

实现传统媒体与新媒体融合 推动广电向全媒体转型发展

秦楚

吉林广播电视台

[摘要]进入21世纪,信息技术正以极其迅猛的速度发展,传统媒体面临着新的发展格局,逐步与新媒体交融,朝向全媒体方向发展,而新媒体的影响力,在这种背景下也有所提升。目前,新媒体为大数据背景下的广电行业发展带来了新生力量,传统广播电视应立足新媒体视角,结合传统媒体及新媒体优势,致力朝向全媒体方向转型。本文就围绕广播电视传统媒体,分析新媒体融合策略,希望能为广电向全媒体方向转型带来参考建议。

[关键词]广电;全媒体;新媒体;融合策略

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2021.12.1212

引言

大数据的快速发展,已经为我国传统媒体行业的发展指明了方向,广电传统媒体也应把握新时期的机遇。在广电发展时,结合新媒体优势,将其与传统媒体加以整合,即可形成互联互通格局,促进广电向全媒体方向发展。传统媒体和新媒体的融合,目前广受广电行业以及相关专家、学者的关注。相比媒体传播效果,人们格外关注媒体融合是否会为广电未来发展带来变化。与此同时,考虑广电发展现状,创新了几点有效的融合途径,致力于全面提升广电全媒体发展效果。

一、广电传统媒体与新媒体融合对行业发展带来的影响

(一)深刻改变广电发展格局

在广电传统媒体发展过程中,主体具有单一的特点。然而,在和新媒体融合后,参与主体逐步多元化,产业格局也发生了一定改变,为广电制作服务传播以及管理等带来了众多挑战。一方面,广电生产制作越来越具备社会化特点,服务集成商以及终端制造商等全面关注受众需求,以受众需求为依据生产内容。另一方面,广电传输方式越来越多元化,地面有线、电视网以及卫星等承载着传输内容的作用,5G等技术快速发展,更是开辟了全新的广电服务形态,在一定程度上改变了广电发展格局。

(二)深化拓展广电发展空间

视听媒体形成了多元主体共同参与且融合开放的发展格局,有利于在一定程度上拓展广电行业延伸的产业链和价值链。于传统广电媒体来讲,在和新媒体融合后,行业创新效果得以深化发展,智能终端以及数字家庭等全新的业态步入大众的视野之内,在一定程度上激活了广电行业传统媒体的发展潜力。此外,广电产业规模得以拓展,广电行业逐步放弃数量规模发展模式,朝向质量效益型发展模式变化,整体结构持续优化。最后,行业价值得以提高,用户需求被全面挖掘,广电传统媒体和新媒体融合后,致力于增强用户体验,创建及开发更多品质内容,这便在一定程度上进一步延伸了广电传统媒体的产业价值。

(三)深化转变广电发展模式

在广电传统媒体和新媒体融合后,尤其是面向传媒全媒体方向发展过程中,将新的互联网技术和数字化技术引入其中,

即可改变单调的广电发展模式,使得传统广电媒体单一化发展模式变得愈加多元化。在传播模式这一层面,传统媒体非常重视改变传播流程,在和网络媒体和手机媒体整合后,可以形成优良的聚合效果,实现立体化传播。在运营模式这一角度来看,传统媒体和新媒体融合后,能够跨行业且跨区域传播。但若从服务方式角度出发,简单的服务模式逐步面向精细化服务方向改变,可为受众带来全新视觉体验,创设更多高质量的全媒体综合信息内容。

二、广电融合传统媒体及新媒体向全媒体方向转型的有效策略

(一)新媒体传播迅速性与传统媒体真实性融合

众所周知,新媒体具有迅速传播的特点,在发生新事件后,新媒体能够在短暂时间内做出反应。从事件发生到事件传播,仅需要短暂的几分钟时间,甚至是几十秒钟的时间。在这一个过程中,会伴随很多问题,信息在生产以及传播制造过程中,常受各种不稳定性因素影响,传播者在传播信息时很有可能被贴上制造者标签,导致信息极有可能出现不精准的问题。目前,随着社会上的信息容量越来越多,且具有混乱的特点,受众难以在海量信息中辨别出真实信息,而且目前越来越多的大量网站中,发布着各种信息,且一些信息的出现仅为了博取受众“眼球”,并未真正的辨别事件是真是假,甚至个别人士杜撰虚假信息,欲盖弥彰地掩盖新闻事实。长此以往,导致大众针对新媒体的信任值开始下降,不利于促进新媒体长足发展。广电传统媒体在传播数据这一方面,虽不占优势,但是却具有专业性及权威性,所传播的信息经得起推敲,具有客观性和真实性的特点。广电传统媒体信息传播及制造流程,极具规范性和专业性,传统媒体会针对不同信息进行全面性的架构,最终生成高效信息及真实信息。传播速度虽不如新媒体,但信息精准性方面却占有一定优势,更能获得大众的信任。因此,新时期广电行业发展过程中,要发挥传统媒体及新媒体各自优势,规范新闻制造及传播流程,在快速传递信息之际,保障信息真实性,以确保广电行业向全媒体方向高质量转型。

(二)新媒体活力性及传统媒体严肃性融合

新媒体具有优良的互动性特点,能够令大众参加体验信息制造以及传播的过程,在传播信息和制造信息时,大众可以处

于中心位置。通过实际性的互动，可以真正调动大众参加信息传播过程的积极性，新媒体更有活力，促使新媒体快速发展。如今，越来越多的用户通过网络展开远距离沟通和交流，在第一时间内即可获得更多信息，通过网络渠道发表个人观点及看法，新媒体平台具有良好的开放性。然而，也正是由于新媒体具有开放性，极有可能导致网络信息出现混乱局面，各种不良的信息肆意传播，这便说明新媒体发展过程中亟需进行有效的监管。针对新媒体而言，广电传统媒体立场相对严肃，通过宣传各种正能量事件，对推动社会进步有一定的影响意义。然而，新媒体则侧重于大众化，虽然有正确的价值观引领作用，但仍需得到相关制度的规范。所以，广电媒体在发展时要吸收新媒体活力，但也不可摒弃传统媒体严肃性，只有确保二者有机融合，才能真正促进广电行业全媒体发展效果得以保障^[1]。

（三）优化内容制作平台促进生产融合

为了真正适应全媒体时代的变革需求，广电行业在发展过程中要搭建全新的内容制作平台，完善新闻采集、加工制作、共享等众多环节，以便加速生产融合速度和效果。一方面，要注重改变生产内容的方式与方法。结合全媒体环境，优化生产内容的制作平台，为内容制作平台赋予集约性以及开放性特色，以保障内容生产模式有所改变，从粗暴形式向精细化及集约化形式改变，放弃封闭独立的生产模式，吸引受众参与进来，并进一步挖掘产品价值。另一方面，注重共享有关内容，在广电传统媒体转型时，内容资源非常关键，传统媒体以及新媒体的融合发展，能够提供技术支持，促进技术方面高效融合，增强内容资源共享水准，打造全新的广电媒体系统。最后，重视完善业务流程，通过聚合促进融合，通过多媒体、全媒体这一方向促进广电行业的采编、播放、储存以及应用等流程得以优化升级，保障节目创意到技术制作及内容生产一体化发展。

（四）融合信息渠道及传播渠道

一方面，随着新时期信息技术的快速发展，智能手机早已普及，网络终端PC端逐步改变，转移到智能手机终端。目前，新媒体以网络为核心渠道进行传播，在未来传播时，移动终端是核心方向。现阶段，智能手机均配备摄像、照相功能。虽然随着信息技术水平不断提高，智能手机拍摄出的照片和专业化相机仍有一定差距。然而，在色彩和清晰度方面，却依旧可以作为网络传播的图片。结合融通传播渠道，促使广电传统媒体与新媒体信息互动，可以强化媒体信息权威性。使用传统媒体和新媒体的信息传播渠道，加速广电信息在大数据背景下的快速传播。另一方面，在融合信息渠道基础上，要重视融合传播渠道。如今，我国媒体行业呈现成熟化发展的趋势，传统媒体以及新媒体相互融合，在一定程度上丰富了受众表达形式，全方位融合相关资源，创建图片、视频等融合为一体的平台，进一步改变原有的运作模式，并且弥补缺陷，可以有效地整合广

电信息，保障不同媒体平台的信息高度融合，切实提高广电行业数字产品的竞争优势和实力^[2]。

（五）高效处理线性传播及互动传播关系

传统广电媒体传播模式更倾向于单向线性传播，媒体把握传播主动权，观众仅处于被动接收新闻信息的状态中。随着网络媒体时代的到来，互联网为新媒体传播开辟了全新的模式，双向互动传播模式更受欢迎，这便为新媒体的传播带来了全新发展机遇，使得广电新媒体传播进入新阶段。然而，新兴传播方式的出现，并非代表传统线性模式被彻底取代，其仍具有一定优势。在本质上来讲，人类关于信息的需求，在一定程度上决定了信息传播方式。如今，人类不仅需要线性传播，同时更需要互动传播，这二者间并非是对立关系。线性传播可以满足更多受众关于大众化信息的实际需求，而互动传播可以满足不同层次人群的人性化信息需求，二者间优势应互补，才能发挥优良的广电行业全媒体发展效果^[3]。

（六）创新广电媒体内部机制

进入全媒体时代，为广电行业的发展创造了新媒体环境。在全新的大环境之下，媒体融合的需求得以完善，开辟了互联网产业的新格局。传统广电媒体形式在新时期面临着收入分流、群众分化以及人才凋零等问题，这就需要把握全媒体模式特点，创建全新的和全媒体时代相互匹配的体制与机制，以便为了广电媒体产业者发展提供有力的支持与保障。体制虽然并非传统广电媒体衰落下滑的重要原因，但却会制约传统国内媒体产业的转型，所以若想保障传统广电媒体向全媒体方向发展，首要任务就是创新改革原有媒体体制^[4]。

结束语

综上所述，在信息化时代中，进一步推进广电传统媒体和新媒体的融合，极具时代意义。然而，在具体实践时，广电传统媒体和新媒体的融合仍处于持续探索的阶段，并未形成固定模式，这就需要考虑广电行业的特殊性，致力于寻找促进广电行业新媒体和传统媒体融合时取得双赢结果的路径。在媒体持续向前发展过程中，保障广电传统媒体吸收新媒体优势，全面完善信息渠道及传播渠道融合效果，最终保障广电行业达到全媒体发展目标。

参考文献：

- [1]任桂玲,李秋全.传统广播电视媒体与新媒体的融合发展研究[J].东西南北,2020(09):107.
- [2]耿凯华.新时代下传统广播电视与新媒体融合发展策略研究[J].记者观察,2020(09):10.
- [3]杨西梅.探讨新媒体时代下传统广播电视与新媒体融合发展[J].中国传媒科技,2020(01):56-58.
- [4]何蕊雯.传统广播电视与新媒体融合发展的路径探析——以“芒果TV”为例[J].今传媒,2019,27(12):98-99.