

探析新媒体下城市广电传播力的提升研究

梁思聪

(广东工业大学华立学院 广东广州 511325)

【摘要】在当前“媒介融合”发展态势下,城市广电媒体要想多元化发展、创新,必须深刻把握新闻传播和新兴媒体的发展规律,进一步加强网络媒体标准下的传播力建设规划。要把提升传播力作为重点,把传播方式主旋律作为着力点,实现传播方式理念和发展方式的突破。因此,城市广电应进一步推动发展意识的转变,多层次提升媒体传播力的基本建设,搭建传播平台,打造出地域性新式新闻媒体。

【关键词】城市广电;新闻传播力;新闻媒体

DOI: 10.18686/jyyxx.v3i5.44079

党的十九大汇报明确提出,要“提升组织建设和管理方法”“要重视传播方式的基本建设和自主创新,提高新闻报道社会舆论的传播力、主导性、知名度、公信力”。在全媒体时代,制定总体目标、明确受众需要、传受关系、技术性层面的转型给新闻媒体的传播力产生了极大的作用,媒体的精准定位、内涵、作用等也在产生深远变革。本文以无锡广播电视台近年来的多元化实践和下一阶段探寻为基础,从城市广电的基本要素和媒体融合方面,围绕新闻传播的内容、平台、渠道、用户和人才五个维度,探究城市广电如何提高传播能力。

1 内容是关键

在不计其数的新闻媒体信息内容中,怎样吸引观众、正确引导观众,这是传播力的搭建最先要处理的难题,也是根本问题。主流新闻媒体与广播节目要创建较高的公信力,就必须借助专业可靠的权威性报导来体现我国流行意识形态工作和社会发展主流价值观。以“1+n”方式组织的新闻宣传主题活动就是以新闻消息为主导线,再加上评价、情况、图话、采访等拓宽报导,密切配合。此外,广播节目、电视台、平面、互联网等网络媒体联动,产生宣传策划协同效应。

1.1 在提升传播力的同时,正确引导受众是媒体的基本操守

在网络渗透率不断上升的同时,信息茧房成为常态,主流媒体专注于民众关心热点话题的同时,要做成有心态、有见解的新闻媒体。以无锡市广播电视台为例,2018年设立的评价类日播综艺节目《无锡新视评》,对一些新闻报道开展延展性新闻专题,根据评价方式设定议案,节目主持人和嘉宾紧紧围绕新闻事实进行会话,开展整理分析。频道还创建时事评论员专家组,突显技术专业优点,充分发挥当地知名品牌节目主持人、当地专家教授甚至国家级权威专家的作用,在每个层级上明确候选人,健全

时事评论员贮备。

1.2 打造出拥有突出个性化的新媒体产品

城市广播电台要依照新媒体广告泛娱乐化、精致化等特点,充分发挥互联网媒体的集成化汇聚优点,培养大量有明显个性化的新媒体产品,使传播内容更为丰富多彩。在互联网媒体内容自主创新中,无锡广电关键打造出“百室千端”互联网媒体内容集成化版块,因此资金投入100万艺术创意孵化基金,并在相关项目的营销推广经营、视觉传达设计、技术性完成上给予适用。

2 平台是基石

2.1 新闻媒体必须要重新塑造传播结构,做全媒体平台融媒体平台的生产者

自主创新氛围下的网络媒体传播方式在做到新颖的同时更要注重时效性。伴随着变革,新闻内容已经逐步变得同质,信息资源供大于求的现象使得各大媒体都寄希望于建立自有独特平台打造媒体的品牌效应,扩大传播力。平台是从下至上反馈民生问题的重要载体,也是由上至下传达政策的重要枢纽。搭建融媒体平台就是为了借助媒介资源的合理分配和内容的多重结合,加上渠道优点和客户群体精准定位,吸收网络优势,实现创新和突破。

2.2 形成新的新闻媒体分众传播模式,做有深度的媒体报道

2018年,无锡广电原综艺频道、现代都市频率、《新周刊》节目名称没有改变,但仅作为内容发布平台,能够按文化产业、大众娱乐、少儿培训、全民阅读等精准定位销售市场并归类执行。这一资源分配既精减了组织、工作人员,又集中了资源、能量,完成了聚合生产制造。在这个基础上,无锡广电还将打造出大量融入分众传播和分众传媒要求的服务平台,完成新媒体传播从点面构造向多孔结构的变换。

3 渠道是法宝

网络信息技术迅速发展的同时,互联网媒体在传播渠道中快速兴起,可以说,把握传播渠道就有着传播力。近年,无锡广电积极应用互联网媒体扩展传播渠道,除开传统式的广播节目、电视媒体,手机客户端、新浪微博、手机微信等通道持续完善,根据加强“一张网”“双主引流矩阵”“三个传播”的政策引导,逐渐开启城市广电传播渠道发展扩张。

3.1 一张网:无锡新闻移动网

无锡新闻移动网借助数据网络媒体资料库,以新闻报道移动网引流矩阵聚集广电网各服务平台的媒体,完成信息一体化、终端设备多元化。其特点为:一是在无锡市两市五区开设新式“记者站”,打造出多源视频回传系统软件,以互联网技术为基本传播连接点,以信息内容并非驻店新闻记者为行为主体,产生覆盖全省域的传播途径;二是通过移动通信、互联网技术和广电网内部技术专业制播系统软件中间创建的宽带网络信息内容传送安全通道,新闻记者在新报道现场采访到的音频素材及时回传等,或立即在电视广播和新媒体平台上新闻直播当场实况;三是以“无锡”手机客户端为媒介,以打造出客户提交系统软件为支撑点。

3.2 双主引流矩阵:“无锡”+“智慧无锡”

无锡广电立足于当地,接近当地受众群体,切实在各网站传播中产生本身特点,自主开发设计“无锡”和“智慧无锡”挪动互联网媒体双主引流矩阵。“无锡”以微信公众平台为切入点,聚焦新闻资讯、服务项目、沟通交流和新闻宣传,主推流行资讯新闻。下一步将产生“一网三微一端”构架,即“无锡网”+“无锡”手机客户端+手机微信+新浪微博+微视频,并根据全新升级新闻报道指引体制,与广播节目、电视机产生一个总体,一体方案策划、一体收集、多服务平台公布。

3.3 三个传播

在二次传播上要想充分激起网友无数次传播新闻内容的热情,应在各大网站传播上跳出地区限定、受众群体限定,在电视广播网、PC 互联网技术、移动互联等更宽范畴完成各大网站传播。无锡广电新媒体发布今日头条著作时,依据广播节目、电视机、新媒体特点设计方案内容展现方法,推动客户运用泛娱乐化的时间,根据手机微信、新浪微博等服务平台开展二次外扩散传播。在这个实际意义上,客户还可以变成重特大主题风格新闻报道社会舆论的制作者、参加者、宣传者。

4 客户是核心

伴随着传播核心理念和技术性的颠覆性变化,作为过

去传播目标的关键定义,“受众群体”被颠覆,“客户”作为新的定义被建立。新浪微博、微信等聚集了难以想象的受众群体资源,但互联网技术上半场是信息内容互连、下半场是使用价值互连,因此在我们从使用价值的视角来再次思考受众群体时,它就变成了客户。因此,无锡广电近些年积极推进,切实完成受众群体向客户变化,以客户精确定位和使用价值转现,为管理中心重新构建城市广电传播逻辑。

4.1 客户精确定位

根据大数据分析把握受众群体向客户转变过程中,首先应分析什么受众群体能够变成客户。这就必须根据当前的大数据平台进行精确定位。

4.1.1 目前拥有的数据信息

从城市广电自身创建的数据信息管理系统中挑选符合“互联网大数据”特点和客户特点的有效信息,就应创建数据统计分析管理处,对云平台的三个关键类型开展归类。

4.1.2 社交网络的数据信息

城市广电有着总数极大、类型丰富的互联网大数据,要提高与社交媒体的资源共享和开发能力,协助健全用户画像,叙述顾客的行为,依据客户的要求喜好和消费习惯,更好地调节内容生产制造、营销策略和全产业链合理布局。

4.2 用户价值“转换”:传播价值与经济价值有机统一

区域性媒体转型发展还需走分众传播,分众化是受众人群开发、客户运营的前提条件。消费者升级换代,精准定位,最后是为了更好的用户价值“变现”。传播价值的“变现”在于筹办宣传策划方案,使传播学方案策划更符合分众传媒化、多元化的传播发展趋向,开展新闻传播学的全覆盖。

5 人才造未来

高素质人才是媒体的核心竞争力,全媒体人才队伍建设是媒体深度融合发展的重要一环,未来广电从业者的能力须与传播影响力的探索相契合。

5.1 优化人事管理,充实人才储备

在实践中媒体机构应采用岗位聘用与岗位等级相分离、人岗相适、以岗定责等制度,调动员工的积极性;采取竞聘上岗、双向选择等机制,给予更多熟悉互联网与新媒体的优秀人才实现人生价值的平台与机会。

5.2 完善分配考核机制,提高岗位对优秀人才的吸引力

在推进工作室等制度改革时,可制定公平合理的分配

方案,对接市场报酬标准,以岗位工作量匹配合理薪资、适时适量的量化工作内容和表现、多劳多得,提高媒体对人才的吸引力,同时加大对新媒体的倾斜,提高新媒体岗位人才创新创造的积极性。

5.3 积极推进校企合作,人才传承还看高校

对于当下整个广电媒体的影响力发展,未来的走向最终还需要靠高校大学生。学生在求学时期也需要积累更多社会上的专业实践经验,在与行业内资深人员接触中可学到课本上没有的内容并利用到以后的工作学习中去。广电媒体应适时与当地高校进行密切交流,通过建立校企合作基地、推荐人才实习与就业等方式实施深度合作,提前让学生感受到当下媒体行业现状,在社会实习中找到自己的职业定位和目标,将来以更好的姿态投身于媒体单位反哺业界。如此,通过学校与企业多方面的共同推进下形成一个从“学校—业界”无缝对接的人才输送模式,达到良性

循环。

6 结语

区域性媒体转型发展还需走分众传播之路。因此,地方城市广电须尽快推动发展意识的转变,进一步从传播的内容、平台、渠道、用户和人才上入手,提升媒体多层次传播力的建设,搭建传播平台,结合传播的新模式,打造出地域性新式新闻媒体。完成新媒体传播从点面构造向多孔结构的变换,以提升城市广电传播力。

作者简介:梁思聪(1993.9—),男,广东佛山人,助教,研究方向:媒介融合,影视产业转型。

基金项目:2019年广东省高等教育教学改革项目:影视创作类课程翻转课堂教学改革探索——以广东工业大学华立学院为例。

【参考文献】

- [1] 郭王.融媒体视野中的城市广电传播力提升研究[N].中国广播电视学刊,2018(12).
- [2] 裴路.当传统媒体遭遇大数据时代,运营如何变[N].中华读书报,2014(6).