

# 新媒体时代服务类广播节目的创新策略

马琪 方天威

(湖北广播电视总台交通广播事业部 湖北 武汉 430000)

**[摘要]**随着新媒体时代的不断深入,以往的传统媒体迎来了更加分化和细化的受众需求,面对日益激烈的市场竞争,广播服务类节目应当准确抓住服务类节目的相关内容规律,以积极开放的态度迎接新媒体,达到内容形成上的进一步优化和创新目的,增强节目的粘度以及活力,如此才能保证服务类节目依然立足于广播媒体的前沿。

**[关键词]**新媒体时代;服务类广播节目;创新策略

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.06.2458

## 引言

现阶段,在媒体不断发展的背景下,为人们创造丰富的信息资源以及便捷的信息搜集渠道,导致大部分传统媒体无法适应,主要突出在内容以及形式等方面无法与时俱进,无法迎合人们精神上的需求,服务类广播也不例外。怎样紧跟新媒体时代的发展脚步,创设新的理念,拓展新的思路,进而实现进一步发展,对于服务类广播媒体来说,这是一项至关重要的问题。

## 一、优化发展理念

服务类广播节目的优化发展应当积极创新和完善传统的发展了理念,紧跟时代发展脚步。现阶段,多数新媒体平台的低潮期或者快餐式的无底线炒作,大大消减了主流价值观的作用,基于此,广播媒体必须切实落实媒体责任,在社会上建立良好的思想观念以及价值观念,充分彰显自身所具备的公信力以及权威性,构建丰富且备受关注的节目品牌。部分服务类广播电台逐渐尝试立足于传统媒体层面进一步创设手机直播或微信互动等多元化的平台,并积极涉足小视频,不断优化自身节目的感染力和影响力,力争通过新媒体技术达到高效传播的目的,进而保证服务类广播节目赢得广泛关注。

## 二、提高节目的专业性以及服务性

即使新媒体具备着传统媒体无法超越的多元化和便捷性,为传统媒体的进一步发展创造了严峻挑战,然而新媒体所拥有的权威性以及公信力相比于传统媒体却是难以跨越的。所以,服务类广播节目必须加强自身优势的突出,在专业性以及权威性方面投入更多精力和时间。作为服务类型的节目。只有保证内容拥有一定的专业性和有效性,才能彻底解决受众群体遇到的实际问题,为其给予针对性服务,巩固市场地位。现阶段,随着社会的发展和人们生活质量的提高,人们逐渐对健康提高了关注,怎样预防各种各样的疾病、怎样避免一些伪保健食品、怎样健康合理饮食等等多元化的健康服务信息逐渐受到公众的广泛关注,所以电视台尝试着创建了健康服务类型的节目《马大姐话健康》,每期节目都展示实用性较强的最新健康资讯,帮助受众群体正确辨认健康方面的错误信息。同时对于现阶段大部分人反馈的“看病难、看病贵”的社会问题,节目与地方多家三甲医院进行了合作,邀请众多权威专家参与直播互动,为听众给予解疑答惑指导,为听众推荐最佳的治疗医生,为其看病创造绿色通道。最后,栏目通过媒体力量,尽可能彰显服务功能,为普通老百姓创造真正的医疗救助。<sup>[1]</sup>

## 三、注重直播与落地活动的深度融合

媒体应当注重加强市场经营,社会与经济两方面的效益紧密相连,两者具有不可分割的关系。我们必须全面认识到,服务类节目的大部分听众存在当下或者潜在形式的消费需求,倘若服务类节目可以进一步开发和调动听众潜在的消费需求,将其演变成具体的消费活动,在增强节目影响力和吸引力的基础上,还有助于成为节目线下的市场以及商家,为经济效益创造良好契机。如何促使广播服务类节目将具体的服务链条延伸拓展到听众消费层面,落地活动可谓是科学合理的纽带,借助丰富的线性活动的组织,能够最大限度的彰显节目的影响力,提高节目的张力,进而为节目的广告创收打下坚实基础,如此一来,面对日益激烈的市场竞争,广播媒体能够具备较强的立足根本。

## 四、提高品牌优势

注重与新媒体的深度融合,尽可能彰显服务类广播电台以及新媒体的作用,促使服务类广播赢得新的发展局面和突破。在服务类广播节目的实际制作过程中,应当综合考虑借助新媒体技术消除广播节目在时间和空间方面的局限,不断优化服务质量,进而实现双赢目的。服务类广播节目应当注重品牌的完善和创新,保证节目形式逐渐实现多元化,同时注重节目内容与直观形象的图片、视频等形式的深度融合,借助新媒体平台提高相关信息的传播速度,保证节目的影响力实现不断提高。大数据以及云技术的发展,为广播电台带来了听众收听习惯以及需求等众多方面的信息,可以积极通过丰富的现代化技术深度挖掘用户的相关数据信息,探索其情感需求,通过数据处理技术准确把握听众收听节目的实际喜好,将听众感兴趣的节目记录到移动终端,让听众不受时间和空间的现实进行收听。<sup>[2]</sup>

## 结语

随着新媒体时代的发展,服务类节目逐渐在广播媒体中凸显出明显作用,提高了对听众的吸引力,为广播广告收入效益的提高创造了有利条件。面对持续分化的受众群体,以及不断复杂的服务需求,广播服务类节目应当积极探索创新,为节目增添专业性、开放性以及影响力,不断突破节目收听新记录,进而收获一定的社会效益和经济效益,促进广播媒体实现进一步发展。

## 参考文献

[1] 马江歌. 新媒体环境下广播生活服务类节目的创新策略[J]. 西部广播电视, 2021, 42(14): 83-85.

[2] 季婧. 新媒体时代服务类广播节目的创新策略[J]. 记者观察, 2019(15): 94-95.