

理论实践 学习周刊

XUEXI ZHOUKAN

县级融媒体中心发展路径探析

徐海刚

伴随移动互联网时代的到来,媒体传播格局加速重构。在人人都是内容生产者、传播者的当下,以微信、抖音等为代表的传播新势力迅速崛起,不断对纸媒、电视及广播等传统媒体造成剧烈冲击。为有效推进媒体融合进程,持续巩固主流媒体舆论主阵地,从2018年开始,作为打通媒体融合“最后一公里”的县级融媒体中心陆续挂牌成立,其成立被赋予更多的现实和时代意义。

一、融媒体中心成立的时代背景

在2018年8月21日至22日召开的全国宣传思想工作会议上,习近平总书记指出:“要扎实抓好县级融媒体中心建设,更好引导群众、服务群众。”同年9月,中宣部召开县级融媒体中心建设现场推进会,要求2020年年底县级融媒体中心在全国基本实现全覆盖,县级融媒体中心建设按下“快进键”。

(一)强化意识形态主阵地的客观需求当前,互联网技术对媒介形态的赋能和重构,在媒体领域催生了一场前所未有的变革。由于互联网对传统媒体“内容”和“渠道”垄断地位的解构,大量自媒体和商业媒体兴起,虽然在一定程度满足了县级用户对新闻资讯等内容的多元需求,但无序发展和对内容导向把关不严,已成为县级舆论管理中的不安定因素。

(二)推进县域媒体改革的现实需要长时期,县域媒体经历了从改革开放前的农村“大喇叭”,到1983年后“四级办台”,再到本世纪初县级媒体职能调整(取消县级办刊和县级台自办频率)等一系列传播格局调整。伴随近年来省级公共频道挤压和网台分离后对县域广电的强烈冲击,县域媒体正经历一系列阵痛和迷失,并对县域舆论传播生态和格局产生一定影响。因此,推进县级融媒体中心建设无疑是党和国家针对县级媒体制度的顶层设计和全国性实践。

(三)新时代媒体转型发展的有利契机从广义角度理解,融媒体不仅融合报纸、电视、广播、新媒体等多种媒介形态,对用户、社会资源的融合也是题中应有之义。但融合不是目的,转型才是根本。长期以来,传统媒体基于垄断渠道的独家、单线输出内容供给方式,已不能完全适应用户需求及时代发展需要,在当今媒体竞争新格局下,全面提升新一代信息技术创新能力及媒体内容创新能力和服务能力,是未来媒体的发展方向。

二、新传播生态下的融媒体中心定位

传统媒体经历了从报纸、广播、电视、网站,再到媒体矩阵多元发展的一个历程,融媒体中心的成立更具有划时代意义,就像手机从功能机向智能机转变一样,是一个质的变化。

融媒体中心打破传统媒介之间壁垒,对采编播生产流程进行优化和再造,积极构建“全程、全员、全息、全效”的媒体传播新格局,并通过现代信息技术将传统媒体和新兴媒体聚合在一起,最终实现你中有我,我中有你,相互交融的局面。同时,其定位不再是单纯的舆论阵地,而是依托矩阵流量和资源整合能力,成为提升区域治理能力和治理水平的重要载体。

三、融媒体中心发展现状及困局

作为一个新生事物,融媒体中心在建设中没有统一模式和经验可供参考,因此各地结合各自实际,摸着石子过河,虽然取得了一些成绩,但难免出现一些“人才困局”“技术难题”“融合不深”等共性问题。

(一)专业人才缺乏成为制约发展的瓶颈。由于融媒体中心融合了多媒体形态,并在运营中横跨多行业、多领域,因此在内容产出、技术保障、用户运维等方面需要大量专业人才。从目前各地融媒体中心运营实际来看,人才“引不进”“留不住”两大问题较为突出。一是由于大多数区县(市)没有高校、科研院所,加之缺乏高新技术产业支撑,相关人才较为缺乏;二是融媒体中心受财力和制度限制无法提供与人才相匹配的薪资结构,对人才缺乏足够吸引力。从奉化区融媒体中心近两年人员招录情况看,缺口较大的新媒体运营、技术保障以及融媒体采编人才,始终面临“招不来”问题。

(二)新媒体技术“卡脖子”成一大难题。新媒体发展不可能一蹴而就,也不是简单的平台转化,这是一个集人才、技术、资本等多要素协同发展的产物。目前,区融媒体中心新媒体在运营发展中就遇到一些困局与制约,其旗舰产品——掌上奉化APP正在遭遇技术“卡脖子”难题。受资金、人才制约,掌上奉化APP目前尚无法组建独立的技术支撑团队,只能依靠第三方技术公司提供服务,导致客户端迭代慢、技术构想实现难、用户体验不佳等困局。

四、融媒体中心发展路径探析

融媒体中心的建设不是单纯的媒体叠加,也不是传统媒体的简单迭代升级。作为一个新生事物,它有独特的运行逻辑和发展规律,不能用旧思维审视和运维,也不能盲目求新求快,而是以科学的精神和严谨

的态度,扎实推进融媒体中心建设。

(一)持续深化改革,强化发展要素保障。持续解放思想、不断深化改革是推动事业发展的源动力。针对在融媒中心建设中出现的体制机制制约、新旧动能转化等一系列问题,要不断向改革要动力、向创新要活力。下一步,区融媒体中心将稳步落地各项改革方案,以市场效益和社会效益最大化为原则,加大组织机构、部门职能、人员分工调整力度,通过工资薪酬改革、考核制度优化等举措,逐步打破人员身份差异造成的干事创业热情不高,发展动力不足等问题。

(二)加强舆论宣传,筑牢意识形态阵地。融媒体中心是县级舆论主阵地、主战场,是做好意识形态工作的重要载体。因此守正创新讲好时代故事,筑牢舆论主阵地将是融媒体中心的第一要务。区融媒体中心将强化围绕中心、服务大局意识,全媒体策划,联动做好重点工作进展、重大工程推进、重大改革实施等全区中心工作等主题报道;继续重点讲好“奉化人、奉化事、奉化景”,吸引更多的资源导入奉化、更多的企业选择奉化、更多的人才扎根奉化。

(三)加速媒体融合,构建全媒传播格局。持续推进媒体融合纵深推进,对于构建媒体传播新格局意义重大。区融媒体中心将按照“深融”“快整”要求,推动“主力军全面挺进主战场”,坚持移动优先,坚持用户思维,把互联网这个最大“变量”变成最大“增量”。同时,大力构建全融媒体中心、全息媒体、全效媒体的传播新格局。依托融媒体中心,以扁平化管理为指导,从内容层支持跨媒体组合编排,推动信息内容、技术应用、平台终端、人才队伍的全面共享融通。

(四)积极参与竞争,做强经营创收板块。强化融媒体中心营收能力,实现多元化发展,是新传播生态下媒体生存的关键。区融媒体中心将大力推进“中心+国有企业”一体联动运营模式,稳步推进事业单位企业化运营,最大限度激发员工干事创业热情。今后将经营创收摆在更加重要位置,一方面保存量挖增量,通过整合城区旗杆、大屏等公共媒体宣传资源形式,开辟新业务板块,增加业务体量。二是瞄准各地建设“城市大脑”的有利契机,发挥广电优势,主动进军智慧商贸、智慧农业、农村视频监控等全区数字信息化产业,使之成为融媒体中心业务创收新的增长点、增长极。

(作者系区融媒体中心党委书记、主任)



加强党的建设,要紧扣民心这个最大的政治,把赢得民心民意、汇集民智民力作为重要着力点。要站稳人民立场,贯彻党的群众路线,同人民想在一

起、干在一起,坚决反对“四风”特别是形式主义、官僚主义,始终保持党同人民群众的血肉联系。人民群众对我们拥护不拥护、支持不支持、满意不满意,不仅要看我们是怎么说的,更要看我们是怎么做的。

——习近平2018年6月29日在十九届中央政治局第六次集体学习时的讲话

浅谈葛竹古村历史文化价值及保护

滕菲

溪口镇葛竹村是浙江省历史文化名村,其中最被人熟知的一张名片是蒋介石的外婆家。近年来,葛竹村历史文化价值日益显著,保护工作越来越受重视。2018年3月起,笔者因工作安排联系斑竹片区,随着工作的深入,对葛竹村的自然风光和人文面貌有了更深了解,也对该村的历史文化价值及保护工作形成初步设想。

一、葛竹村基本情况和保护工作现状

溪口镇葛竹村,位于奉化西端,地处奉化、嵊州、余姚三地接壤地带,坐落在四明山主脉南麓的西海溪谷地上,宁绍两地风土人情在此交融。全村目前有农户183户共453人,耕地面积242亩,山林11700亩,集体经济年平均收入仅12万元,村民人均收入15000元,经济基础较薄弱。

2014年5月起,葛竹村全面性保护工作开展。近几年来,已完成王震南、王惜寸、王世和、王良穆等名人故居的建筑修复工程和王氏宗祠修复;全村拆除危旧房屋、简易厕所,进行环境整治,有效提升景观风貌;通过对文保点的活泛利用,在保护的基础上,由乡贤投资,把原武岭分校打造成“国学师表工程研学基地”。目前,通过一系列的保护开发举措,葛竹村逐渐盘活了本村闲置已久的文化旅游资源,为挖掘乡村旅游潜力,实现乡村振兴夯实了基础。

二、历史文化价值和地方特色

这里是蒋母王采玉出生地、蒋介石外婆家,也走出了多位少将以上的蒋氏近臣。1956年和1980年,葛竹两度设乡。

1.葛竹村是奉化第二大民国史迹集聚地,是整部民国史的袖珍版本。

葛竹村至今还遗存着蒋介石及家人的多处遗迹。1930年,蒋介石分别为其外公、外婆重修坟墓,墓前有他和宋美龄的题款;1932年,为报答葛竹外婆家王氏众亲对他们孤儿寡母的无私照顾,蒋介石在他少年读书地“溯源堂”一旁,出资兴建了武岭学校葛竹分校,并自兼校长;葛竹村东的

金竹庵,为蒋母王采玉嫁入蒋家前带发修行之地;葛竹现存的竹筏埠头,见证了蒋介石频繁前往外婆家探亲的往事。

葛竹村还是多位蒋介石近臣的故乡,包括国民党军政部军法司长、中将王震南,蒋介石第一任侍卫长、中将王世和,蒋介石黄埔时期秘书、浙江省财政厅厅长王惜寸等。他们在村里的故居多保存完好。

2.葛竹村的村落建筑样式多样化,建筑年代具连续性,且保存完整,为浙东山区村落由传统向近代过渡的样板。

葛竹既有传承远古建筑功能的泥墙大屋,又有村人从商发迹后建造的具有浙东传统风格强烈的三合大院,还有近代村人从政起家后返乡建造的中西合璧民国洋房。三者存量丰富,成片分布,自成一景。建筑年代从清中期到清末,再到民国初年,及至上个世纪40年代,各个时期的建筑都有遗存。

3.葛竹村的“百步介古道”,全长15公里,是晋代以降明州一带文士官宦朝圣嵊县王羲之隐居地、卒葬地的必经之路,诚为“明州书圣朝圣之路”。该道也是“浙东唐诗之路”的东支线入口;唐代诗人从嵊县金庭翻山进入当今葛竹村一带的西海溪谷地山道,行游徐凫岩等雪窦山胜景及四明山腹地诸景后,在山麓溪口剡溪买舟东去,顺剡江一奉化江,抵达当时中国四大海外贸易港之一的明州。因此,“百步介古道”具有很高的历史价值和文化传承意义。

三、保护目标设想

笔者认为,基于此前打下的良好基础,葛竹古村可以设立四个发展目标:一是把葛竹古村打造成浙江省古村保护与新农村建设和和谐发展的典范。二是把葛竹古村打造成涉台交流和民国史研究基地。三是把葛竹古村打造成溪口民国文化游、山区闲休旅游两大重要辐射地之一。四是把葛竹古村打造成影视拍摄和书画写生创作基地。只有这样,才能保护古村的历史遗存,满足村民对生活质量提升的需求,实现双赢。

(作者系溪口镇党委委员)

浅谈打造农合联惠农平台的心得

区委党校、区供销社联合课题组

构建生产、供销、信用“三位一体”的农合联组织体系,是习近平总书记在浙江工作时点题破题的农村改革“命题作文”。区农合联以“信用合作”为切入点,在全省率先推出基于农合联会员信用的金融惠农平台“农信盈”,得到省领导的批示肯定。水蜜桃产业农合联实现产销“特专优”,被《中华合作时报》当作浙江“三位一体”农合联改革的示范典型报道。去年,区农合联被评为全省“三位一体”改革成绩突出集体。

区供销社(农合联)立足实际,瞄准农民所需所求,积极探索新型运行机制、沟通机制、评估机制,着力打造4个惠农平台。

打造生产便民平台。区农合联通过打造农资、农机与生产技术、种子种苗等一体化便民平台,拓展强化生产服务的各项功能。一是拓展生产服务领域。强化种子引育、技术培养、质量管理、生产加工标准化、质量检测、包装设计等领域的服务能力,让基层农合联会员一站解决产前、产中、产后遇到的问题。开展土地流转、土地托管、代耕代种等服务,帮扶农合联中低收入会员抓好生产经营,解决外出务工农户后顾之忧。二是推动绿色生产服务。推进特色农业专用肥药引入和定制生产,扩大测土配方施肥和病虫害统防统治面积,确保有效实施“肥药两制”;全面实行废弃农资包装物和废旧农膜统一回收和集中无害化处理,减少农业面源污染。三是完善新型农技推广服务体系。构建“首席专家+专家团队+产业农合联+合作社(家庭农场、企业)”的新型农业技术推广服务体系。集成农民合作组织、农技推广服务、农村环境服务、农村投资服务、农村人才服务、农业行政管理、涉农公共资源配置等功能,推动农合联真正成为服务农户的“公共汽车”。

打造销售促农平台。区农合联建设“保供农产品+特色农产品”双轮驱动,产加销一条龙的农产品销售服务平台。一是构建智慧型冷链物流体系。通过整合产业、仓储物流、流通订单等资源,以农民合作基金投资入股或控股有一定规模实力的果蔬配送企业形式,构建集收储、加工、批发、冷链物流、金融服务于一体的智慧型冷链仓储物流服务体系,降低农产品损耗和流通成本,以流通促销售、促生产、促合作,促进农产品就地转化增值。二是拓宽品牌农产品销售渠道。一方面,依托宁波市农副产品物流中心和城区商超、市场等平台开设奉化农产品直销窗口;另一方面,建立品牌农产品专供基地、专营门店、专需客户有机衔接的产销一体化服务机制,实行从种子到筷子、从田间到舌尖的全产业链标准化服务和安全管控。如打造一批由大中城市“专卖店”、农贸市场“专摊”、社区商超“专柜”组成的品牌农产品专营渠道,满足机关、学校、医院、部队、金融机构、餐饮企业、农家乐等客户的需求。三是建立农资商品物流配送公司。与相关企业合作投资组建区农产品物流配送公司,线上线下结合,开展集整理、包装、加工、仓储、配送于一体的服务,有效发挥农资供应主渠道作用,健全化肥、农药、农膜等主要农资商品储备制度,保障全区农资供应充足、结构合理、质量安全、价格稳定。

打造金融扶农平台。资产不能抵押、信用门槛过高等融资难题制约着农合联会员的发展,为此,区农合联不断强化金融服务,着力缓解融资难题。一是完善现有金融服务平台。完善供销社、农商银行、农信担保公司等单位合作的金融服务平台,把基础金融和部分综合金融服务引入基层农合联,优先安排“惠农贷”,有效破解农合联会员“贷款难”“贷款贵”“担保难”等问题;探索实行锋领信贷制度,把党员的无形荣

誉量化成有形的信贷额度,有效调动党员会员带头示范、带领致富的积极性。二是完善现有金融服务体系。在内部建立互助基金委员会,向农合联会员提供资金互助服务,助推基层农合联产业发展。三是注重线上运行服务。如在线评定授信,将平台内农业生产经营主体的生产能力、技术水平、往年业绩、订单流水等基础数据作为“农信盈”授信的重要依据。又如在线担保办理,农业生产经营主体实现担保申请、审核、审批、银行放款全流程线上办理,从以往多头跑转变为在线“零次跑”。

打造信息助农平台。区农合联借鉴嘉兴平湖经验,打造“泛在式”数字农合联综合服务平台网络平台,架起农合联会员与产业间便捷的信息桥梁,促进农合联高效运作。一是集聚各类信息资源。通过采集整理特色产业农合联、农民专业合作社、家庭农场等农业生产经营主体和银行、保险、农业农村局等涉农服务部门基础信息,为信息平台建设提供基础依据。二是充分运用信息技术。如按播种、生长、结果、采摘等节点提供农事生产全过程标准化信息模型,规范农业主体生产过程。又如联通农业生产主体与农业服务企业之间数据交互,实现农技指导、农资服务、农机对接、庄稼医院等八大在线信息服务。再如利用先进物联网等技术手段,实现农作物施肥、喷洒农药、灌溉、初加工、物流等信息一码追溯。三是构建市场与仓储信息体系。区农合联通过云服务器信息发布平台,实时反馈市场信息,使农产品生产经营主体能够及时了解市场需求,并根据市场规模、消费习惯进行预售、个性化定制,完成基地到终端的定制式接单。同时,建成若干个物联网生产基地与一个农产品智慧流通物联网中心,实现“生产基地+中间仓(流通物联中心)+消费仓”的全智慧仓储信息体系,保障定制式接单无误。

郑妍

2013年,我区启动农村文化礼堂建设,至目前,已基本实现了全覆盖。农村文化礼堂丰富了农民精神文化生活,巩固了农村思想政治阵地,对巩固加强农村基层组织建设,深入实施乡村振兴战略,培育和弘扬社会主义核心价值观等,均发挥了重要的作用。

不过,即便如此,目前我区农村文化礼堂建设仍存在不少短板:

一是受限于经费,农村文化礼堂品质参差不齐。由于各村村级集体经济和筹资能力差距较大,财政补贴又只能满足部分需求,致使各村兴建的文化礼堂在外观、面积、配套设施等方面差别较大;资金充裕的农村文化礼堂建得“富丽堂皇”,资金不充裕的只能将老旧建筑翻新。

二是管理人才缺乏。一方面,镇(街道)文化干部大多身兼数职,精力受限,另一方面,村级的文化管理员大多年龄偏大、文化程度不高,对文化设施的管理力不从心。这也导致文化礼堂在平日里大多闲置。

三是骨干文艺人才缺乏。村民参与文化活动和自办文化节目的积极性很高,但普遍缺乏专业文艺人才指导,文艺活动内容较为单一,层次有待提高,并且活动大多针对老年群体,年轻人参与寥寥。

对此,结合西坞街道农村文化礼堂建设管理的经验教训,对于更好发挥农村文化礼堂作用,笔者有以下几点思考。

一、丰富农村文化礼堂功用。在这方面,西坞街道的做法是与新时代文明实践中心站建设、全域旅游发展等相结合。如将文化礼堂作为开展新时代文明实践活动的主要场所,在其中增设读书角、“村民议事厅”、知识宣传栏等,使农村文化礼堂的作用不再局限于红白喜事和文化活动。有

些乡村旅游发展较好的村庄,如金峨村、蒋家池头村等,则将文化礼堂作为展现村庄文化、历史的一个窗口,或是作为游客集散中心,也取得了较好的效果。

二、扩大农村文化活动受众面。单一的村庄筹办文化活动的力量有限,也缺乏相应人才,区、镇(街道)虽有较丰富的资源,但所辖村庄居多,难以面面俱到,这导致各村普遍村庄文化活动现场少、形式单一等问题。

对此,应整合镇(街道)、各村的文化资源,借鉴日本传统盂兰节集会和在国内已逐渐消逝的赶集,树立“文化赶集”概念,即在村庄间轮流举办文化活动,并组织周边临近村庄村民和游客参与。每次活动除文艺表演外,还应具备集市、宣教等功能,且活动形式应多样化,适合各个年龄层参与。如此既可发挥出有限文化资源的最大效用,亦可助力乡村旅游发展、人气集聚和村民增收。

三、建好队伍,培养人才。一方面,应培养一支既能熟练操作、又能组织管理的骨干队伍,引进培育活动策划、活动运营人才,不仅要开展好文化活动,更要运营好文化活动,通过“文化搭台、经济唱戏”等形式,让村民在享受精神文化大餐时还能增收致富。另一方面,应建立专家指导员和志愿者等队伍。可邀请乡贤、乡土专家、文化馆专业人才与各村结对,深入挖掘本地乡土特色,因地制宜建设、管理文化礼堂,也增进乡贤对家乡的认同感和参与度,为他们回报家乡建立渠道和平台,同时将更多的党员、干部、知识分子、文艺工作者等充实到农村文化志愿者队伍中来,鼓励他们以自己的知识、技能为群众提供公益服务。

乡村振兴,离不开乡村文化的振兴。我们应努力发挥农村文化礼堂作用,让其真正成为发掘乡土文化、留住乡村记忆、振兴乡村文化、实现乡村振兴的灵魂所系和魅力所在。

(作者系西坞街道党工委委员)