

菏泽广电媒体融合发展的思考

张传国

菏泽市广播电视台 274000

摘要: 随着时代的发展,技术的进步,传统媒体的受众量急剧下滑,所以下一步菏泽广电的重心应致力于推动传统媒体和新兴媒体在品牌、决策、管理、技术、制播、经营等方面的一体化运营,形成立体多样的现代传播生态体系,加大传统媒体在以新媒体为重点的全媒体领域的话语权。

关键词: 菏泽广电;媒体

一、媒体深度融合指导思想

(一) 坚决遵循“一体化”发展理念

以主流价值观主导两个舆论场,扩大菏泽广电的影响力和引导力。以“一体化”战略为主导,坚定不移地推进融合发展,确立一体化发展战略和顶层设计。以传统电视和新兴媒体深度融合作为菏泽广电顶层设计的原则,统一思想认识,并各司其责,形成合力。加大对一体化发展的战略投入,有计划、有重点地重新布局和储备战略资源,为长远发展谋得先机。

(二) 以优质内容主导新兴媒体舆论生态格局

利用新兴媒体技术,真正使菏泽广电生产内容实现“一次上载、多次编辑、N端发布、全媒传播”,最大程度地将产品优势转化为媒体增长优势。有效统筹节目资源,对节目内容要区分层次,区分发布端。例如,一条新闻,新媒体要从“快”上下功夫,而传统媒体就要从“广”、“深”两方面做文章。培养优秀的新型全媒体内容制作队伍,形成良性竞争的生态环境,激发创作人员的积极性,制作观众喜闻乐见的优秀内容,主导新兴媒体舆论生态格局。

(三) 建立传统媒体与新兴媒体的一体化生产关系

在传统媒体与新兴媒体已逐步形成的“互补效应”基础上,全面实现对接,为动态融合创造有利条件,充分利用已经建好的“中央厨房”,在内容生产方面实现“流程再造”,构建全媒体传播体系,真正形成传统媒体和新兴媒体的一体化生产格局,在新传播生态中继续发挥传统媒体自身优势。

(四) 构建全媒体传播格局,完成转型升级

尽快将电视媒体的优势变为融合媒体的优势,将网络优势变为菏泽广电的优势。在这一过程中,必须要增加有效传播力和抵达受众力,不断巩固扩大主流思想舆论阵地。这就需要全力用好新兴媒体技术,全面提升智

能化服务于各终端、多用户、各业务的水准。另外,还要坚持以“内容为王”发展理念,打造一体化、多元化平台。同时,要一手抓融合,一手抓管理,实现对融合网格、业务、终端、用户的监测监管,在保障传播渠道的安全的同时,全力构建全媒体传播格局。

二、媒体融合过程中存在的问题

(一) 认识上的偏差,把“媒体相加”当成“媒体相融”

经过多年的发展,菏泽广电先后建起了菏泽广电网站、微信公众号、抖音、快手、App等新媒体传播平台。把本台广播、电视节目内容及广电报的电子版搬进了网站和App,节目实现直播的同时,并对新闻进行了拆条。但实际运行过程中,无论是前期拍摄,还是后期制作,都是各自为战,甚至时常出现一个活动去了几个栏目的记者。并且新媒体平台播发的内容都是由传统媒体单向搬运,与真正意义上的“媒体融合”相差甚远,不论是思维模式,还是生产流程,目前还停留在“+互联网”的初始阶段,没有形成“互联网+”的媒体融合态势,没有做到新闻稿件移动端优先发布。

(二) 没有建立符合融媒体要求的采制流程

现阶段,菏泽广电已经建设完成了声、屏、报、网、微、端等多种媒体,每种媒体的不同栏目、不同板块会生产出不同类型和题材的作品,如广播播报、电视新闻、报纸咨询等,由于制作手段、表现形式均不相同,虽已经建立了融媒体指挥系统,但由于传统工作体制并没有改变,原有体制没有打乱,广播、电视、报纸和新媒体各个生产发布环节依然各自为政,没有形成条块分割的采编播格局和与之配套的应用管理体系。已经建立了融媒体指挥平台目前尚未投入使用,主要原因是如果实现采编播流程再造,就需要对全台人员全面打散重新优化组合,可能需要一个较长的适应期,并且在这个适应期

内可能会出现收入真空期，作为一个自收自支的事业单位，这对台上的发展极为不利，在当下广告创收普遍下滑的情况下实施难度较大。

（三）缺乏运作融媒体的人才队伍

菏泽广电目前急需的就是全媒体记者，即记者要具备传统媒体和新媒体采编能力，这就要求记者和后期编辑人员需要掌握更多的技能。但目前考核机制尚未出台，如果记者在给电视供稿的同时也要给新媒体供稿，就相当于增加了工作量，而实际报酬并没有增加，不少人存在不积极情况，对新媒体技术缺乏深入学习，甚至少数人还有抵触情绪。所以目前菏泽广电缺乏复合型人才，也是融媒体建设的一个重要问题。

（四）缺少有影响力的自主新媒体发布平台

菏泽广电各栏目新媒体账号众多，但大都是利用第三方平台建立的新媒体号，由于各栏目独立运营各自账号，信息分散，无法形成影响力大的新媒体账号，如菏泽广电旗下共有微信公众号19个，但粉丝量均不超过十万人（所有账号粉丝量之和没有大众网一个账号粉丝量高）。众多媒体号的分散运营，造成了大量人力、物力、财力的浪费，内容重复，粉丝粘性差，而且不便于统一管理，无法形成合力。目前，这些新媒体账号对扩大广电影响力起到了一定的推动作用，但利用第三方平台，用广电传统媒体生产的内容，拉动第三方平台的流量，最终受益的是第三方平台，不应成为广电新媒体业务发展的主要方向。

三、融合一体化发展建议

（一）战略定位：打造菏泽城市入口

当前，报纸、电视、新闻社等传统媒体不遗余力地推动转型，视频网站、电商门户也在寻求扩大市场的机会。在这样的变局中，菏泽广电还需要加快步伐，力争用1年到2年的时间，全力推进电视媒体与新媒体一体化发展进程。

视频制作及传播一直是广电的优势，菏泽广电应充分将这一优势应用到新媒体传播方式上，以视频传播为重心，掌握传播生态话语权，占领舆论宣传主战场，为文化安全与意识形态安全保驾护航，从而进一步提升菏泽广电舆论引导能力。

基本实现电视和新媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合，使菏泽广电从以传统电视节目生产制播为主的机构转向多平台多终端互动互融互通的全媒体机构。

形成以主流内容为核心的媒体生态圈，通过传统媒

体和新兴媒体渠道，向更多的观众传播主流内容。最终形成咨询+政务+服务+商务的模式，使得菏泽广电的品牌、内容、服务随时包围在受众身边，触手可及。

（二）战略布局：终端优先、互动

为能实现将电视内容优势延伸到新兴媒体，主要在内容、渠道、技术上进行布局。

1、内容：采用“电视+”融合模式

根据调研，电视内容仍然很强势，还达不到以“互联网+”思路来推进融合的水平，从菏泽广电优势看，也应以“电视+”推进融合。发挥菏泽广电内容优势，以传统电视制作端主导融合一体化。以电视新闻、节目制作做为一体化基础，将新兴媒体的基因注入传统媒体的肌体。按照中央厨房式全媒体制播方式再造生产流程，建立适合一体化发展的新型生产关系，极大释放内容生产力。

2、渠道：健全传播渠道，移动优先

推动媒体深度融合发展，继续向新兴媒体传播领域延伸，用党和人民的声引领网络舆论。按照内容特点和传播体系，加快建立有效的传播体系。重点发展移动端渠道，真正做到让菏泽广电内容“触手可及”。

3、技术：积极引进研发互动技术

要以互联网思维推进媒体融合，按照互联网传播的特有方式，将新技术与内容生产相互融合，共同形成核心竞争力。所以要加强技术研发和新技术应用，实现弯道超车。

（三）媒体融合步骤

1、转变观念，继续加大推进媒体深度融合步伐，按照传统媒体和新媒体各自特点，稳步推进融媒体建设及与之相配套的采编、分配机制。以“一次采集、多次生成、全媒发布”为目标，建立全方位联动、一体化运行的融媒体中心，真正实现流程再造，移动优先。下一步可以尝试将新闻部、百姓天天看、阳光政务、全媒体部四个部室进行融合，成立大新闻中心，所有记者均为全媒体记者，统一调度，根据稿件性质统一分发，实现一次采集，多端发布，避免一个新闻事件，电视台出现多路记者采访的现象。

2、整合全台新媒体资源，打造有影响力的新媒体自主发布平台。由于我台新媒体平台过多，造成大量人力物力浪费，整合新媒体平台势在必行。我台的快融平台后期可以与APP、微信小程序、网站后台对接，实现一次发布，多端同时更新。在此基础上，将网站、APP、新媒体直播、新媒体广告制作发布等业务交由全媒体部

统一管理，其他新媒体平台只服务各栏目、频率节目内容，杜绝台内各新媒体平台新媒体广告赠送行为，提高新媒体创收能力。

移动客户端APP具有更为明显的全媒体优势，信息更新快且不受限制，具有文字、图片、音频、视频等多元化传播形式，既可以发布新闻信息也可以与受众互动，既可以为各单位开办订阅号进行政务服务，同时可接入各类便民服务功能，待有一定的用户基础后还可以开发商务功能。下一步要以手机APP作为抢占移动客户端的重要工具，统领新媒体业务。

3、推进全媒体人才队伍建设。加快引进新媒体人才，加强复合型人才队伍建设。按照全员岗位聘用的原

则，建立首席制、领衔制等岗位聘用制度，实行分类绩效考核，坚持业绩导向的分配激励制度，激发内生活力。对全台所有采编人员要强化系统性技能培训，真正掌握新媒体技术，打造“一专多能”的全媒体复合型人才队伍。

总之，媒体深度融合是广电重新夺回舆论主战场、发出话语权的必由之路，受众在哪里，我们的视线就要在哪里，“道阻且长，行则将至”。

参考文献：

[1]王亮君.当前推动媒体融合发展的思考和对策[J].新闻采编，2021，（04）.

[2]马跃坛.推进广电主流媒体深度融合发展的思考[J].大庆社会科学，2021，（04）.