

全媒体时代电视台与新媒体融合的实践

杨成云

(安徽广播电视台, 安徽 合肥 230000)

【摘要】随着社会科学技术水平的不断发展,新媒体技术与各行各业的结合也越来越紧密。可以说社会已经进入全媒体时代。而电视作为传统媒体也要与新媒体相融合,借鉴新媒体平台的优势与特点,实现传统媒体与现代媒体的联动融合发展,促进电视台在全媒体时代焕发出新的生机。在本文中,简要介绍了传统媒体的局限性以及广播电视媒体与新媒体融合的必要性,并基于全媒体时代下电视台与新媒体融合过程中所带来的机遇与挑战,提出了相应的电视台与新媒体融合发展的策略,希望广大相关从业人员在阅读后提出宝贵意见。

【关键词】全媒体时代;电视台;新媒体融合

一、传统媒体的局限性

传统媒体的局限性在于媒体的表现形式不同。对于平面媒体报纸新闻来说,以文字传播为主,记者用简洁的语言抽象概括新闻事件的发生,因为版面的限制,可概括的内容较少,信息容量有限,只能选择价值最大的信息。而受众又有特殊的阅读取向,由于报纸杂志缺乏个性化,难以满足受众的需求;电子媒体广播新闻则主要以声音的形式进行传播,不容易记忆和保存,直观和生动性欠缺,因受众层次不同缺乏吸引力,而且不能反复,且播放效果受气候变化、信号强弱、文化程度等因素限制,影响受众的体验感。视觉媒体电视新闻虽然以画面、声音和图文等为主,但受时间播放顺序的限制较大,需要在规定的时间内播放规定的节目内容,无法保证新闻信息的及时性,存在较大的地域限制和收看设备局限,受众不能主动选择和留存信息,且节目不能反复观看和下载查阅。

二、广播电视媒体与新媒体融合的必要性

在新媒体应用日愈广泛普及的今天,因受互联网信息传播技术的影响,以及智能手机信息载体的普及应用,广播电视传统媒体在媒体行业中的优势地位逐渐丧失,主导地位受到很大冲击,市场占比率减小。在这种背景下,广播电视媒体要想与时俱进持续发展,势必要对发展模式进行转型升级,在运营中融合新媒体元素。另外,随着社会的快速发展,知识、技术、产品和传播手段日新月异,传统的广播电视媒体已无法满足广大受众的多样化信息需求,因此必须创新,积极与新媒体融合发展,以求更好地满足广大人民群

众对日益增长的精神文化生活和新闻资讯信息的需求。

三、新媒体对广播电视媒体的影响

分析新媒体对广播电视媒体的影响,主要表现在两个方面,一是对广播电视媒体传播模式的影响,传统的广播电视媒体在不断应用新媒体技术,例如高清、5G、4K/8K技术,以及VR/AR/MR视频等,传播方式发生了一定变化,由单一的定时定点传播转变为双向传播互动模式。同时,在新媒体技术的推动下,改变了过去广播电视的封闭状态,逐渐实现开放式的传播形式。各级广播电视台在注重宣传效益的基础上,更看重社会效益的提升,占领舆论宣传主阵地、主战场,这也符合当前媒体行业发展的要求。在广播电视和新媒体融合发展的趋势下,进行综合终端应用和立体发展已成为重要的发展形式,可以满足受众对信息碎片化、娱乐化、专业化、多样化的需求。二是对媒体行业格局的影响。融媒体的出现使媒体行业内部格局相应发生变化,过去广播电视媒体的占比大,是舆论宣传的主渠道,有它的权威性和唯一性,影响力较大。新媒体出现后,逐渐占据网络线上传播的优势,广播电视媒体的地位逐渐衰减。因此,在两者融合的背景下,媒体行业的内部格局出现变化,表现出多元化、专业化、交互式、全网式发展趋势。

四、全媒体时代电视台与新媒体融合所面临的挑战

(一) 信息载体的转变

全媒体时代背景下,电视台各项工作的开展都面临着非常大的挑战,其中最大的挑战在于由信息技术及互联网发展支撑的信息载体形式的转变。在传统的信息传

播过程中,通常情况下,信息主要通过报纸、杂志以及广播、电视等进行传播,人们主要通过阅读报纸、杂志以及收听收看广播电视等来获取信息。但在全媒体时代下,新媒体的快速崛起,催生了各种各样的新媒体平台,例如QQ、微博、微信等。这些新媒体平台为信息传播提供了丰富并且全新的载体,而且,在此过程中,新闻资讯等的信息量也呈现出爆炸式的增长。如今,人们利用智能手机、电脑等智能电子设备就可以随时随地地接收信息,甚至可以随时搜索自己需要的信息内容。这就使受设备和播出时间限制的、本身就不具备较高竞争力的电视台的发展空间被大幅压缩。全媒体时代,信息载体的转变给电视台的发展带来极大挑战。

(二) 信息交互方式的改变

全媒体时代,信息交互方式也发生了非常大的改变。所谓全媒体,可以将其理解为将传统媒体、新媒体以及自媒体等包括在内的一种全新的、全方面的信息传播模式。在当前互联网已经得到普及的背景下,新媒体平台的传播优势越来越明显,就信息交互而言,最明显的体现就在于新媒体平台使得新闻信息的及时性以及互动性得到大程度提升,人们利用网络,在社交平台上,对自己感兴趣的某一个热点事件或言论表达自己的想法,与他人进行即时沟通和交流,这是传统媒体所无法实现的。如广播电视节目首先要进行节目的制作,包括信息采集、编辑等,然后才能播发,从这里就可以看出电视播报的新闻内容存在一定的滞后性,无法做到与受众进行即时互动,所以,在信息的交流互动上,电视台的市场竞争力落后于新媒体。

(三) 信息传播方式的多样化发展

全媒体时代背景下,信息传播方式呈现出多样化的发展。在新媒体平台上不仅能够实现新闻信息传播,还能衍生出各种各样新的网络视听节目,如一些只能在固定时间通过电视收看的影视剧和综艺节目,如今能够直接在网络平台上播放,人们通过手机或电脑可以不受时空限制地观看。不仅如此,一些视频网站或平台甚至还具有某些剧集或节目的独家版权,这就意味着电视台的收视率将降低。事实上,如今已经很少有人会守着电视观看电视节目了。

五、广播电视媒体与新媒体的融合发展存在的问题

(一) 监督机制不足

新的融媒体形式在国内大部分城市已逐渐兴起,但当前的制度建设还不能覆盖融媒体的发展需求,导致融合过程中缺乏规范的约束作用。政府方面对于融

媒体的发展缺乏足够的资金保证,没有提供政策支持,制度约束不到位,融合发展缺少行业监管,所以发展速度和质量参差不齐,很难发挥应有效益。

(二) 融合理念不足

实现融媒体的发展,需要传统媒体和新媒体都认识到自身存在的缺陷和不足,同时认识到融合发展的益处,才能提高融合的主动性、创造性。但当前两者之间的融合重于形式,双方的经验借鉴比较少。从广播电视方面来讲,新媒体的海量信息传播渠道广泛,传播速度很快,如果仅仅是借助新媒体的传播渠道进行传递,无法真正实现两者的融合。

(三) 融合空间受限

广播电视媒体由于受国内地域之间的差异化影响,整个行业之间的标准并不统一,存在很大的区域性、差异性。这种情况使得媒体之间的融合发展遇到很大的困境。所以为了保证广播电视和新媒体之间有效的融合发展,需要统一行业标准。但从目前来说,传统媒体和新媒体的内部行业标准不统一,尤其是新媒体,因为体制制度和标准规范还不成熟,所以约束机制不足,容易出现违法违规行为。

(四) 创新意识薄弱

创新意识薄弱是目前国内大部分地区和行业发展面临的实际问题。当前媒体界普遍存在创新意识不强,不仅体现在节目创新效果低下方面,也体现在先进技术应用普及方面。大部分广播电视节目都采取传统播出方式,缺少对新技术的引用,比如摄像、录制、直播等,都会影响到节目的传播效果,也影响到对受众的吸引力和关注度。

六、全媒体时代电视台与新媒体融合发展策略

(一) 加强与新媒体平台的合作,提升传播力及影响力

全媒体时代背景下,电视台要在找准自身发展方向、明确自身职能定位的基础上,积极主动与新媒体平台开展合作,努力提升电视台的传播力和影响力。首先,电视台一定要认清自身所承担的社会责任。作为主流媒体,电视台要将工作的重点放在宣扬积极的社会价值、引导主流舆论上,以保证电视台的作用和价值得到充分发挥。其次,电视台在制作以及播放新闻类电视节目时,一定要保证新闻节目内容的真实性和完整性。最后,电视台应当在充分了解当前受众喜好的基础上建立官方微信公众账号和微博账号,传播推广电视台独具特色而真实的新闻内容,或是具有较大影响力、较为重要的新闻信息,

努力扩大这些信息传播的范围,借此进一步提高电视台的影响力和公信力。与此同时,电视台还要安排专门的交流沟通人员和内容审核人员,通过新媒体平台积极与受众进行沟通交流。

(二) 创新节目制作的内容及形式,提高电视节目制作质量

全媒体时代,电视台要获得更好发展,就要努力提升自身的市场竞争力,抢占更多的收视份额,而这一切的基础就是有效提高电视台节目的制作质量,实现电视台节目制作内容及形式上的进一步突破和创新。电视台应积极创办独具特色的电视栏目,结合当地特征开设旅游类或者民生类的电视节目,要在内容方面宣传当地民俗风情,传播当地文化,将电视台打造成为本地与外界沟通交流的渠道。

(三) 提高工作人员综合素养,奠定融合发展的良好基础

全媒体技术给电视台的发展带来更大的挑战和机遇,想要获得良好发展,电视台就必须与新媒体进行融合,这对电视台工作提出了更高要求。电视台工作人员不仅要掌握利用新媒体收集整理新闻信息的技能,还要具备对电视节目内容进行创新的能力。首先,要对电视台内部工作人员的结构加以优化,保证每一个岗位上都是具备较强工作能力的员工。其次,应加大引进专业人才的力度,可以通过多种途径向社会广泛招聘优秀的电视台专业工作人员,同时,还应加强与学校的合作。再次,应强化电视台现有工作人员的培训,根据不同工作的需要,开展针对性的培训教育,不断提升在职工作人员的工作能力,促使工作人员综合素质整体提升。另外,应着重培养具备高度信息素养以及计算机应用能力的复合型人才,以满足新时代电视台与新媒体融合的实际需求。最后,应注重构建完善的激励机制,通过合理的考核,对工作成效高的工作人员根据其实际需求给予奖励,对工作成效较低的工作人员给予一定的惩罚,最大程度提高工作人员的积极性和主动性,提升工作质量和效率。

(四) 落实多元化经营手段,加强新媒体宣传力度

针对传统电视节目制作方式和播放形式单一、与受众缺乏沟通交流,无法及时了解受众对节目的实际需求和观看节目的实际体验等状况,电视台应高度重视与受众的沟通交流,通过各种方式加强与受众的互动,以准确把握市场和受众需求,从而制作出更具针对性、更受观众欢迎的电视节目。作为文化传播的主

阵地,电视台在节目制作过程中应坚持传播社会主义核心价值观和正能量,而非一味地去迎合大众的口味,以媚俗的内容降低电视节目的质量,导致内容价值和电视台的作用无法得到充分发挥。在引进电视节目时,一定要对节目进行严格审查,保证电视节目符合相关的法律法规,且弘扬正能量、宣扬主流价值观。电视台还要利用新媒体的宣传优势,在最大程度上利用多媒体来提升自身的知名度、影响力、权威性和市场竞争力。如可以通过微信公众号、微博账号以及抖音、快手平台账号,有针对性地宣传以及推广自己的电视节目,不断扩大受众范围,提高电视台影响力。

七、结束语

综上所述,在全媒体时代下的电视台要积极探寻发展出路,与新媒体行业相结合,科学把握时代下的机遇与挑战,制作更多人民群众喜闻乐见的电视节目,让传统媒体能够有更多的创意发展途径,在新时代下焕发出新的生机,实现电视台的更好发展。

参考文献:

- [1] 张金萍. 省级广电发展新媒体的融合创新之路——以广东广播电视台“触电新闻”为例[J]. 传媒, 2021(02):40-42.
- [2] 马亚琼. 地市级广播电视台推动媒体融合向纵深发展的探索——基于河南省南阳广播电视台的实地调研[J]. 出版广角, 2021(03):73-75.
- [3] 黄永妮. 后疫情时代广电媒体融合发展的实践与思考——以广西广播电视台为例[J]. 视听, 2021(06):8-10.
- [4] 钟磊. 超高清视频新闻: 5G 应用背景下媒体融合的趋势——以《人民日报》、中央电视台、新华社为例的实证研究[J]. 新闻界, 2021(05):33-39+67.
- [5] 李军. 媒体融合背景下地市台的困境与创新——以扬州广播电视台为例[J]. 当代电视, 2021(11):106-109.
- [6] 聂辰席. 以重点工程为抓手打造“智慧融媒体”——中央电视台媒体融合实践[J]. 中国广播电视学刊, 2015(11):5-10.
- [7] 王洋. 传统媒体与新媒体融合略谈——以红河学院广播电视台为例[J]. 红河学院学报, 2020, 18(03):85-87.

作者简介: 杨成云(1988.10-), 女, 汉族, 安徽安庆人。