

新媒体时代广播电视发展新路径

杨 明

乌鲁木齐广播电视台(乌鲁木齐广播电视集团) 新疆 乌鲁木齐 830000

摘 要: 新媒体时代,信息传播的方式和渠道发生了深刻变革,深刻地改变着人们获取信息、交流互动以及社会文化的发展的同时,传统广播电视行业也因此面临着前所未有的挑战和机遇。本文旨在探讨新媒体时代广播电视发展的新路径,通过深入分析当前广播电视行业的现状、挑战与机遇,提出针对性的发展策略,以期为广播电视行业的可持续发展提供参考。

关键词: 新媒体;广播电视;融合发展;创新路径

引言

广播电视作为传统的大众传播媒介,在过去长期占据着信息传播与娱乐的重要地位。然而,新媒体技术的蓬勃兴起,如互联网、移动互联网、社交媒体以及各种新兴数字技术的广泛应用,极大地改变了信息传播的生态格局。受众获取信息的方式与习惯发生了根本性转变,传统广播电视面临观众流失、市场份额萎缩等问题。在此背景下,探索新媒体时代广播电视发展的新路径成为行业生存与发展的关键所在。

1 新媒体时代的背景特征

新媒体时代是信息传播方式因数字、网络和移动通信技术进步而发生根本变革的时代,涉及多种媒体形式。它与数字、网络和移动通信技术的快速发展密切相关,这些技术的融合与创新带来了全新的媒体形态和传播模式,改变了传统媒体的传播生态。新媒体的传播特征对信息传播格局、社会文化和受众行为产生了深远影响。

1.1 新媒体时代的定义

新媒体时代是信息传播领域的一场深刻革命。它以数字技术为核心驱动力,将各种信息转化为数字编码形式,从而实现高效的存储、处理与传输。^[1]网络技术则构建起了庞大的信息传播网络,打破了地域与时间的限制,使信息能够在全球范围内迅速流通。移动通信技术的飞速发展更是赋予了新媒体移动性与便携性的特质,让人们随时随地都能接入信息世界。在这样的技术基础上,信息传播方式从传统的单向、线性传播转变为多向、互动式传播,新媒体时代由此应运而生。新媒体的范畴极为广泛,不仅包括互联网媒体、移动媒体、社交媒体,此外,还有诸如网络直播、短视频平台、虚拟现实(VR)与增强现实(AR)媒体等新兴媒体形式不断涌现,共同构成了新媒体时代丰富多彩的媒体景观。

1.2 新媒体时代的传播特征

(1) 交互性增强。传统媒体通常采用单向传播,受众被动接收信息,缺乏反馈。新媒体则通过技术手段实现了信息的双向互动。如社交媒体点赞、评论和转发能即时被其他用户和内容发布者看到,从而推动讨论和交流。这种互动不仅存在于用户之间,也包括用户与媒体机构。媒体机构利用用户反馈来调整传播策略和内容,而用户可以通过新媒体平台参与新闻报道和话题讨论,甚至创作和发布内容,成为信息传播的主体。(2) 即时性提升。在传统媒体时代,新闻报道需经过采编、审核或录制、播出多个复杂流程,导致信息传播有明显的滞后性。新媒体时代,信息一旦产生,便可迅速通过多个网络平台发布和传播,极大提升了新闻知晓速度和方式,但这种模式对人们对新闻事件的知晓速度与方式的改变,信息的时效性也变得至关重要。这就要求信息传播者要在短时间内确保信息的准确性和完整性,以满足受众的需求。(3) 个性化突出。新媒体能够利用算法推荐和用户画像等技术,深入了解并分析每个用户的兴趣爱好、浏览习惯、地理位置等多方面信息,这不仅有助于满足了用户多样化、个性化的需求,提高了用户对信息的关注度与满意度,还使信息传播更精准更有效。但值得注意的是个性化推荐也可能导致信息茧房效应,限制用户视野和多元信息接受能力。(4) 去中心化明显。在传统媒体中,大型机构主导信息传播,受众话语权较弱。新媒体环境下,互联网的开放性让每个人都能成为信息传播者,形成了多元化的传播网络。这种去中心化的传播模式促进了信息的多元化与民主化,激发了公众的创造力与参与度,但同时也带来了信息管理与筛选的挑战,如虚假信息、不良信息的扩散。

2 广播电视行业的发展现状

新媒体让人们的信息获取和交流更加便捷、丰富和个性化,推动了社会多元化和民主化。但同时也带来了

新问题和挑战。因此,应在享受新媒体便利的同时,积极应对,引导新媒体健康发展,确保其可持续性。

2.1 新媒体时代下广播电视行业现状

作为传统媒体的核心代表,广播电视在新媒体浪潮的席卷下正经历着前所未有的变革,面临着来自新媒体的全面挑战。一方面,在竞争激烈的市场环境中,部分广播电视节目存在内容同质化的问题,缺乏创新性和独特性。这导致观众对节目的满意度下降,进而影响了广播电视的收视率和影响力。同时新媒体平台的兴起使得信息传播更加快速、便捷,且内容形式更加丰富多样,观众群体结构发生显著变化,传统广播电视的受众规模逐渐缩小,年轻受众的流失尤为严重。另一方面,传统广播电视的广告收入下滑,盈利模式受到冲击。传统广播电视主要依赖广告收入维持运营,但新媒体的崛起使得广告市场更加分散,广告收入出现下滑趋势。^[2]这迫使广播电视行业必须探索新的盈利模式,以保持可持续发展。此外,新媒体时代,技术更新日新月异。然而,部分广播电视机构在技术更新方面相对滞后,未能充分利用新媒体技术提升节目制作和传播效率。同时,在媒体融合方面也存在能力不足的问题,难以有效整合新媒体资源,实现跨平台传播。

2.3 新媒体时代广播电视发展展望

随着数字技术、网络技术和移动通信技术的不断发展,广播电视行业将面临着诸多变革与发展契机。在技术创新驱动下,广播电视将加速数字化转型。超高清、VR、AR技术将使节目制作更加精良、视觉效果更震撼,提升节目质量。5G网络普及带来快速稳定的信号传输,将满足多终端无缝衔接观看需求。同时内容创作方面,多元化与个性化趋势愈发凸显。除传统新闻、影视、综艺外,深度垂直类内容如文化艺术鉴赏、科技前沿解读等将大量涌现,以满足不同受众群体的小众化需求。节目形态也将更加灵活多样,互动式、沉浸式节目会成为常态,观众不再只是被动接收信息,而是能深度参与节目进程,影响内容走向。此外,广播电视与新媒体平台将在资源共享、优势互补的基础上深度融合,拓展分发渠道,提升内容质量。尽管新媒体时代广播电视面临诸多挑战,但以上各方面相互关联、协同作用,只要积极拥抱变革、勇于创新,广播电视行业定能在新媒体浪潮下塑造全新发展格局。

3 新媒体时代广播电视创新发展的路径

新媒体时代的到来对传统广播电视行业产生了深远的冲击与变革机遇。融合多维度发展路径能够助力广播电视行业在新媒体浪潮中重塑竞争力,实现可持续发展

并积极适应时代变迁所带来的挑战与机遇。

3.1 内容创新:打造差异化竞争优势

一方面,积极与新媒体平台深度合作,借助新媒体丰富的创作主体,如自媒体创作者和网络视频制作团队,整合外部资源以拓宽节目内容来源与题材范围,如电视台可以与视频分享平台合作举办创意节目征集活动并进行专业加工整合,同时针对不同新媒体平台特性与受众定制专属内容,实现同一主题内容多平台差异化呈现,满足多元受众需求。另一方面,学习借助大数据分析 and 用户画像技术深入洞察受众兴趣偏好、观看习惯及消费行为等多维度信息,依据精准用户洞察实现内容精准推送与个性化定制。^[3]如分析智能电视观看历史数据构建个性化节目推荐列表,提升用户发现感兴趣内容的效率以及与新媒体的互动性和粘性,从而提高内容传播效果与受众关注度。此外,加大节目策划、制作技术等方面投入,策划注重选题创新性与深度,挖掘有时代与社会价值的题材,制作技术上积极引入先进拍摄、剪辑、特效制作技术,如运用VR、AR技术增强节目现场感与沉浸感。通过优质的内容输出,吸引受众,进而树立广播电视媒体的品牌形象。

3.2 渠道拓展:构建多元化传播体系

融合新媒体平台,电视台可将节目内容上传至诸如优酷、爱奇艺、腾讯视频等视频分享平台,凭借其海量用户与流量优势拓宽节目传播范围,吸引更多年轻受众,同时于新媒体平台开设官方账号,与观众实时互动,收集反馈以优化节目内容与制作形式,还可与社交媒体平台协作开展话题讨论及互动活动,激发社交传播效应,提升节目知名度与影响力。其次,广播电视大力拓展移动媒体业务。开发具备个性化节目推荐、离线下载观看、互动评论等特色功能的移动客户端,便于用户随时随地观看节目,并借助微博、微信等社交媒体账号进行节目推广传播,发布节目预告、精彩片段与幕后花絮以吸引用户关注并引导其通过移动客户端观看完整节目,从而达成广播电视内容的移动化传播,契合受众碎片化阅读与观看需求。最后,探索智能媒体应用,如利用人工智能技术开发智能语音助手,使用户能以语音指令搜索节目、调整播放进度等,营造便捷操作体验;采用虚拟现实技术打造沉浸式直播节目,为受众缔造全新视听感受与互动体验等。通过多维度渠道拓展构建起完善的多元化传播体系,推动广播电视行业在新时代的持续发展。

3.3 技术革新:推动数字化转型

在广播电视行业的发展进程中,技术革新推动数字

化转型已成为核心趋势。要通过数字化制作、传播与运营相互协同，共同推动广播电视行业在数字化浪潮中的全面转型与发展。首先，在数字化制作层面，可以利用数字技术促使节目制作从拍摄至后期制作达成全流程的数字化与智能化变革；使用数字摄像机保障高质量画面采集；采用非线性编辑系统提升编辑效率与灵活性；采取特效制作软件创造逼真震撼视觉效果。其次，数字化传播能够突破传统时空限制，提升受众参与度与互动性，达成多元互动，使节目传播更贴合受众需求。广播电视行业可通过借助网络直播平台、视频点播平台等数字化传播渠道为节目传播开辟新径；大数据、云计算等技术为数字化运营提供了有力支撑，最后，数字化运营能够助力广播电视媒体达成精细化管理与精准化营销，提升运营效率与经济效益。具体而言要收集观众在各平台的行为数据，如观看、搜索、互动行为等，进而依据不同类型节目在不同时段的观看数据，合理安排播出时间与推广策略。同时要利用云计算实现数据高效存储与处理，为内容创新与渠道拓展给予数据依据与决策支持。

3.4 盈利模式创新：探索多元化盈利模式

多种盈利创新举措相互配合，可以共同推动广播电视行业在经济收益获取方面的多元化发展与可持续性提升。首先通过与具备精准广告投放技术和庞大用户流量的新媒体平台及移动媒体携手，达成广告资源共享与互利共赢局面。如电视台与视频分享平台协作，在平台播放节目中插入契合目标受众特征广告，且双方相互推广广告资源，还可开展跨平台广告整合营销活动，像联合推出品牌广告专题、互动广告游戏等，以此拓展新广告收入源。其次，鉴于受众对高质量内容需求渐长，广播电视媒体可以通过提供独家优质节目内容，以会员制或按集付费等形式吸引受众付费观看或订阅，如提供针对体育和文化艺术爱好者的赛事及演出直播付费套餐，既能实现内容价值变现，又能促进内容创作良性循环。再者，借助广播电视品牌节目的影响力，充分挖掘节目品牌商业价值，如开发周边产品、文化旅游等多种形式衍生品，实现多元化价值变现，从而拓展盈利渠道。

3.5 人才培养与团队建设：提升核心竞争力

在新媒体时代背景下，人才培养与团队建设对于提升广播电视行业核心竞争力起着决定性作用。通过全方位的人才培养与团队建设，可以有效实现广播电视行业在新媒体浪潮中的持续稳健发展与核心竞争力的稳步提升。^[4]人才引进方面，为契合行业数字化转型与创新发展的需求，积极引入计算机科学、数字媒体技术、网络传播等专业人才，将崭新的技术理念与创新思维带入广播电视机构，有力推动数字化制作、传播与运营技术的运用与升级；同时，吸纳如优秀编剧、导演、新媒体内容创作者等创意策划与内容创作人才，增强节目内容的创新性与吸引力，并注意依据不同岗位与专业背景制定个性化培训规划，综合以上多方举措构建起多学科知识与技能兼备的复合型人才队伍，为行业发展注入新动力源泉。团队建设人方面，突破传统部门壁垒，组建涵盖节目制作、技术研发、市场营销、数据分析等多专业人员的项目团队，借助团队成员间的紧密协作与资源共享，达成优势互补，提升项目运作效率与创新能力，进而打造出富有竞争力的广播电视产品与服务。

结语

新媒体时代为广播电视行业带来了前所未有的挑战和机遇。面对这些挑战和机遇，广播电视行业应只有积极拥抱新媒体时代的变化和趋势，通过内容创新、渠道拓展、技术革新、盈利模式创新和人才培养与团队建设等手段，创新发展路径，才能重塑竞争力，实现行业的转型升级和可持续发展。未来，要持续加强与新媒体平台的合作和融合，扩大受众规模并提升品牌影响力，为行业的可持续发展奠定坚实基础。

参考文献

- [1]王珏.新媒体时代广播电视新闻发展方向探究[J].新闻研究导刊,2023,14(12):122-124.
- [2]李继川.新媒体时代广播电视技术的发展与应用[J].采写编,2022,(03):60-61.
- [3]王庆.新媒体时代下传统广播电视与新媒体融合发展探思[J].新闻传播,2021,(08):41-42.
- [4]吴彬.新媒体时代广播电视技术的发展与应用[J].卫星电视与宽带多媒体,2020,(12):9-10.