

广播电视与新媒体融合发展的路径研究

陈鸿

(贵州省黔南州贵定县融媒体中心, 贵州 贵定 551300)

【摘要】 本文主要围绕广播电视与新媒体融合发展展开研究, 通过分析融合必要性、特点和常见融合问题, 探究广播电视在思想认知、融合模式、技术应用、人才培养等方面可采取的措施, 推进构建全媒体运营模式, 巩固广播电视主流媒体地位, 提升其作为主流媒体的市场竞争力。

【关键词】 广播电视; 新媒体; 融合发展

移动终端的快速发展使得群众获取信息的方式更加多样化, 媒体消费习惯也从原来的纸媒、付费电视等转向线上会员等新模式, 这不仅导致广播电视固定受众流失, 其占据的市场份额也随之下降, 不利于广播电视长远发展。在这种背景下, 广播电视寻求与新媒体融合发展, 在整合已有优势基础上, 应用新媒体工具和资源, 能够为用户提供更加多样化的媒体服务, 对增强广播电视市场占有率、推进其可持续发展等也有积极意义。

一、广播电视与新媒体融合发展的意义

(一) 保证节目品质

广播电视与新媒体融合发展, 能够在保持广播电视传统优势基础上, 充分应用新媒体线索收集工具和传播渠道, 可有效改善广播电视传播效果, 为用户提供更加优质的信息资源^[1]。在新媒体工具帮助下, 地方广播电视台能够快速了解用户新闻需求, 并掌握地区经济发展动态和其他社会资讯。立足于此, 将各类信息与主流媒体舆论相结合, 能够向用户传递更加正能量的信息, 可有效提升节目品质。

(二) 巩固舆论主阵地

广播电视作为传统舆论主阵地, 在群众生产生活中发挥积极作用。通过深入推进广播电视与新媒体结合, 能够为广播电视发展提供更多可靠资讯, 并实现各类信息的良性结合, 在此基础上向群众传递的信息也更具官方指导价值。融合过程中推进不同媒体信息互动, 构建全方位媒体信息宣传平台, 对进一步巩固地方广播电视主流媒体地位具有重要作用。

(三) 树立良好节目形象

新媒体快速发展过程中, 自媒体等以用户为主导的媒体传播模式, 在拓宽信息来源的同时, 也导致信息真实性含金量下降。广播电视寻求与新媒体的融合, 能够在快速获取新闻线索的基础上, 发挥主流媒体信息调查优势, 快速了解事件全貌并掌握用户需

求, 据此推送的新闻信息与受众需求的匹配度更高, 广播电视信息来源、新闻时效性、新闻质量等也能得到保障。在维护广播电视已有媒体形象、打造地方特色品牌时, 也能赢得更多固定用户支持。

二、广播电视与新媒体融合发展特征

传统媒体组织架构相对复杂, 推行制播一体化业务模式, 从新闻线索收集到新闻信息推送的业务链条流程过长, 一定程度上影响信息输送时效性。推动广播电视与新媒体融合, 能够进一步畅通各部门沟通交流, 促使组织结构趋向扁平化。在广电全媒体主导的基础上, 内部各部门之间的沟通交流时效性明显增强, 以核心功能平台代替独立频道的模式, 能够密切产业链之间的关系, 使其在保持各自独立的同时, 又呈现出信息关联效果。另一方面, 在全媒体体系指导下, 除新闻类、时政类等特殊新闻节目模式, 需延续直播一体业务模式外; 以综艺为主的娱乐类节目等, 可以通过与专业制作公司合作的方式, 将制作权转交。广播电视全媒体管理系统主要负责节目内容编排、审查等工作, 可以有效加快综艺节目制作到上线发行速度, 为用户提供更加丰富的节目观看体验。

三、广播电视与新媒体融合发展面临的难题

(一) 未形成完善互联网思维

传统广播电视运行过程中, 主要通过单向传递的模式完成各类信息线性传播工作, 对互联网所带来的全媒体互动、跨时空信息传播和媒体发展模式等的了解并不充分, 对互联网能够给广播电视发展带来的创新机遇认识不足, 未能及时迎合用户多元化需求, 为用户提供个性化针对服务, 导致广播电视输出内容质量有所下降, 无法迎合群众需求。其内容生产、商业模式等在市场竞价中也不占据优势, 一定程度上影响了广播电视和新媒体协同融合发展效果。

(二) 平台技术能力有待增强

广播电视在发展过程中, 相应器材硬件配备比较

齐全,但是对新媒体和数字化所需工具认知仍有待改善。特别在与新媒体融合过程中,已有设备并不适应互联网和移动设备技术要求,导致其在节目制作形式更新、个性化内容推送方面遇到诸多问题,一定程度上限制了广播电视与新媒体融合发展速度。

(三) 经营体系限制

传统广播电视发展过程中,其内容生产、信息传播和商业模式大多独立存在,与其他媒体平台的交流相对较少。而新媒体时代,用户需求爆发式增长,对个性化内容的追求更加突出,仍使用传统经营体系,将严重限制广播电视发展。在寻求与新媒体融合过程中,由于缺乏成功先例,两方的融合探索、分工合作等,仍有诸多需磨合之处,各项制度也并不完善,在推进协同创新时面临思想认识、技术手段等多方因素限制,影响了融合发展效果,二者固有优势也未完全发挥出来。

(四) 融合质量有待提升

广播电视与新媒体在技术文化理念、运营模式等方面存在较大差异,该类差异直接影响融合效果。第一,二者在传播方式和内容生产上存在较大差异。在信息收集到内容编制、审核流程上差异较大,影响融合内容输出质量。第二,传统广播电视机构管理体制较为固化,无法快速满足新媒体发展所需要的灵活性和实时沟通要求,影响融合进程。第三,二者使用的商业模式差异较大,在协同创新环节未及时制定新机制,影响二者融合问题化解速度。第四,针对用户提出的个性化需求,在保留广播电视发展优势基础上,融入新媒体特色模式,为用户提供个性化内容,也是广播电视需考虑的重点,否则将导致其陷入低质量融合困境,影响广播电视长远发展。

(五) 新媒体技术人才匮乏

人才在广播电视与新媒体融合过程中占据重要地位,特别是技术人才短缺,将直接影响广播电视向新媒体方向发展速度,不利于后续融合发展工作快速推进。部分广播电视台发展过程中并没有建立完善的新时期特色受众反馈渠道,导致受众信息参与互动感较弱,而这与技术人员的缺乏存在极为密切的关系。已有技术人员对自身业务水平提高重视程度不足,这都在不同程度上影响了广播电视与新媒体融合发展效果,致使广播电视在获取服务网络信息资源方面的优势未能发挥出来。

四、广播电视与新媒体融合发展的路径

(一) 明确融合模式

根据国内广播电视与新媒体融合发展特征,可以用融合式、扩张式、联合式、应用式四种模式来概括其融合发展模式,不同模式的适用条件和最终融合效

果区别较大,需要广播电视根据地方实际发展情况,结合自身定位和预期发展目标,选择对应的融合发展模式,才能最大化提升改革价值^[2]。首先,融合式模式。主要是推进广播电视和新媒体的全方位融合,对其业务流程、经营计划、组织结构等进行了全方位调整,该类融合发展模式最为彻底。但是受到二者固有差异和运营模式的影响,需耗费较长周期且投入成本较高,在推进过程中也会受到多方因素限制。其次,扩张式模式。该模式更强调新媒体对广播电视传统运作模式的改造升级,二者处于同等地位,在已有运作机制的基础上,通过密切二者在技术、资源等方面的联系,充分发挥新媒体渠道信息收集和 content 推送方面的优势,为社会大众提供更加丰富的节目内容。该模式对广播电视固有资源的要求较高,在大型媒体改革中较为适用。对地方媒体来说,直接应用该模式可能会面临人才、资源、技术、设备等多方面因素限制,需慎重考虑。再次,联合式模式。该模式对广播电视改造的要求较小,更突出二者的合作关系,在发挥二者功能定位优势的基础上,充分利用新媒体平台优势向群众推送信息,能够保证广播电视信息传播时效性,对挖掘信息潜在价值也有积极作用。最后,应用式模式。对广播电视资源投入要求较少,与用户的互动模式更加多样,同时还为群众提供了网络互动、内容回看平台,对扩大节目内容宣传范围具有积极意义。

(二) 以互联网思维引领融合发展理念

广播电视在寻求与新媒体的融合发展过程中,必须强化互联网思维应用,以推动广播电视发展改革推送精品内容为目标,开展用户需求调查工作,借用新媒体工具,通过数据分析,快速获取用户反馈关键点,并深入挖掘用户信息观看需求和个性偏好,为用户提供更加精准的信息推送,改进用户内容观看体验^[3]。其次,应用融合发展理念助推资源创新。在必要领域推进与新媒体平台的资源共享和信息技术交流,改进广播电视与用户互动效果,并据此开展内容的深度创作和细化更新,在新媒体技术手段帮助下,优化内容生产和传播自动化效果,提升内容制作流畅性。再次,输出精品内容。立足广播电视已有发展优势,结合新媒体信息搜集重点,以专业知识为指导,深入挖掘相应事件深度内涵,并增强对各类内容原创性的关注。借用新媒体直播、VR 等技术手段,为用户提供更具深度的内容,打造新时期特色广播电视品牌。

(三) 建立健全信息传播矩阵

广播电视在与新媒体融合过程中,应当积极推进全媒体信息传播矩阵建设工作,搭建更加多元化的信息生产渠道和内容呈现平台。第一,拓宽信息生产

渠道,依托新媒体平台,拓宽信息全网输送渠道,并深入收集用户信息,搭建特色新媒体内容生产团队。第二,创新内容输出形式,依托交互式应用程序、直播等特色模式,为用户提供更加多样化的信息体验。例如在纪录片制作过程中,可以引用VR技术给用户以身临其境的感觉。应用内容分析工具,为用户提供个性化服务,更好地迎合用户信息需求。

(四) 优化改进经营体系

以互联网市场思维解构传统广播电视经营模式,整合已有资源,应用技术手段来构建新时期特色全媒体运营体系,能够输出更加多样化的内容,为用户提供优质互动体验。首先,广播电视通过优化与新媒体平台合作手段,引入优质内容和优质生产团队来提升广播电视内容创作丰富性。同时,依托新媒体社交属性和互动模式,与用户展开深入互动,并推广UGC等用户主导的内容生成方式。在此基础上,开展广播电视内容深度创作,能有效提升广播电视内容质量。其次,推动技术创新,加大人工智能、云计算等技术在全媒体运营体系所占比例,在新媒体技术帮助下,快速了解用户需求,并向其推送精准个性化内容,为用户提供更加优质的互动体验,提升用户粘性,保障广播电视市场占有率^[4]。最后,完善全媒体运营管理模式和运行机制,通过调整已有组织结构,打造与新媒体相匹配的专业团队。据此搭建分布式内容生产机制,并组建信息传播网络,可提升广播电视与用户协同合作效果,丰富内容输出效果。

(五) 优化创新生产链条

根据广播电视已有内容制作特点,在其与新媒体融合发展过程中,应重点关注以下两个方面。一方面,要强化策划和制作环节整合,响应新媒体信息制作号召。深化策划和制作团队的互动合作,密切选题对接,并灵活调整内容规划,据此筹集资源,并将各类技术准备到位,为内容制作提供更加专业化的建议,可有效提升节目制作流畅性,降低后期二次沟通成本。另一方面,应用智能化技术,完成素材归档、分类、搜索等工作,在图像识别和语义分析等技术的帮助下,快速理清各类素材之间的关联,据此生成的节目内容也更加流畅,可减少非必要的人工成本支出,推动制作团队将更多精力转移到亮点制作上,提升内容制作效率。

(六) 大数据摸底用户需求

广播电视与新媒体融合过程中,应当正确认识大数据的作用。依托大数据技术,广播电视能够快速收集用户观看需求和观看偏好,并依托用户点赞、评论等操作数据,了解用户的节目、公众人物和话题偏好,

据此完善用户画像,并对其进行分类,能为用户推送更多个性化内容,提升用户观看粘性^[5]。另一方面,应用大数据技术,能够快速梳理节目内容与用户需求差异,据此调整节目内容推送形式和各类内容播出时长,可有效改善用户观看体验。

(七) 培养新媒体技术人才

正确认识技术人员对广播电视与新媒体融合发展的意义。首先,提高新媒体技术应用熟练、具备创新流程传播意识的人才待遇,提升人才稳定性。其次,优化员工培训机制,根据融合发展需求,就网络信息化业务对技术人员展开培训,提升人员业务素质。再次,调整技术人才薪资结构,以高待遇吸引外界技术人才进入广播电视系统,为广播电视技术团队注入新活力。最后,强化职业道德培育,保障节目信息真实性,为用户提供真实信息内容。

(八) 完善监管机制

广电总局、工信部等部门应当加强对广播电视和新媒体融合管理工作的重视,结合新媒体发现产生的信息失真问题、舆论问题等,搭建规范媒体行业监管体系,并根据广播电视、新媒体、电信等部门工作重点和行业特征,及时完善相应管理制度和指导政策,据此设立相应监管机构,在监督广播电视和新媒体融合发展过程规范性的同时,为解决融合过程中出现的问题提供技术指导,纠正融合产生的违法行为,为二者融合发展奠定良好基础。

结语:

广播电视与新媒体融合发展,是摆脱广播电视发展困境、巩固其主流媒体的必然举措,需要广播电视媒体加强对融合工作的重视,深入把握融合发展特征,结合地方发展实际,明确融合目标和思路,据此调整融合手段、设定合理融合周期、完善直播分离机制、优化内容生产模式、构建全媒体运营平台,能够为国内其他地区广播电视媒体改革发展提供可靠经验。

参考文献:

- [1] 李江林. 广播电视与新媒体融合发展路径阐述与探究[J]. 中国传媒科技, 2022(7):107-110.
- [2] 李华芹. 新时期广播电视与新媒体融合发展研究[J]. 中国报业, 2023(6):34-35.
- [3] 白锋. 广播电视与新媒体融合发展的路径探讨[J]. 传播力研究, 2023, 7(13):34-36.
- [4] 衡媛. 广播电视与新媒体融合发展的路径研究[J]. 灌篮, 2021(14):107-108.
- [5] 鲁天策. 广播电视与新媒体融合发展的有效路径[J]. 科技创新导报, 2021, 18(25):167-169.