

缺乏及时准确、公开透明的互动，导致地方政府在应急处置上显得被动。

4、过度商业化导致传播失衡

受市场经济和同业竞争的影响，一些媒体为追求短期效益，往往放松对传播内容的审查，导致非法广告、不正当婚介等不良信息充斥网络。例如专门针对农村老年人胳膊腿疼、腰膝酸软、血脂血压高的貌似华佗再世的神医、包治百病的神药比比皆是，五花八门。这些网络垃圾不仅污染了传播环境，侵害了农民利益，而且也削弱了新媒体自身的声誉和公信力。

改进策略

1、提高政治站位

新媒体作为舆论思想引领者，业界从业人员要充分认识“三农”工作的重大意义，把提高政治站位置于首要位置。助力和美乡村建设，必须自觉围绕这个中心，服从和服务这个大局。坚持问题导向和目标导向有机结合，把握舆论导向，营造积极的舆论氛围，及时宣传报道和美乡村建设中的先进典型和案例。同时，对乡村社会存在的高价彩礼、大操大办等陈规陋习加以引导和矫正；对秸秆焚烧、弃耕撂荒、水稻上山、割青毁粮等热点问题予以澄清和疏导，充分发挥舆论阵地导向作用。

2、强化精品意识

不论传播方式怎么变化，“内容为王”这一传播原则是亘古不变的。在助力和美乡村建设中，新媒体应始终围绕服务“三农”做文章。深入村社和田间地头，用脚步丈量田野，用镜头记录农民生活，用敏锐眼光发现问题。运用富于情感的表现手法和通俗易懂的语言，不断推出反映农民新形象、展示农村新风貌的作品，打造出农民乐意看、愿意听、有高度、有温度，接地气、聚人气的精品力作。

3、加强县级融媒体中心建设

县级融媒体中心是党领导的基层权威媒体，是乡村精神文明建设的传播主体。目前县级融媒体中心的架子虽然都搭起来了，但受资金、技术和人才制约，很多方面还不完善。要顺应新媒体发展趋势，以内容为根本，以先进技术为支撑，加强人才队伍建设，进一步扩大地域覆盖面、人群覆盖面、内容覆盖面，构建全媒体传播布局，实现民生服务、文化传播、舆论引导多功能拓展，让农民共享网络传播成果。

4、净化网络生态

一是有法可依。在进一步完善《网络安全法》的同时，要加快落实“谁审核、谁负责”“谁发布、谁负责”的网络平台信息发布责任制，增强针对性、适用性和约束

力，使网络环境治理有法可依。二是打击有力。扩大“净网行动”“清朗行动”打击范围，聚焦网络直播、短视频等领域影响面广、危害性大的问题开展专项整治，查封违规账号，全面清理网络谣言，净化网络空间，营造良好的网络生态秩序。三是有“技”可靠。互联网监管部门和网络平台主体要全面提升技术，以技术优势及时将各种坑农、害农信息扼杀在“摇篮”。要充分利用大数据和先进的技术对虚假广告、淫秽色情、网络谣言等污染源进行跟踪溯源，提升网络治理的速度和精准度，完善以网络监测、网络发布内容审核为核心的网络治理体制机制。四是网络自律。各网络平台要根据自身的传播特性、运行方式制定一系列防范网络不良信息传播的规则，形成有效内部治理机制，负起主体责任，发挥平台功能。

5、提升农民媒介素养

受文化水平所限，现在农村里真正把手机当“农具”，把直播当“农活”的人毕竟还是少数。县乡政府要把网络信息技能作为新型职业农民培训的重要内容，提升农民利用网络获取信息、甄别信息和驾驭信息的能力。各媒体单位和相关高校、职业学院要主动开展服务“三农”的媒介下乡活动，通过短期培训帮助农民掌握线上销售、开通自媒体账号、拍摄短视频、直播营销、信息发布等专业技能，全面提升“新农人”整体素质，提高当地品牌知名度，促进农民增收、农业增效。

总之，建设宜居宜业和美乡村是农业强国的应有之义。新媒体在信息传播、知识扩散、情感沟通、资源动员等方面具有显著优势。面对新形势、新挑战，在助力和美乡村建设中，新媒体应进一步提高政治站位，强化主体意识、服务意识和精品意识，加强自身建设，不断开创和美乡村建设新局面，取得新成就。

参考文献

- [1]习近平：《论“三农”工作》，北京：中央文献出版社，2022。
- [2]中共中央、国务院：《中共中央 国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》，<http://gd.people.com.cn/n2/2023/0214/c123932-40300333.html>，2024-1-20。
- [3]习近平：《论党的宣传思想工作》，北京：中央文献出版社，2020。

作者简介

吴雅清 绵阳师范学院助教、四川大学新闻与传播专业硕士研究生，研究方向为传播心理学、媒介文化研究