

新媒体时代地级市交通广播发展策略

宋 红

摘要：广播作为传统媒体，曾经因为传播速度快、成本低、伴随性强等特点，在受众中占有强有力的市场收听份额。随着新媒体时代的到来，广播的快捷被新媒体超越，更富有创意的新媒体，可以视听结合，一键转发，几何裂变的传播路径彻底颠覆了广播的传播优势。本文提出在新的历史机遇当中，融媒体时代地方交通广播要利用新媒体打好翻身仗，解决四个问题：开办精品节目，有选择地实现节目可视化；结合新媒体平台增强节目互动并拓宽信息传播渠道，实现“开源节流”；树立频率品牌；打造专业人才队伍。通过深化人才队伍，为广播赋能加码，成功转型升级。

关键词：新媒体 节目可视化 队伍建设 媒体融合

上世纪二十年代，美国匹兹堡KDKA电台开播，由此，广播正式诞生，至今已有近百年的历史。作为传统媒体，广播伴随性强、受众广泛、获取信息方便且成本低廉、传播速度快等一直以来都是广播的优势。随着科技的发展，车辆拥有的增多，广播节目尤其是交通广播的潜在受众也随之增长。^①各类打车软件的兴起也曾经使广播节目市场进一步扩大。但近几年，新媒体的高速发展也暴露了广播节目的短板，即线性传播的回听不易以及不可选择性。相比较大篇幅的线性报道，人们更倾向于自主选择性较强的短小精悍的内容。传统广播如何破冰是每一个广播人要深度思考的问题。

地方广播电台在新的历史机遇当中，应高度重视传统媒体和新兴媒体的融合发展，增强“四力”，不断探寻融媒发展之路。从战略上来说，地方交通广播和新媒体二者相互借力、促进彼此发展。地方交通广播有其内容及品牌优势，可借力于新媒体，拓宽自己的受众面，并且利用新媒体的特征更好地维护受众。而新媒体平台，

有了传统媒体的内容输入，也能够促进其健康长远的发展。具体来说，地方交通广播可以从以下几个方面探索实现新媒体时代的发展。

一、筑守“传播+服务”理念，精品节目破冰突围可视化

新媒体的内容缺口及传统媒体的内容优势决定了内容是地方交通广播融媒发展的重中之重。首先，提升节目内容专业性。在音频软件中设置节目专辑，定期更新，使节目本身在音频市场中能够以内容脱颖而出。例如汽车专题知识、维权节目、旅游分享等节目受众广、纵深性较强、受地域限制少，充分利用交通广播的优势进行重点打造。其次，精品节目实现节目可视化。例如舟山交通经济广播舆论监督类节目《阳光热线》在舟山广电无限舟山APP设立专版，实现了音频、视频同步直播；同时，丰富了节目的“小屏”受理渠道，不仅可点击手机端的专题栏，用户还可以通过无限舟山APP平台，实现节目的多维度宣传，突破时间、空间以及区域的限制，增加节目与各种传播方式的黏合度，获得10多万粉丝关注。节目成功推广获得关注的同时，也有机会服务更多人群，节目案例内容因此更加丰富，加上流量变现及汽车类广告的投放，节目真正实现了良性发展。

二、开拓“信息+互动”平台，节目互动拓宽传播渠道

现在大多数的地方交通广播都可以通过技术手段实现网络同步直播，方便受众通过微信公众平台或音频软件实时收听节目或有选择性地回听自己想听的节目。这在一定程度上打破了交通广播的地域局限。同时，人们也可以通过朋友圈或微博转发分享自己喜欢的节目，地方交通广播也由此得到了进一步的推广，实现“开源”目标。在与新媒体融合的过程中，广播也可以享受到新媒体开放性和互动性等特点的红利，通过网络平台与受众进行实时互动反馈，

了解受众诉求，增强用户黏性，实现用户“节流”，减少用户流失。

三、树立“品牌+个性”IP，频率品牌再造升级的路径

品牌是企业的无形资产，对于广播频率来说也是一样。广播除了利用传统电波与听友保持联系之外，通过搭建自己的新媒体平台，发布符合权威媒体身份的内容，开办线上线下活动，能够全方位地营造频率品牌概念形象。2015年2月舟山广播电视台无限舟山APP上线，广播节目除了实时收听，重点节目也能做到随时点播。截至2020年底，无限舟山APP积累用户超14万，舟山广电新媒体矩阵粉丝量超70万。

2020年2月28日-4月3日，舟山广播联合四川新闻广播、安徽农村广播、河南新闻广播、云南普洱交通广播、普洱综合广播、贵州贵阳新闻广播，共推出5场跨省公益融媒体直播《一起助力 迎接春天》。由广播牵线，量身定制，从互通用工信息，有效解决“用工荒”，助推各地产能释放，到互通旅游大市的旅游惠民政策和资源，针对性地解决各地在实现经济复苏过程中所面临的实际困难。收到舟山广电的邀请后，其他省市广播高度重视，成立《一起助力 迎接春天》特别节目工作小组。

(一) 打破广播传统，创新融入多种传播媒介，增加受众黏合度

5场特别直播均通过广播和新媒体平台进行了音、视、图、文全程直播，同时，还有记者在用工专列、企业、景区的现场出镜报道，结合人力部门、企业方、景区管理方的连线采访，立意新颖、形式灵活、布局精良、内容夯实。节目构架起各地人社（文旅）部门、地方商会、企业（景区）、务工人员和普通民众的空中桥梁。直播中，两地直播间的热线电话和微信络绎不绝，了解咨询舟山防疫情况、防护物资和工资待遇等问题。

(二) 节目将各项合作落到实处，达到多方共赢的效果

《一起助力 迎接春天》5场融媒特别直播以喜闻乐见的方式，讲好复工复产故事，彰显主流广播媒体的传播力和影响力。5场特别直播分别关注了复工复产中的疫情防控、劳务、旅游复苏等问题，直播中互通有无；直播后，

舟山广播继续保持着与五地广播的密切协作，并同步跟进后续落实情况和进展。

在与四川综合广播的直播中，舟山市人社局专门派工作组赴结对城市四川达州，进一步深化两地劳务协作，累计为舟山30余家企业招募员工1800余人。与安徽广播电视台绿色之声的直播中，舟山推出“复工号”，安徽阜阳同步推出“送你上岗”复工计划，舟山安全接返安徽阜阳籍务工人员3000余名。同时，云南普洱面向舟山市民推出14家国家级A级景区免费游。贵州贵阳与舟山深化了未来的旅游合作。

(三) 社会反响良好，发挥主流媒体舆论引导力

5场直播通过两地的微信、微博和客户端等进行了全媒体、多声部传播，总点击量近50万。同步推出的直播反响报道在浙江城市广播电视报、中国广播电视联合会交通宣传委员会刊登，影响力辐射全省，乃至全国。

对于传统媒体来说，专业人才队伍才能打赢战役。但是，目前地方广播电台的采编队伍总体年龄偏大，缺乏新媒体科班人才及新媒体技术全能手。地方交通广播需要尽可能地重用年轻干练的采编人员，学习企业设立合适的晋升机制，充分发挥采编人员的能动性及创造性，并且加强员工新媒体技术方面的学习与培养，新老员工彼此学习，共同进步。广播节目主持人则需要培养其应对各种突发事件的能力、同时应对视频和广播直播的强大控场能力、得体的肢体及口头语言表达能力，打造主持人的标签特色，使其能够胜任融媒体工作。

以舟山交通经济广播的官方抖音号为例，舟山作为一座户籍人口不到百万的地级市，与人口大城市相比，在新媒体账号吸引流量及粉丝数上存在一定的劣势，如何快速培养起官方媒体新媒体账号、全视角发挥传统媒体的传播作用，成了问题的关键。一方面，结合本地优质民生新闻，大事小情全捕捉，制作符合短视频传播特点的内容，充分吸引本地居民的关注度，从民生民情民意出发，短时间内吸引到一部分爱看视频新闻的用户关注。另一方面，依托广播主持人，搭乘直播热潮，将网络直播的镜头对准电台直播间，全方位展示电台节目直播过

程，通过主持人自身吸引网络用户关注账号，同时在视频直播时，善于挂话题，将直播更精准地通过大数据推荐给全网同好的用户，扩大引流渠道，拓宽粉丝来源。而从事这一项工作的，都是舟山交通经济广播的年轻主持人——“97新媒体团队”，他们均来自于播音与主持艺术本科专业，除了专业的出境技巧外，还拥有更强的学习能力，更快的领悟能力，对于瞬息万变的网络潮流也能做到较为准确的把握，通过坚持视频直播，也为其官方抖音号吸引来大批用户关注。

四、结语

新媒体迅猛发展的今天，地方交通广播面临着挑战也拥有着前所未有的机遇。正视自身的优劣势，学习新媒体知识，根据自身特点设定融媒体发展策略及目标；打造新媒体专业队伍，创新节目形式、优化节目内容，利用新媒体充分打造频率及精品节目品牌，从而打破地域瓶颈，走好地方交通广播融媒体发展之路。

参考文献：

①李婷婷，《WiFi 时代下的交通广播制作与创新》，《记者摇篮》，2020年第5期第98—99页。

（作者单位：舟山广播电台交通广播）