

新媒体时代地方广电媒体的融合与发展

摘要：文章从传统广电媒体受到的严峻挑战、地方广电媒体的艰难处境入手，指出媒体融合发展势在必行，阐述了地方广电媒体融合发展过程中经历的三个阶段、如何建设广电全媒体以及建设全媒体过程中应该注意的事项。

关键词：新媒体；地方广电媒体；媒体融合；广电全媒体

中图分类号：G220

文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2019）04-070-02

DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.04.021

文 / 罗贤东¹ 张雅娟²

1. 传统广电媒体受到严峻挑战

2019年2月28日，中国互联网络信息中心（CNNIC）发布第43次《中国互联网络发展状况统计报告》。报告显示，截至2018年12月，我国网民规模为8.29亿，其中手机网民占比达98.6%，互联网普及率达59.6%，网民平均每天上网时长236分钟。网民数量连年增长。与之形成鲜明对比的是，看电视的时间从2015年的日人均156分钟，下降到2018年的132分钟，人均收视时间连年下降。^[1]之前人们获取信息的渠道主要是通过广播、电视、报纸等传统媒体，现在则主要通过互联网。

2. 地方广电媒体处境艰难

媒体行业面临严峻挑战，地方广电媒体的处境则更为艰难。本文所说的地方广电媒体主要指市级、县级广播电视台。在我国，中央级媒体一家独大，几乎处于垄断地位。接下来是省级媒体，在本行政区域内占有较高的市场份额。作为市县级的地方媒体只在本行政区域内传播，占有较低的市场份额。相对于中央级、省级媒体，市县级地方媒体存在以下不足。人才匮乏，与中央、省级媒体相比，地方媒体对人才的吸引力明显不足；技术装备落后，地方媒体普遍规模小，收入低，所以在技术装备投入方面明显不足；节目单一，收视率低，受制于人才技术的制约，节目形式单一，收视率不高；广告收入下滑，上有中央、省级媒体的压制，外有各种新媒体的蚕食，地方媒体的广告收入开始下滑。面对以上困境，地方媒体只有积极利用新技术，发展自己的特色节目，吸引更多的受众，争取更多的广告投放，才能在将来的竞争中站稳脚跟。

3. 媒体融合发展势在必行

传统媒体曾经的辉煌被互联网大潮冲击得黯淡无光。随着互联网的普及，自媒体逐渐发展起来，传统的主流媒体的影响力日渐萎缩，长此以往，传统主流媒体则有丧失主导地位的危险。自媒体的存在与发展自然有它的道理，我们不可能采取行政手段将其扼杀，只能加强监管，

引导其健康发展。同时，也最为关键的是，传统主流媒体要顺应时代发展的需要，利用先进技术，加强自身建设，主动变革。只有这样才能牢牢把握舆论宣传的主导权。因此，作为主流媒体的广播电视只有顺势而为，加强融合发展，提高自身的影响力，才能在激烈的竞争中立于不败之地。

起初，我们获取信息基本上来自广播、电视、报纸等传统的主流媒体，那时候主流媒体是绝对的权威，没有任何挑战。进入21世纪，互联网开始普及，除了广播、电视、报纸外，人们越来越多的通过电脑获取信息，传统媒体受关注的程度开始下降。但主流媒体依然保持主导地位。近几年来，随着移动互联网的发展，手机尤其是智能手机越来越普及。手机可以随时随地接入互联网，以其便携性和便捷性受到越来越多人尤其是广大青年人的欢迎。他们可以不看报纸、不看电视，但不能没有手机。传统主流媒体在年轻人群中逐渐失去应有的地位。从近几年的统计数据可以明显看出上面这种情况。如果我们任由这种情况发展下去，将是非常危险的。

警钟已经敲响，传统广电媒体受到的冲击已是不争的事实。在当前的形势下，传统广电媒体要赢得生存与发展，就必须进行融合变革。观众在哪里，我们的宣传报道就要覆盖到哪里。绝不能让主流媒体的覆盖出现真空。观众的关注点在哪里，我们宣传报道的着力点就放在哪里，牢牢抓住观众的心。目标已经明确，传统广电媒体只有积极适应新的媒体格局，积极利用新的传播技术，主动地融合发展，才能赢得生存。

4. 地方广电媒体的融合过程

地方广电媒体的融合发展经历了三个阶段：一是渠道扩张阶段，拓展新的媒体渠道；二是渠道融合阶段，传统媒体与新媒体融合发展；三是全媒体发展阶段。^[2]

4.1 渠道扩张阶段

地方广电媒体在融合发展过程中，从最开始的只有广播、电视、报纸到后来建了自己的网站，再后来有了

微博、客户端和微信公众号等新媒体。在开始的时候，它们各自为政，信息难以共享。没有进行融合，所以效率低下，发展不尽如人意。

4.2 渠道融合阶段

渠道融合不是传统媒体渠道简单相加，而是充分发挥广播、电视、报纸、互联网等各个媒介平台的长处。广播的优势是“快速”，电视的优势是“直观”，报纸的优势是“深度”，互联网的优势是“便捷”。^[2]媒体融合是实现各种媒体资源的有效整合，达到 $1+1 > 2$ 的效应。传统广电媒体要充分利用媒介载体，把广播、电视、报纸等既有共同点，又存在互补性的不同媒体，在人力、内容、宣传等方面进行全面整合，打造“资源通融、内容兼容、宣传互融、利益共融”的新型媒体。^[3]

4.3 全媒体建设阶段

2019年1月25日，中共中央政治局在人民日报社就全媒体时代和媒体融合发展举行第十二次集体学习。习近平强调，新形势下舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化，全媒体不断发展，出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体，推动媒体融合发展、建设全媒体成为我们面临的一项紧迫课题。^[4]

5. 如何建设广电全媒体

我们所说的广电全媒体是指传统广电媒体在新的媒体传播环境下，以传统的音频、视频业务为基础，在融合了多种传播渠道的基础上建设的综合信息平台。广电全媒体是一项复杂的系统性工程，传统广电传媒需要在传播观念、体制机制、组织架构、经营管理等全方位转型，为其转型提供系统支持。

5.1 实施全媒体流程再造

要建设全媒体，首先要改变传统的体制制度和组织架构。全媒体是一种全新的制播方式，传统的组织架构已成为全媒体建设的绊脚石。必须站在全媒体的角度，重整组织架构，实施流程再造。打破过去各广播电视频道条状分隔的运作模式，设立新闻采编调度中心，建立采编联动平台，统筹采访、编辑和技术力量，实现“一次采集、多元生成、多渠道传播”的工作格局。

5.2 建设全媒体技术平台

要建设全媒体，要有全媒体的技术平台作为支撑。有了这样的技术平台，就可以实现广播、电视、报纸、网站、客户端等各媒介的有效联动，实现采编播全台联动。这样一个平台，可以实现采编一体化的新闻稿库。

5.3 培养复合型的采编团队

人的因素才是决定成败的关键因素。光有技术平台还不行，还必须有适合全媒体的采编团队。以前，采编一条新闻线索，广播部门要派记者，电视频道要派记者，报纸和网站也要派记者。回来后，各平台各自进行写稿、编辑、播发。互不沟通，造成极大的人力、物力的浪费。现在，全台只需要派出文字记者和摄像记者就可以完成

任务了。一条新闻素材，经过编辑，广播可以发，电视可以发，报纸和网站都可以发。这就要求编辑记者要成为一专多能的“复合型”人才。不仅要会使用摄像机、照相机、录音机，而且要学会写消息、通讯、小评论；还要能面对镜头，拿起话筒就可以现场报道。

5.4 打造“一平台多分发”的传播格局

广电全媒体是基于传统传播渠道融合基础上的开放信息平台，通过打造大型综合性信息平台，建立融合内容制作中心，实现集约化采集生产、多渠道编辑分发的一平台多分发的传播格局，以提升传播效力和市场盈利能力。“一平台”是综合信息平台，它是内容的生产中心。“多分发”是指在广播、电视、报纸、网站等多处播发。这样可以大大提高效率，节约成本。

6. 建设全媒体的过程中的注意事项

坚持“内容为王”的核心理念。在全媒体时代，传播渠道日趋多元，传播手段不断翻新。是否意味着我们只要注意传播途径和形式了呢？答案当然是否定的。越是在这种信息纷杂的情况下，内容越发显得重要。只有好的内容才能脱颖而出，受到广大受众的喜爱。因此，我们更应该坚持“内容为王”的原则，借助新媒体技术，创新节目内容和形式，制作出更多更优秀的作品，满足广大受众需求，增加受众黏性。

坚持“开拓创新”的发展理念。“创新是一个民族进步的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力”。作为处于时代前沿的传媒业，更应秉持创新发展的理念，进行制播方式的创新、主题内容的创新、节目形式的创新。只有不断创新，才能牢牢抓住受众。

现今媒体的融合趋势，无论广度还是深度都已经超越以往。地方广电媒体只有顺应时代发展形势，及时调整自己的策略，立足现实，扬长避短，不断发展创新，才能在媒体融合的浪潮中永立潮头。^[5]

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心. 中国互联网络发展状况统计报告[R]. 北京, 2019(2): 28.
- [2] 王建磊. 媒体融合的进路: 再造广电战略[M]. 北京: 中国广播影视出版社, 2016.
- [3] 田志友. 地市广播电视台发展融媒体的实践与思考[J]. 今传媒, 2017(5): 113-114.
- [4] 让主流媒体称为全媒体[N]. 人民日报社, 2019(1): 30.

(作者单位: 1. 日照广播电视台; 2. 日照城福消防工程有限公司)