

新时代下地方台如何在传统和新媒体之间分配力量

刘莉莉

济南广播电视台

DOI:10.12238/jpm.v6i8.8296

[摘要] 新时代媒体融合走向纵深，地方台需平衡传统媒体优势与新媒体效能。依循“协同增效”原则，既守传统根基，又抓数字化机遇。其面临内容、渠道、架构三重矛盾，破解之需融合二者特质，建区域全媒体体系，此为竞争所需，亦是巩固基层舆论阵地之责。在此背景下，本文首先对地方台生存现状进行分析，剖析传统的媒体行业在新媒体时代面临的挑战，分析新时代下地方台在传统和新媒体之间分配力量策略，以期能够为相关研究提供借鉴。

[关键词] 新时代；新媒体；地方台

How to allocate power between traditional and new media in local stations in the new era

Liu Lili

Jinan Radio and Television Station

[Abstract] In the new era, media integration is moving towards depth, and local stations need to balance the advantages of traditional media with the effectiveness of new media. Following the principle of "synergy and efficiency", we not only adhere to traditional foundations, but also seize digital opportunities. It faces the triple contradiction of content, channels, and architecture. To solve this, it is necessary to integrate the characteristics of both and establish a regional full media system, which is necessary for competition and also the responsibility of consolidating grassroots public opinion positions. In this context, this article first analyzes the current survival status of local stations, dissects the challenges faced by the traditional media industry in the new media era, and analyzes the power distribution strategies of local stations between traditional and new media in the new era, in order to provide reference for related research.

[Key words] New Era; New media; Local Station

引言

习近平总书记在谈媒体融合时深刻指出，“推动媒体融合发展，建设全媒体就成为我们面临的一项紧迫课题。要运用信息革命成果，推动媒体融合向纵深发展，做大做强主流舆论，巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础，为实现‘两个一百年’奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦提供强大精神力量和舆论支持。”在全媒体迅猛发展的当下，信息如潮水般涌流，舆论生态、媒体格局以及传播方式正经历着前所未有的深刻变革，新闻舆论工作也随之面临全新且严峻的挑战。地方电视台属于区域舆论传播的重要载体，处在媒介生态转型进程里，在传统媒体深耕本土，靠近受众资源方面有着显著优势，但同时也面对新媒体促使传播方式更新，受众需求改变的双重考验，如何在传统媒体和新媒体之间做好资源融合，既能保留传统媒体的权威性以及深度报道特色，又能发挥新媒体在传播时效性，互动体验创新方面的潜力，是地方电视台朝着未来持续发展并有效承担起舆论引导职责的关键课题，不仅牵涉到地方电视台自身的战略谋划和发展远景，而且深深关系着区域主流舆论场构建与改善的大局。

一、地方电视台的生存现状

新媒体技术的迅猛发展对传统电视产业产生了深远影响。

从媒介形态与传播机制分析，新媒体依托现代通信基础设施，展现出部署灵活、形式多样以及互动性强的独特优势，正是电视媒体难以实现的。若要实现新闻信息的即时推送，传统电视通常需要借助卫星传输或调整节目编排方案，不仅增加了运营成本，还降低了操作效率与响应速度。虽然数字电视、手机电视及移动电视等新型技术手段在一定程度上优化了电视传播方式，但受限于技术条件、设备配置以及商业模式等多重因素，在时效性、便捷性及覆盖范围等方面仍难以与新媒体形成有效竞争。互联网等新型媒介正深刻影响着当代生活方式，其对社会生活的重构作用尤为显著，特别是在年轻群体中，网络已成为获取信息的主要渠道，而对传统电视媒体的依赖程度已明显降低。

在新媒体生态加速演进的背景下，传统电视媒体间的竞争格局日益激烈。中央电视台及其部分强势省级卫视通过多维度战略举措抢占市场份额。一方面，加大资金投入研发大型直播节目与创新型综艺内容；另一方面，优先争取热门影视剧的独家播映权。为提升节目竞争力并扩大受众覆盖面，平台不断优化视觉呈现与制作质量，在此情形下，地方电视台的生存空间受到显著挤压。随着城市电视台联盟逐渐松散，地方台转向市场化采购机制获取影视资源，但由于本地化内容供给不足，其收视率出现明显下滑。面对重大新闻事件，央视与省级卫视凭

借高效的资源整合能力和现场响应效率占据主导地位，而地方台难以与其抗衡。近年来，各类大型综艺节目兴起后迅速占领主流娱乐市场，致使大量地方台文艺栏目因观众流失而被迫退出荧屏。

二、传统的媒体行业在新媒体时代面临的挑战

（一）新闻报道模式陈旧，导致观众关注度低

传统媒体在新闻传达当中大多采取单向线性讲述方式，基本依托地方电视台来执行内容发布，其流传机制以单向信息传导为主，忽视受众之间的交互回馈，造成受众参与不足，难以开展深层次交流。伴随新媒体技术飞速发展，不断扩展自身功能之后，在信息传递速度、内容双向互动以及个性化信息服务等方面，已打破传统媒体长期以来所存在的固有限制，进一步优化并加强了用户的自主选择权限和交互能力。在此关键时期，已经深刻改变了传统媒体的基本运转流程、内容制作手法以及受众关系构建等内容层面。传统媒体不得不加快自己的转型速度，从而能够顺利适应数字化时代全新的传媒生态环境。

（二）信息传播时效性不足，价值释放受限

在新闻传播领域中，“新”的核心特质在于其对时效性的极致追求，使得信息能在瞬息之间跨越时空界限，迅速触达全球各地的读者和观众，极大地满足了现代社会对即时资讯的强烈需求和渴望。在新媒体平台如雨后春笋般快速崛起并展现出惊人传播效率的背景下，传统媒体面临着前所未有的挑战。挑战主要源于节目时长的严格限制、频道资源的有限分配以及复杂冗长的审核和制作流程，导致传统媒体在信息传递的速度和及时性上难以与新媒体相抗衡，进而陷入相对劣势的局面。

（三）报道形式固化，难以满足受众个性化需求

新闻的流传方式在信息时代的背景下出现多元化和动态化的倾向，究其根本的原因在于传播途径被拓宽和更新，这种改变深深地改变了信息的创建、传达及接受的整个流程，从而改变了传统的新闻传播模式。传统媒体由于内容格式单一，无法迎合用户个体化的需求，渐渐失去市场上的竞争力。相反，新媒体靠着自身的优势飞速发展，慢慢占据上风。主要由年轻人构成的主流观众群体对传统媒体的关注度及其参与程度显著下降的现象表明，新媒体给传统媒体造成了巨大的影响，给传统媒体带来了不小的冲击。传统媒体发展陷入诸多困境，既有外部因素，如技术更新迟缓、传播途径受限，也有内部机制深层次矛盾，如内容创新动力缺乏、价值取向偏离等，都在其中扮演重要角色。在此情形下，“以人民为中心”理念的缺位成为阻碍其持续发展的关键瓶颈之一。

（四）人才结构失衡，转型动力不足

传统媒体的人才体系多基于传统采编流程构建，从业人员擅长深度报道、版面编辑等传统技能，但在新媒体运营所需的短视频制作、直播策划、数据分析、用户运营等方面存在明显短板。随着媒体融合进程加快，人才结构失衡问题愈发突出：一方面，现有员工因知识结构固化，对新媒体技术和传播逻辑的接受度低，转型意愿不强；另一方面，复合型新媒体人才更倾向于选择机制灵活、薪酬优厚的互联网企业，传统媒体面临人才招聘难、留存难的双重压力，人才队伍的断层直接导致传统媒体在内容创新、技术应用和市场应对方面动力不足，难以

适应新媒体时代的发展需求。

三、地方台在传统和新媒体之间力量分配的核心原则

（一）动态平衡原则

力量分配上，动态平衡原则体现传统媒体和新媒体各自发挥特长，相互补充。传统媒体侧重于深入内容创作和公信力建设，依靠专业的采编团队和严格的内容生产流程，在时政解读、调查报道等层面耕耘，产出有权威性、思想深度的优质内容，夯实自身在信息传播中的信任根基。新媒体承担时效传播、用户互动的核心职能，凭借即时传播的优势，迅速回应突发新闻，传递轻量级信息。通过评论区互动、话题引领等手段，加强用户参与感，塑造活跃的传播生态。传生态，二者凭借功能分工实现动态适配，共同满足各种场景下的信息需求。

（二）资源优化原则

资源优化原则意在依靠科学调配资源来提升整体效能，防止内耗与浪费。一方面要缩减传统媒体和新媒体之间的重复投入，打破内容生产的壁垒，创建统一的共享内容库，做到素材一次生产，多次加工，多平台复用，既能削减运营成本，又能保证信息传播的一致性。另一方面，在人力调配方面应当朝着复合型人才方向倾斜，着力培育既有传统媒体采编能力又有新媒体运作技能的复合型人才。同时，通过跨部门协作机制调动现有的人才资源，让传统媒体从业者参与新媒体内容规划当中，让新媒体人员融入传统内容生产流程，从而形成人才上的优势互补，为媒体融合发展提供智力支撑。

（三）协同增效原则

协同增效原则关注传统媒体和新媒体通过深度协作而形成的合力，做到“1+1>2”的传播效果，在内容上，搭建起“前端快速触达+后端深入挖掘”的联动链条。新媒体利用快讯、短视频等形式完成初次的信息传递之后，传统媒体便依托关键信息开展延伸调查、背景解析以及专业剖析，从而达成内容价值的梯次释放。如在突发公共事件中，新媒体率先公布事件概要，传统媒体紧接着推出一系列追踪报道，既保障了传播的时效性，又提升了内容的深度。

四、新时代下地方台在传统与新媒体之间分配力量的策略

（一）内容生产：传统深度与新媒体时效的协同共振

媒体传播的主要载体要依托于传统媒介的深度优势与新媒体时效性特点之间的动态平衡。传统媒体依靠长时间积累起来的采编经验和专业技能，在时政新闻以及民生调查方面有着很强的深度挖掘能力。通过严格的事实核实、多种信源交叉验证并加以系统化的逻辑分析，一方面提升了报道的权威性，另一方面也增强了内容的思想性，从而巩固了公众的信任基础。而新媒体则以即时性、碎片化的优势见长，善于应对突发事件和轻量级信息，依靠短视频剪辑、核心要素提炼以及图文快速整合等手段，在最短时间内满足受众对于信息的即时需求。

要想充分发挥协同效应，就要创建起“新媒体率先发布，传统媒体深度剖析”这种联动机制，冲破了传统线性时间轴的限定，转而依照内容层级递进的逻辑结构来规划，新媒体着重信息传递的及时性与高效性，凭借简洁的文字迅速表现出主要要素，传统媒体则专注于深度阐述，通过背景梳理、专家点评、多角度对比等手段，对新媒体发布的消息展开全面的拓展，如

《广州日报》,在重大新闻事件当中常常采取这样的运作模式,先是用新闻客户端推送百字左右的摘要,保证大众马上就能得到关键资讯,然后在纸质版面上刊发详细的报道,全方位再现事情的经过,深入探究其社会影响以及长远意义,进而形成“即时通告——深入分析”的完整流传链条,全面体现出新媒体的即时性长处和传统媒体的专业深度。

(二) 渠道布局,传统覆盖力与新媒体渗透力的互补性延伸

作为信息传递的重要载体,渠道布局需对传统媒介和新兴平台形成动态平衡,进而构建起“点面结合”的立体化传播体系,“点”主要依靠纸质报刊、广播电视等传统媒体成熟的分发渠道,凭借地域覆盖优势,在特定区域稳固目标受众群体,对于中老年群体和低线城市市场来说,具有较强的渗透能力,成为区域传播效能的重要支撑,“面”则通过新媒体矩阵做到跨地域的广泛覆盖,“两微一端+自建 App”的多终端协同联动,依靠社交互动和智能推荐算法精准触及年轻受众和跨区域用户,信息传播的广度和深度得到明显提升。

河南卫视的转型实践成为跨媒介协同的典型样本,新设立的媒体营销部门并非独立运行,而是成为统筹全台资源的关键节点,促使优质内容向数字化形态转化,在保留电视端节目完整性的基础上,通过短视频平台选取文化类节目的精华片段,在社交媒体上引发话题讨论,依靠自有应用程序塑造用户社群,达成传统传播优势与新媒体渗透能力的结合。湖南卫视凭借芒果 TV 形成的生态体系,将电视端的内容生产力量扩展到互联网平台,形成以“电视端引流”和“APP 深化服务”为特点的多终端联动机制。用户可以利用不同的设备执行直播观看、回放互动以及衍生内容消费等多种操作,充分体现了渠道协同的效果。

(三) 资源投入,机制改革与全员转型的深度结合

优化资源分配体系是改善配置效率的关键途径,其核心是冲破传统媒体与新媒体的体制阻碍,达成从“物理整合”到“化学融合”的深层改变。目前,部门化运作容易引发资源浪费和信息割裂,明显降低协同效果。要解决难题,就要以机制革新为突破口,全方位推进媒体报道转型进程。一方面,通过机构重组冲破部门壁垒,创建起跨职能协作的扁平化组织架构,促使传统采编人员深入介入新媒体内容创作,促使新媒体运营者参与传统内容策划流程,做到全链条深度整合。另一方面,完善人才培育体系,一方面对现有员工开展新媒体技能培训,提升其短视频制作、直播运作、数据分析等核心能力;另一方面,积极吸引既有传统媒体经历又有新媒体思维的复合型人才,填补专业缺口。

技术革新成为资源分配的关键推动因素,媒体机构要符合数字化转型的走向,联合电信运营商、互联网平台等外部主体,创建跨终端的内容分发和服务体系,促使多媒体设备之间内容顺利流通,利用大数据技术深入剖析用户行为特点,准确找出各个渠道和目标群体的不同需求,采取细致化的个性化推送方案,从而提升资源配置效果,改善投资回报率。省级党报同本地电信服务商联手,融合地理信息系统数据和用户标签体系,在移动客户端提供定制化的公共服务信息,既加强了传统媒体的地方服务功能,又凭借技术创新提升了受众黏性,做到资源利用的最优化效益。

(四) 本土特色,深度挖掘与跨平台转化

地方电视台作为区域信息传播的重要载体,在资源分配上需探寻传统媒介与新兴技术融合的路径,并凸显地域文化特色,“本土化内容创作+多平台适配”成为构建差异化竞争优势的主要策略,与中央级媒体宏观叙事视角及商业平台娱乐化倾向形成对比,地方电视台依托对本土文化的认知、对区域民生事务的关注以及对地方发展动态的把控,形成了自身独特的竞争优势,既是传统媒体可持续发展的关键支撑,也是解决新媒体时代信息同质化问题的一种重要方式。

从内容层面来讲,要塑造“传统媒体深耕本土议题+新媒体活化地域符号”的协同融合体系,传统媒体可以依靠地面频道,本地报刊之类的平台,围绕地方政策解读,社区民意调查,区域文化传承等关键领域,设置“街巷记忆”,“非遗传承者”之类专题栏目,通过纪录片或者深度报道来塑造带有地方特色的文化 IP,新媒体则要对资源加以再加工,凭借碎片化流传,用场景化叙述加强内容更新性,用方言素材做短视频,用航拍技术拍摄城市改变轨迹,或者开展“乡愁记忆”互动话题加深用户情感联系。

渠道协同上,要形成“本土化场景融合+线上社群联动”的多维网络体系,传统渠道要加深与本地生活场景的融合,社区公告栏、公交站台等公共场所可以投放线下宣传物料,还可以与当地文化机构联手举办观影沙龙或者主题阅读活动,把媒介传播融入日常生活当中。新媒体则依靠“双微一抖+本地生活服务平台”的组合形式,塑造以区域为中心的线上社群生态,通过微信公众号公布本地服务消息,借助抖音直播改善商家和用户的互动体验,在自有 App 里设立“邻里互助”专区,实现线上线下双向导流的目的。

五、结束语

综上所述,随着社会经济的发展和新媒体技术的进步,媒体行业被注入强大的生命力。潮流化、年轻化、大众化是其发展的必然趋势。地方电视台应积极主动地推动媒体融合发展,相互汲取、相互补充,实现再创造、再发展,打造地域特色、人文特色和时代特色的电视节目,用年轻人喜爱的方式吸引、影响年轻人,赋予地方电视台新的生命内涵,实现电视台的创新转型,推动其可持续发展。

[参考文献]

- [1]王艳,黄浙川,漆燕彬.新时代下如何做好传统媒体与新媒体有效融合[J].传播力研究,2024,8(8):61-63.
- [2]罗春山.谈新时代地方传统媒体转型发展[J].传播力研究,2023,7(2):37-39.
- [3]谢美琳.新时代传统媒体与新媒体融合发展趋势[J].传播力研究,2023,7(33):61-63.
- [4]谢岫峤.新时代的新样态:新媒体与传统媒体的融合之路[J].新闻文化建设,2024(3):124-126.
- [5]张清艳.新时代下传统媒体与新媒体的发展变革之路[J].传播力研究,2022,6(22):22-24.

作者简介:刘莉莉,1982年4月4日,女,山东济南,汉族,本科,中国传媒大学,制片人,广电类新闻专业,中级职称,记者,济南广播电视台,研究方向:地市级传统媒体如何实现向新媒体的成功转型。