

融媒体格局下县级广电发展探微

◆高玉霞

(利津县广播电视台 山东东营 257000)

摘要:在中国,县级媒体是一个数量庞大但又长期游离于大众视野之外的媒体族群,通常,位于城市中的区级媒体也被列入这一类中。2018年8月21日至22日的全国宣传思想工作会议上,习近平总书记指出:“扎实抓好县级融媒体中心建设,更好引导群众、服务群众。”这使得县级媒体建设成为新闻行业与社会各界关注的新焦点。如何在新的媒介环境中认识县级媒体的价值?

关键词:媒体;格局;广电

一、县级广播电视台的存在价值

我国的广播电视从其诞生之日起就是党和政府的喉舌,是覆盖最广泛的宣传舆论主阵地。县级广播电视台既是广播电视宣传战线上的“最后一公里”,也是转播中央、省、市三级广播电视节目的“最后一公里”,在联系党和基层群众、发挥正确舆论导向、维护社会和谐、稳定基层政权等方面,其地位和作用不可替代,也不容忽视。

(一)县级广播电视台担负着“上情下达,下情上送”的重要使命,是连接中央、省、市与基层的重要桥梁与枢纽。县级台既承担着上级广播电视节目的收转任务,把党中央及各级党委的精神及时传播出去,同时又担负着将基层的情况和呼声传递上去,让上级及时掌握基层动态。

(二)县级广播电视台承担着对农覆盖的重要任务,在社会主义新农村建设和公共文化服务中发挥了主力军的作用。我国是农业大国,农村人口多。根据2010年第六次全国人口普查的数据,大陆31个省、自治区、直辖市和现役军人的人口中,居住在乡村的人口为674149546人,占全部人口的50.32%,中西部地区农村人口比重更高。全面建成小康社会、建设文化强国,广大农村既是重点,也是难点。县级广播电视台作为最贴近农村、农民的广播电视媒体,在新农村建设、公共文化服务以及县域经济发展中有着其它媒体,特别是上级广播电视媒体没有的区域优势和特色优势。

(三)县级广播电视台是应对突发事件和灾难预警的有力武器。在应对基层突发公共事件,对地震、水灾等自然灾害进行预警方面,县级广播电视台具有比其他媒体更加明显的优势,能在第一时间赶赴现场,第一时间发布真实情况,能牢牢把握宣传主动权,有效杜绝谣言的出现和传播。

(四)县级广播电视台更能贴近实际、贴近群众、贴近生活,是走基层、服务百姓的必要渠道,是发现、挖掘和推介基层先进典型的重要媒体。县级台是地方党委政府的宣传主阵地,它及时传达决策部署,反映社情民意,传递民众心声,为改革和经济建设服务,是基层党委、政府和人民群众沟通的桥梁,是构建社会主义和谐社会不可或缺的最具影响力的媒体。特别是在2003年县级报纸取消之后,县级广播电视台更是各县唯一的宣传平台和信息传播平台,对当地的舆论宣传 and 经济发展起到不可替代的作用。

二、县级融媒体中心建设需解决的核心问题

(一)融合激发活力,着力打造区域主流新闻媒体

新的媒体环境下,转变观念显得尤为重要,地方广电应该着力于打造自身的话语权威性,而不是简单地追求收听率。事

实证明,新闻宣传工作有突出成绩的地方媒体,往往能得到政府的认可和支持,这也是地方媒体的核心价值。因此,地方广电务必将坚持新闻宣传的主阵地,通过媒体融合的手段和全媒体平台的打造建立起一个具有传播力、公信力、影响力的区域性新型主流媒体,发挥自身的舆论引导作用。这不仅是地方媒体现阶段的目标,也将是未来的发展方向。

(二)体制机制调整,为融合转型提供基础保障

媒体融合要想顺利推进,必须有与之相适应的体制机制环境。从目前的现状来看,如何从体制机制入手,改变原有的生产经营流程,从平台打造、管理制度、资源配置、人员等方面改变生产关系,最大程度地激发活力、释放生产力将是传统广电媒体

下一步改革的关键和根本。

就目前的实践来看,从尝试企业化经营到绩效工资制度、人才激励制度的建立等都是从这一点上寻求突破的方式。地方广电媒体应通过自上而下的制度创新、政策创新,为融媒体平台提供良好的运行环境,这不但是融媒体平台良性运转的根本,也是破除广电长期以来的资金、人才等困境的关键手段。

(三)打破身份限制,实施人才强台战略

媒体转型的顺利推进必须辅以人员队伍的转型。目前,地方广电在人才队伍上呈现出不同程度的中高端人才流失、专业人才短缺、人才队伍青黄不接等问题,诱因集中在身份和待遇上。融媒体平台的正常运转需要匹配融合型人才队伍,在人才队伍的打造上,首先需要建立合理的激励制度,打破身份限制,将待遇与业绩挂钩,绩效制度与荣誉制度并行,最大程度调动人员的工作积极性。同时,媒体的管理者应懂管理、懂业务、懂市场、懂媒体,为融合转型定方向、寻方法,知人善任,充分激发起全员的工作热情和能量。

三、县级融媒体中心建设定位与发展之路

县级广电媒体承担着将党和政府的声音及时传递到千家万户的重要责任,是基层宣传思想文化工作的生力军、主阵地和主渠道,因此要牢固确立改革意识,坚持把社会效益作为首要追求,在三个方面站稳脚跟,谋求突破。

(一)当好喉舌,守好舆论阵地

要通过更加贴近实际、贴近生活、贴近群众的内容产品,将新时代中国特色社会主义事业发展成就和时代方位,“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局,以及党和国家的大政方针宣传到家喻户晓。同时要用地方党委政府的新举措,区域经济社会发展的新成就,鼓舞士气,凝聚人心。从而发挥主流媒体作用,营造有利于一方经济社会发展的良好舆论氛围,巩固县域舆论阵地。

(二)融入受众,服务群众

县级党委政府的惠民政策直接关系到当地百姓生产生活条件的改善,相关部门推广的农业科技、市场动态等方面的信息,对当地群众来说也更加具体实用有针对性。近年来,不少县级广电融媒体积极与地方党政部门单位合作开办节目,既丰富广播电视节目,又服务了当地干群,还优化了地方党政部门单位的形象,可谓一举三得。在传媒市场分化不断深入的情况下,县级广电媒体可以强化与党政部门单位的合作,加大惠民政策、致富信息、科技文化等内容的供给,争取本地受众的情感支持。一方面,通过挖掘地方特色文化资源,引入外来创新文化元素,用色香味俱全的“地方菜”,帮助受众提高文化品位,达到抓住“受众之胃”的效果。另一方面,引导受众用好新媒介,增强不同媒体获取信息的能力,养成良好的媒介素养,为创新创业、追求美好生活创造条件。

(三)把内容生产放在首位,立足做强主业

通过做强主业,形成特色,才能有效吸引注意力资源,在差异化竞争中胜出。相对于新兴媒体,广电媒体主业和特色就在于生产提供音视频产品。县级广电媒体深度融入当地受众的生产生活,可以有针对性地采集各种媒体信息资源,按照当地群众乐于接受的形式进行加工传播,生产出适销对路的音视频产品,从而增强自身的核心竞争力。事业发展,关键在人。县级广电近年来发展乏力,一个很重要的原因是缺少人才支撑,跟不上技术创新的步伐,在内容生产、传播等方面能力不足。可以在建设融媒体的过程中,以内容生产平台为载体,加强与不同层级、区域广电媒体之间的人才交流、技术交流、管理交流,解决自身人才技术基础薄弱的问题。

毫无疑问,未来是属于融合媒体的,因此媒体人必须培养融合媒体的思维,只有把握了融合媒体万物皆联、全向赋能的核心思维才能够赢得未来。与此同时,强化融合媒体的供给侧改革,提升融合媒体的引导力、传播力、影响力和公信力也是融合媒体发展的重中之重。