国有传统媒体衍生网站在“全媒体”时代如何发展

文 | 刘菁瑶

摘要：随着互联网的普及，为了跟上时代节奏，基本所有国有的传统媒体都随之衍生出了自己的网站。国内互联网在经过这二十多年的发展，目前可以说是形式多变，百家争鸣。它已不再拘泥于普通的电脑网页浏览和基本的文字图片信息传播。商业网站的触角已经覆盖了包括视频、音频、动画、游戏、印刷品等所有形式。把广播、电视、音像、电影、出版、报纸、杂志、网站等不同媒介形态融合在一起。并通过台式机，笔记本，平板移动设备，手机以及网络游戏机等产品，可以说是渗透到了生活的所有层面。“全媒体”时代已经来临，网络媒体呈现出的发展势头锐不可当。但是传统媒体衍生网站由于宣传要求，专业侧重，经费，技术等多方面因素的制约，十多年来的发展结果却并不十分乐观。如何利用自身的优势在全媒体时代，在互联网世界中开辟出可持续发展的一席之地成为了传统媒体网站需要思考的问题。

关键词：国有传统媒体；传统媒体衍生网站；全媒体时代；发展

结合这十多年来自身工作经历中的一些想法及对一些商业网站成功发展模式的理解，来谈谈国有传统媒体衍生网站在“全媒体”时代如果发展。

1 商业网站新媒体发展势头

随着网络技术的高速发展和各种网络设备的普及，网络早已不是高收入，高学历，城市人群的专享品。它的普及及改变了人与人之间的交流方式和信息传播方式。网络的使用率在不断增大，互联网已经成为了多数人获取资讯的主要媒介，网络媒体的影响力也持续快速提升。

但是新网络传媒之间的竞争也是非常激烈的。这种商业网站之间的生存竞争激发了各种优秀技术、创意的诞生。商业网站凭借雄厚的资金，在不断的推广和试炼着这些新技术、新创意。并使其中成功发展的部分，为网站带来多方位的回报。

新网络媒体还有一个优点就是其具有较强的开放性和互动性。任何人都可能是这个数据库的录入者，公众不仅仅是资讯的受众，接受来自互联网的全方位信息，对信息进行互动与反馈，它使公众能对信息进行掌控，参与到信息的缔造过程中，因此每个人都可以是信息的制造者、传播者和接受者。

如今的网络已经不局限在通过文字，图片，视频，音频，动画等传播形式进行单一的资讯传播。各种跨领域运营模式花样繁出。使用者甚至不需要呆在电脑前，不需要键盘去输入文字。新网络技术就会通过你周边的各种设备以及超强信息量，为你找到答案。使你随

时随地的包围更进一步提高了我们的工作效率及办事效率。使人们更及时的了解各方面信息及新的社会动向。它的发展成为与传统媒体抗衡的全新媒体。

但是，新媒体的发展不仅给人们找寻信息，浏览资讯节约了时间和成本，它的多元化，开放性也使得信息的准确性，责任性大大的降低。这一诟病也是我们所不能忽视的。

2 传统媒体衍生网站现状及特点

互联网进入中国已经经历了20多个年头，众多的传统媒体在互联网的大潮下，已然建立了自己网站，如新华网（新华社）、人民网（人民日报）、央视国际（中央电视台）等。

这些传统媒体网站的运营有别于新浪、腾讯、搜狐、网易等商业性网站，许多因素决定了它们发展的空间和能能力。首先，这些媒体负有宣传国家形象宣传和社会舆论导向的责任。许多个体资讯在未获得授权和证实前不能在这些媒体的网站进行发布。这让许多新闻在传统媒体网站出现的时候都变成了旧闻，从而流失的大量的受众群。但因为承担着相应的社会责任，这却是不得不恪守的原则。

其次，传统媒体的主要关注目标还是其本身的业务发展，多数传统媒体的衍生网站主要还是作为一种附属产品，作为一种企业的形象展示窗口存在的。这使得衍生网站从资金的调配能力到专业技术的应用能力都得不到大力支持，从而使网站发展受到了制约。

大部分衍生网站内的主要内容除了主

业的业务介绍外，基本都是将其主业的视频，音频，图片，文字库存进行简单的剪切排版，copy到页面上去，与其说是新闻网站，不如说是资料查询网站。

多种的因素制约了衍生网站的业务发展，以现有建设性的发展意向得不到上级管理部门的全力支持，这直接导致衍生网站的知名度无法提高，没有足够的号召力就无法使网站得到发展。

但也有一些衍生网站的业务发展在上级部门的扶植下，做出了一定的成绩。例如，国内一些排名靠前的区域性广播，电视台将节目搬上网，这样，地域性极强的节目可以马上由本地直播摇身变成全球直播，且受众还可通过在收音机电视里无法接受到的文字、图片信息了解到更多的台前幕后，并进行实时互动。

部分主业在本领域具有一定权威性，济经收益有一定基础的传统媒体，对其衍生网站的各方面支持也取得一定的收效。他们很好的秉承了主业的业务风格及特点，依靠主业强大的宣传能力及权威形象，凭借上级部门的扶持，使自身的发展取得了一定的成效。

但这种重量级网站的扶植力度在衍生网站中并不普遍，如何在保持主业水准的前提下，自我创造能量，获取能量还是大多数衍生网站正在探索的目标。

3 我们的优势

可以说，每个传统媒体都是经历风雨后的硕果，他们的积淀、他们的底蕴都是新崛起的商业网站所不能比拟的。人民网改版时曾经说过，任何媒体网

当前形势下宁德电台广播新闻节目的策划与制作的探讨

文 | 陈婉斌

摘要：本文从阐述广播新闻节目策略和制作原则出发，分析目前宁德电台广播新闻节目的策划与制作特点，并根据上述分析总结出宁德电台广播新闻节目策划与制作的方式，希望能够为此类节目的策划与制作提供一定的借鉴。

关键词：宁德电台；广播新闻节目；策划与制作

在传媒行业迅猛发展的今天，电视成为了全球第一大主流媒体，这就使得曾经地位举足轻重的广播处境十分尴尬，加之互联网传媒的强势崛起，使得电台广播类节目的生存环节更是雪上加霜。目前，如何重新定位广播类节目，努力使广播媒体依然保持独特地位和广阔发展空间，成为了业界十分关注的话题，尤其是广播新闻类节目，如何打破传统的说教播音广播形式，突破当前的广播瓶颈，成为电台节目策划与制作的重点考虑内容。

1 广播新闻节目策划与制作原则

1.1 以受众为导向

当前传媒行业竞争十分激烈，尤其是电台广播节目在许多其他媒体节目的强势攻击下，广播频率想要生存并发展

下去，就必须明确观众是其生存的基础，只有不断地改善节目质量、丰富节目内容才能给吸引更多听众。作为传播过程中的“传者”，广播电台需要根据受众的心理定位来不断地调整和修正自身定位，并主动地迎合受众心理，主动地向传播接受终端靠拢。

1.2 增强创新意识

当媒体受众可供选择的机会增多时，电台广播新闻节目只有不断地创造新的关注点才能稳定受众群体。因此，创新在电台广播新闻节目中应处于核心地位，它是推动广播媒体进步和发展的原动力。即使某一个好节目制作的再精良、定位再准确，如果长期维持一个状态也会让观众进入到审美疲劳阶段。因此，好的节目制作者必须要不断地否定

过往一成不变观念，并随着时代和社会的不断进步而进行相应的调整，时刻保持节目新颖，为观众带来更多的惊喜。

1.3 重视效益

随着我国市场经济的不断改革和发展，广播电台也不再完全依附于政府部门，其在很大程度上需要“自负盈亏”，这就要求广播节目不仅需要追求传播的社会效益，也需要兼顾节目的经济效益。因此，优秀的电台广播新闻节目需要有坚实的经济后盾作为支撑。当然，社会效益依然是节目制作的第一要义，并不会因为经济效益而产生任何动摇。因此，广播新闻节目的制作也应该努力地实现社会效益和经济效益平衡和双赢这一目标。

站想要成功，都必须结合自身的特点，进行差异化定位。以北京广播网为例，他的许多资源只要稍加处理，整合在一起，就是网民喜爱、许多商业网站所没有的宝贵财富，在这我们简单分析几点

3.1 信息权威性

北京广播网作为广播网站具有很强的权威性，根据自身的具体情况可以跟一些信息服务行业合作，开展二手交易、网上竞拍等服务项目，制订相应的收费标准，形成稳固的创收来源，将是网站作为创收的手段之一。

3.2 音视频资源

广播网有庞大的音频资料库以及近期的视频资料，对广播网而言利用自己音视频资源的优势，不再播放现有的节目，只提供构成节目的素材，让受众自己选取，通过对节目资源的重新组合来安排自己的视听结构。并为网民量身制作一批节目，新的节目不再以原来节目为单位，而是根据已有的广播资源把所

有的节目分为不同主题。

3.3 新闻资源整合发布平台

向网民提供多媒体新闻，电台记者出发采访时往往只需要带采访机之后将音频文件整理发回即可，现在我们可以挖掘已有新闻资源，电台记者可以出去采访的同时，带上相机，必要的时候还可以用录像机拍摄视频新闻，这样可以多种形式展示新闻事件。

3.4 短信增值服务

充分利用北京广播网增值运营商资质，可以开发电台节目和主持人资源，为网民、听众量身定制一些资讯、图片、以及动画等方面的短信收费业务，实现和网络受众的互动。在引导大众舆论的同时树立自身品牌意识，加强网站经济收益，扩大广播网站影响力。

运用这些资源，除了吸引大量网络受众群，我们完全可以和商业网站进行合作，利用我们的采、编、播体系，为国内商业网站提供权威性的新闻及

制作高品质节目。还可以在传统媒体中结合网络特点，给予商业网站一定的优惠，通过商业网站的浏览特点在最佳的位置给予内容的推送，使活动达到更好的宣传效果。其实很多商业网站和传统媒体网站合作，看重的就是背后的传统媒体利益，我们前期可以利用这一点壮大自己的优势，扩大宣传活动效果。

今后相信随着网络技术的发展，传统媒体网站与商业网站交融与合作还将不断地加深。

参考文献

[1] 王宇. 中国内地传统媒体网站生存策略[J]. 新闻记者. 2001.6

[2] 付松聚周立顺. 传统媒体网站与商业网站之比较——以人民网和新浪网为样本[J]. 青年记者. 2007.2

[3] 程伟. 传统媒体网站的运营策略[J]. 现代电视技术. 2008.7

(北京人民广播电台，北京 100022)