

广播电视媒体在乡村振兴中的功能定位、作用路径及高质量融入的思考及建议

张琦 董菡 北京师范大学中国乡村振兴与发展研究中心

摘要：广播电视媒体是乡村振兴战略推进实施中一支不可忽视的重要力量。在我国“三农”工作全面转向推进乡村振兴的新发展阶段，本文基于广播电视媒体的功能，提出其在乡村振兴中的四大定位，并将过往广播电视媒体在乡村振兴中的作用发挥总结为三种路径。最后，本文分别从内容制作、平台建设、传播策略三个方面，就如何加快推动广播电视媒体在未来高质量全面融入乡村振兴提出了思考及建议。

关键词：广播电视媒体 乡村振兴 功能定位 作用路径 高质量

1 引言

乡村振兴战略是党的十九大作出的重大决策部署，是实现中华民族伟大复兴的一项重大任务。当前，我国“三农”工作已经历史性转向全面推进乡村振兴。为了适应这一新的历史形势，并响应国家广播电视总局2022年乡村振兴帮扶工作方案要求，广播电视媒体应该重新明确其在乡村振兴中的功能定位，充分发挥其在乡村振兴中的行业优势，加快推动广播电视媒体全面融入乡村振兴高质量发展，以媒体力量精准助力乡村振兴。

2 广播电视媒体在乡村振兴中的功能定位

我国城乡之间二元结构不仅仅存在于传统的社会经济领域，也存在于公共资源领域。长期以来的城乡二元体制导致农村居民在广播电视媒体的接触度和使用度方面与城市居民相比仍存在一定差距。2022年2月发布的《中国互联网络发展状况统计报告》

显示，截至2021年12月，我国农村地区互联网普及率为57.6%，较城镇互联网普及率低23.7%^[1]。因此，广播电视媒体在新发展阶段应重新进行功能定位，自觉成为在传播层面助力缩小城乡差距、消除城乡之间信息壁垒的重要载体，自觉承担起促进城乡在媒介领域实现融合发展、加快信息要素流通的历史使命。总结功能定位主要包括四个方面。

2.1 实现惠农利民政策举措全息、全员、全效传播的宣传窗口

“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”是乡村振兴战略的总体要求，广播电视媒体应始终围绕二十字方针，全方位、多角度、深层次地为乡村振兴服务。在全面推进乡村振兴的过程中，我国出台了一系列惠农利民的支持政策和帮扶举措。面对种类繁多的政策文件，仅依靠乡村干部的零散宣讲，文化程度水平普遍相对有限的农民群众不仅难理解，更难记得清，很容易错失与之利益紧密相关的发展机遇。因此，广播电视

媒体应提高自身政治站位，通过视频制作、深度解读等可视化手段进行强有力的政策宣传和引导，成为对相关政策举措全息、全员、全效传播的宣传窗口^[2]。

2.2 助力乡村人才振兴高站位、高标准、高质量推进的重要教育平台

2017年12月，习近平总书记在中央农村工作会议上指出：“乡村振兴要靠人才、靠资源。如果乡村人才、土地、资金等要素一直单向流向城市，长期处于‘失血’‘贫血’状态，振兴就是一句空话。”人才振兴是乡村振兴的必备核心要素。生活在农村的农民和村干部群体，往往容易受到工作地点、工作时间等限制而很难接受完全的脱产教育。但是，广播电视媒体却具备突破时空限制、对接优质资源、教育形式多样、可提前录制循环播放等优势，将提供优质教育服务与加强农民素养提高实现有机结合，助力培育新型职业农民，以“领头雁”优势带动乡村人才振兴。

2.3 连接和沟通城镇与农村之间信息双向流通的最高效资源纽带

健全城乡公共文化服务体系是城乡协调融合发展的应有之义，而广播电视媒体则是架在城乡信息技术鸿沟之间的信息桥梁，为农业农村插上互联网的翅膀，消弭信息鸿沟、连接信息孤岛、疏通信息血脉，促进农村经济社会发展。这不仅体现在广播电视媒体本身开展农产品直播带货、对口帮扶和驻村工作等方面，还体现在其发挥桥梁作用，通过信息服务和舆论支持^[1]引导各类发展要素更多向乡村流动，在乡村形成信息汇聚的良性循环，为乡村振兴带来更多社会力量、社会资源、社会关注。

2.4 展现乡村振兴发展活力以及美丽乡村文化魅力的工具载体

对农村优秀文化资源的开发利用还存在较大不足。少数民族聚居的脱贫地区虽有丰富多彩的民族文化，但受限于农民群体对民族文化保护利用的薄弱意识和有限能力，脱贫地区亟待实现文化振兴^[3]。广播电视媒体作为文化建设的重要阵地和文化传播的重要载体^[4]，要自觉承担起展现乡村振兴内生动力及美丽乡村文化魅力的传播义务和责任，自觉成为乡村文化振兴的推动者和建设者，用生动形象的镜头语言记录并弘扬祖国大地上乡村振兴的动人故事，将党和政府的民生工程内化为农民受众的民心工程。

3 广播电视媒体在乡村振兴中的作用路径

广播电视媒体以其独特的作用在乡村振兴与发展中发挥着重要职能，并体现出不同的作用路径。

3.1 广播电视媒体在乡村振兴中发挥了宣传引领作用

一方面，广播电视媒体通过在线上新媒体和线下传统纸媒开设“乡村振兴”专栏专题等形式，图文并茂、通俗易懂地深入进行政策解读，让农民群众看得懂、记得住，充分发挥舆论引导及思想引领作用，确保政策信息“下达”到位的同时，与农民群众建立良好互动，避免陷入只是“传话筒”的尴尬局面，使农民群众在沟通、交流、对话中加深对政策举措的理解。例如，《人民日报》多次并持续刊发聚焦2022年中央一号文件的政策解读文章，如《以更大力度推动乡村振兴》《全面振兴乡村怎么干》等。湖南卫视、安徽卫视、山东农村科普频道等推出了诸如《乡约》《我的扶贫故事》《扶贫第一线》等专栏专题、特别节目、特别报道，传统媒体和新兴媒体互相联动，声屏和荧屏有机结合，立体化宣传党中央和国务院乡村振兴决策部署^[5]。

另一方面，广播电视媒体广泛报道乡村振兴优秀典型案例，不断增加乡村振兴公益广告投放力度，深入挖掘农业文化遗产的功能价值，打破城市居民对农村农民的偏见和滞后认知，形成主流舆论声势浩大的传播格局，通过智能手机串联起鲜活的乡村图景与大众传播的广阔空间^[6]，在全社会形成支持、参与乡村振兴的良好氛围。例如，随着以驻村书记黄文秀为原型的电视剧《大山的女儿》热播，300多万奋斗在脱贫攻坚战一线的驻村第一书记的故事被更多人看到，被更多人了解，脱贫攻坚感人事迹传播效果良好。据中国视听大数据(CVB)统计，2022年第1季度，全国卫视频道共播

出乡村振兴题材的电视剧14部、纪录片25部、动画片4部、文艺节目21档，并投放公益广告69条27621条次251.1小时^[7]。

3.2 广播电视媒体在乡村振兴中发挥了助农帮扶作用

广播电视媒体发挥了积极的消费帮扶作用。广播电视媒体通过打造消费帮扶平台，对相关平台给予流量支持和费用减免，鼓励电商平台开展消费帮扶，实现产值变价值、产品变产业。此外，广播电视媒体还充分利用广电行业人员优势和“智慧广电”技术优势，推广“直播+消费帮扶”“短视频、直播+消费帮扶”，开展助农直播，有力推动城乡产销融合^[8]。2022年2月，在国家广播电视总局公共服务司与国家发展改革委地区振兴司的共同指导下，阿里巴巴集团社会公益部、淘宝网、淘宝直播共同承办了为期10天的新春首场公益助农直播活动，24位淘宝主播在直播间卖出价值400余万元的农产品，5400万热心网友参与其中^[9]。

广播电视媒体发挥了积极的产业帮扶作用。很多农村地区的特色农产品质量好、价值高、市场需求潜力大，但往往受限于有限的信息传播声量，难以形成较强的品牌影响力。广播电视媒体依托其内容优势、传播优势和公信力优势，采取品牌强农策略，不断进行平台推广，强势打造地域特色品牌。例如，中央广播电视总台于2020年6月正式推出的“CCTV强农品牌计划”，从内容生产端、广告传播端、产品销售端给予入选品牌全方位支持，通过大小屏互动、媒体融合传播等手段实现品效合一，充分利用国家级平台的融合传播能力，以塑造中国农业品牌方式发挥对乡村振兴的

产业帮扶作用^[10]。

广播电视媒体发挥了积极的教育帮扶作用。教育发展水平是实现贫困地区经济增长的重要影响因素，更是人力资本提升的重要工具^[11]，但是当前农村地区普遍面临学前教育缺失、教育资源不足等问题。广播电视媒体发挥平台作用，聚合优质教育资源，借鉴“双师教学”成功经验，持续与教学名师、重点名校加大教育合作力度，开展“直播课堂”“空中课堂”“广电云课堂”教学，将优质教学课程和资源送到校、送到家，促进偏远乡村地区教育资源共享^[12]。例如，国家广播电视总局在定点帮扶县协调引入钉钉智慧教育，为山西省平顺县中小学搭建智慧化教育平台，覆盖全县65所学校1.5万余名学生；同时，协调300余万元公益基金支持寄宿制学校改革，为学生提供更加科学安全的学习生活条件^[12]。

3.3 广播电视媒体在乡村振兴中发挥了人才培养作用

广播电视媒体助力推进了乡村电商达人和农民主播迅速成长。在“手机正在成为新农具，直播成为新农活，数据成为新农资”^[13]的互联网新媒体时代，国家广播电视总局在2019年成功将阿里巴巴引入定点帮扶县，协调其在当地举办电商创业培训班覆盖了2000余人次，助推乡村电商、农民主播和农村自媒体快速发展。

广播电视媒体助力提升了乡村人才培训质量和效果。广播电视媒体充分发挥在新技术应用、大数据收集开发方面的优势，结合乡村人才发展需求，构建数字化资源体系和远程教学平台，实现线上直播、网络教学和线下指导相结合，切实提升乡村人才培

训质量和效果。

广播电视媒体助力提高了农民的思想文化素养和农业生产技能水平。广播电视媒体通过为农业生产提供精细化智慧化的信息服务，提供涉农政策和农技知识，信息惠农，帮助农户增产增收。例如，山东IPTV开办《乡村振兴电视讲堂》栏目，邀请农业科研院所、高校、企业等行业专家进行课程制作，免费向全省农村用户提供点播服务，通过线上云课堂为农民提供专业的农技知识^[10]。

广播电视媒体助力吸引了乡村人才回流。广播电视媒体充分发挥“信息滑板”功能，在将乡村静态的生态风光、传统习俗、农耕文化转化成动态的信息流和视频集的过程中，更是对外推广宣传了当代乡村的无限发展潜力，展现了乡村振兴战略带来的新面貌、新成就、新机遇。以国家广播电视总局联合阿里巴巴对定点帮扶县的数字化产业建设项目为例，随着项目开展和有效宣传，逐渐吸引了越来越多的优秀乡村建设人才返乡，进一步夯实人才基础助力乡村振兴。

4 加快推动广播电视媒体全面融入乡村振兴高质量发展思考及建议

乡村振兴进入高质量发展阶段，这对广播电视媒体行业全面融入乡村经济、社会和文化数字化发展提出了更高要求，同时也带来了全新机遇。坚持农业农村优先发展、大力实施乡村振兴战略的政策倡导使更多的人关注到乡村，更多的资源向乡村倾斜，更多的“金矿”在乡村等待发掘。在精确自身功能定位的基础上，广播电视媒体应把握发展机遇，从内容制作、

平台建设、传播策略三个方面加快全面融入乡村振兴高质量发展。

4.1 内容制作方面

一是要创新节目形式和内容。广播电视媒体应当充分利用媒体报道中的跨界效应和破圈效应，发挥创作优势，实现形式上多媒介跨平台联动、内容上多主体跨行业互动，打破时空和信息壁垒，对乡村文化进行创造性转化和创新性发展，推动实现乡村文化产业化。二是要增加乡村广播电视内容有效供给。广播电视媒体应当围绕加强乡村思想道德建设、弘扬乡村优秀传统文化、丰富乡村文化生活，利用自身平台进行跨媒介、立体化传播，在推动乡村文化传播的同时，为广大农民提供高质量的精神营养。三是要制作“接地气”的内容。内容始终是媒体的核心价值所在，要适应农村发展需求，不能脱离实际，围绕农民群众的真实需求和现实问题，提供更加有针对性的服务，结合助力传统农业的数字化、网络化和智能化，进行平民化和亲民化的表达，让农民离新闻更近，离信息更近。

4.2 平台建设方面

一是要继续加快乡村广播电视服务基础设施建设。继续推动数字电视机顶盒推广普及，加快全国有线电视网络整合和广电5G建设一体化发展，提升广播电视网络乡村通达率，加速广播电视网络IP化、光纤化、智能化升级改造，为发展乡村数字经济新业态，挖掘新的增长点，为拓展农民增收空间提供基础支撑。二是要加快重塑业态和产业模式，打造综合信息服务平台。广播电视媒体应当不断拓展“媒体+”模式，积极将新型主流媒

体建设融入乡村振兴战略,在全媒体平台特别是移动客户端中做好做强“媒体+政务”“媒体+服务”“媒体+商务”等业态模式,为智慧广电服务乡村提供信息支撑。三是要推动资源整合,助力乡村治理。依托现有各级农村区域广电信息化网络,横向打通已建成的各涉农信息化系统、各广播电视公共服务平台的数据资源库,提升乡村社会数字化建设水平,为基层党组织开展乡村治理提供数据支撑。

4.3 传播策略方面

一是要打造多样化全媒体信息传播矩阵。继续大力推动“1(自有移动传播平台)+N”传播矩阵建设,统筹屏、端、微信、微博账号,统筹大屏小屏、短视频、网络直播、网络音频等业务,着力重建广电媒体的全端传播能力和产品开发能力^[4],充分发掘移动互联网作为重塑乡村文化新领地的巨大潜力。蔚然成风的媒体介入直播带货,李子柒、张同学等乡村自媒体博主在海内外的走红,《山海情》《大山的女儿》等优秀扶贫剧的热播,《云上的小店》《向往的生活》等高流量乡村体验综艺节目的流行等,多元化的传播途径和方式更有利于挖掘和展示乡村的深层魅力。二是要充分发挥资源对接优势,融入乡村产业发展链条。通过“广电+乡村旅游”“广电+乡

村手工业”等模式,在乡村产业振兴中创造收入增长点。三是要抓住农村群体加速融入网络社会的机遇,激发农民群体主动传播的内生动力。当前,我国城乡上网差距持续缩小,农村网民规模达2.84亿,内容生产传播日益便捷,乡村文化传播话语权越来越下移向农民群体。广播电视媒体应当以视频创作激励等方式,鼓励广大农村下沉用户从短视频观赏者转变为内容生产者,发挥互联网时代的视觉文化传播优势,真正让农民成为乡村振兴的“代言人”。

5 结语

在乡村振兴背景下,广播电视媒体要明确自身功能定位:一是实现惠农利民政策举措全息、全员、全效传播的宣传窗口,二是助力乡村人才振兴高站位、高标准、高质量推进的重要教育平台,三是连接和沟通城镇与农村之间信息双向流通的最高效资源纽带,四是展现乡村振兴发展活力以及美丽乡村文化魅力的工具载体。此外,广播电视媒体在乡村振兴战略推进过程中积极发挥宣传引领、助农帮扶、人才培养作用的基础上,还应加快推进全面融入乡村振兴高质量发展,充分实现自身的社会价值,完成时代赋予的历史使命。

参考文献

- [1] 中国互联网络中心.《第49次中国互联网络发展状况统计报告》[R/OL].(2022-02).<http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/hlwtjbg/202202/P020220721404263787858.pdf>.
- [2] 欧阳书平,付海波,冷淞,等.广电行业吹响乡村振兴号角[J].广播电视网络,2022,29(6):8-14.
- [3]《精准扶贫信息化管理“5+2”模式》一书“亮相”太湖世界文化论坛[EB/OL].(2021-10-16).https://share.gmw.cn/reader/2021-10/16/content_35237739.htm.
- [4] 汪三汉.新闻传媒在社会主义新农村建设中的功能定位与作用发挥[J].山东省青年管理干部学院学报,2006(3):151-153.
- [5] 国家广播电视总局.全国广电系统全面推进智慧广电专项扶贫行动[EB/OL].(2020-05).http://www.nrta.gov.cn/art/2020/5/20/art_114_51311.html.
- [6] 常莹.参与乡村振兴 媒体以何能作为[EB/OL].中国新闻出版广电网,(2020-09-22).<https://zgcb.chinaxwcb.com/info/566300>.
- [7] 乡村振兴节目:2022年第1季度收视大数据[EB/OL].(2022-04-20).<https://mp.weixin.qq.com/s/VvwrBVU2xnVuHaXuxRyqA>.
- [8] 短视频直播有利于城乡产销融合发展[EB/OL].(2022-04-12).http://www.banyuetan.org/dspzbzlszxc/detail/20220412/1000200033139191649752371901034618_1.html.
- [9] 5400万人参与其中,这场公益活动掀起助农直播热[EB/OL].(2022-03-10).http://www.nrta.gov.cn/art/2022/3/10/art_3544_59764.html.
- [10] 惠农强农富农:智慧广电助力乡村产业振兴[EB/OL].(2022-05-19).<https://mp.weixin.qq.com/s/NOakrEKYxSSWTH4kj9FxPQ>.
- [11] 周禹彤.教育扶贫的价值贡献[D].北京:对外经济贸易大学,2017.
- [12] 拓展帮扶模式 为产业振兴涵养新动能——国家广电总局定点帮扶山西省平顺县产业振兴的探索与实践[J].广播电视网络,2022,29(1):40-41.
- [13] 手机成为新农具 直播成为新农活——国家广播电视总局指导的扶贫案例传播海外[EB/OL].(2022-07-29).http://www.nrta.gov.cn/art/2020/7/29/art_114_52298.html.
- [14] 广电新型主流媒体建设的进展与成效[EB/OL].(2022-06-15).<https://mp.weixin.qq.com/s/a0s0fcC4yg8-KVv1vSbM1g>. RTN

欢迎订阅!

《广播电视信息》邮发代号:82-46 20元/期,全年定价240元

《广播电视网络》邮发代号:82-255 20元/期,全年定价240元

注:本刊邮寄方式默认平邮,如需挂号另付费用36元/年,快递另付费用120元/年。

广播电视信息杂志社

