

在多极化格局中巩固主流媒体地位

围绕新闻宣传、价值引领、文化传播、阵地建设四个方面，加强主流媒体建设，有效提升主流媒体的舆论引导力、社会感召力、品牌影响力和传播竞争力。

● 王同元

加强主流媒体建设，是党的十八大提出“构建和发展现代传播体系，提高传播能力”和“壮大主流思想舆论”的核心内容。近年来，浙江广电集团坚持新闻立台，着重围绕新闻宣传、价值引领、文化传播、阵地建设四个方面，切实加强主流媒体建设，有效提升了省级主流媒体的舆论引导力、社会感召力、品牌影响力和传播竞争力。

壮大主流宣传，增强舆论引导力

主流媒体必须牢牢把握正确导向，围绕党委和政府工作大局，唱响主旋律，打好主动仗，努力形成主流宣传的强大声势。

创新重大主题报道。重大主题报道，是舆论引导的“重头戏”，也是主流媒体围绕中心、服务大局的基本手段。近年来，浙江广电集团围绕省委“八八战略”、“创业富民、创新强省”总战略和建设“两富”新浙江的战略决策，先后推出《“八八战略”在基层》、《“创业创新”在基层》、《实现“两富”、成就辉煌》等大型系列报道，为贯彻落实科学发展观提供了有力的舆论引导。围绕经济转型升级这一中心主题，推出“四大国家战略举措”、“实体经济”、“温州金改”、“浙商回归”等重大专题报道，贴近经济发展的最前沿，反映转型升级的新进展；围绕抗击台风、冰雪灾害等重点报道专题，组织开展大型新闻直播，通过电视画面和广播声音，将新闻现场、救灾指挥和真情互助，真实地呈现在

广大的受众面前，为建设和谐社会营造了健康的信息环境。

推出重大典型宣传。先进典型是时代的标杆，先进典型宣传是唱响时代主旋律、做大做强主流舆论的重要手段。近年来，浙江广电集团高度重视先进典型报道，开设了《时代先锋》、《身边的共产党员》等新闻专栏，策划了“风云浙商”、“浙江骄傲”、“新农村建设带头人”三大年度人物评选，充分发挥了先进人物的榜样引领作用。在典型宣传中突出抓了三条：注重时代性，注重先进性，注重贴近性。如马云、宗庆后等一批优秀浙商，好书记郑九万、优秀理论工作者雷云等党员干部，“社区好片警”王法金、“光明使者”江小金等基层一线的先进人物，体现了创业创新、改革发展的时代主题与在平凡岗位上争先创优的精神风采。

开展重大新闻行动。大型新闻行动是主流媒体提升舆论引导力的现实途径，是实现传播效益最大化和最优化的重要方式。这些年，浙江广电集团围绕重大主题，积极组织实施大型新闻行动，彰显了主流媒体强大的舆论引导力。如纪念长征胜利70周年大型新闻行动《新长征路上的浙江人》，讲述红色故事，寻访浙商足迹，在全国率先发起“认护长征旧址”的大型公益行动，吸引新浪网、新华网等国内主要网络媒体跟进报道，有效实现了主题报道活动化、大型活动公益化和新闻宣传互动化，取得了良好的传播效果，



导向为魂，受众为本，创新为要，品质为上。在多元化社会思潮中引导主流舆论，在多维化价值取向中弘扬主流价值，在多样化文化需求中引领主流文化，在多极化舆论格局中巩固主流地位。

在广大观众中引起了很大反响。

弘扬主流价值，增强社会感召力

价值引领是主流媒体的基本任务。主流媒体实现价值引领就要大力传播和弘扬社会主义核心价值观体系，讴歌真善美，传递正能量，倡导新风尚。

讴歌真善美。弘扬主流价值，就要善于发现和报道日常生活中的好人善举，通过宣传普通群众的感人事迹和崇高品格，打动受众、感染受众、影响受众、引领受众。近年来，平民英雄的感人故事在浙江大地不断涌现，他们身上体现出来的善良、爱心与责任，是人性最绚丽的亮色，也是新闻报道的重要内容。2010年起，集团所属浙江卫视在《浙江新闻联播》中开设了《平凡的感动》专栏，以新闻视角报道“身边的榜样”，着力展现平凡人身上不平凡的闪光点，彰显时代精神，弘扬社会正气。“最美妈妈吴菊萍”、“最美司机吴斌”、“最美警察吴连表”等“最美浙江人”系列报道播出后，迅速引起了社会各界的强烈反响。特别是浙江卫视在“最美司机”报道中播出的76秒视频监控录像，完整呈现了吴斌用生命维护职业操守的真实场景，震撼了电视机前的广大观众，从而引发了广大群众深入开展价值讨论，积极践行“务实、守信、崇学、向善”的价值观。

传递正能量。弘扬主流价值，就要输出文明健康理念，传递正面精神能量，满足受众求真、求善、求美的精神需要。为此，我们在各类广播电视节目中严把价

值导向，强调传递励志阳光、乐观向上的正能量。近年来，集团明确提出用“五要素”统领综艺节目生产，强调综艺节目要在“热闹娱乐、参与互动、情节悬念”的基础上，加强“情感激发”和“思想引导”，促使观众在情感的交融中激发向上的力量，在思想的共鸣中升华人生的理想。浙江卫视据此推出的大型励志公益节目《中国好声音》和《中国梦想秀》，不比包装、不拼“毒舌”，深入到普通群众和市民英雄中间，挖掘他们的感人故事，展现他们的人生梦想，以积极向上的励志精神，引导观众“向真、向善、向美”，产生了强烈的社会反响。观众和网民纷纷称赞：“这是近年来难得一见的传递了正能量的标杆节目”。

倡导新风尚。弘扬主流价值，就要强化社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德宣传，倡导“爱国、敬业、诚信、友善”的时代新风，切实推进公民思想道德建设。这些年，集团通过举办各类大型广场活动以及“广电下基层”等形式，把社会主义核心价值观宣传到社会各地，引导公民自觉树立和践行社会文明新风尚。2012年集团举办“万朵鲜花送雷锋”活动，采用“送花”这种既时尚又直白的方式，热情歌颂新时期雷锋精神，受到了广大群众的热烈响应和好评。活动不到一个月，共征集了百姓身边的“活雷锋”近3000名，给他们送去鲜花和祝福，营造了文明和谐的舆论氛围。此外，近年来集团举办的“文明出行”、“我陪父母游西湖”等活动，通过文艺巡演、家庭游戏等活动，大力倡导“告别酒驾”、“孝敬长辈”等文明行为和道德风尚，有力促进了思想道德建设和精神文明创建。

传播主流文化，增强品牌影响力

传播主流文化是主流媒体的重要功能。坚持以优秀的作品鼓舞人、以高尚的精神塑造人，创造出思想性、艺术性和观赏性俱佳的广播电视节目。

引领大众文化。主流媒体要自觉引领大众文化的生产，提高大众文化品位和思想内涵。近年来，浙江广电集团秉承“以精英实力打造大众文化”的理念，努力为受众提供丰富优质的公共文化服务。同时，还创作出主题文艺活动、主旋律影视作品，为广大群众提供“叫座又叫好”的大众文化精品。如《超强台风》、《中国1921》等浙派影视剧，让广大观众接受了生动的爱



浙江卫视推出的大型励志公益节目《中国好声音》和《中国梦想秀》，引导观众“向真、向善、向美”，产生了强烈的社会反响。



浙江广电集团投拍制作的《温州一家人》在中央电视台一套黄金时间播出，社会反响热烈。

国主义教育和理想信念洗礼。特别是党的十八大期间在央视一套黄金时间播出《温州一家人》电视剧，展现改革开放的历史情怀、讴歌改革创新的时代精神、弘扬社会主义核心价值观，堪称大众文化的精品力作，受到社会各界的广泛好评。

传播公益文化。传播公益文化既是一种社会风尚，更是主流媒体的责任担当。这些年，浙江广电集团将媒体责任摆在突出位置，努力打造感情真挚、形式多样、内涵深刻的公益性综艺娱乐节目，树立了“责任大台”的形象。《公民行动》等公益情感类节目，讲述情感故事，感受生命温度，彰显公益力量；《我爱记歌词》、《爱唱才会赢》等公益K歌类节目，用大众娱乐方式呼唤社会爱心，扶助弱势群体；《中国梦想秀》、《中国好声音》等公益梦想类节目，为群众提供了展示自我、实现梦想的舞台，“为至情至爱歌唱，为立志励志喝彩，为大善大美呼喊”，获得了社会各界的好评，得到了中宣部、国家广电总局的表扬。

弘扬传统文化。这些年，浙江广电集团充分发挥人文深厚的区位优势，运用生动丰富的现代电视手段，精心制作了一批优秀人文节目，为传承和弘扬传统文化作出了贡献。《西湖》、《浙江文化地理》等电视专题片，用精美的视觉影像、特殊的图文美感，以及赋予山水灵性表情的叙述方式，全景式展现浙江文化绵延不绝的精神血脉，大大提升了人文类节目的思想性和感染力。而《江南》、《人文深呼吸》等电视专栏，充分展现了优秀

浙江儿女的高尚气节和爱国情操，提升了观众的审美情趣与价值品位，被国家广电总局授予“2010年度创新创优栏目”称号。

构建主流阵地，增强传播竞争力

构建主流阵地是主流媒体的重要保障。主流媒体必须积极面对新媒体崛起和受众分化的新挑战，努力增强自身在舆论引导新格局下的传播竞争力。

完善传播格局。要主动适应媒体融合趋势，加快推进传统媒体向新兴媒体的转型，积极构建全媒体传播新格局。浙江广电集团把“合力打造卫视”放在突出地位，充分发挥卫视的龙头作用，同时，在各频道频率、报纸杂志等传统媒体的基础上，组建成立门户网站——新蓝网，形成了以浙江卫视、浙江之声为主频道频率，17个广播电视专业频道频率、多家报刊和网络媒体协同推进的新传播格局。借助多媒体融合的传播手段，集团广播电视频道实现了全天候的线上线下交互沟通，并与新蓝网、新媒体公司等单位共同形成了“1 + 1 > 2”的多媒体复合传播效应。

夯实传播基础。在推进媒体融合过程中，主流媒体尤其需要立足当前，着眼长远，统筹各类资源，加强物质技术装备建设，为提高传播竞争力奠定坚实的平台基础。近年来，浙江广电集团按照“高、新、精、实”的理念，全力推进科技、网络、事业三大平台建设，先后投入20多亿元购置高清电视转播车群和数字技术制作设备，组建广电新媒体有限公司，加快推进全省有线电视全程全网联合，有效提高了数字化、信息化和网络化水平。特别是自筹资金50亿元，计划用3~5年的时间建设45万平方米的传媒大厦和浙江国际影视中心两大工程，为广播电视事业拓展空间，确保主流媒体未来竞争的控制力和主动权。

培育传播人才。主流媒体建设的关键是队伍建设。浙江广电集团坚持德才兼备、唯才是举的原则，以“干部能上能下、人员能进能出、薪酬能高能低”为核心，不断深化人事分配制度改革，努力优化人才队伍结构，有效提高各类专业人才的思想业务素质。同时，着力构建“基层、省内、国内、海外”四级员工培训体系，加强与国内外知名大学合作，培养具有国际视野和现代理念的高级管理人才和传播专业人才，加强专业技能培训和实战演练，提升员工队伍整体素质，为主流媒体可持续发展构筑坚实的人才高地。[1]

（作者系浙江广电集团总裁）

责任编辑：杨芳秀