

全媒体时代电视台与新媒体融合的探讨

余晶

巴音郭楞广播电视台

[摘要]随着大数据技术、新媒体技术以及移动通信技术的创新发展,全媒体时代大幕终于开启。各类先进科技为传统媒体与新兴媒介之间的融合发展提供了诸多便利条件,也彻底改变了受众接收新闻以及搜索、浏览、传播、推广信息的途径与方式。全媒体时代,电视台想要确保自身传统媒体影响力与权威性,就必须转变传统新闻采编理念与传播策略,积极与新媒体进行融合发展,实现完美转型。鉴于此,笔者在本文针对全媒体时代电视台与新媒体融合的创新策略以及有效路径展开一定分析和探究,以供借鉴和参考。

[关键词]全媒体时代;电视台;新媒体;融合策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.09.279

引言

随着我国“互联网+”时代的正式到来,移动通信技术与各类智能移动终端成为受众与媒体用户日常接收各类新闻信息与资讯内容的最主要方式。传统电视媒体因此也备受冲击与压力,其自身媒体影响力与主导地位也正在不断削弱与降低^[1]。想要从容积极的面对各方挑战,电视媒体应当顺应全媒体时代的媒体发展主流趋势,转变传统且固化的媒体思想,创新传统采编理念与节目制作、播出、推广以及宣传方式,与各类新媒体展开携手合作、紧密融合,实现“双赢”。确保自身能够在激烈的全媒体市场大环境下保持传统媒体的社会影响力与媒体竞争力,为受众提供更加优质的信息资讯与媒体服务。

一、解析全媒体时代下地方电视台媒体面临的挑战

(一) 电视台媒体面临信息载体巨变的挑战

客观而言,全媒体时代背景下,电视台新闻报道以及各类节目制作工作必然面临不同的冲击与挑战。其中首要一点就是当前电视台媒体在全新媒体发展背景下面临信息载体巨变的挑战。传统媒体时代,信息传播主要通过广播、电视、报刊这三大传统主流媒体开展。人们最为习惯以及喜爱的方式就是通过观看电视新闻以及各类电视娱乐节目获得各种资讯与娱乐体验。然而随着新媒体的迅速崛起,各类新媒体平台相继诞生。例如微博、微信、今日头条、抖音、快手、B站等,此类新媒体平台不仅能够为各类信息的传播与推广提供了全新载体以及全新途径,而且让互联网信息呈现出“海量”、“爆炸式”的增长趋势。受众与媒体用户完全可以利用智能手机以及4G、5G网络接收各类信息。彻底打破传统模式下的信息传播方式与推广途径,让电视媒体发展空间被不断压缩与限制。

(二) 电视台媒体面临信息交互方式的转变

全媒体时代的到来,让各类新闻信息与资讯报道的交互方式产生了巨大转变。针对全媒体这一主体概念而言,可以较为简单与直观的理解为涵盖传统媒体、新媒体、自媒体在内的多元化、全方位信息传播新模式。当前阶段,随着互联网技术以

及移动通信技术水平的全面提升,新媒体自身的传播优势已然尽显。新媒体传播的新闻信息更具及时性、创新性与互动性,受众能够针对某一网络新闻热点以及焦点专题内容进行交流、探讨以及评论、转发、留言。上述交互性的优势无疑是传统电视媒体所不具备以及无法比拟的。电视台媒体在节目制作过程中必然会受到传统采编流程与审核方式的束缚与限制,并且所制作的节目以及播出的新闻资讯存在较大的延迟性与滞后性。并且与受众之间缺乏良好的互动与交流,也就是缺乏亲民性,导致电视台自身影响力与竞争力在全媒体时代已经明显弱于新媒体^[2]。

(三) 电视台媒体面临信息传播多样化冲击

对于电视媒体而言,在全媒体时代背景下,信息传播的主体形式呈现出多元化、多样化风格。尤其是各类新媒体平台已经不仅仅满足于新闻报道与信息传播,而且在近年来已经拥有众多新媒体影视平台能够对电影、电视以及各类综艺节目进行网络播放。例如“爱优腾”三大影视视频综艺平台,拥有各类最新影视作品的播放版权甚至独家授权,在当前受众与媒体用户心目中占据主流影视作品以及综艺节目“在线观看”的重要地位。与此同时,短视频媒体例如抖音、快手等在近几年的迅速崛起,让受众观看各类短视频内容更加“个性化”、“及时化”、“随心化”。这无疑让电视台新闻报道以及影视、综艺节目收视率备受多样化的冲击,也在一定程度上造成了电视台观众与媒体用户的大幅度分流,对电视台可持续健康发展产生一定不利的影响与阻碍。

二、全媒体时代电视台节目与新媒体平台完美融合的媒体价值

(一) 电视台节目能够丰富新媒体内容及形式

客观而言,尽管新媒体在全媒体时代势头正猛,并且分割了与占据了大部分传媒市场份额,但是传统电视媒体自身的影响力与传媒作用仍旧不能忽视。大多数观众以及媒体用户多年以来养成了通过电视台获取各类新闻信息以及观看文体、体

闲、影视节目的习惯。因此，电视台与新媒体融合过程中，电视台优质节目能够丰富新媒体内容以及形式。尤其是在节目内容、内涵以及深度方面，电视台所制作的各类优质节目极具观赏性与艺术性，新媒体显然无法达到应有高度。举例说明，中央电视台近年来精心制作的《中国诗词大会》、《中国成语大会》、《中国戏曲大会》、《朗读者》等优质文化节目口碑、评价、影响力极高，并且拥有众多的受众群体和粉丝用户。观众在节目观看过程中能够提升文化修养与鉴赏水平，进而更加喜爱中国传统文化。上述节目也都在各类新媒体平台进行传播与推广，成为新媒体平台的热点话题与流量热门。由此可见，优质电视台节目对于新媒体内容及形式能够起到弥补、丰富、提升的积极作用与融合价值。

（二）新媒体平台能拓宽电视台节目传播渠道

快捷、及时、方便、创新与亲民无疑是新媒体自身的最大优势所在。而电视台这一传统媒体想要创新化发展及完美转型，就必须针对自身节目进行创新化的整合、制作与包装，并且要借助各类新媒体平台进行推广与多元化传播。全媒体时代，大多数电视台开始注重打造新颖别致的品牌节目，并且也与时俱进的展开“碎片化”节目采编制作与处理，依靠新媒体平台与受众以及媒体用户进行积极交流与互动，提升受众的体验感受^[3]。比如说，我国主流电视媒体都成立了自身的官方网站、官方微博、官方微信公众账号，以及在抖音、快手等主流短视频平台创设官方账号。将自身最优质的品牌节目以及新闻栏目进行新媒体平台传播与推广，涵盖的内容丰富多彩，报刊新闻节目、综艺节目、文体节目以及教育、军事、科研、农业、经济等多种类型节目。受众可以通过手机客户端下载以及在线观看等各种方式接收信息，观看丰富多彩的短视频新闻报道以及各类新闻的及时动态。由此可见，新媒体平台在全媒体时代能够有效拓宽电视台节目的传播路径与渠道，让两者之间的融合发展更具实践意义。

三、全媒体时代电视台与新媒体融合发展的创新策略

（一）两者应不断加深融合力度

实事求是的讲，电视台与新媒体之间的一大明显差异和区别无疑就是管理机制。因此，电视台节目在突破创新实践过程中必然受到各种约束与限制，所面临各种问题也应当认真分析，有效解决。全媒体时代，电视台与新媒体想要完美融合，首先两者应当不断加深相互理解与融合力度。当前阶段，电视媒体主要拥有三种创新发展趋势与平台。首先，是手机电视，手机电视能够借助互联网以及智能手机终端和相关视频软件的支持进行手机播放各种电视节目的操作。受众能够在外出、坐

车、休息等各种情况下随时随地、随心所欲的观看各类电视节目；其次，是网络电视，随着“互联网+”时代的全面开启，互联网已经全面走入中国千家万户。当前，受众与媒体用户能够利用互联网将电视与各类“爱优腾”等网络平台进行连接，进而通过电视收看各类互联网上的优质影视作品以及综艺节目，甚至是网络体育赛事现场直播。受众也能够结合自身不同爱好以及观看习惯进行暂停、快进或者后退。网络电视无疑让受众拥有更多选择权和自主权，并且丰富了自身的观看体验。最后，是IPTV，这种近年来刚刚兴起的极具交互性的网络电视拥有巨大优势，其传播媒介是宽带，且与受众之间能够产生极大的交互性，提供各种个性化、趣味化的媒体服务，深受媒体用户信任与喜爱。上述三种全新电视台传播平台应当与新媒体进行全面融合，并且加强融合力度。例如在抖音等短视频平台开设电视台新闻报道精彩剪辑与回放，优质影视作品短视频系列剪辑等，都能够积累更多受众与媒体用户的关注与支持，促进两者之间融合的密切度与创意度。

（二）电视台应形成完美转型

全媒体时代，想要完美实现电视台与新媒体之间的融合发展，当前阶段，电视台需要积极形成完美转型，能够充分利用互联网技术、新媒体技术以及大数据技术等技术的主体优势，针对自身节目内容以及视频音频进行存档和处理，并且能够利用各类先进的新媒体平台进行多元化、多渠道的传播与推广。不断扩大电视台收视范围的同时，让网络能够成为全媒体时代电视节目的主要传播阵地。

结束语

综上所述，全媒体时代，电视台与新媒体之间的融合创新之路“任重而道远”。电视媒体管理层以及采编人员应当认清形势。创新思想、转变观念，能够在确保“内容为王”的节目制作原则上不断反思、不断总结、不断创新，利用新媒体平台拉近与受众之间的距离，扩大节目传播途径与传播影响力，形成完美转型，确保电视台节目质量以及媒体竞争力能够在全媒体时代背景下迈上一个新的台阶。

参考文献

- [1] 严岩. 探讨全媒体时代电视台新闻采访形式的创新[J]. 传媒论坛, 2020, 3(21): 70+72.
- [2] 冯晓玲. 全媒体时代地方电视台与新媒体融合的思考[J]. 传播力研究, 2019, 3(23): 82.
- [3] 黄惠明. 浅谈全媒体时代背景下媒体融合纵深发展之道[J]. 传播力研究, 2019, 3(28): 89.