

提高认识 改革创新 再创城市广播电视发展新辉煌

张海涛

摘 要：城市广播电视作为城市党委政府的舆论工具、城市社会的信息传播中心和城市居民日常生活的重要组成部分，在城市经济、政治、文化和社会建设中发挥着极其重要的作用。随着新兴媒体的迅猛发展，市场经济体制改革、文化体制改革的不断深化，我国城市广播电视媒体既面临新兴媒体迅猛发展的挑战，也面临自身体制机制不适应的挑战。城市广播电视媒体必须进一步提高认识，深化改革，大胆创新，迎接挑战，不断提升核心竞争力，更好地发挥其在城市现代化建设中的作用。

关键词：城市广播电视；改革创新；本地化；融合发展

城市是人类生产生活的美好家园，是各类要素资源和经济社会活动的集中之地。经过三十多年的改革开放，我国城市发展取得了举世瞩目的成绩。广播电视作为我们党和国家的重要宣传阵地、文化载体、信息工具，在推进城市发展、提升城市形象、丰富群众生活等方面发挥着重要的作用。

一、提高认识，自觉将中央对城市工作的要求与广播电视具体实践结合起来。

当前，我国城市发展已经进入新的历史时期。全国80%以上的经济总量产生于城市、50%以上的人口生活在城市。随着我国新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化的不断推进，还有大量人口将不断进入城市，做好城市工作意义重大。

去年12月，党中央召开了中央城市工作会议，站在协调推进“四个全面”战略布局的高度，对城市工作进行了战略部署，提出要按照创新、协调、绿色、开放、共享发展的要求，坚持人民城市为人民，尊重城市发展规律，统筹空间、规模、产业三大结构，统筹规划、建设、管理三大环节，统筹改革、科技、文化三大动力，统筹生产、生活、生态三大布局，统筹政府、社会、市民三大主体，完善城市治理体系，提高城市治理能力，不断提升城市环境质量、人民生活质量、城市竞争力，建设和谐宜居、富有活力、各具特色的现代化城市，走出一条中国特色城市发展道路。今年3月，全国人大通过的《国民经济和社会发展的“十三五”规划纲要》对建设新型城市、推进新型城镇化进行了全面而详尽的规划。

城市是全面建成小康社会、加快实现现代化的“重要引擎”和“火车头”。我们广播电视工作者要认真学习、深入领会习总书记在新闻舆论工作座谈会、在网络安全和信息化工作座谈会上的重要讲话精神，认真学习、深入领会中央关于城市工作会议要求，充分发挥广电在城市建设发展中的独特作用，进一步增强服务城市的积极性、主动性和创造性，自觉把中央的要求化为广播电视服务城市发展的具体实践行动。

二、立足城市、明确定位，大力推进城市广播电视本地化发展。

办好城市广播电视，首先要把握好城市台的职能定位。要放在网络时代发展和城市发展新常态的大背景下考虑，解决好城市台“是什么，做什么，怎么做”的问题。城市的核心是人，城市工作的关键在民生，主要12个字：衣食住行、生老病死、安居乐业。老百姓关心身边事。这为城市台发展提供了广阔空间。城市台是当地党委、政府联系人民群众的桥梁和纽带。当地党委政府政令是否畅通、老百姓是否满意、生活是否便利，是城市广播电视工作的重要评判标准。

办好城市广播电视，要充分挖掘和发挥当地城市的特色。城市台由于受到地域局限，无法与中央、省级媒体抗衡，但是全国各地城市的历史文化、自然条件、经济发展状况各不相同，形成了各自的特色。一方水土养一方人，一方水土也培育着一方的媒体。每座城市的鲜明特色为城市广播电视发展造就了难以复制的元素。城市台要充分挖掘当地独特的风土人情，充分展现当地的文化民风，助推全国广播电视繁荣发展。

[下转 34 页]

大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团。应当鼓励和支持具有一定实力和影响力的省级广播影视集团以资本为纽带,通过联合、重组等方式,充分利用资本市场的投融资平台和结构调整功能,做大做强做优一些具有竞争优势的国有大型广播电视企业集团,打破条块分割、区域封锁和单一经营模式,实现跨媒体、跨行业、跨区域经营,推进广播电视进一步做大做强,并带动和辐射地市、县级广播电视机构。

(四)“长板式”融合

所谓长板理论,强调的是发展优势,提升专长,而不是一味补短。因此,今天的公司没有必要精通一切业务,伟大的企业也没必要每个板块都强,而是把一块板做到极致。比如,淘宝无所不在的交易平台,小米贴心入微的粉丝互动,腾讯则改变了几乎八成中国网民的生活方式。有的广播电视台提出了“全媒体”战略,意在打造集电视、手机、平板于一体,有线、无线、卫星

于一身的传媒巨无霸,这种战略显然不适合所有的广播电视机构。在新媒体领域的突破中,广播电视要坚持特色和优势,电视要坚持“视频”特色,广播要充分发挥“声音”优势,把优势和特色发挥到极致,坚持自己的特色、风格和气质,扩大自身优势,拓展更多新业务。

(五)内涵式融合

随着广播电视的快速发展,“四级办广播、四级办电视”的思路已难以适应时代需要。可以考虑以省级广播电视台为核心,组成全省广播电视联盟,统筹广播电视宣传和事业发展规划,统筹融合发展战略路径和方法,明确省、地市、县级广播电视台融合发展的战略思路和分工重点,上下联动,同进同退,实现全省一盘棋,推动一体化发展,待条件成熟时,整合全省广播电视资源,实现省内跨行政区域发展。

(作者单位:国家新闻出版广电总局财务司)

(责任编辑:陈富清)

[上接5页]

办好城市广播电视,要坚定不移地实施本地化战略。我们对全国城市广播电视发展状况进行了调研分析,发现凡是办得好的城市台,都专心致志实施本土化战略。比如,扬州台在本地的收视率、收视份额都远远高于中央和省级卫视,其成功经验就是对本地资源进行精耕细作,与时代同步同行同进,与城市相生相伴相随,真正把当地党委政府的需要和普通市民的需求紧紧连接在一起。要因地制宜、扬长避短,聚焦城市精神,扎根城市治理,服务普通市民,为政务发布、城市管理、社区服务搭建平台,在惠民、利民、便民、富民上下功夫,在热点、焦点、重点、难点问题上做文章,使节目主题更加鲜明、重点更加突出、服务更加贴心,真正成为人民群众离不开的好朋友、好助手。

三、牢固树立发展新理念,大力推进城市广播电视开放共享、创新融合、联合发展。

随着互联网、大数据、云计算等信息技术应用不断推广普及,城市台不仅面临中央和省级节目的激烈竞争,还面临着互联网、手机等新兴媒体的激烈竞争。城市台要牢固树立创新、协调、绿色、开放、共享发展的新理念,不负众望、不辱使命,推动城市广播电视发展上新水平。

大力推动城市广播电视开放共享。城市地域的封闭性带来了节目内容的可复制性,不同的城市台有各自不同的城市文化基因,城市台与台之间的节目互补性很强、可复制性强。各城市台在新闻共享、剧目合拍、跨区服务、节目联制、队伍培训等方面有广阔的合作空

间。开放共享成为城市台发展的必由之路,这有利于提高节目内容的广度和深度,又有利于节约开支、降低节目制作成本。

大力推动城市广播电视创新融合。认识新媒体、拥抱新媒体、把握新媒体,是广播电视与新媒体融合发展的基本要求。习总书记曾强调:宣传思想工作是要做人的工作,人在哪儿,重点就在哪儿。目前我国手机用户13亿、网民7亿,主要在城市。满足手机用户、网络用户需求是城市广播电视工作的重要方面。城市台要加快与新媒体融合,充分发挥新媒体社交、互动等功能,使广播电视媒体与城市联系更紧密、更具黏性。坚持人民城市为人民的出发点和落脚点,大力推进内容、体裁、形式、方法、手段、业态、技术、体制、机制创新,不断提升城市广播电视的影响力、公信力和竞争力。

近年来,全国各地城市台积极发展新媒体,大力推进融合创新、改革发展,取得了丰硕的成果,积累了宝贵的经验。中广联合会召开城市广播电视改革发展征文活动,目的就是要把一些城市台的好经验、好做法、好模式,通过联合会平台,相互学习、相互沟通、相互交流,充分发挥典型案例的引领示范作用,让“星星之火,行业燎原”。我们相信,在党中央的正确领导下,通过各城市台共同努力、艰苦奋斗,我国城市广播电视发展一定能取得新进展、实现新跨越、再创新辉煌!

(作者系全国政协常委,中国广播电影电视社会组织联合会分党组书记、会长。本文是作者为《创新与融合:城市广电媒体改革与发展》一书所作的序言)

(责任编辑:陈富清)