

海洋类特色栏目品牌化建设刍议

郑燕历

摘要：随着我国海洋强国战略不断推进和海洋经济的快速发展，凸显海洋特色、服务海洋经济成为目前各行各业尤为重要的任务。广播电视作为主流媒体，是重要的传播工具和舆论阵地，在宣传海洋事业发展中责无旁贷。探索广播电视海洋类特色栏目的品牌化建设对促进海洋经济的快速健康发展具有十分重要的意义。本文从广播电视媒体海洋类特色栏目品牌化建设的视角，针对目前舟山广播电视媒体宣传海洋事业发展的现状和问题，分析了海洋类特色栏目品牌化建设的必要性，从而为海洋类特色栏目的品牌化建设提出了针对性的对策和建议。

关键词：海洋类特色栏目 品牌化建设

海洋是经济社会发展的重要依托和载体，建设海洋强国已上升为国家战略。在这千载难逢的关键时期，舟山作为我国第一个以海洋经济为主题的国家战略层面新区，应抓住机遇和挑战，积极创建兼具专业性、实用性和服务性于一体的海洋类特色品牌宣传栏目，加强海洋宣传报道，引领各地各类媒体整合资源、凝聚合力，共同服务海洋强国战略。

一、舟山广播电视媒体宣传海洋经济发展的现状

近年来，舟山广播电视媒体高度重视海洋经济的宣传，通过新闻宣传报道、专题栏目报道和重大主题活动报道等形式，持续加强宣传力度，营造了发展海洋经济的浓厚舆论氛围。但是，从栏目品牌化建设内涵和要求来看，还未具备相应特征和条件。

（一）新闻宣传报道未形成稳定品质

舟山广播电视媒体在动态新闻报道中注重突出海洋经济题材。在此基础上，精心组织策划海洋经济发展重大主题宣传报道，如2021年推出的舟山千里海岸线看今朝、话变迁的《千里海岸瞰舟山》主题报道，以现代渔业、海洋旅游、海工装备、港航物流等重要产业为宣传主体，通过系列报道展示舟山推动海洋经济建设的新举措、新进展、新成效，从单个报道来看，主题突出、定位准确、点面结合、宣传到位，但是从整体来看，创建栏目品牌意识较为薄弱，栏目定位不够明确，栏目包装推广不够新颖，缺少稳定的节目品质和收视群体。

（二）海洋文化专题栏目缺少鲜明个性

舟山广播电视媒体为更好地宣传海洋文化，

努力在宣传形式和载体手段上推陈出新，大力培育和打造具有社会影响力、深受观众喜爱的专题栏目。如2018年底开播的舟山电台广播栏目《光阴故事》，是一档以宣传舟山海洋文化为主的文化类专题栏目，采用邀请嘉宾、实地采访、组织听众开展户外活动、抖音直播等形式，通过讲述舟山发展历程中重大事件、历史人物、老建筑的故事，让听众更好地了解舟山文化，感受舟山发展带来的巨变。此类专题栏目以展现舟山海洋文化内涵为主，但无论从栏目名称还是节目内容和定位来看，海洋特色不够鲜明突出，没有独特领先的栏目理念、鲜明的个性标志，栏目传播力和影响力不显著。

（三）重大主题活动宣传持续性不够

为了让社会各界更好了解和支持海洋事业发展，舟山广播电视媒体充分利用自身的特点和优势，组织报道各种宣传海洋经济发展的活动，形成声势，制造热点。例如舟山举办中国海洋文化节，宣传主题明确、内涵丰富、形式多样，树立了公众海洋意识，凸显浙江、舟山的影响力。例如“逐梦蓝海 舟创未来”海洋经济招才引智活动，围绕海洋经济创新发展主题，邀请国家级海洋经济创业导师参加，各方人才齐聚一堂，共同谋划海洋经济发展蓝图。这些重大主题宣传活动具有海味特色，但缺乏持续性、稳定性，活动一时引起关注，活动结束后热度消失，收视群体不能固定。

二、海洋类特色栏目品牌化建设的必要性

当前，在国家高度重视海洋事业，沿海各省市加快推进海洋经济发展的新形势下，海洋类特色栏目品牌化建设有着非常重要的意义，主要体现在以下几方面：

（一）海洋类特色品牌栏目是宣传海洋事业、服务海洋经济、传播海洋文化的重要阵地

为贯彻建设海洋强国战略，各类媒体纷纷将发展海洋经济、弘扬海洋文化列入重要宣传议题。同时，推进海洋事业发展亟需强有力的宣传阵地和交流平台。创建海洋类特色品牌栏目，打造海洋类特色品牌栏目已成为舟山经济社会和广播电视事业发展的必然追求。创建海洋类特色品牌栏目，能够充分利用广播电视媒体的传播优势，大力宣传相关政策和海洋经济、海洋环境、海洋科技等各方面知识，强化海洋意识，提高全民海洋观念，凝聚人心、形成合力，营造服务海

洋经济、传播海洋文化的浓厚氛围。

（二）创建海洋类特色品牌栏目是媒体专业化运作、分众化传播的发展趋势

近年来，媒体竞争呈现出越演越烈的趋势，节目雷同、话题炒作、随意跟风等现象频频出现。媒体间的竞争加剧，更需要各级媒体创办自己的品牌栏目，拥有优质实用的节目内容、良好的公信力，以及定位明确、个性鲜活、独一无二的栏目形象。频率频道的专业化运作、分众化传播、栏目品牌打造是媒体发展的重要战略之一，成为广播电视改革的主流和发展的趋势。创建海洋类特色品牌栏目，在原有经济、娱乐、民生、影视等媒体传统定位划分基础上，开辟出服务海洋发展这一新的概念。作为舟山群岛新区主流媒体，舟山广播电视理应担当起服务海洋经济发展大局的重任，适时调整频道频率定位，走专业化、品牌化的发展道路。

（三）海洋类特色品牌栏目是舟山群岛新区传播影响力、提高知名度的城市名片和重要窗口

舟山是全国唯一以群岛设立的地级市，拥有得天独厚的海洋渔业资源、港口岸线资源和海岛旅游资源，社会和经济都发展与海洋息息相关。2011年舟山群岛新区正式批复以来，舟山海洋产业发展迅速，港航物流、海洋资源综合利用、海洋工程装备与船舶、海洋旅游、海洋生物、现代海洋渔业等得到快速发展。舟山逐年增加的海洋经济占比和具有鲜明海洋特色的经济体系，在全国乃至全世界都具有代表性。通过创建海洋类特色品牌栏目，做大做强海洋类特色品牌栏目，对于提升舟山群岛新区在国内外的美誉度、影响力具有重大意义。

三、海洋类特色栏目品牌化建设发展路径

（一）设立海洋频道频率是品牌化建设的重要目标

各级广播电视播出机构开办的专业频道频率，是指以制作播放具有特定内容定位、满足特定观众或观众特定需求的节目为主的频道频率。^①舟山群岛新区无论从战略意义、地理位置还是海洋资源、海洋文化等方面，都有着独特的优势，理应设立与群岛新区建设相匹配、具有鲜明海洋特色的专业性海洋频道频率。在舟山市级广电现有的电视频道和广播频率基础上，积极向国家申报“海洋电视频道”和“海洋广播频率”。

在推进频道频率专业化建设的过程中,开发培育出海洋报道、海洋资讯、海洋专题等一系列品牌节目栏目。

(二) 本土定位、原创内容是品牌化建设的首要前提

目前,舟山广播电视频道频率中虽然有个别节目栏目涉及海洋宣传的部分内容,但是存在品牌定位模糊、定位过窄、多种定位等问题,缺少鲜明个性化,播出时间不充分,播出内容不专业,宣传效益未能实现最大化。在媒体竞争中,依托优势资源,打造强势品牌栏目只是第一步,接下来更重要的是要通过深化优势资源,持续输出本土特色鲜明、品质优良的原创节目内容。海洋类特色栏目品牌化建设需要突出本土化、原创性,努力打造独一无二的海洋精品节目栏目,充分体现自身品牌特色,展示海洋宣传报道的生动性与可看性。只有自创自办丰富而独特的内容,才能牢牢吸引受众,形成一定的收视群体,保证收视率稳中上升。

(三) 媒介合作、品牌营销是品牌化建设的有效手段

创建海洋类品牌栏目,要把它做大做强,必须进行媒介合作,发挥整体优势。要建立省际联网,对全省沿海的媒体开展多种形式的合作,这既有利于海洋信息共享,也有利于增强广播电视在传播媒介中的竞争力。在省际联网基础上,逐步延伸到与全国各沿海相关地市县媒体建立联合运营模式和机制。海洋品牌栏目要在主要依靠广告收入的盈利模式下,努力开拓新的营销模式和营销渠道,尝试相关衍生产品的开发利用,借助新媒体优势,创新思维理念、内容产品和传播运营,加快与网络电视、IPTV、手机电视等视听新媒体的融合发展,提升网上传播能力,增强综合效益和影响力。^②

(四) 人才支撑、团队建设是品牌化建设的根本保证

海洋类特色品牌栏目的持续发展需要源源不断的专业性人才队伍充实。没有人才,海洋类特色栏目的品牌化建设只是一句空话。要加强采编、技术、营销等广电人才的培训,重点开展对新闻采编播人员集中轮训。把培养舟山影视高端人才纳入加强现代服务业影视产业高端人才培养工作计划,建立舟山影视人才库,推进舟山影视创新团队建设。加强舟山广电发展的智力支持,组

织广电专业技能大比武,建立和实施“上挂下派”交流学习机制,邀请省内外专家小分队到舟山开展灯光、摄像、化妆等专业项目的指导和帮助。加强与各有关高等院校的联系,在舟山开展试点,以组团形式招纳优秀高校毕业生到舟山广电创业发展。积极引进业内高水平的主持人、节目策划人、后期制作人,提高团队的整体业务水平。

(五) 发展海洋影视产业是品牌化建设的有力保障

海洋类特色品牌栏目的发展除了广电媒体自身练好内功,强化宣传,还需要在优秀海洋题材挖掘、影视制作合作、海洋动漫产业策划运作、海洋文化产业发展等方面整体环境的支持和依托。要争取把舟山海洋文化题材纳入浙江影视拍摄题材库,创作生产具有海洋文化特色的影视作品。加快对涉及舟山海洋文化题材影视剧的审查立项,对优秀剧本组织专家论证,跟踪指导重点剧,力争出精品、出效益。要开展舟山优秀国产纪录片的创作生产和推荐展播,积极组织推荐优秀影视剧参加国内外影视节和商业性的影视推广营销活动,鼓励支持舟山影视文化产品和服务“走出去”,扩大舟山影视文化对外传播影响力。要建设以海洋经济、旅游休闲、佛教文化为主题的影视基地,积极推进桃花岛影视拍摄基地升级发展,建立和完善海洋影视文化产业发展运作平台。要坚持一企一策方针,培育和扶持若干有实力和竞争力的舟山本土影视骨干企业,引导省内外优秀影视企业投资舟山影视产业发展。

四、结语

舟山是海洋资源大市,也是海洋强市,未来目标是成为全球海洋中心城市。海洋类特色品牌栏目是建设海洋强国战略的迫切需要,是宣传海洋工作、服务海洋经济、弘扬海洋文化的重要阵地,也是媒体持续保持竞争优势的源泉和生存发展的关键所在。21世纪是海洋世纪,海洋类特色品牌栏目的发展壮大,势必有着特别而重大的意义。

参考文献:

①崔光桦,电视频道品牌建设的思考,北方传媒研究,2015年第4期。

②郑宇 刘小寅,关于开办沿海省级海洋电视频道的可能与设想,中国广播电视学刊,2013第7期。

(作者单位:舟山市文化与广电旅游体育局)