

“互联网+”背景下 党建电视节目的转型策略

高爽

摘要:互联网时代,互联网新兴媒体和宣传渠道遍地开花,许多电视节目受到巨大冲击,尤其是党建类电视节目颇受影响,以至于运营及传播现状都存在困境。正是在这样的背景下,党建电视节目必须在“互联网+”的强大时代背景下进行转型和改变。只有走出顺应时代发展的第一步,制定相应的策略,才能重新夺回党建电视节目的阵地,不断创新、不断突破屏障,打造具有互联网DNA的好节目。

关键词:党建节目 “互联网+” 转型策略

随着互联网大数据时代的到来,党和政府越来越着力于党政舆论的引导与惠民政策的传播。党建电视节目,作为党政宣传领域最早与人民群众接触的媒体,更是肩负着贯彻落实党的新闻舆论话题推广和普及的重任。习总书记曾多次提到,党建思想的普及、新闻舆论的传播,都关系着民生,这不但是我们党政工作的重点,也是顺应大时代背景下的奋斗方向和旗帜目标。而通过电视节目宣传党建工作,是最快、最广、最便捷的传播党建动态、工作方针的主要媒介。^①

一、党建节目的发展和现状

上世纪九十年代,全国各个地方的电视台都专门设置了党建电视节目并陆续开播。初级阶段党建电视节目主要针对各

阶层的党政机关、各级干部及党员制作播出,以起到贯彻党政思想的学习目的。可以说,党建节目是最早期的党员教育培训形态的电视节目雏形,为各级党员干部提供了丰富多样的学习素材和影像影音资料。党建电视节目虽然在各级电视台播出,但它一直是以党政工作为核心的。党政电视节目就是为了向广大人民群众传播党的重大方针和指导思想,围绕着党的中心工作中心思想而存在的。

近年来,党建节目如雨后春笋般成长起来,电视创作的规律和手段也不断地被引入到党建节目的制作中,党建节目由此得到了快速成长,持续突破。但在“互联网+”的时代背景下,仍经受着巨大的挑战。与热门电视节目、互联网热门节目相比,党建节目在定位、选题内容、节目类型等方面存在着一定的局限,受众面相对狭窄,很难脱颖而出。在“互联网+”新兴媒体的冲击下,党建电视节目面临着来自互联网的巨大压力,急需变革。

二、互联网对党建电视节目的转型助推

互联网时代,如何留住观众的目光,锁定大众的关注重点,是党建电视节目必须关注的问题。在冲击和挑战面前,有地方电视台率先出击,结合时下亮点,重点推出能吸引眼球的新节目。浙江广播电视集团党建电视平台从2012年1月18号

正式开播以来,先后推出了《党建播报》《党建好声音》《书记访谈录》《才智访谈录》等自办栏目,积极传递党的声音、报道党建动态、宣传先进典型、讲述党员故事,逐步成为浙江党建宣传的重要窗口阵地。

时任中宣部部长刘奇葆曾提出新旧媒体融合发展“移动化”“视频化”“社交化”“互动化”“分众化”“多媒体化”的目标和“利用移动互联技术实现弯道超车”的要求,以形成传统主流媒体快速占领和覆盖移动互联网的大好局面。顺应时代发展的要求,浙江广播电视集团党建电视平台近年来切合融媒发展思路,通过深入浅出地解读党建精神、聚焦并推荐先进典型、积极了解并回应群众的呼声,运用全新的互联网视角和维度,传播并唱响党建好声音。与此同时,该平台运用数字化运营模式、依托电视台和互联网平台同步进行高效高频播出,取得了良好的效果。

三、党建电视节目在互联网背景下需要拥有的“DNA”

习近平总书记曾在党的新闻舆论工作座谈会上强调,坚持正确方向,创新方法手段,提高新闻舆论传播力引导力。近年来,网络和数字技术裂变式发展,带来媒体格局的深刻调整和舆论生态的重大变化,新兴媒体发展之快、覆盖之广超乎想象,传统媒体已经到了一个革新图存的重要关口,跟上

时代发展步伐,加快媒体融合发展进程刻不容缓。

(一)坚持“以人民为中心”

党建节目是办给基层党员和群众看的,因此“以人民为中心”,走好群众路线,坚持贴近实际、贴近百姓,做到上接天线,下接地气就尤为重要。如何做到“以人民为中心”,让节目更鲜活,更具真情实感,是党建节目创作者一直在探索的方向。作为访谈类节目,《党建好声音》栏目从话题设置到嘉宾邀请,从访谈内容到穿插VCR的拍摄,都尽量放低视角。比如2019年4月26日播出的《“退”有所为》,讲的是退出领导岗位后干部的心态和工作状态。从观众的收视心态来说,该选题有其独特的吸引力,从某种角度说可以满足受众的“窥视欲”。栏目组请来了三位身份不同的嘉宾,他们中有人从机关案头转型到冲锋在前的一线,有人从领导岗位直接退到了街道社区,如何调整心态的变化,制度如何激励更多“退”有所为的老同志挑起组织赋予的新使命,在新的岗位继续挑担尽责、干事创业,是节目要传达的声音以及呈现的意义。这期节目通过三位老同志的访谈输出观点,通过深入基层的走访呈现现状,力求内容和观点经得起推敲并且深入人心。节目播出后确实也收到了较好的反响,这给当下的党建节目带来的启示是,在融媒发展的新形势下,党建栏目应该更加主动对接基层与实践,确保“三贴近”,这样栏目才能真正做到面向最广大的群众。

“党建电视是办给基层党员群众看的,要走好群众路线,坚持贴近实际、贴近生活、贴近群众,做到上接天线,下接地气。”^②在笔者看来,这就更加要

求节目创作者要以大众的收视心理和审美体验为出发点,以平民化的视角拉近与电视观众的距离,在记录人物与描述事件方面保持客观独特的视角,让党建节目真正做到接地气,让党政思想真正做到“飞入寻常百姓家”,这也是党建节目创作者一直以来探索和坚持的方向。

(二)坚持突出典型人物

新时代的背景下,只有坚持问题导向,以时代精神和社会主义核心价值观的标准去衡量和审视,才能让镜头下的人物与时代同频共振,迸发出震撼人心的力量。典型人物怎么才能突出呢?

理论节目要做得“高大上”容易,像典型人物的报道,一旦缺乏细节就会变得空洞苍白。细节是典型报道的毛细血管,正是由于有“细节”这种毛细血管的营养输送和血液滋润,党建节目才不会死板、僵硬、枯燥。细节的捕捉要求创作者俯下身子,走进基层一线去了解 and 挖掘。近期的浙江党建电视平台节目关注到脱贫致富不忘党恩,捐赠茶苗帮困扶贫的安吉党员宋昌美。节目组编导跟随她和捐赠茶苗的其他党员,去贵州普安县和四川青川县拍摄现场的情况,这一路山高水远,路途艰险,他们遇到过泥石流,有人病倒有人水土不服,但安吉的党员们克服重重困难,带着技术一次次往返,实质性精准地帮扶贫困地区,送去了茶苗也在当地栽下了致富的希望。摄像机镜头真实记录下了浙江党员精准扶贫的故事,也展现了浙江人民在打赢脱贫攻坚战中的先锋表率形象。同样,为了制作特别节目《情系青海 共筑昆仑》,编导组远赴青海,与援青干部们同吃同住,拍摄他们在高原上的工作生活,展

现他们“缺氧不缺精神,艰苦不降标准”的工作信念,讲述他们援青的故事。在海拔三千多米的天峻县,援青干部联系浙江医生,为藏民们送去白内障救治手术;在干旱少雨的乌兰县,援青干部引进浙江企业,让牧区实现光伏提水;在柴达木盆地,援青干部利用电子商务,让农牧民打开枸杞产销渠道。在采访牧民的时候,虽然语言不通,但从他们的眼神里,笔者大致读懂了他们的意图。这种情感的迸发和捕捉、典型人物身上的故事细节,是整个片子的亮点和动情点。

有人说,基层是媒体人的富矿,一走进就鲜活,一深入就生动。党建节目的采制,唯有蹲点一线、扎根基层,践行“脚力、眼力、脑力、笔力”,深入实践,深刻挖掘精神内涵,那些“沾泥土”“带露珠”的节目和人物才能真正深入到观众的心里。

(三)坚持打造融合传播新业态

互联网作为划时代的工具,推动了人类进行新的传播革命,在当下的全媒体时代,信息无处不在、无所不及、无人不用。截至2018年6月,我国网民已超过8亿,其中手机网民占98.3%。^③在某种意义上说,谁掌握了互联网,谁就把握住了时代的主动权。

在“互联网+”的新媒体时代,既能满足人民群众的大众性需求又能够给观众和用户带来不同的、有趣味性的体验,创造并带来众多高质量兼具正能量的原创内容,成了党建电视节目在当下需要努力的创作重点。^④唯守正者进,唯创新者强,唯融合者胜。媒体融合是时代所向、大势所趋。党建节目的传播,必须坚持传统终端和新兴终端并重、客厅大屏和

移动小屏并重,让主流媒体借助移动传播牢牢占据传播制高点。目前,《党建好声音》、《书记访谈录》等党建节目除了守住大屏,也在浙江组织工作网、新蓝网、手机端等“多端”发力,让节目多渠道“二次传播”,真正做到在全媒体环境下具有广泛到达率和覆盖率,让党建思想“飞入寻常百姓家”。

打破传统传媒思维,瞄准媒体技术前沿,紧扣融合发展实际,融媒体环境下,传播主体和受众之间的交流渠道被打通,党建节目除了要保证优质的传

播内容,更要主动与观众、用户做好线上线下的沟通和互动,通过微信、微博、客户端等方式,让更多的受众参与到节目中来,传递信息,发表看法,参与到信息传播的过程中。

综上所述,互联网+背景下的党建节目唯有善于在改革浪潮中勇立潮头,勇于在变革中创新发展,以深化改革推进深度融合,以融合力壮大主流阵地影响力,才能更好地发挥主流舆论宣传的导向作用、旗帜作用和引领作用,才能在新形势、新格局中长足发展、脱颖而出。

参考文献:

①徐婧瑶.视网融合背景下电视节目的生存与创新[J].记者观察,2018(2):38-39。

②林瑜.“互联网+”时代地方台党建栏目创作探析[J].新闻世界,2016(2):32-34。

③推动媒体深度融合 做大做强主流舆论《人民日报》2019年01月26日 02版。

④童晓霞.互联网时代党建电视节目发展现状与转型对策研究[J].传媒评论,2018(3):92-94。

(作者单位:浙江电视台教育科技频道)