

互动 互通 互融

——“融媒体”下新闻广播的立体式发展

王帆¹

2014年是新媒体的发展年，新媒体强势倒逼传统媒体进行变革，面对新媒体快速发展带来的巨大挑战，广播应该如何应对？相信这是所有广播人目前最关心和想要解决的问题。

近年来无锡广电集团针对新形势、新环境，积极研究应对，加速战略转型，从组织架构、资源配置以及管理体制方面入手，全方位打造台层面的多媒体中心，建立起了一套“融媒体”下新闻广播的立体发展模式。

坚守“融之道、合为上”的理念，无锡广电新闻中心整合无锡新闻广播频率、无锡电视新闻综合频道、平面媒介无锡新周刊、太湖明珠网的新闻版，并且纳入了微博、微信和移动客户端等一些社交媒体、新老媒体六位一体，相互融合，由新闻中心统一指挥运作，人员集中，资源集约，管理统一，指挥一体。

资源整合集约运作推动了“化学反应”。首先是组织结构融合，按照广播电视传播的特点和新闻中心功能的职责，新闻中心对管理架构进行重新调整，实行扁平化的管理，下设编辑部、时政新闻部、社会新闻部以及电视节目部、广播节目部、综合部这六个部门，既有融合又有个性，立足互动，以往各频率各频道独门独户手工作坊式的管理模式得到了改变。

二是采编流程融合，实行的是以编辑部为核心，全媒体集散平台资源共享的前端采集一体化、终端播出多样化的流程。

具体而言就是记者把采集到的新闻进行加工后上传到新闻资源的共享平台，各平台的编辑都可以在平台上自由调取素材，根据各自的传播特点进行个性化的加工，实现生产内容向多屏分发传播。形成网络、广播、电视、平面、微博、微信、移动客户端、多媒体滚动梯次发布，形成优势互补，双向互动的新型传播格局。

通过这种深度互动，多重互通和节目融合，对内容传播而言可以实现以下几个突破：第一，通过新闻资源集约整合，在融合中释放了生产力，资源的集中度、共享度提高，运行的效能也得到了提升，降本增效成效明显；第二，对重大主题进行全媒体采集发布，在融合中彰显声势，舆论主阵地得到了进一步延伸，重大主题宣传、重大新闻事件报道形成全媒体、全方位、全覆盖，主流声音得以广泛传播；第三，“六位一体”的多层次传播模式，使得新闻传播在融合中提档升级，构筑起了全媒体、多层次的互动传播格局。第四，新老媒体互为一体的传播方式，实现了广播电视化、传统媒体网络化，在融合中进一步提高了传统媒体的竞争力²。

三是人才队伍融合，打造一支“既专又能、一体多用”的全媒体新闻团队，资源整合之后采访部门同时要承担广播、电视和新闻的采访发布任务，编辑要整合多种方式资源，综合多种表达方式，实现最优化的编排传播。新媒体中心也组织开展全媒体的技能培训，使每一位记者能够做到一专多能，既能给广播电视拍摄发稿，又能在网络微博上制作发布，还能进行广播电视的连线直播。同时记者、编辑、主持人跨界换岗实现制

¹ 作者系无锡广电新闻中心广播节目部副主任。本文根据其于2014年CSM媒介研究有限公司江浙客户会发言整理而成。

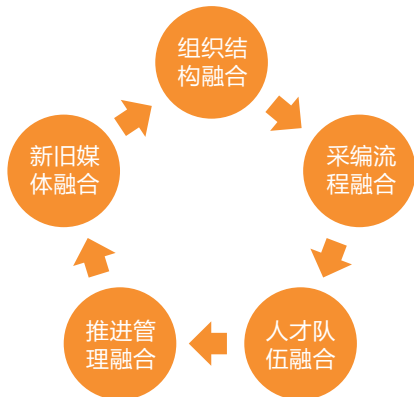
² 素材天下 sucaitianxian.com。

度化、常态化,各媒体、各部门人员实现充分流动,推动文化互融。主持人跨部门、跨媒介的交流也使品牌形象实现了叠加。

第四个方面是管理融合,围绕全媒体生产格局,修订一系列制度。完善配套保障体系,健全各类管理制度,注重媒体融合状态下的制度创新,以制度保障媒体融合发展。建立媒体融合格局下的全员考核制度,做到定岗到人、责任到人、奖惩到人,保证融合纵深推进。

第五个方面是新旧媒体的融合。通过微博微信平台,建立新闻广播的客户端等各种方式,传统媒体和新媒体实现了很好的融合,新媒体的延伸拓展平台和传统媒体互为支撑,相得益彰。日前通过对现有微博微信的粉丝大数据分析发现,受众以年轻群体为主,这些人以前不太听广播,推动新媒体之后开始关注广播。新媒体受众和广播听众可以说是互联互动互通,通过这种融合传统媒体受众群得到了扩大,新媒体借力传统媒体内容、渠道和品牌优势,带动其发展建设,增强了认知度,提升了用户数,增加了受众的黏合度。包括无锡广电研发的智慧无锡手机客户端,也是无锡广电顺应无线互联网发展,在移动APP时代重磅推出的城市公众信息服务台,在这个APP当中也植入了新闻广播的元素,比如说新闻广播的调查模块、互动模块。大家相互宣传,利用各自品牌优势效应吸引新的用户,增强彼此之间的黏合度。通过这些创新理念,路径机制,新闻中心以化学反应为目标,推动新闻资源有机整合,推动新老媒体相互融合,调整完善新型生产流程,管理架构和体制的体系,媒体融合取得了初步的成效。

图1 资源整合集约运作推动“化学反应”



从节目融合来看,以《政风面对面》和《937高峰调查》为例。937无锡新闻广播早高峰、晚高峰这两档主要的新闻栏目就是由新闻中心的时政新闻部、社会新闻部、编辑部和广播节目部跨部门合作的产物。早高峰节目当中还推出了记者连线、主要发布和节目预告几个栏目,这几个栏目都是在这些部门的通力合作之下完成的。主持人会对节目做提前的预告,以方便受众有选择性的收听。

节目融合的另外一个表现方式就是对重大主题进行全媒体的采集发布。新闻中心制定了全媒体报道广播思维的实施细则,从策划、采访、编辑和管理四个环节,通过梳理流程,包括机制的鼓励,让新闻生产前端能够为广播新闻的编辑后端提供更多的原材料。围绕社会热点和群众观众的焦点,广播节目在保持权威、大气、及时风格的基础上,也把大量电视新闻的创新元素和报道内容融合到广播的新闻当中,丰富了自己的报道内容,增加了新闻报道的深度,增强了节目的可听性。

在融合当中有一个典型的案例,就是六位一体多层次传播模式的《政风面对面》节目,它是2013年开播的无锡首档政民互动的节目,首度尝试了广播、电视、报纸、网站、微信、手机“六位一体”的全媒体传播形式。以每周三无锡新闻广播的电台直播为先导,网站在广播直播过程中进行视频直播,之后向《无锡日报》和《无锡新周刊》等平面媒体为延伸,在每周四、周五开设专栏,追踪周三广播《政风面对面》的内容,每周六电视新闻综合频道进行现场直播,包括无锡政府网、太湖明珠、智慧无锡手机端这些新媒体也会进行同步直播。在整个过程中市民可以通过热线电话、短信平台、微信微博、客户端这些渠道参与节目。节目通过这种全媒体的方式播出后,群众反响很好,获得了很好的效果。

第四个融合是新老媒体的融合。在创新融合思维的主导下,传统主流阵地不断夯实基础,市场竞争力也明显增强。以《937高峰调查》为例,除了在节目当中有主播、口播之外,还和时政部、社会新闻部一起合作,拓宽节目深度,让听众参与到节目中来,记者会走上街头进行街采,广播节目的评论员也会在节目播出过程中进行点评,真正做到了线上线下并行,在拓展了节目内容广度的同时,也增强了节目的深度,传播渠道也更多样、更具体。

广播的生存发展与活动密不可分,如果说节目是广播的基石,那么活动就是节目的延伸,所以在举办大型活动时也进行了一系列的融合。以举办大型活动为契机,以电台报道为主,配合报道进行线下的活动,全媒体的介入也使传播资源最大化,为广播提升更大的传播价值。做活动的同时会进行招商引资,在宣传活动同时也为企业做宣传,让活动成为企业和媒体之间的黏合剂,彼此相互配合,最终实现共赢。

无锡新闻广播在媒体融合过程中取得了一定成效,主要得益于在以下几方面实现了突破:

首先是突破传统思维,打破观念桎梏、部门界限和管理壁垒,推进节目融合、生产过程融合,乃至整个生产关系的融合,领先融媒体时代新探索。

其次是突破传统路径,改变单一封闭的传播模式,再造全媒体运作、多媒体融合的新型制播流程,新媒体和传统媒体相互支持,优势互补,打造现代化传播新形态。

最后突破旧有体制机制,改变传统媒体管理条块分割的现象,推动传统媒体和新媒体在内容资源、组织结构,还有制度体系上的深度融合,构筑城市广电竞争的新优势。

新媒体的蓬勃发展,客观上为广播提供了新的发展机遇。从历史来看,几乎针对每一种形式的媒体,广播都可以找到相对自然的融合形式。广播的优势就是短平快,以前说干电池成就了广播的全球普及,然后汽车使广播有了第二春,现在则可以说,新媒体的出现为广播创造了第三次发展机遇。抓住机遇,思维创新,提升品质,树立威信,在新媒体浪潮当中,作为传统媒体的广播就依然可以大有作为!

