

浅谈移动互联网时代 传统媒体的创新与发展趋势

——以云南广播电视台傣傣语广播为例

和杰花

云南广播电视台

【摘要】随着互联网与通讯技术的发展、移动互联技术的广泛应用,手机等移动网络终端的网民持续增加,在媒介融合环境下,广播生态发生了变化,过去传统的收听方式已被边缘化、甚至被遗忘。受众收听收看习惯和需求也发生了相应的变化。如何在新媒体全面开花,全面的覆盖的环境下,民族语广播能够顺势而为,主动作为,充分发挥好民族语广播的特色和优势,培养好一批忠实的听众,这是时代出的答卷,民语广播人需要用与时俱进的思维来解答出一份具有生命力与竞争力的答卷。

【关键词】移动互联网;传统媒体;创新;发展

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2021.09.1479

一、移动互联网时代,民语广播的生存状况

1955年,云南广播电视台(当时为云南人民广播电台)先后办了西双版纳傣语、傣傣语、景颇语、拉祜语等少数民族语言广播,内容涵盖新闻性、教育性、知识性、文艺性相结合的综合节目,其基本任务是联系边疆民族地区的实际,宣传党和国家的方针、政策、法令,报道国内外的重大事件和各种新闻信息,宣传社会主义建设的成就、经验和新人新事,传播科学文化知识。通过短波和中波发射,广播节目的覆盖面不断扩大,传播质量不断提升,尽可能地满足少数民族受众的需求。

20世纪八九十年代,绝大部分偏远的少数民族地区发展条件落后,不仅报纸发行极为困难,难以接收电视节目,广播成了获取外部信息的唯一渠道。在这种环境下,受众对广播的依赖程度高,电台播放什么受众便接听什么,受众处于较为被动的受传状态。媒介单一的情形下,受众不存在流失的风险。

二、移动互联网对传统媒体的冲击

随着互联网与通讯技术的发展、移动互联技术的广泛应用,手机等移动网络终端的网民持续增加,在媒介融合环境下,广播生态发生了变化。随着讯息技术的突飞猛进,应运而生的新媒体具有海量信息、互动性强、声画兼备、覆盖面广、传播迅速等特点,具有数字化、网络化、交互化等优势,新媒体的出现打破了传统媒体的垄断地位,传统媒体通过某种机械装置定期向社会公众发布信息的方式几乎走向没落的边缘。其中广播媒体的往日辉煌已不复重现,被各种五花八门的传播媒介逼到了生存绝境。新媒体以时效、灵活、新颖的传播方式及极强的互动性把之前的传统受众纷纷吸引过去,相较之下,广播媒体的竞争力显然处于劣势。

新媒体最具代表性的媒介之一就是微信公众号,2012年8月,微信正式推出微信公众号,微信公众平台正式向普通用户开放。由于当时微信已经运营了一年之久,已经积累了相当庞大的用户群体,所以微信公众号一经推出,就吸引了很多企业商家的关注。许多自媒体和大V纷纷开通公号,以新颖的内容、互动的方式培养粉丝用户。各种公众号如雨后春笋般出现,有关的内容方方面面、包罗万象。广大微信用户凭着个人喜好去关注,去参与讨论。用户可以根据个人时间随时随地去了解想关心的内容。像这样的传播方式,给用户提供了

极大的方便和选择。

新媒体平台不断出新,当微信公众号正方兴未艾的时候,短视频如破竹之势在媒介中占据了一席之地,如抖音、快手的出现,全民参与度更高,更积极。每一个人都是视频内容的生产者,以轻松、简短的方式让用户在更短的时间浏览更多的内容,体验更多的生活。

新媒体的发展态势如火如荼地进行,广播媒体顺势而为,为在竞争激烈的媒体环境下获得一席之地,主动作为,纷纷迎战,跟新媒体抢夺用户,开辟了一片新天地。

三、民族广播应对新媒体的探索和创新

广播媒体在新媒体异军突起的情况下,开始涉足新领域,以与时俱进的思维主动开拓创新谋新局。2015年云南人民广播电台民族频率开通“云南民族广播”微信公众号,由西傣、德傣、傣傣、景颇、拉祜五个语种共用公号。“云南民族广播”起初是简单的内容搬运,轮班编辑,由值班编辑负责搬运填充一组八条的内容,涉及新闻、养生、烹饪等内容。处于简单的内容搬运,体现不了独特性与创新性,吸粉能力弱,推文平均点击率200人次左右。经过一番调整与探索,于2016年1月21日傣傣语部率先推出原创作品傣傣语朗诵《再别康桥》,一个月月内点击达到1万人次,朋友圈分享次数达到5000人次,留言评论达30多条,网友“花里胡哨”留言表示第一次听到这么好听的朗诵。网友“七百鸟花”留言表示很美的诗,很美的声音,能在异乡听到这久违的乡音,内心立即变得很宁静。《再别康桥》开创了傣傣语朗诵的先河,通过尝试,傣傣语部继续推出朗诵作品《最遥远的距离》《雨巷》《人间四月天》《难忘伊人》《我爱你,与你无关》《一个无法走出的黄昏》《君生我未生,我生君已老》等作品及散文阅读《一条老狗》均获得不错的点击率和持续的反响。留言互动饱含听众的热情以及对傣傣语广播的高度肯定,受众有着强烈的民族文化归宿感和认同感。傣傣语朗诵、阅读不仅引起本民族听众的情感共鸣,也吸引了兄弟民族的关注。散文阅读《一条老狗》的留言互动中,有个“峰萧萧”的网友说自己是布依族,一直觉得本民族语言才是最美丽的,但听完这篇播音,深感傣傣语的美丽,虽然没听懂内容,但听懂了感情。用心策划,精准服务,与听众共情、共鸣。傣傣语朗诵的文化类作品吸引了一批忠实的粉丝,在傣傣族地区有了一定的知名度与美誉度。

除了声音作品的探索,民族频率进行了视频节目的尝试,在“云南民族广播”推出“嘻里哈啦跟我学民语”栏目,节目内容以轻松好玩的法方式教大家学说包括傣族、傣傣、景颇、拉祜族在内的四个民族的简单的日常用语,由于受众定位模糊,节目制作内容简单、粗糙,播出效果反响平平,没有吸引到更多的受众来参与留言互动。好的策划和创意也因后期的内容填充和制作水平后劲不足推出10集后也暂且搁置。

“云南民族广播”微信公众号吸粉难的问题,除了内容创作原创力不足,还有一大原因是五个语种共用一个公号平台,给不同民族的粉丝造成了订阅困扰。鉴于这一实情,五个语种自2016年以来,相继成立公众号,并进行分类精准服务。2017年2月14日傣傣语广播微信公众号“傣傣傣瓦”开通,以图片、文字、音视频的形式展现傣傣人民多彩的生活,展示傣傣人民丰富优秀的文化。旨在向傣傣人民及关心关爱傣傣族和傣傣族地区发展的其他兄弟民族发送重要消息,传播傣傣族优秀文化,加强与各地傣傣族同胞的交流沟通和学习。当天公众号推送了第一条推文《情人节,阿石才<为你歌唱>》,一天之内点击率达到7千多人次,2017年2月20日推送第一条傣傣语新闻,一天内的点击率为1600多人次,连续推送到第十期新闻时,点击率已呈下降趋势,只有受众特别关注的时事、民生、突发新闻,才会引起足够的关注。“傣傣傣瓦”公众号开通以来,点击率最高、留言数最多的是傣傣族唱作歌手麻小飞的原创歌曲《聪双然迟》(漂泊的我),2017年5月3日推送至今浏览量有7.1万人次,留言有560多条,傣傣族民间故事《青蛙娶公主》,2017年4月26日推送至今,已有4.5万人次的浏览量,留言170多条,印度傣傣歌曲《已无踪迹》自2020年5月22日推送以来至今已有2.2万多人次的浏览量,留言有100多条。

傣傣语广播积极推广微信公众号,自微信公众号开通至今已有1.2万的粉丝,且处在不断增长的态势。相较传统的广播,微信公众号给了受众全新的体验方式,并从中得到了获知满足感。一时间微信公众号风头最盛,成了信息传播的媒介香饽饽。

“芳林新叶催旧叶,流水前波让后波。”2013年快手短视频社交平台诞生,用户可以用照片和短视频记录自己的生活点滴,也可以通过直播与粉丝实时互动。2016年9月20日,一个面向全年龄的短视频社区平台上线,这个平台即为抖音。到目前为止抖音用户有8亿多,快手用户有9亿。面对如此庞大的用户平台,傣傣语广播抓住机遇,积极融入短视频平台。2020年3月开通抖音公号,3月27日,推出第一条有关疫情方面的视频消息,之后继续推送傣傣族群众所关心、关注、喜欢的抖音视频。“民语民法典”合集点击量65万人次,“乡音乡愁”合集点击率达100万+人次,突发新闻《揪心!云南普洱倚象镇那吉村一傣傣族妇女受野象攻击致伤》点击率达22.7万,实用信息《怒江兰坪飞往国内其他城市通程航线已开通》点击率达10.6万,“珍贵记忆合集”点击率达200万+人次,“傣傣族谚语”合集点击率129万人次。

云南广播电视台民族广播融媒事业循着从无到有、由弱渐

强的发展轨迹,逐步形成了与粉丝数量、互动日趋增多、传播覆盖面广阔、传播水平不断提高的良好态势。

通过大数据分析,节目作品的传达效果一目了然,受众对节目喜好、期待也更为直观。傣傣语广播受众对突发新闻、实用信息、乡音乡愁、歌曲、文化类节目抱有长期的热情,并持续活跃参与互动,很好地发挥了传统广播与新媒体融合的优势,捍卫了党和政府舆论宣传阵地的地位,也为后续的发展提供了方向和思路。

四、媒体融合中民语广播存在的问题及解决方法

目前民语广播在媒体融合中取得了阶段性的成果,图、文、音视频作品节目全面开花,在对象地区有一定的影响力,但专业人员综合实力参差不齐,节目制作质量也存在差异。四个语种五个语部没有各自的一个品牌栏目,制作节目处于“游击战”模式,没有形成固定、规律的制作具有影响力的节目。构成这些困局,原因在于民语广播人思想的僵化、思维的固化,与时俱进的观念转化得不彻底,处在习惯式模式居多。再次是很少有机会出去考察学习,借鉴经验,很大程度存在闭门造成的现象。最后,节目制作大部分只停留于信息符号的转换,能够自己采制播出的节目少之甚少,这样便不存在竞争优势,影响力也会被削弱。特别值得强调的是,尽管少数民族广播媒体传播机制的改革涉及的只是我国大众传播领域的一个局部问题,但将之置于政治层面与文化层面来考察,其重要意义不言而喻。因此,尽管走市场化道路是我国大众传媒的发展趋势,但在现阶段,少数民族广播仍然需要国家在新的历史条件下,采取更为积极有效的、符合少数民族地区特点和实际情况的方法,给予少数民族广播媒体高度的重视与必要的政策和经济扶持,使其逐步搭建起新型而科学的传播机制,并且能够健康稳步地向前发展。如何能继续发展提升民语广播的影响力呢?首先要转变观念,转变思维,积极主动作为,不断学习优秀的新媒体平台,学他人之长补我之短。其次,应当以移动受众群为中心,培养自己的忠实听众,在内容上狠下功夫,创作群众“喜闻乐听”的节目;其次,不断加强从业人员的综合能力,不止停留于译播能力领先,更要提升采编水平。其次,筑牢传统渠道,开发利用新窗口,让更多的听众有机会收听广播节目。要践行“走出去”“带进来”理念,走出去才能开阔眼界,增长见识,才会放眼未来。再次,不管媒介平台如何推陈出新,内容为王是永恒不变的真理,以匠人精神打造好有温度、有深度、有广度的节目。最后,不能只满足于浅层次的热闹,深刻认识文化是一切发展内核的真谛,依托民语广播对象地区丰富的文化资源,在丰厚的文化积累的基础上进行创新、创作,让民语广播迸发永久的生命力。

参考文献:

- [1]《对我国少数民族广播事业现状的关注与思考》现代传播 双月刊 2005年第1期
- [2]《传播与传承,少数民族语言广播的崇高使命》中国广播2010年第4期