

# 综艺+扶贫

## 用文化传播打开经济发展大门

### 01 文化扶贫为乡村振兴提供新思路

乡村是中国数千年传统文化的重要载体,凝聚着广大劳动人民的淳朴智慧。深入挖掘乡村优秀传统文化,推动经济高质量发展,为乡村振兴提供了新思路、新蓝图。

从《极限挑战》第五季的“长江行”到《我们在行动》搭建的农副产品供应链到《乡村合伙人》的“湘村”文旅融合,越来越多的综艺节目开始聚焦脱贫攻坚和乡村振兴,尝试跨界合作。邀请明星、企业家或学者担任嘉宾,深入县域乡村,探寻地方文化特色,以互动性的考察体验打通完整的文化产业产销链。这一系列创新性举措带来的市场效应和社会效应远超传统乡村致富节目。

在文化评论人何天平看来,“这些新型扶贫节目在收获良好口碑的同时,也让文化扶贫助力乡村振兴的理念更加深入人心,为贫困地区的文化、旅游、农业等产业发展提供了新机遇。”

以湖南卫视的乡村振兴文旅纪实节目《乡村合伙人》为例,在用镜头展现乡村美食美景的同时,明星与企业家、文旅专家组成“合伙人”深入乡村,对症下药,实地探索当地的传统文化和旅游资源优势,向外界传递“乡村振兴,我们都是参与者”理念。据《乡村合伙人》主创团队介绍:“《乡村合伙人》的创作初衷是为了发展文化产业,服务好乡村振兴战略。要让农民返回家乡,让知识和资本驻足乡村。乡村不应只承担人口外流、落叶归根的职能,而应该发展成为一片新兴的沃土。”

在素有鱼米之乡、丝绸之府之称的浙江乌镇,来自长江流域八个县的农户代表带来了家乡的特产——日喀则的青稞、重庆万州的红茶、湖北宜昌的橙子……孙红雷、黄磊等明星嘉宾在现场热火朝天地进行“兜售”。这是东方卫视播出的《极限挑战》第五季第八期“助农为乐”的场景之一。这是上海对口支援重庆万州的全新模式,也是三峡特色农产品通过“综艺+扶贫”模式走向全国的又一种尝试。除此,《乡村合伙人》《向往的生活》等综艺节目也做出了同样的尝试,将明星效应和电视传播进行有机结合,为当地的产业扶贫和乡村振兴注入了新活力。

### 02 精准扶贫为贫困地区搭建产品销售渠道

从总体上看,目前我国脱贫攻坚已进入啃硬骨头、攻坚拔寨的冲刺期。发挥媒体的资源组织优势,为贫困地区的发展提供更加精准的资源,形成标准化、规模化、品牌化的有效产业链,当地人民才能更好地“站起来”“强起来”。以“综艺+扶贫”形式呈现出来的作品,本质上不是一次单向性的泛娱乐化传播,而是一种以节目为载体的扶贫工程。

《我们在行动》《乡村合伙人》《向往的生活》等在节目内容编排上,增加了地方政府、企业家及专家学者的实地考察环节,用通俗易懂的表达方式,向村民们分享更加专业的观点。

在何天平看来,“让他们能够在交流的过程中切实领悟到自身发展存在的优势和不足,全方位激发贫困群众脱贫致富的内生动力。较之于传统的明星代言式宣传和乡村致富访谈,此类节目不仅增强了可看性,还因地制宜搭建起产销渠道和资源对话平台,深化产业链一体化布局,以此推动持续性、长效性的发展”。

脐橙的3000万元大订单、云南元阳红米的供不应求、莫干山民宿的声名远扬……无一不彰显着媒体在参与这场脱贫攻坚战役中强大的影响力、号召力和责任意识。

“综艺+扶贫”模式助力经济发展,除了在节目内容编排上的创新,其网络放映权也会共享给腾讯、芒果TV、优酷、爱奇艺等主流网络视频平台,而在宣传渠道中,更是增加了微信公众号、微博等新媒体平台。电视媒体与终端、移动端相融合的全媒体传播优势,将精准传播与精准扶贫、乡村振兴汇聚融通,在融合传统与现代,大力助推经济发展的同时,也为媒体融合的转型升级带来了新启示。

(据《光明日报》作者:卢璐 牛梦笛)

### 03 建立长效机制才是节目的正确打开方式

当下,“综艺+扶贫”的模式创新串联起了乡村与政府、社会、个人等资源的经济脉络,充分体现了媒体的平台优势,也极好地践行了媒体在社会传播中的实用性和服务聚合性功能。

《极限挑战》第五季总导演施嘉宁介绍,最后一期《极限挑战》用公益演唱会的形式,联合阿里巴巴公益、中国扶贫基金会发起了“用脚步丈量长江”公益捐步活动,帮助长江沿岸贫困地区及宜宾市灾后小学修建阳光跑道,从而形成长效化的扶贫机制。在践行公益的道路上,《极限挑战》无论是在内容层面上,将综艺表达与公益话题有机结合,还是积极联动各方力量,主导开展一系列寓教于乐的公益活动,线上线下“双箭齐发”的姿态,都是节目助推正能量传播的实际行动。

在上述一系列节目的努力下,各地在经济效益上取得的成效也是显著的。奉节

脐橙的3000万元大订单、云南元阳红米的供不应求、莫干山民宿的声名远扬……无一不彰显着媒体在参与这场脱贫攻坚战役中强大的影响力、号召力和责任意识。

“综艺+扶贫”模式助力经济发展,除了在节目内容编排上的创新,其网络放映权也会共享给腾讯、芒果TV、优酷、爱奇艺等主流网络视频平台,而在宣传渠道中,更是增加了微信公众号、微博等新媒体平台。电视媒体与终端、移动端相融合的全媒体传播优势,将精准传播与精准扶贫、乡村振兴汇聚融通,在融合传统与现代,大力助推经济发展的同时,也为媒体融合的转型升级带来了新启示。

(据《光明日报》作者:卢璐 牛梦笛)

### 文体速览

## 大型纪录片《军工记忆》第二季今日开播

记者从国家国防科工局获悉,由国家国防科工局和中央广播电视总台联合出品的《军工记忆》第二季5集武器装备型号大型纪录片,于8月1日至5日晚8点黄金时段在央视纪录频道(CCTV-9)播出。

据悉,此次播出的纪录片分别以“第一颗氢弹”“05式两栖装甲车族”“直10武装直升机”“95式枪族”和“054护卫舰”等五型装备的研制历程为背景,讲述军工人的故事,向全社会大力弘扬“自力更生、艰苦奋斗,军工报国、甘于奉献,为国争光、勇攀高峰”的军工精神。

国家国防科工局新闻宣传中心主任李自平介绍,《军工记忆》第二季以科普和人文关怀为创作风格,以传播军工正能量为创作主旨,适度增加科普元素,讲述军工故事。

(据新华社)

## 国家发改委:对若干示范城市新建社会足球场予以补助

近日,国家发展和改革委员会、国家体育总局、国务院足球改革发展部际联席会议办公室等部门共同制订并印发了《全国社会足球场地设施建设专项行动实施方案(试行)》(以下简称《实施方案》),对在全国范围内筛选出的若干示范城市新建社会足球场予以补助。

近年,我国足球人口快速增长,联赛体系逐步形成,社会足球初具氛围,但足球场设施还存在明显短板,和足球发达国家相比存在差距。

在此背景下,《实施方案》中明确,国家发改委安排中央预算内投资,在全国范围内筛选若干示范城市(县级以上城市),对其新建11人制标准足球场,每个球场补助200万元;对其新建5人制、7人制(8人制)足球场,每个球场补助不超过100万元;对改建、扩建和修缮项目不予支持。同时,鼓励各地通过财政资金、体育彩票公益金、开发性金融等资金渠道对足球场建设予以配套补助。

据国家发改委相关负责人介绍,该举措重在解决社会足球场设施供给不足、布局不优、效益不好等问题,将明显提升每万人拥有足球场数量、场地利用率及运营主体可持续发展能力。

(据新华社)



中申报示范城市需要哪些条件?  
请扫二维码阅读方案全文  
短网址: <http://shouji.lyd.com.cn/n/928407>



## 文化时评 博物馆开“夜场”如何看

暑假期间,很多家长都有带孩子游览博物馆的计划。其中,不少家长对展陈的夜场活动非常感兴趣。只是,众多博物馆中仅有少量尝试过开放夜场。

盛夏时节,城市夜色中各种文化艺术活动异彩纷呈。博物馆、美术馆开出夜场,音乐会从剧场开到草坪上,看午夜电影、听图书朗读,各种“文化夜市”不仅拉动了餐饮、交通等周边消费和服务,更可以满足大众不断提升的文化消费需求。尤其是有着丰富藏品、博物馆,其开放夜场势必为大众文化消费提供更加丰富的选择。

随着大众对文化需求的不断加码,博物馆作为文化重地,日渐成为出行的热门之地。据中国旅游研究院测算,2019年春节假期,全国旅游接待总人数4.15亿人次,其中参观博物馆的游客比例

高达40.5%。

文化需求旺盛,给博物馆的发展打开想象空间。“白天不懂夜的黑”,夜间博物馆别有一番味道。不同于白天的安静,不同于白天的视觉感受,夜色为博物馆抹上一层神秘的色彩,是博物馆独特的资源。大众看惯了白天博物馆的常态,却很少能够看到夜间博物馆的景观。这种别样体验对于公众有着强烈的吸引力。

伴随着大众文化需求越来越细,公共文化资源开夜场成为趋势。早在20世纪80年代,欧美一些博物馆就开始探索“博物馆之夜”活动,目前已形成比较成熟的夜场模式。比如,法国卢浮宫博物馆每周三、周五晚上会延迟至晚间9时45分,英国大英博物馆每周五开放时间延长至晚间8时30分。相比之下,国内博物馆夜间开

放仍处于试水阶段。一些博物馆虽然在“国际博物馆日”等时段开放过夜场,但并未形成常态。随着市民文化素养和鉴赏水平的提升,势必呼唤各类文博机构开夜场,用高雅艺术滋润人心,满足更高需求的文艺样式。

博物馆开放夜场,让大众多一个文化去处,城市多一点文博味道。这是文化惠民的必答题。开放夜场能够让更多人走进博物馆,了解历史,增长知识,对于提升公众文化艺术修养大有裨益。对于博物馆来说,通过优质的服务发挥自身在城市晚间的影响力,才能融入城市的晚间休闲和消费体系之中。对于城市而言,博物馆延长晚间开放时间,则回应了所在城市的文化生活和消费需求。

据《人民日报》(海外版)作者:吴学安

本版转载文章作者,请联系编辑(电子邮箱:lyrbshb@163.com)告知地址,以奉稿酬。

**洛阳日报 分类广告**

**声明·公告**

遗失声明 通知 注销公告 启事

欢迎刊登 各类广告

办理地址:洛阳日报社二楼东大厅(洛龙区开元大道与厚载门街交叉口);市民之家三楼E19洛阳日报社窗口(洛龙区开元大道与永泰街交叉口)

微信扫码 一键办理 方便快捷

咨询电话:18739808680 | 洛阳日报社63217552 | 市民之家65988322(周一至周六)

**文明洛阳 共建共享**

**遗失声明**

- ◆编号为O411426752,姓名为梁玉轩,出生日期为2014年8月10日的出生医学证明丢失,声明作废。
- ◆编号为P411912433,姓名为苗鹿轩,出生日期为2016年3月19日的出生医学证明丢失,声明作废。
- ◆洛阳市吉利区大昊奶牛养殖专业合作社营业执照副本丢失,统一社会信用代码为934103066935142146,声明作废。
- ◆洛阳市站区霞辉副食商店税务登记正、副本丢失,税号为4030319700512152701,声明作废。
- ◆程海峰河南省专业技术人员任职资格书丢失,证书编号为C03909080300105,声明作废。
- ◆王雪峰位于西工区华山路306号凯瑞凤凰名苑28幢1单元1704户的分户图丢失,声明作废。
- ◆孟津县第一战线网吧网络文化经营许可证副本丢失,编号:410322200046,声明作废。

**变更公告**

由洛阳北大公学置业有限公司开发的洛阳市伊滨区伊洛东路和西棘街交叉口西北角住宅项目,河南省企业投资项目备案案由2018-410354-70-03-049923变更为2019-410354-70-03-037722。特此公告。

**通知**

洛阳shop 1972泉舜店将于2019年8月14日撤柜,储值会员请于2019年8月14日前及时到店消费。储值会员全国shop 1972门店通用,感谢您的支持与配合。联系电话:18739752986(张女士)

洛阳日报 报业集团 **购时惠**

**三周年巨惠 8.8狂购节**

礼献全城 低至一折

活动时间:8月1日至8月11日

**攻略一 无门槛红包**

省到乐开花

88元、20元、10元、5元无门槛红包,购物可当现金花,全场通用省到家(个别特价商品除外)。

红包有效期:8月1日至8月11日

**攻略二 满75元减20元**

全场折上折

全场商品,使用建行龙支付,新用户满75元减20元,老用户满75元减10元,名额有限,先买先惠。新用户是指2019年1月1日开通龙支付的客户。

**攻略三 全民大拼团**

精选热销爆款,限时拼团特惠。

**攻略四 全场免运费**

新用户专享,一元起全场包邮。

**攻略五 购物超级返**

爆款产品享受折上折,购物成功再返现金券。

**全民拼团 速抢不后悔**

- 农家古法石磨原粮麦香 不含添加剂 限时拼团 **24.9元**
- 伊川红太阳磨面 5kg 限时拼团 **24.9元**
- 精选宽厚中段 刺少肉肥 鲜嫩紧致 买一送一 限时拼团 **33.8元**
- 东海带鱼段 约500g 限时拼团 **33.8元**

**精选好货 买不停手**

- 冰露饮用水 550mlX12 限时秒杀 **6.9元**
- 哈桑精装黑椒牛排 150g 限时折扣 **8.8元**
- 芒顿小镇 500mlX15 柠檬水/维生素水/乳酸菌水 限时折扣 **19.9元**
- 湖北特级鲜冻小龙虾尾 1kg 限时折扣 **48元**

**购时惠** 您身边的网上商城 正品·半日达

订热线 **66778866** 企业合作 周先生 **13937991617**