

媒体融合背景下电视媒体如何借力

新媒体提升传播力

文/任勤娟

摘要：电视媒体作为大众媒体的重要组成部分，在新媒体技术出现之前，是受众获得信息的主要来源之一，因覆盖面广泛而深受人们喜爱。随着新媒体技术的普及和推广，电视媒体受到了一定冲击，甚至面临发展瓶颈。本文针对电视媒体的发展现状，探究电视媒体与新媒体融合发展路径，以期电视媒体的转型发展提供借鉴。

关键词：媒体融合；电视媒体；新媒体；传播力

全媒体时代，信息无处不在、无所不及，导致媒体格局、传播方式等发生深刻变化，新闻工作面临新的挑战。以前是“人找信息”，现在是“信息找人”。电视媒体受传播时间和空间、内容、渠道等因素的影响，用户数量下滑明显。但是应该看到，电视媒体和新兴媒体不是取代关系，而是迭代关系，要坚持一体化发展方向，加快从相加阶段迈向相融阶段，通过流程优化、平台再造，实现各种媒介资源、生产要素有效整合，实现信息内容、技术应用、平台终端、管理手段共融互通，加快构建融为一体、合而为一的全媒体传播格局^[1]。

一、电视媒体的发展现状

电视媒体是以电视为宣传载体，进行信息传播的媒介或平台。相比其他媒体，电视媒体具有媒体资源丰富、信息传播及时、覆盖面广、信息画面直观易懂、受众层次广的发展优势，但是也存在着线性传播、保存性差、互动性弱等缺陷。

在媒体融合发展时代，看电视的人越来越少。电视媒体出现了收视时间不断减少，受众流失严重，收视群体老龄化的情况。更多的用户将时间用在网络、短视频等新媒体平台。年轻人更愿意看手机而不再打开电视，这就导致广告客户的大量流失。广告创收是电视媒体赖以生存的主要因素，但随着用户的减少，大量广告客户转而向新媒体平台投资，对电视媒体产生巨大的打击。另外，面对网络电视和各电视台之间的竞争，地方电视台的覆盖面越来越窄，资源越来越少，发展空间不足。一些地方电视台的自制节目越来

越少，主要播放外来节目或转播节目，竞争力逐渐减弱^[2]。

二、电视媒体和新媒体融合的意义

（一）电视媒体和新媒体融合的优势

以网络化、数字化为基础的媒介融合，已经成为媒体发展不可阻挡的趋势。电视媒体在转型进程中，依然强调信息传播的可管可控，强调对舆论的引导作用，强调服务的公共属性等。电视媒体在大众传媒中，有着牢固的发展基础，公信力、权威性可以被用户迅速接受认可。

电视媒体与报纸、广播等传统媒体相比的优势，在于视频内容的制作和传播。融合发展不是要放弃这一优势，而是要不断加强这个优势。当前，网络视频业务的迅速增长，为电视媒体提供了很好的市场预期。

另外，服务对象的变化，让电视媒体在融合中，盈利模式更加多元。从受众变为用户，媒体融合能够对用户提供精确的、个性化的服务内容，用户可以通过付费直接产生价值，盈利模式更加多元化。这改变了以往传统媒体时代“大水漫灌”的广告模式，向用户提供定制内容，增值服务，比如教育、游戏、购物等。

（二）电视媒体与新媒体融合的意义

结合目前的发展形势，任何平台都不能单独占据整个传媒市场。从传媒领域资源来看，电视媒体在新媒体时代依然有着重要的地位^[3]。

媒体融合时代，用户通过手机、电脑等终端，

可以便捷地播放和观看视频信息。用户更加主动，成为信息传播的中心。这对一直以单向线性传播的电视媒体提出了挑战。媒体融合最重要的价值取向是人性化，是如何让用户获得更满意的体验，更加符合人的需要和使用习惯。受到新媒体的冲击，被动参与市场竞争，需要通过更好的服务和业务能力来获得更好的发展，对于电视媒体来说，是在补齐短板。

另外，传统电视媒体制作成本高，一个平台、一次播出，资源利用率低。新媒体时代，全媒体发展，要求资源共享、内容多渠道分发，多种传播方式，可以实现更好的传播效果，提高了电视媒体的资源利用率。

三、新媒体和电视新闻融合的发展策略

（一）开拓传播渠道，加强互动

数字时代，渠道从稀缺变得丰富，用户的信息接收渠道越来越多。在这样的背景下，电视媒体需要向全媒体转型，不断拓展新渠道，打通各渠道，形成开放共享的平台。在渠道上，电视媒体应利用媒介融合技术，实现内容的多渠道分发；建立多种媒介形态的传播渠道，实现集约化生产，多渠道分发，不断提升影响力和市场价值。比如，福建省尤溪县广播电视台积极推进县级融媒体中心建设，开创了基层主流媒体建设的“尤溪模式”，以县广播电视台为核心，整合县政府网、各县直机关网站、县委报道组、手机客户端、微博、微信等县域公共媒体资源，建成融媒体中心。同时，与福建省广播影视集团签订战略合作协议，与湘鄂赣三省县级手机台达成直播联盟协议，四省共同传播优秀融媒体产品。将传统广电媒体单一的传播形态和节目形式，变为新媒体“多屏、移动、社交”的融合方式和多样态融合产品^[4]。

（二）打造优质节目内容

经过多年的积累，电视媒体在内容生产上拥有流程规范、较高质量水准、人才队伍方面的优势。在渠道相对过剩的时代，内容优势是电视媒体发展的首要发展策略。传统电视台是垂直化的组织管理结构，记者和编辑等生产者属于某个频道或栏目，缺乏交流和共享，容易出现节目同质化、资源浪费等问题。比如，一家电视台多个栏目的记者同时采访同一新闻事件。在全媒体时代，内

容正在从频道化向栏目化、专业化转变。比如，《宁夏新闻联播》除了在固定的电视频道播出，还通过网络、视频号、今日头条等渠道传播，实现全媒体传播格局，拥有规模化的用户群体。因此，需要重构内容生产流程和机制，适应新的发展需求；提高内容质量，打造精品内容。但是在内容共享时，也可以保留对部分内容的特许使用权限，避免同质化的问题^[5]。

另外，媒体融合不仅仅是技术，用户对内容的需求才是真正的动力。用户可以更多地参与到内容生产的过程中，提出自己的意见，编辑可以将建议反馈到内容生产部门，融入制作中，实现双向互动的内容生产模式。传统的电视媒体内容比较单一，难以满足观众的需求，在新媒体时代，为了更好地吸引观众，就必须坚持创新，策划制作更加优质的节目吸引用户。

以福建省尤溪县广播电视台为例，该台由指挥平台统一布置产品“菜单”和调配资源，建立资源数据库，存放一线记者采编的信息、图片、视频等“原材料”，由各个编辑按照不同媒体特点、用户群体，分别选择“原材料”进行再打磨和深加工，制作适合不同用户“口味”的作品，形成“一体策划、线索汇聚、一次采集、多元生成、多端发布”的全新采编播发体系^[6-7]。

（三）加快人员转型，为媒体融合提供支撑

媒体融合向纵深发展，最缺乏的就是全媒体人才。面对媒体融合发展的机遇和挑战，电视从业人员要熟练掌握融媒体形势下各种媒体的协作方式以及跨界专业知识，学习使用更多媒体技术、专业技能。新



形势对电视媒体人员的要求更高,其工作内容也从单一性向多样性转变,不但要求其运用多媒体终端编写稿件,还要有较强的节目编排、运营等能力。简单地说,优秀的融媒体工作人员应成为各行各业的行家、专家。因此,全媒体人才培养要注意以下几个方面。

第一,电视媒体要制订适应融合发展的人才培养规划与计划。通过全员、全类型、全层次的培训,提升整体素质。第二,在实践中,以项目制形式对所有人员进行全媒体实战训练,探索媒体融合发展模式与路径。第三,协同新兴媒体、高等院校等机构,开展联合培训、培养全媒体人才。另外,如何激发人才的创造力?管理制度是保障。比如,福建省尤溪县广播电视台就对所需重点引进人才实施奖励补贴,出台《尤溪县融媒体中心绩效考核奖励办法》,打破身份、职位、职称限制,实行“同岗同责、同工同酬、优劳优酬、灵活岗岗”制度,实行小团队运作、扁平化管理,增强一线采编人员工作积极性、主动性、创造性^[8]。

(四) 加强区域化发展能力

不同地域的用户,有着不同的风俗习惯和收视喜好。对电视媒体而言,区域化市场是不可替代的。因此,与本地实际紧密结合,抓住本地市场的媒体,有着稳定的发展空间。比如,宁夏广播电视台公共频道《直播60分》充分发挥优势,紧紧抓住民生新闻资源,在电视频道之外,还通过直播、短视频等丰富的形式传播内容,受到当地用户的喜爱。又如,福建省尤溪县广播电视台立足本土资源,创作亲民、为民的好节目好作品,积极向公共服务拓展,让群众在一个客户端即可享受全方面服务。依托本土文化资源,每天自制播出5小时“本土化”时政、民生、访谈、新闻类节目。把新闻作为立身之本,创新《尤溪新闻》播出形式和栏目内容,增设“今日话题”“记者体验”等专栏,邀请基层群众畅谈体会感想、细说发展故事,提升新闻节目的可看性和吸引力。

另外,定位区域化,强化地方特色,服务好本地用户,当地用户可以通过多种终端获得信息,享受服务,形成独特的商业服务模式。

比如,福建省尤溪县广播电视台推出“智慧尤溪”手机客户端,开通预约挂号、求职就业、智慧旅

游、文明实践、尤溪特产铺、智慧食堂等十多项服务功能,与“主播带货”等活动结合运营;设置建言献策、随手拍、公益求助、民生速递等网民意见收集、互动版块,打造“指尖上的行政服务中心”。

四、结语

数字化、网络化等技术的发展改变了媒介生态环境,媒介融合背景下,媒体和用户都发生了改变,电视媒体的融合发展也正是为了适应这种变化。媒体融合背景下,电视媒体存在优势,也存在劣势。这些劣势,既有行业性的,也有自身的,需要认真分析对待。如何借力新媒体提升传播力?需要尊重新媒体的发展规律,按照全媒体传播的需求,开拓传播渠道,加强互动;打造优质节目内容;加快人员转型,为媒体融合提供发展支撑;加强区域化发展能力。在媒体发展进程中,电视媒体与新媒体的融合发展是传媒领域的发展趋势,无论是理论还是实践,都有很多未知领域需要探索和发现。

参考文献:

- [1]张秦尉.新媒体环境下电视节目的发展模式探析——以地方电视台电视新闻节目为例[J].今传媒,2019,24(2):97-99.
- [2]田伟茹.新媒体时代电视新闻采编策略分析[J].新闻传播,2019(16):105-106.
- [3]徐颖.新媒体环境下企业电视新闻的思路创新[J].传播与版权,2019(3):123-125.
- [4]李梅.论电视新闻与新媒体的融合[J].传媒论坛,2019,2(5):23-24.
- [5]陈妮.媒体融合视阈下的电视新闻舆论引导力研究[J].湖北社会科学,2019(4):184-188.
- [6]王鹏.论当代电视新闻如何与新媒体融合[J].传播力研究,2019,3(8):50.
- [7]户文杰.现阶段电视新闻与新媒体的融合发展[J].视听,2019(7):133-134.
- [8]赵睿.基于互联网思维的广播电视媒体融合发展[J].中国传媒科技,2017(11):106-107.

(作者单位:宁夏广播电视台)