

# 以交互性活动化手段 创新广播对农传播形态

——以广播对农活动《“共同富裕‘云’助力”智慧助农对农广播活动》为例

严晶晶

**摘要：**在媒体融合不断向“深水区”挺进的背景下，广播对农传播要善于融合新媒体平台，加强交互性和活动化实践探索，进一步提升传播效果。2022年，云和县广播电视台秉持把“云和师傅”劳务品牌宣传出去并扩大影响的理念，组织开展“共同富裕‘云’助力”智慧助农广播对农活动，获得了浙江省广播电视对农节目奖广播对农活动二等奖。本文以此次活动组织策划为例，就如何以交互性活动化手段创新广播对农传播形态试作探讨。

**关键词：**共同富裕 交互性 活动化 广播对农传播

“云和师傅”是浙江省首个以人称命名、全省唯一有省级著名商标和服务名牌称号的劳务品牌。在大步迈向共同富裕的新征程中，为更好发挥“云和师傅”的品牌带动作用，2022年5-8月，云和县广播电视台策划推出“共同富裕‘云’助力”智慧助农广播对农活动，启动“云和师傅”乡村共富精英人才培养计划。活动同步开通“智慧助农”云平台，创新推出“云和师傅”验真查询系统，全国各地农户通过系统可以快速查找技术对口的“云和师傅”，并通过点播相关短视频学习农业技能。

“共同富裕‘云’助力”广播对农活动紧扣当前“三农”工作重点，前期调研深入，准备充分，特别是运用数字化手段提升了“云和师傅”智慧助农水平和社会各界参与活动的积极性，为提升山区低收入农户创富能力发挥了助力作用。

## 一、加强广播对农传播交互体验的必要性

(一) 智能手机在农村地区日渐普及并成为重要的媒介接触终端

中国社会科学院农村发展研究所与中国社会科学出版社联合发布的《中国乡村振兴综合调查报告2021》显示：中国九成以上农户家庭拥有至少1部智能手机，82.2%的农户能够使用智能手机，东部地区农民手机每日平均使用时长也明显高于全国。农民更关注与生产生活联系密切的信息，近七成农户认为信息获取很及时，但仍有1/4的农民认为较难通过手机或者网络获取日常需求信息。<sup>①</sup>随着社会的发展，智能手机已成为当下农村群众最重要的通讯工具与获取信息的载体，深刻影响着农村居民的生活，手机APP、电商、广播信息等都在无形中影响并改变着农村居民的生活，包括生产、消费、教育、公共事务处理、信息获取、社交生活等多个方面。

(二) 县级媒体融媒传播探索为对农广播迈向融媒传播创造了有利条件

近年来，县级媒体融合发展持续深入，传统媒体的“深”与新媒体的“快”进一步相“融”，实现互补。县域媒体公共资源的进一步整合也促进了各平台间信息交流沟通和信息共享效率的提升。与此同时，一支具备融媒素质和技能的县级新闻工作者队伍也初步建立。县级新闻工作者已经可以针对不同类型的传播平台，灵活运用融媒手段，加工打造不同风格的作品，让新闻宣传形式变得丰富多元，报道内容丰富多彩，产品也更为用户喜闻乐见。

（三）活动化进一步增强传播行为的可参与性，受众体验感更强

在当今时代，随着受众需求的分散化，精准化传播成为融媒体传播必然的发展趋势。活动化传播强调目标受众及传播效果的精准度，提倡从目标受众切入，充分研究受众的生产生活形态、情感思想状况以及所处社会现状，将他们的需求与传播内容精准匹配，并通过受众容易接受的渠道和形式，进行有针对性的传播，使受众获得全方位的有效体验，从而实现品牌宣传、技能推广或产品推介的目的。活动传播可以通过丰富的现场体验活动或者通过微博、微信、手机APP等社会化媒体平台开展，形式灵活，更注重创意性和可参与性，能充分吸引受众关注和积极参与，并增强线上受众“点进去、转出去”的兴趣，能更好地实现预期传播目标。

## 二、如何加强广播对农传播的交互性

交互，即交流互动，其概念的来源主要是互联网的兴起与应用。交互不仅是很多互联网平台力求实现的功能，也是大众传媒梦寐以求的传播境界。而双线交互、声屏复合的广播融合传播新业态，就是广播实现融合传播较为理想的方式。<sup>②</sup>云和县广播电视台策划推出“共同富裕‘云’助力”智慧助农广播对农活动，通过声屏复合、数字化运用等手段，加强与受众的互动，有效提升了传播效果。

（一）声屏复合增强广播对农传播的号召力

“童话云和”APP是云和县广播电视台推出的客户端，下载用户有2.9万。2022年该平台在全省媒体融合指数考评中位列前茅，在当地群众中有一定的影响力和号召力。此次“共同富裕‘云’助力”智慧助农广播对农活动，充分运用“童话云和”APP平台，同时借助“童话云和”新媒体矩阵，实现了以声音流为主的广播频率和手机屏的声屏复合，有效加强了活动主创与农户、农户与农技人员的互动交流，提升整个活动的可看度、可参与度和传播力。

在活动进行过程中，“童话云和”融媒体矩阵全方位关注、报道本次活动，报道内容层层

推进，报道手法丰富多样，并在“童话云和”APP同步进行直播，带领听众走进现场，通过短视频等形式全方位了解活动情况，进一步提升活动号召力。

（二）数字化应用提升广播对农传播的服务力

在互联网数字化技术迅猛发展的背景下，广播对农活动必须紧跟时代潮流，要在技术应用升级上有所提升，通过数字化运用更好实现其服务能力。活动策划深入思考了如何以广播为核心，发挥新媒体平台的数字优势，为活动数字赋能。

在“童话云和”APP开设“智慧助农”专题，开发上线“云和师傅”验证查询系统，将700余位“云和师傅”的基本信息进行集纳，云和乃至全国各地的农户如有需求，只要登录平台输入相应师傅姓名就可以查询到师傅的基本信息。同时联合县农业农村局，组织“云和师傅”深入乡村，针对雪梨种植、蜜蜂养殖等农户关注的农业技术，拍摄《师傅亮招》系列短视频，并在“智慧助农”专题进行展示，让农民通过手机就能学到致富技能。先后采制完成上线稻鳖综合种养技术、蜂蜜人工收割技术、香菇菌棒制作技术、云和雪梨接芽技术、毛峰制作工艺等20余个短视频，累计点播量超5万人次。

（三）实时互动增强广播对农传播的体验感

为进一步增强广播对农传播的体验感，活动在“智慧助农”专题还专门开设“动态报道”栏，实时更新“云和师傅”创业创新信息，让有需求的个人和企业可以更加感性地了解“云和师傅”信息，更加直观地观看其技能展示，还能全面了解前沿技术发展动态，以便快速精准查找适配需求。在“智慧助农”栏，农户还可以实时发布自己想要咨询的问题，便于多渠道获取自己想知道的内容。通过双向实时互动，成功打造强交互性的广播对农传播新形态，让受众更加直接地参与到活动中来，也让活动平台资讯更新鲜、信息量更大、有效性更高，受众参与或收听体验感也更强。

### 三、对农广播栏目创新转型 “广播+客户端+线下活动”融媒产品前景广阔

在媒体深度融合发展的征程中，广播不再是单一的媒介，而是新型融媒整合传播平台中的一端，广播、客户端和线下活动成为创新融媒传播产品的三大场景，各守其职并相互配合，走出互联网时代广播对农融合传播新路子，对农广播栏目创新转型“广播+客户端+线下活动”融媒产品的基础已完善，发展前景广阔。

#### （一）广播对农直播与即时交互相结合

当前，对农广播需要加快发展多屏即时互动，通过与网络、手机等传播介质的深度融合，增强内容个性化和用户黏性互动，全方位拓展对农广播的传播力和影响力。不仅对内容精耕细作，还充分发挥新媒体交互性强的优势，让节目可看、可听，还可以针对感兴趣的问题“点单”提问，活动互动性明显增强，进一步提升了农广节目的传播力和影响力，在与新媒体融合的过程中取得了较好的成效。

#### （二）客户端平台对农栏目要让用户能找到、可参与

各县级融媒体中心客户端是各媒体平台的自有主战场，也是当地最权威和综合的媒体平台。在对农传播中，要有融合意识，在客户端最显眼的位置设立对农专题。受众打开客户端第一眼就能看到这些内容，如果看到感兴趣的内容就可以直接点击进入，这对于广播对农栏目的推广有非常积极的作用。

活动开展以来，云和县广播电视台在“童话云和”APP最醒目位置开设“共同富裕‘云’助力”智慧助农广播对农活动“智慧助农”版块，首页顶端可以直接进入。专题内“云和师傅查询”“技能展示”“动态报道”分类设置一目了然，既是信息发布中心，也是观众参与互动平台。在这里，上到政策解读，下到农事细节，都可查可看，针对性和专业性都比较强，是真正的“三农”信息综合发布平台。此外，“云和师傅”验证查询互动的入口设计更有针对性和便捷性，实现了从单

向传播到双向互动的闭环。

#### （三）拓展线下活动让目标受众感受更强的体验感

对农广播的线下活动策划应当直面目标农民的真实诉求，应贴近农业、农村、农民“三农”实际，从小切口分析区域受众的现状与现实问题，再通过目标精准、形式独特、方式新颖的线下活动提供切实可行、经济实惠的解决办法和现场体验，实现“口碑传播”，从而有效提升线下活动传播的效果。

比如本次智慧助农活动，经过前期宣传、发动，“云和师傅”优秀代表、乡村能人纷纷报名加入。为了更好地发挥服务队的示范引领与辐射带动作用，云和县广播电视台联合相关单位，组建“共富技能服务队”，形成民宿、食用菌、雪梨、电商、养殖、水果和茶叶等方面的服务清单，结合各乡镇（街道）的产业特色、发展实际，进农业基地、文化礼堂、农民讲堂等场所，开展各类技术推广、政策宣讲服务，帮助各村发展共富产业，同时帮助村民学会一技之长，激发村民发展产业的热情。据不完全统计，活动期间通过“共富技能服务队”共开展技能现场服务30余场，直接受益农民达万余人次，期间现场为农户解决技术难题200余个。

在当前形势下，广播对农传播要不断创新形态，善于融合新媒体平台，以开放的心态、创新的思维，充分利用客户端、微信、抖音等新媒体平台，深入农村百姓之间，加强交互性和活动化的实践探索，进一步提升传播效果。

#### 参考文献：

①魏后凯等《中国乡村振兴综合调查报告(2021)》，中国社会科学出版社。

②吴生华《打造双线交互、声屏复合的广播融合传播新业态——基于杭州交通经济广播“开吧”客户端的实证研究》，《中国广播》，2019年第1期。

（作者单位：云和县广播电视台）