

新媒体视域下影视传播优势和发展方向探析

龚锦笛

(成都理工大学 四川 成都 610000)

[摘要]现阶段,精神消费与文化消费成了人民群众的新需求,这两项占比在人民日常消费中占比稳步增加。作为文化产业中重要的一个组成,影视产业在推动文化产业发展,刺激文化消费上起到了重要作用。发展影视产业即是弘扬中国优秀文化的一种需求,也是展现中国魅力的一种方式。在新媒体蓬勃发展背景下,建立覆盖范围广、内容精良优质、核心价值突出的影视产业链十分重要。基于此,本文研究了新媒体视域下影视传播优势以及未来阶段的发展方向。

[关键词]影视产业;新媒体;影视传播;优势;发展

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.04.007

影视传播优势凸显,作为影视领域中不可分割的部分,其影响力非常大。在新媒体冲击下,影视行业的创新与变革对于行业整体良性发展十分重要,所以影视企业需要立足于新的变革阶段切实调整影视产业发展方向,构建健康生态的影视发展体系。

一、新媒体视域下影视传播特征

(一)更具个性化

受到传统影视传播技术影响,媒体的特点是缺少个性化的。发展到新媒体时代,影视发展越来越趋于大众。不论是谁都可以通过新媒体平台发布、获取信息,通过媒体平台能开展线上交流。所以,大众在获取信息已经打破了传播信息传播的壁垒,可以根据自己喜好选择信息,因而信息传播也变得更具个性化。

(二)时空限制更小

技术上的突破使得每一个人都可以成为影视作品的创作者,既是向相隔万里的个人,都能够同一时间跨越空间限制进行交流,其中一个人上传影视作品,另一个人可以即时受到并观看,同时能够就某一个观点进行讨论。由此可见,这种优势是传统影视传播不具备的,在这种开放的环境下,信息的作用更加凸显。

(三)表现形式丰富

在新媒体时代,影视作品的表现更具多样性,对于同一个画面,可以通过多种形式表现,无论是音频、视频,还是文字信息等,都能够以多样化的表现手段表现给受众。可以收在当前计算机软硬件发展基础上,影视传播的优势将得到最大程度体现,在确保内容真实可靠的基础上,能够拓展影视传播范围。

二、新媒体视域下影视传播优势

(一)减少影视制作成本

在多种技术影响下,新媒体体系正在逐步建立并趋于完善,这给影视传播创造了很大的机会。传统影视制作过程中需要应用大量的胶片,仅仅是这一项成本就无法估量,一部完整的电影、电视剧从生产到播放过程中所需要的费用非常大,而且制作周期也无比漫长。在新媒体背景下,数字技术的投入使用使得电影电视剧制作周期以及费用得到缩短与缩减。通过新的创作工具将后期制作成本降低,也为影视企业节省了客观的资金。此外,新媒体的另一优势在于影视传播过程的优化,无论是宣传还是传播都具有优势。发展至今,网络在影视传播中起到了作用越来越大,其成为影视传播的重要渠道。

(二)拓宽影视传播范围

如果说新、旧媒体的差异主要表现在传播方式上,那么二者的最大区别则是载体不同。在通入了网络技术后,新媒体的载体更具优势,人们通过PC端或者移动端则可以实时地进行影视节目的观看。特别是5G技术问世后,通讯媒介迎来了巨大改变,影视传播在其内容上以及方向上出现了新的特点,网络电视、手机电影、微电影成了人们日常观影中重要的渠道。从“网络大电影”盛行以来,影视行业算是真正步入了网络传播时代,作为新时代影视传播的主要方式的网络,凭借其分布广、受众多的特点为影视行业带来的巨大的经济效益。不仅如此,观众所能够获取的影视作品范围也在不断拓展。

(三)增强影视传播深度

传统影视传播存在着滞后性,而信息时代的到来改变了

这一缺陷,影视传播的交互性特点更加明显,传播的深度也在增加。人们对于社会热点的关注度越来越高,社会新事物的出现丰富了人们的生活。新媒体环境下影视企业能够将新媒体优势发挥,借助于社会热点进行影视作品宣传。例如,针对“看病难”这一热点,《我不是药神》站在人性的角度上思考进行创作,社会热点反复发酵,加之人们对其认可度增加,使得这部作品很快被人们所知晓。此外,像《战狼》《人民的名义》《你好李焕英》等都是借助网络媒体进行宣传,这些影片本身就具有一定的深度,再通过网络传播后,其影响力必然增强。

三、新媒体视域下影视传播发展方向

(一)资本加速融合

通过分析新媒体最近几年发展可知,对于影视产业的影响正在逐步扩大,新媒体技术已然成为资本角逐的焦点,媒介融合进度正在不断提速。早在2013年,万达就在影视行业大刀阔斧的进行布局,东方影都的建立消耗了万达500亿巨资,因此也吸引力大量资本入住到影视行业。随着新媒体发展脚步加快,影视行业的资金流入比重越来越大,影视产业的影响力出现了前所未有的高度。整体来看,商业化的发展必然为影视行业创新变革带来机遇,尤其是新媒体技术的应用,将会极大的改变资本的结构。

(二)版权保护升级

从影视传播发展来看,新媒体环境下的影视作品资源变得更加丰富。无论是前期成本的投入,还是影视作品内容制作中的投入,可以参考的资源非常多。不过,我国目前未能完善影视版权保护机制,所以这也使得行业版权费用得不到提升,各类版权纠纷事件时有发生,这对于影视传播发展十分不利。新媒体技术的出现后,很多影视公司都在学习国外影视制作方法,影视制作体系也越来越成熟,不过在版权保护上基本处于停滞的情况。纵观全球影视传播产业发展,这条产业链不局限于票房,反而是版权保护上的价值更高。由此可以看出如果资金投入到位,那么必须对影视版权进行管理,以此来促进影视传播行业健康发展。

(三)影视与媒体融合

影视传播的发展并不能单枪匹马,应该借助于新媒体优势,不断与其进行融合,通过人才引进机制使得二者出现协调共进的局面。所以,发展文化人才至关重要,这也是未来阶段影视传播行业发展的主要防线,通过人才撬动整个行业变革。在落实方面上,行业一定是积极建立人才平培养基地,通过实践不断调整融合的方案,在某个时间点完成融合。

结束语

总而言之,影视传播发展需要凸显出其别具一格的特色,在新媒体时代应该抓住机遇,发挥新媒体作用,不断调整发展模式,构建生态的影视传播产业链,促进影视行业持续向好发展。

参考文献

- [1]黄艳.新媒体背景下的我国影视传播力提升对策[J].当代文坛,2019(02):108-111.
- [2]谭云剑.新媒体背景下的影视传播途径及传播特点分析[J].读书文摘,2019(11):166-167.
- [3]罗丽,罗彬.利用新媒体提升电影传播力一以电影《美人鱼》为例[J].新闻世界,2019(06):54-56.