

融媒体环境下县级媒体的发展策略

代 帅

(金乡县广播电视台 山东 济宁 272200)

【摘要】随着信息化时代的到来,媒体领域正在经历一场声势浩大的巨大变革。信息化的加快使得信息传播交流的方式出现变化,传统的媒体形式已经无法全面满足人们的需求,新的媒体传播形式正在不断涌现,媒体领域的市场竞争越来越激烈,对于传统媒体,尤其是县级媒体来说,积极寻找应变之策,跟上时代发展的步伐,是当前发展最为紧迫也是最为重要的方式。因此,本文以县级媒体作为研究对象,探究了在融媒体环境下,县级媒体的发展现状以及相对应的发展策略,以期能为实际中县级媒体的发展提供一些意见和建议。

【关键词】融媒体;县级媒体;发展策略

一、前言

对于广大受众来说,融媒体理念的出现改变了其接受信息的渠道与方式,使其拥有了更多样的选择,然而对于传统媒体,尤其是县级媒体而言,融媒体的出现无疑是巨大的挑战,对于传统媒体的市场竞争力造成了极大的冲击。融媒体的发展势头锐不可当,其发展的趋势是伴随着社会生产力的发展而发展的,可以说是现代信息技术发展到一定阶段媒体领域所必然面对的重大变革。因此,在当前环境背景下,县级媒体必须正视自己的问题,积极寻求应对之策,顺应时代的发展,做出必要的改变。

二、融媒体概述

融媒体是指众多媒体在形式、内容等多个方面的高度结合,表现在媒体之间的“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”。融媒体是当前媒体领域较为广泛以及普遍的一种新型的变革理念,其将纸媒、广播、电视、互联网等众多形式依照各自的互补点以及相同点进行有机的整合,使得受众能够从多方位、多渠道、多角度地了解到更多的信息。融媒体的出现是伴随着新兴媒体的出现而出现的,新兴媒体则是随着互联网的发展而发展的,所以融媒体是一种传统媒体与新媒体结合的一种形式,更能全面的体现一种新的媒体机制。在这种媒体机制下,传统媒体与新兴媒体都各自有着各自的优势与不足,与新媒体相比,传统媒体并不是一无是处,反而有着极强的优势。在融媒体环境下,县级媒体能否在新媒体大潮中占据一席之地,完全取决于县级政府能否认清现状,做出相应的发展策略。

三、融媒体环境下县级媒体的发展现状

1. 资金不足

资金不足的状况是县级媒体在改革和发展的过程中最为常见的也是最为致命的问题之一。由于县级媒体所在县级市本身的经济状况不太好,或者由于县级媒体本身的受众群体小,吸引的人数有限导致县级媒体的创收也有限,县级媒体在发展和变革的过程中资金链经常断裂,发展和改革的过程中存在许多掣肘。经济的限制、资金的不足对于县级媒体设备的购买、人才的引进都会造成重大的影响,而设备与人才的缺失无疑就是县级媒体在改革与发展的过程中最为需要的,资金的缺少使得县级媒体无法改变现状,最终陷入“缺钱-没竞争力-没钱”的恶性循环。

2. 人才匮乏

人才创造价值,只有能够良好地适应融媒体环境的媒体人才主持县级媒体的进步与改革,并积极组织融媒体环境下技术以及思想先进的人才,县级媒体才能更好地进步。对于县级媒体来说,人才少是其中重大的问题之一,对于拥有技术的专业人员来讲,县级市对于人才的吸引力不强,同时县级市媒体单位给出的薪资待遇等不够优厚,难以留住人才。这就导致了县级市媒体单位人员少、工作任务繁重的现象。另外,县级媒体内部还没有建立成体系的考核机制以及协作机制,对于工作人员来讲,内部管理混乱,更导致了人才的流失。

3. 新媒体产品创新性差

融媒体背景下,网络对于媒体信息的影响越来越重要,受众对于“内容”的要求也越来越高,这就需要县级媒体积极转变

思维,进行新媒体的产品创新。事实上,当前的县级媒体虽然涉及到了一定的形式上的改革,例如建立网络端口,进行微博、微信等平台上的媒体传播,但是在这些平台上仍然传播的是毫无新意的内容,没有根据新媒体的特点进行符合新媒体特点的新闻传播,可视化方面做得远远不够。这种“新瓶装旧酒”的行为对于县级媒体的发展毫无意义。

四、融媒体环境下县级媒体的发展策略

1. 积极开拓新媒体业务

由于客观因素的限制,县级媒体的业务传播范围存在一定的局限性,受众仅限于本区域内的群众,而不能将本区域的新闻信息传播至更多的人,这无疑会给县级媒体的新闻传播工作带来许多的弊端。因此,县级媒体一定要积极开拓新媒体业务,利用新媒体平台将区域信息以多种渠道、多种方式进行呈现。例如,县广播电视台建立自己的新闻客户端,注册自己的新闻微信公众平台,开创自己的专属微博官方媒体,结合时下的热点对于新闻信息进行传播,这就无形中将受众范围扩大到了更多的人,更有利于县级媒体的改革和发展。

2. 打造特色媒体产品

在媒体竞争逐渐增强的融媒体环境下,县级媒体只有打造自己的特色媒体产品,才能更好地顺应当下“内容为王”的媒体箴言。在县级媒体打造自己的产品的过程中,需要看到自身的优势与不足,不能一味的复制别人的新闻播报套路,而是要结合自己的特色,对于某一点的内容进行更深入的挖掘和报道。

3. 积极探索传统广告与新媒体产品的合作机制

随着网络新媒体的迅猛发展,传统媒体广告资源流失非常严重,特别是地市级广播电视台,广告营收不少都呈现出断崖式下跌的态势。因此,在广告市场,要形成传统媒体与新媒体资源的完全融合、相互促进、互补互利的有利结构,使得新兴媒体成为新时期广告创收实现增量的有力抓手和有效途径。

五、结语

作为中国电视业“四级办台”中第三层级的县市级广播电视台,在大浪淘沙的媒体进化战中,必须紧随时代变化改革的步伐,勇于开拓创新、改变思维,做出有益的改革。县级媒体只有大胆地对自身进行改革,才能保障自己在媒体领域的一席之地,才能促进自身的可持续发展,才能持之以恒地为更多的受众提供更多积极的信息,才能引导社会价值观走向更为积极开放的地带。

参考文献

- [1] 陈涛. 新媒体环境下地市级广播电视台的发展策略——以安徽省六安市广播电视台的融媒体实践为例[J]. 新媒体研究, 2019, 5(12): 93-94.
- [2] 郝喜翠. 浅析融媒体环境下县级电视台新闻栏目的发展策略[J]. 新闻研究导刊, 2019, 10(02): 198.
- [3] 廖向阳. 探析融媒体环境下广东电视民生新闻的创新发展策略[J]. 新闻研究导刊, 2017, 8(10): 249-250.
- [4] 余冬云. 融媒体环境下县级台的发展策略[J]. 科技传播, 2016, 8(14): 67-68.