

高质量推进教育专业媒体可持续发展

——以无锡教育电视台为例

许沁

教育电视媒体属于专业电视范畴，几年间，由于种种原因的催化，它的生存发展在许多地方呈现出式微态势，不少城市由自生自灭直至悄然淡出。反观无锡教育电视台，创办至今已经走过了二十三个年头，发展态势依然强劲。现在它在无锡无线 45 频道和江苏有线 8 频道都有播出，整体覆盖无锡、江阴和宜兴地区，受众人口 600 多万，每天节目播出总量约 20 小时，拥有《21 视点》《无锡教育报道》《党旗飘扬》《七彩童年》《生活空间》《健康大课堂》《荧星大舞台》等一批自办栏目。综合办台能力多年跃居全国同行业前茅，被表彰为“全国教育电视先进集体”，亦被中国教育电视协会授予“全国教育电视台的一面旗帜”荣誉称号。

一、发扬优势，以“教”为本

无锡教育电视台 1997 年建立。在过去的二十多年中，无论是创办荧星艺术培训中心，还是创办无锡教育城域网等事业，主旨只有一个：“一切为了教育，为了教育的一切”。因为宗旨明确，方向端正，无锡主流媒体也一直都将教育电视作为自己的同行和伙伴，并进行了长期而有效的合作。无锡教育电视台曾与无锡广电集团合作创办两个数字教育电视频道；与无锡日报报业集团合作《无锡日报教育之声》；为适应无锡争创文明城市的需要，无锡市网上家长学校应运而生。围绕教育办台可谓硕果累累，目前的无锡教育电视台集电视、网络、微媒体等多种资源的大型平台于一身，正成为无锡地区宣传教育、传播文明的主流传媒和广大青少年、市民展示才华，锻炼能力，提高素质的开放大舞台。

二十多年春华秋实，在一大批无锡中老年人群中，他们对无锡教育电视台曾开设的《名师讲坛》《空中英语教室》《神奇的科学》《招生咨询》《空中老年大学》《老干部荧屏党校》等富有教益和情趣的精品栏目依然记忆犹新；在培养一代又一代新市民中，那些年数字教育频道播出的节目，为实现优质教育资源的全社会共享，顺应社会主义市场经济需求也是有口皆碑；一度轰动热播的《名家论坛》《前沿讲座》《市场营销与可持续发展》《计算机应用培训》《市民英语三百句》等课程，则在“苏南模式”的崛起中发挥出了积极的作用，为满足青少年学生、家长和整个社会的需要，掀起全民学知识、学科学、学技术的热潮立下了汗马功劳；而今日的《21 视点》《无锡教育报道》《七彩童年》更是成了人们耳熟能详的品牌栏目。

二、弘扬传统，寓“教”于乐

教育是为国育才、百年树人的事业。无锡教育一直有着“寓教于乐”的光荣传统。无锡教育电视台通过准确定位，不断深化机制创新，积极探索符合文化体制改革要求和自身实际的内部运行机制，形成了适应现代化传媒特点的节目管理机制，由此确保了教育电视事业的可持续发展。

历数无锡教育电视台“寓教于乐”的节目群，既有持续了十年之久的无锡教育年度人物评选、“十佳小公民”评选、教师技能大赛、中高招电视网络直播、百姓春晚等一系列品牌活动，更有像“全民 K 歌”这样的政府购买公共服务项目，由此也彰显了“立足教育内聚资源做出特色，服务社会外拓市场做优品牌”的诉求。无锡教育年度人物评选系教育电视台的品牌节目，十年多来共评选表彰了百十名对无锡教育事业产生积极影响的人物，他们中既有党政机关无锡教育发展的顶层设计者，也有数十年深入校园讲述革命故事的战斗英雄；既有教育园地辛勤的园丁、支边支教的青年骨干，也有风华正茂的莘莘学子、社

会助教的企业菁英。近年来，随着国家大力提倡职业教育，无锡一批在国家职业技术教育中崭露头角的中坚教师、优秀学生也走上了领奖台。为适应对外开放、教育交流的需要，“洋雷锋”授奖首开先河。无锡教育年度人物评选，市政府颁奖，教育台组织，全社会参与，极大地提高了人民教育、人民教师的社会形象和地位，每年的直播晚会也就成了众多市民的期待、无锡教育界的一件盛事。

无锡教育电视台的《无锡 K 歌》节目，近年来风头劲健，广受好评，被无锡市政府指定为政府购买的公共服务项目，这在广电媒体中实属罕见。众所周知，电视制作投入大、成本高，而所谓的“政府购买”，经费充其量只能弥补投入之万一，而难能可贵的是它体现了党和政府对节目导向的肯定，对引领群众文化健康发展的积极倡导。有鉴于此，无锡教育电视台《无锡 K 歌》短短两年间就实现了华丽转身，有了无锡市文明办、无锡市文化广电和旅游局等的加盟，无锡市音乐家协会的协办，活动的权威性、公平性也就有了充分的保障。周赛、月赛、季赛、半决赛和总决赛各个阶段配合城市文明创建的功效也愈发明显。其中发生了许多令人感动的故事更增添了传奇色彩，草根艺术家们的声音由此广受无锡市民的青睐。现在每年活动一启动就会吸引广大的歌唱爱好者前来报名，各地的歌友一路追逐，也纷纷赶到无锡一试高低，为无锡城市注入“好声音”。

三、内容为王，“教”学相长

无锡教育电视台深谙媒体的成长之道，尤其在“内容为王”方面，已有了长期的坚持，全台从上到下均有着强烈推进节目创新，通过节目创新的引领，进而把“内容为王”推上一个新台阶的进取精神。围绕“内容为王”，无锡教育电视台近年来做到了“三个善于”。

一是善于学习创新。每年央视和省市广电媒体都会进行年度改版，教育台就将其视作一大机遇来学习。坚持数年，无锡教育新闻的信息量大了，有效信息密集，渐渐得到了社会的普遍认可。现在主流媒体更多地依靠专业信息，也就反过来给专业媒体提供了相应机会，紧紧抓住年度改版机遇，找准自己的定位，教育台学习央视和省市台新闻制作的手法，同时拓宽了对外向上宣传和发稿的平台和渠道。由于节目质量的上升，无锡教育电视台一改在省市广播电视节目评比默默无闻的状态，已连续几年获得多项江苏省广播电视优秀节目奖，无锡市广播电视优秀节目一等奖。省市视听评议专刊多次刊文对无锡教育电视台的节目予以褒扬。

二是善于融合发展。无锡教育电视台的媒体融合工作，这几年有长足的进步，公众号《无锡教育》成为教育电视的重要一翼，传播力影响力在省内教育政务公众号始终排名第一，在无锡 120 个政务公众号中也脱颖而出，荣获“全市十佳政务微信号”称号，经验在全国教育系统推广。如 2019 年新年伊始，全国媒体高频次地跟踪宣传报道的驻锡武警某支队机动二大队七中队野营拉练官兵，借宿无锡市阳山中心小学后，军地双方谱写出的一曲“双拥”之歌的新闻；无锡外国语学校李志仁同学和他快递员妈妈登上湖南卫视《少年说》的新闻，均是由《无锡教育报道》和《无锡教育》公众号开始发端的。《无锡教育报道》和《无锡教育》播出这两条新闻后，不但使广大无锡市民感受到了暖暖正能量，同时呈现出了极为震撼的新闻传播“蝴蝶效应”。前者，《人民日报》、新华社、央视和全国许多媒体网络相继转发，网络点击量百万+，且呈井喷式直线上升扩散。国防部网站甚至还专门为此以《主角找到了》做出回应。由此，广大受众都欣喜地称赞这一报得及时、报得好的暖新闻，是新年伊始谱写的一曲“双拥”歌。后者，则被称作是一曲少年和他伟大的妈妈的赞歌。新媒体《无锡教育》在其中进行的多档现场直播连线，将一次难得的子弟兵野营拉练新闻的追踪报道，成就为寒冬里涌动在无锡城乡的“双拥”热潮；将一位少年对自己妈妈的真情告白，演绎为对全体劳动者的热诚赞美。

三是善于创意服务。无锡教育电视台围绕“内容为王”，形成了“电视新闻宣传片”“融媒体线下活动”以及“节目内容定制”三类创意服务并驾齐驱的局面。“节目内容定制”是教育电视台在激烈的媒体竞争环境下寻找的一种差异化竞争，通过充分挖掘和整合教育资源，以创意为先导为特定教育对象量身定制节目内容。每到高考和招生季，教育电视台都会主动与各高校联系沟通，合作开展影视制作服务。提供富有创意的策划以及实施力量，主动介入以满足无锡教育市场的供求需求。这些年来，教育电视策划和实施的无锡各大名校的微电影系列，就是一大成功的范例。满足了不同层次的定制需求，尤其是随着传播

渠道的变化，内容产品传播的适应性要求越来越强。为了满足手机端用户的需求，《无锡教育》公众号开发了新闻信息动画、VR、H5、短视频等传播样式，这些传播样式的推出既提升传播力、影响力，同时也给了教育宣传推广以更多的手段选择。