍展示亮点；谁知盘中餐：用自己种植的粮食做一道美食进行展示；力耕足衣食：与返乡种地团进行互动问答，交流技术难点。同时现场进行专家互动点评，在短时间内高度提炼并展现种地代表们的闪光点，向受众展现他们在粮食种植技术、粮食增产增收、产销一体化等多方面所取得的成绩。

颁奖典礼现场还启动了探索共富路研学活动，持续扩大后续影响力。在活动结束后组织一批想要加入乡村种地的年轻人去往种地金把式们的项目基地，近距离进行交流互动，学习最新的种植技术与经验，为广大想要返乡种地或正在种地途中迷茫不知方向的青年提供切身的经验支撑，为更多的青年指引方向，加快乡村振兴的步伐，助力共同富裕。

三、新媒体化叙述 树立典型榜样

虽然是电视对农活动，但是随着融媒体时代的到来，已经不仅仅局限于电视一个平台，而是全方位立体化的传播，其手法也从原来电视专题片的拍摄方式转为新媒体短视频化的拍摄手法。

以2023年度《耕耘吧，返乡青年》为例，栏目组一开始就通过人物特色短片、现场真人秀互动全方位展现返乡青年的优势与魅力。深入挖掘人物闪光点，以自述的口吻、人物专访的形式，提炼人物魅力点，通过独特的第一视角，用真实的个人经历讲述如何突破返乡创业的困难，如何进行前景规划。在观众看来，该节目不仅详细展现了返乡青年创业的情况，同时还趣味性十足，贴近实际，具有较强的引导力和影响力。

十分有趣不说教，能拉近距离，带动更多优秀青年返乡创业，助力乡村振兴。

《耕耘吧，返乡青年》的每个短视频拍摄时长不超过1分30秒，节奏欢快，完全运用新媒体化进行拍摄。县域对农活动绝不仅仅是媒体一家唱独角戏，还需要多方联动。如在《耕耘吧，返乡青年》活动中，导演组与浙江大学、银行金融服务团、企业、乡镇等单位深度合作。为助力活动顺利举办，这些合作单位提供了专业技术、资金等多项支持；并实际给到返乡青年们硬性支持，解决他们创业过程中的资金、政策、技术问题。在十佳优秀返乡青年评选结果出炉后，组成返乡青年宣讲团，深入乡村、社区、企业进行联动宣讲，讲述返乡青年的成功创业经验，给广大青年朋友们带去最前沿的技术和独到的发现。结合当地的实际情况，带动更多的优秀青年返乡创业，为农户提供最坚实有力的技术支撑。全城联动、全方位呈现、新媒体传播，更加全面地展示了返乡青年的风采与创业成果，更好地加快乡村振兴步伐。

四、强化粉丝互动 实现线上线下共享

对农活动从前期、中期、后期都融入强化了互动意识。从微信公众号的单条推送，到客户端的集纳呈现，再到移动直播端的时时在线，还通过抖音、快手、视频号等第三方平台联动推送，真正强化了多平台齐发，同时还结合栏目对活动的各项内容进行相关的报道。最终以一场颁奖典礼收官活动将返乡创业氛围推向高潮，并启动后续宣讲团活动，助力广大青年创业项目落地，解决青年返乡创业初期的困难。在长兴广播电视

台、“掌心长兴”客户端全程同步直播，同时在微信图文直播中展开丰富多彩的互动。结合新媒体的应用，让整个活动的影响力不仅仅局限于一场活动，而是有持续的发酵和跨度，示范带动效应强，话题燃爆青年社群。

“耕耘吧！返乡青年”话题正式上线后，通过海报、短视频、图文报道、微博等形式，汇集战略融媒体传播矩阵的资源，为网友带来了一场优秀返乡青年的全方位、多角度报道，长兴返乡青年的创业成果得到了有效宣传。通过活动的举办，宣传了长兴县人才培育和返乡青年助力乡村振兴的工作成效，有利于提高全社会的关注。这不仅仅让县内的广大青年，也让周边县区的广大青年们知道，返乡创业是能够收获成功的，其中的技术与经验是可复制的，其创业成果不仅能在当地推广发展，还能辐射到全国，甚至发展到国外。同时，通过活动的举办也扩大了长兴县一大批现有优秀返乡青年的知名度，为其更好地打造品牌奠定基础，促进后续技术的成功培育与发展，给更多的返乡青年们增添有力的信心。同时，这一批返乡青年的成功将带动吸引更多优秀青年返乡创业，助力乡村振兴，促进共同富裕。

活动的举办获得了极大的成功，收官活动直播时，在线观看量突破了8万人次，获得了很好的效果。自活动启动以来，客户端专栏阅读总量破10万，电视收视率破4，共计宣传覆盖16个乡镇（街道、园区）30多万人，拉动近百名优秀青年加入返乡创业队伍。活动不仅让这群优秀的返乡青年得到社会各界的肯定与支持，同时也树立了典范，让他们的成功经验辐射到更加广阔的地方，为许许多多正在大城市迷茫、摇摆、不知方向的青年们指引了方向。作为活动的主办方，长兴县融媒体中心充分利用自身独特的宣传优势，结合融媒体平台，多方联动，深度融合，制作相关内容为本次活动宣传造势。我们将总结经验，发扬优势，克服不足，不断探索，创新实践，从层次上、规模上不断深化提升对农活动的影响。

（作者单位：长兴县融媒体中心）