

# 城市电视台与新媒体融合发展举措浅析

张淑玲 孙金娜

新媒体以其形式丰富、互动性强、渠道广泛、覆盖率高、精准到达、性价比高、推广方便等特点在现代传媒产业中占据越来越重要的位置。新媒体的迅速发展使城市电视台的固有发展局限性日益突显,如何触发内部变革,融合创新,最终在这一轮媒体产业变革的浪潮中谋变突围跨界融合,掌握舆论话语权,找到发展路径,这是城市电视台下一轮战略发展的重要课题。

## 一、新媒体对城市电视台形成的强力冲击

城市电视台主要包括省会城市电视台、计划单列市电视台和地级市电视台。从1983年起,在落实“四级办电视”与“四级混合覆盖”的政策中,城市电视台的发展十分迅速。但城市电视台由于资金、技术、人才等方面的缺失,再加上节目策划与制作的能力所限,城市台的节目无法与中央电视台、省台相媲美,在新媒体兴起之前就一直在央视和省级卫视覆盖的夹缝中求生存。新媒体的快速发展使城市台又受到两个方面的冲击。

1.城市电视台的受众群受到冲击。数字电视、移动电视、网络电视等新媒体的出现和快速发展,分散了受众对电视的注意力。微博、微信以及新闻客户端等新兴的数字媒介吸引着越来越多的受众,用手机、平板电视等移动设备可以随时随地地观看电视节目,了解重大新闻事件。这些新媒体瓜分了本来就处于弱势的城市电视台的受众群,使得城市电视台的受众越来越呈现老龄化趋势。

2.受众通过电视台看节目的唯一性受到冲击。从聚集受众群的角度,互联网给城市电视台带来了强烈冲击。互联网在新闻传播速度、新闻信息容量和新闻接收方式等方面都有较大优势,同时在视频传播、大型活动传播、影视剧传播等方面也有优势。过去人们只有通过电视机才能收看视频节目的情况因互联网的出现而彻底改变,从而影响了电视台节目的市场占有率,在央视和省级卫视的双重覆盖下,城市电视台本来就不高的收视份额再次降低。

## 二、城市电视台与新媒体融合发展的举措

在新媒体环境下,城市电视台应该顺应行业的潮流和趋势,依托其自身的资源联合新媒体走发展的道路。之前,包括央视,不少省级电视台都已经建立了自己的网络电视台和手机台,这是国内电视媒体与新媒体融合的有益尝试,但对于一些资金、技术、人才等各方面资源有限的城市电视台来说,一时还达不到建立网台并长期运营的能力。那么,城市电视如何完成这次内部革命,与新媒体

互动共赢,寻求做大做强出路呢,笔者认为主要应在以下5个方面求突破。

1.要转变传播方式,打牢融合的基础。城市电视台将节目内容提供给新媒体的时候,电视台应该重新整合节目内容,重新组合节目,改变节目本来的编排方式,使节目适合在新媒体上播出。首先,增加城市电视台节目的互动性。新媒体受欢迎的主要原因之一在于它的互动性强。在城市电视台中,增加节目与观众的互动性,可以吸引越来越多的受众。其次,增强城市电视台节目的实时性。新媒体的一大特点是实时更新,一些重大的新闻都是从网络上首先看到的。城市电视台需要花费大量的资金来实现节目的实时更新,但是,城市电视台的新闻节目可以借鉴网络传播的特点,通过增加整点新闻的方式,每天在一个固定的时间段更新节目内容,来增加节目的实时性。最后,利用新媒体传播的全球性,宣传城市电视台的品牌形象和节目内容。城市电视台的宣传范围一般限于本地市及周边地区,而新媒体的出现打破了这一地域限制。城市电视台可以利用新媒体在全球范围内进行传播,提升自己的频道形象,宣传自己的节目内容。

2.要充分利用微博、微信等平台拓展融合的范围。每个栏目都可以开通一个官方微博、微信跟观众进行互动交流,利用这一平台,不仅可以扩大电视栏目在观众中的覆盖面,还可以提高栏目在受众群体中的知名度,并实现和观众的双向互动交流。例如笔者所关注的日照电视台《阳光旅游》这一栏目的官方微博和微信,只是在播出的时候让观众拿起手机扫微信的二维码赢大奖,即便在节目没有播出的时候,也可以与观众进行互动,在微博或微信上发一些即将要播出节目中的照片和短视频,来增加本期节目的悬念,引起观众要观看本期节目的兴趣;还可以让观众在栏目的官方微博或微信上留言,提出对节目的建议或者希望从节目中看到哪些方面的内容,编导可以根据观众的意见进行策划、改进节目,更好地吸引观众的注意力。

3.要充分利用移动电视扩大融合领域。城市中的出租车、公交车等都是城市电视台移动电视发展的市场。这也是城市电视台的一大优势资源,中央台、省台以及其他城市台、互联网等,一般不会来跟本地电视台争夺这一资源。因此,城市电视台要制定切实可行的发展规划,科学的管理措施,又好又快占领这块阵地。在具体实施中要认真研究市民收看移动电视和楼宇电视的习惯,从市民的需求出发编排移动电视和楼宇电视的节目。

4.要加快发展手机客户端,提高融合发展的水平。手机

因携带方便的优势,成为人们每天使用时间最长和使用次数最多的媒体。随着智能手机的普及,各种手机软件已经融入到了我们的生活中,手机已成为网民的第一上网终端。在这种情况下,城市电视台作为主流媒体,不论是从讲政治的高度,还是从提高经济效益的角度,都要紧跟时代步伐,占领手机用户这一最大客户端。积极地参与手机软件的开发合作将是城市电视台未来发展的一个新趋势。如无锡、苏州、徐州广电传媒集团(台)开办的“智慧无锡”、“无线苏州”和“无线徐州”等等开发手机客户端的例子,都做得非常成功。以“无线苏州”为例,它是苏州广播电视台打造的一个城市生活类手机客户端,包含了城市生活、交通导航、快捷支付等功能,也实现了苏州广播电视节目的全球同步直播,促成互联网、广电网、通讯网、电视屏、手机屏、电脑屏的“三网三屏”融合。“无线苏州”能够迅速传播苏州的新闻资讯,能够随时随地为人们提供服务,极大地方便了人们的生活。

具备条件的城市台可以借鉴“无线苏州”的成功做法,积极地与第三方联合,打造属于自己的手机客户端。例如,日照广播影视集团(台)也正在购置设备打造“无线日照”手机客户端。作为一个旅游城市,“无线日照”在开通资讯、公交、直播、天气等功能外,更重要的是要开通旅游服务功能,能够让游客方便查询到旅游景点的相关

信息。城市电视台要在开发的过程中特别注重用户需求和内容定位,从而让人们感受到人性化的服务。

5.要注重电视节目本土化,增强与新媒体融合的互动性。如今的门户网站大多是刊登面向国内外的大事件新闻,很少能看到一些小事件新闻或者发生在读者身边的区域性新闻,像社区新闻。而城市台最大的优势就在于此:生产的内容接地气。例如日照台开办的民生新闻栏目《社会零距离》,在日照是长久不衰的优质本土节目,十几年来收视率居高不下。像这类关注民生的新闻栏目,各城市电视台都有,这类节目注重挖掘本地的草根文化,使节目内容既具有传统媒体专业性把关,又具备草根时代的原创个性,通过社交平台或手机APP与大众进行互动,从这些互动反馈中,分析观众的喜好,并把这种喜好融合到节目制作中,形成良性循环。

在城市电视台与新媒体融合发展的过程中,城市电视台需要重新定制、重新打造自己,把满足受众的需求作为与新媒体融合发展的强大推动力,才能在新媒体与传统媒体激烈的竞争中,探索出一条适合自己发展的道路,开拓出属于自己的媒体版图,开创城市电视台一个更加美好的未来。

(作者张淑玲单位:日照广播电视台总编室;孙金娜单位:曲阜师范大学传媒学院/责编:丁磊)

(上接102页)一些人则举着国旗来到位于布鲁塞尔的王宫前表示反对,公共电视台的总机几乎被打爆,连比利时首相也认为公共电视台此举是“极端不负责任的行为”。这些外国媒体的行为极大地损害了电视媒体的公信力,给我们研究的问题带来了极大的启示。

### 三、提升我国电视媒体公信力的思考

公信力对于电视媒介传播具有重要意义,公信力的下降会妨碍传播效应的发挥,也不利于国家政策的执行。而在当前的市场经济体系下,媒体为了获得大众认可,会采取各种策划手段,这就对监管工作提出了更高的要求。

第一,要进一步加强政府对电视媒体的监管。电视媒体承担着重要的社会责任,其话语权及表达方式对个体、公众乃至整个社会都能产生很大影响。电视节目若策划得当,方向正确,会在宣传监督、引导舆论、传递信息的同时提高媒体的公信力;若策划失当,方向有误,就可能降低电视媒体的公信力,轻则起不到宣传教育的作用,重则有违于观众的收视心理,甚至会妨碍社会的安定团结,造成恶劣的影响。政府必须加强对电视媒体的监督和管理,并要求媒体从业人员坚持正确的舆论导向,本着对社会负责的态度,在制作每一个节目时都要考虑可能带来的后果。

第二,要重视电视新闻与信息的真实性。媒体的公信力来自于对国计民生的关注、对重大时事的剖析以及对

社会热点问题的敏锐洞察力。因此,制作的节目要真实可靠,客观公正,令人信服,特别是对新闻工作者来说,坚持用事实说话是新闻真实性的根本保证,有了事实,才有新闻,时间、地点、人物、事件、原因、结果等构成新闻的基本要素,新闻事实涉及的环境、条件、过程、细节,以及新闻所引用的资料、数字、等都必须是真的。

第三,要在策划过程中树立观众意识。观众意识体现在媒体对民众生活的关心、贴近和认真对待,制作节目时,新闻工作者要真正站在老百姓的角度,想观众所想,急观众所急,只有这样,才能使节目贴近实际,贴近生活,贴近大众。在如今的经济社会转型期,文化创意产业在我国得到了极大的重视,媒介体制改革也正在如火如荼地进行,媒介同质化倾向使电视媒体的权威地位和喉舌作用或多或少地发生了改变,因此,必须提前对节目进行策划,才能巧妙地将党和政府的声音传达给观众。

总之,电视媒体的公信力来自于其对受众提供真实、可信、思想内容与艺术形式俱佳的节目,长此以往,才能在社会上形成一定的信誉度、权威性和影响力,对于我国来说,只有依靠政府和行业的共同呵护,在重视传媒权威性的同时考虑观众的审美取向,才能在取得良好传播效果的同时提高公信力。

(作者单位:北京联合大学广告学院/责编:倪啸)