

电视台采编播转型升级的必要性和路径

张越

(柳州市广播电视台, 广西壮族自治区 柳州 545001)

【摘要】电视台作为传统媒体机构,在当今数字化、信息化的时代面临着前所未有的挑战与机遇。采编播转型升级是其发展的关键,对于电视台而言,转型升级不仅仅是追求技术与设备的更新换代,更重要的是要适应时代的变化,紧跟观众需求,提供更优质的内容和服务。基于此,本文详细分析了电视台采编播转型升级的必要性和路径。

【关键词】电视台;采编播转型升级;必要性;路径

引言:随着媒体融合的推进,全媒体时代已经到来,在这样的背景下,传统电视媒体必须要积极应对媒体融合带来的挑战,转变传统的工作理念和工作模式,加快采编播转型升级。作为传统电视媒体的重要组成部分,电视台采编播人员也要积极适应全媒体时代的发展要求,尽快转变观念、更新知识结构、转变工作模式。借助全媒体时代的发展优势和机遇,以更加开阔的视野和更加先进的理念来优化工作内容和形式,为电视新闻传播事业高质量发展注入新动力。

一、电视台采编播转型升级的必要性

(一) 适应新媒体时代

新媒体的崛起给传统电视媒体带来了巨大冲击,手机、平板、电脑等设备的普及改变了媒体消费的方式,用户可以自由选择时间和地点观看内容。电视台采编播需要借助新媒体平台,开展全方位融合传播,提升节目内容的互动性和多元化,满足观众多样化的需求。

(二) 提升新闻质量和效率

随着科技的发展,新的采编播工具和平台不断涌现,如移动采集设备、云编辑系统等。这些新工具和平台能够提升新闻的采集、编辑和播出的效率,提高新闻的质量。电视台需要通过技术升级,引入这些新工具和平台,提升新闻工作的质量和效率。

(三) 强化媒体融合

随着媒体融合的不断深化,电视台采编播需要与新媒体、网络媒体等融合发展,发挥各自优势,创新节目形式和内容表达方式,提升影响力和传播力。建立多平台传播体系,整合资源,实现全媒体传播,增强内容的影响力和渗透力。

(四) 关注观众需求

观众是电视台采编播的重要受众群体,需要深入了解观众需求,精准把握观众喜好和心理,创造更具

吸引力和影响力的节目内容。加强数据分析,依托大数据技术,挖掘观众偏好和趋势,为观众提供个性化、定制化的节目服务,树立良好的电视品牌形象^[1]。

二、电视台采编播转型升级的原则

(一) 观众导向原则

随着互联网的普及和媒体环境的变化,观众的信息获取方式和需求也在不断变化。电视台在采编播过程中需要认真研究观众的需求,以观众为中心,提供他们需要的信息和服务。例如,电视台可以通过数据分析,了解观众的观看习惯,制作出符合他们需求的节目。同时,也要注重观众的反馈,通过互动和参与,使电视节目更加贴近观众,提高观众的满意度和观看率^[2]。

(二) 科技创新原则

在科技快速发展的今天,电视台需要紧跟科技的步伐,利用新的科技手段来提升采编播的效率和质量。例如,可以使用人工智能技术来辅助新闻的采集、编辑和播出,提高工作效率;可以使用高清、4K、8K等高新技术手段来提升节目的观看体验;也可以使用云计算、大数据等技术来提升节目的创作和推广效果。同时,电视台也需要在技术上进行持续的研发和创新,以保持竞争力。

(三) 内容创新原则

内容是电视台的核心,内容的质量直接影响到电视台的竞争力。电视台在采编播过程中,需要注重内容的创新,制作出有深度、有思想、有观点的节目,满足观众的精神需求。同时,也要注重内容的多元化,满足不同观众群体的需求。例如,可以制作一些深度的新闻报道、有趣的娱乐节目、有价值的纪录片等,提升节目的吸引力和影响力^[3]。

三、电视台采编播转型升级的路径

(一) 设备转型

随着科技的发展,电视台必须更新设备、引入

新的技术，以提高生产效率和节目质量。举例来说，在前期采集设备的转型中，磁带摄像机可以完全替换为卡机。无论是使用 SXS 卡还是体积更小的 SD 卡，都可以实现数字化的直接存储。这种技术配备了数据线和读卡器，能够支持高清输出，极大地便利了外景实时直播的需求。摄像人员在完成拍摄后，能够迅速且无损地将素材复制到非线性编辑系统中。这种转变既减少了对 DV 录像机这种设备的依赖，同时也大幅度节省了数据传输的时间。对于非线性编辑系统的配置，推荐采取 1920×1080 像素的高清标准。这种 16:9 的画面比例，符合人眼的视觉习惯。同时，拍摄得到的高清画面标准与新建的非线性编辑高清工程在设定上是高度一致的。值得注意的是，图像信息无需经过录像带采集，而是直接拷贝至硬盘，这样一来，图像无需经过压缩处理。在素材剪辑完成并准备输出成片时，也需要按照 HD 标准进行，以此保证画面的清晰性和完整性。至于硬盘播出环节，应选用高清硬盘播出设备，包括高清切换器、编码器，以及高清监视器等相关设备。前期设备需要在兼容高标清的同时逐步转换成高清，以实现节目的高标清兼容同播，如表 1 所示。

表 1 前期设备转型和硬盘播出软件支持的播出格式

设备要求	播出软件支持的格式
1. 设备必须能够兼容高标清，逐步转换成高清	1. PAL 720X576
2. 系统必须具备 SDI、HDMI 及标清全接口	2. 352X288 NTSC 720X480
3. 采用 64 位处理器以提升传输速度	3. 352X240 MPEG-2 PAL 1 920× 1 080 50i

(二) 内容转型

1. 多元化内容

多元化的内容能够满足不同观众群体的需求，增强电视台的吸引力和影响力。首先，电视台需要进行全面的市场研究，了解观众的需求和喜好。这包括观众的年龄、性别、职业、兴趣等信息，以及他们的观看习惯和时间，如表 2 所示。根据这些信息，电视台可以确定需要制作的节目类型，如新闻、娱乐、教育、科技、体育等。其次，电视台需要建立一个多元化的制作团队，由具有不同专业背景和经验的人员组成，以提高创新能力和制作质量。例如，新闻节目需要有专业的记者和编辑，娱乐节目需要有专业的导演和演员，科技节目需要有专业的科学家和技术人员。此外，电视台需要建立一个有效的反馈机制，及时收集观众的反馈，了解节目的效果和问题，以便进行改进。这可以通过在线调查、观众投票、社交媒体互动等方式来实现。

表 2 不同年龄段观众群体的节目偏好和主要观看时间

观众群体	年龄段	最喜欢的节目类型	主要观看时间
1	18-25	娱乐、科技	晚间 19:00-22:00
2	26-35	娱乐、教育	晚间 20:00-22:00
3	36-50	新闻、体育	早 间 7:00-8:00/ 晚 间 20:00-22:00
4	50+	新 闻、教 育、体育	早 间 7:00-8:00/ 晚 间 19:00-21:00

2. 优质内容

电视台在制作优质内容的过程中，应重视节目的创新和差异化。创新是电视节目吸引观众的重要手段，差异化则能帮助电视台在众多的媒体中脱颖而出。在创新方面，电视台可以从节目的主题、形式、表现手法等多个方向进行探索。例如，对于一个普通的新闻节目，电视台可以尝试以纪录片的形式来呈现，使观众在了解新闻事件的同时，也能深入了解事件背后的背景和影响。或者电视台可以尝试以访谈的形式，邀请事件的参与者或专家来分享他们的见解和感受，增加节目的深度和观点。在差异化方面，电视台需要避免与其他电视台的节目过于相似，以增强自身的竞争力。例如，如果市场上已经有很多类似的娱乐节目，电视台可以考虑制作一些科学、文化、教育等主题的节目，满足一部分观众的特殊需求。或者电视台可以在节目的形式和风格上进行差异化，例如制作一些独特的真人秀节目，拿《极限挑战》这一档真人秀举例来说。《极限挑战》是由东方卫视出品的男性情感观察类真人秀节目，首播于 2015 年，至今已有多季。在每一期节目中，成员们需要接受一系列的任务挑战，这些任务通常既有趣又有挑战性，例如高空蹦极、时间穿越等。在完成任务的过程中，他们需要互相合作，同时也会展示出各自的才能和魅力。《极限挑战》不仅仅是一档娱乐节目，更是一档情感观察节目。节目中的嘉宾们在面对极限挑战时，会展示出他们的真实情感和人性，这使得观众能够更深入地了解他们，也让节目充满了人情味。此外，节目还有一系列的固定环节，例如“神秘大咖”的环节，会邀请一位神秘嘉宾来参加挑战，增加节目的趣味性和观赏性^[4]。

3. 互动内容

在电视台采编播转型升级的过程中，制作互动内容是提升观众参与度和满意度的重要措施。对此，电视台可以利用现代信息技术，如社交媒体、移动应用等，来增加节目的互动性。例如，电视台可以在社交媒体上发布与节目相关的问题或话题，让观众在线上参与讨论；或者电视台可以开发移动应用，让观众

在观看节目的同时，在移动设备上参与互动活动，如投票、答题等。以《明日之子》这档节目为例，该节目旨在传播好的音乐，提升公众对音乐的欣赏能力。在转型升级过程中，电视台希望增加节目的互动性，提升观众的参与度和满意度。首先，该节目负责人在社交媒体上创建了节目的官方账号，每天更新节目的最新进展、幕后花絮等内容，吸引观众关注。同时，也在账号上发布与节目相关的问题或话题，例如“你最喜欢哪位歌手的表演？”“你希望听到哪首歌？”等，让观众在线上参与讨论，分享他们的观点和感受。其次，观众可以实时观看节目的直播，也可以参与到节目的互动活动中，例如投票选择他们最喜欢的表演，或者答题赢取与节目相关的奖品等。这些措施大大增加了节目的互动性，使得观众不再是被动地接受节目的内容，而是成为了节目的一部分。观众的参与也使得节目的内容更加丰富和多元，提高了节目的观赏性和吸引力。

（三）机制转型

1. 企业化思维

在电视台采编播转型升级的过程中，运用企业化思维非常关键。一方面，电视台需要明确其业务目标，将目标分解为可执行的具体任务，并为每个任务设定成功的指标。这种目标导向的思维方式可以帮助电视台更好地管理其业务，提高工作效率。另一方面，电视台应该根据其业务需求，合理配置人力资源，提高员工的工作效率和满意度。例如，电视台可以通过提供培训和发展机会，提高员工的能力和素质；同时，通过合理的薪酬和激励制度，激发员工的工作积极性。最后，建立一个持续改进的文化，鼓励员工提出改进的建议，不断优化其业务流程和服务质量。这种持续改进的思维方式可以帮助电视台适应快速变化的市场环境，保持其竞争优势^[5]。

2. 整合经营思维

在电视台采编播转型升级的过程中，整合经营思维对机制转型具有重要的引导意义。首先，电视台需要对自身旗下的所有媒体资源进行全面梳理，包括硬件设备、人力资源、品牌影响力、节目内容等等。了解各资源的优势和劣势，淘汰过时、低效的资源，充分挖掘和利用优势资源。比如，发现自身在网络视频领域具有优势，那么可以将网络视频平台作为主打发展的方向。其次，电视台需要将各种资源进行有效整合，打破原有的部门壁垒，实现资源的共享和协同。例如，通过横向整合，将制作部门、播出部门、营销部门等进行联动，共享信息，提高工作效率。

（四）人员转型

1. 打造全媒体的记者队伍

随着媒体形式的多元化，记者不仅需要具备传统

的新闻采写能力，还需要掌握音频、视频制作、社交媒体运营等技能。电视台应定期组织全媒体技能培训，提供线上线下学习资源，帮助记者掌握全媒体技能。同时，要建立起从新人到资深记者的人才梯队，实施分层次、分阶段的培养计划。对于新人，重在基础技能的培训和实践；对于资深记者，更注重多媒体技能的提升和领导能力的培养。此外，全媒体记者需要具备创新思维，敢于尝试新的报道形式和渠道。电视台应为记者提供一个宽容失败的环境，鼓励他们敢于实验，从失败中学习和进步。全媒体记者需要懂得与其他部门，如编导、摄像、后期等团队协作，共同创作出优质的新闻产品。电视台应通过团队建设活动，培养记者的团队协作精神和能力^[6]。

2. 职位重塑

随着数字化、社交媒体和移动技术的发展，新的职位和技能需求不断出现。电视台需要了解并确定这些新的职位需求，如数据分析师、社交媒体运营、数字内容编辑等。基于新的职位需求，电视台需要对现有员工的技能和经验进行评估，了解他们是否适合新的职位，或者需要什么样的培训和发展才能适应新的职位。在员工开始新的职位后，电视台要进行职位评价，了解员工在新的职位上的表现，是否达到预期的目标。如果员工在新的职位上表现出色，可以考虑给予奖励和提升；如果员工在新的职位上表现不佳，及时找出问题所在，并提供必要的帮助和培训。

结语：综上所述，采编播转型升级对于电视台而言至关重要。作为信息传播的重要平台，电视台需要不断适应时代的变化，不断提高内容质量，拓展商业模式，以满足观众的需求，保持竞争力，实现长久发展。只有不断转型升级，电视台才能在激烈的市场竞争中立于不败之地，为观众创造更丰富、精彩的视听体验。

参考文献：

- [1] 王潇斐,王青亦.县级电视台的困境与改版——H县电视台的调研报告[J].传媒,2018(11):33-36.
- [2] 郑晓霞.乌兰察布广播电视台发展战略研究[D].内蒙古财经大学,2021.
- [3] 安维斌.如何实现地方电视台采编播转型升级[J].中国报业,2019(22):84-85.
- [4] 周嘉宾.以媒体内部机制变革实现采编资源优化配置——襄阳广播电视台构建融媒体指挥调度体系初探[J].电视研究,2021(12):27-28.
- [5] 顾良达.城市电视台采编队伍现状及补齐“短板”路径探析[J].中国记者,2017(08):103-105.
- [6] 代甜甜,李鹏冲.采编播一体的全能型主持人培养模式与方法[J].西部广播电视,2021,42(05):123-125.