

Research on the Path of Integrated Development of Radio and Television Stations and New Media

Jia Ge

Tianjin Tianshi Arts and Media Co., Ltd., Tianjin, 300450, China

Abstract

The emergence of new media has brought a huge impact on the development of the traditional media industry, causing traditional media to lose a large number of audiences and facing a very severe survival crisis. In this situation, radio and television stations need to explore new development paths, deeply explore the trends of The Times, and not only constantly innovate but also actively integrate with new media to explore new paths suitable for the development of traditional media. This article analyzes the trend of the integrated development of radio and television stations and new media, summarizes the main predicaments faced by the integrated development, and puts forward targeted development strategies.

Keywords

Radio and Television Station New media Integrated development

广播电视台与新媒体融合发展的路径研究

葛嘉

天津天视文艺传媒有限责任公司, 中国·天津 300450

摘要

新媒体的出现给传统媒体行业的发展带来了巨大的冲击,造成传统媒体流失了大量受众,出现了非常严峻的生存危机。在这种情况下,广播电视台需要探索新的发展路径,深入探索时代发展趋势,既要不断创新,也要积极与新媒体融合,探索出适合传统媒体发展的新路径。本文对广播电视台与新媒体融合发展的趋势进行分析,总结了融合发展面临的主要困境,并且提出了针对性的发展策略。

关键词

广播电视台; 新媒体; 融合发展

1 引言

在新媒体出现后,我国大力推进传统媒体与新媒体融合发展工作,出台了許多政策文件,为二者融合提供了依据。经过一段时间的实践与发展,媒体融合一定取得了一定的成果,目前已经进入全新的发展阶段。在新时期,广播电视台要进一步发展,就要加深与新媒体的融合,秉承开放、共享、创新等发展理念,树立明确的融合目标,针对现实中存在的融合问题与困境,采取有效的突破手段,促进全媒体传播体系的构建,使舆论生态不断优化。通过有效地融合,不仅能够促进广播电视台的发展,也能够提升我国文化软实力。

2 广播电视台与新媒体融合发展的趋势

融合发展是将“合”作为核心的发展模式,所以要明确发展趋势,就要确定融合的内容。传统广播电视台有清晰

的边界,但随着数字化时代的来临,新媒体边界模糊,文字、视频、图片等媒介相互融合。从媒体的角度看,不论是社交、通信,还是服务、游戏、电商等,都开始与媒体融合^[1]。在主体上,个人、企业、政府等传统媒体服务的对象,在新媒体环境下都成为了媒体,发展出了自媒体、企业媒体、政务媒体多种媒体形式。所有机构都能够成为媒体机构,每个人都能够成为传播信息的媒体人。传统广播电视的边界愈加模糊,新媒体带来了各类数智化产品与多元化的平台。单纯依靠新闻已经无法满足媒体发展的需求,无法促进平台优化,广播电视台要在新闻的基础上,融入政务、商务、服务等内容,使个性化、多元化的用户需求得到满足,这已经成为媒体融合的主流趋势。

3 广播电视台与新媒体融合发展的困境

3.1 缺少规范的政策引导

从目前的情况看,虽然很多广播电视台已经认识到与新媒体融合发展的重要性,但在实际融合的过程中,依旧面临很多困境。首先面对的就是体制困境,在传统体制的束缚

【作者简介】葛嘉(1985-),女,中国山西人,硕士,中级,从事媒体研究。

下,无法适应不断发展变化的新媒体环境,造成后继发展无力。从本质上分析,融合发展的主要矛盾,就是新媒体建设与事业体制的矛盾,因为新媒体呈现出灵活、开放、市场化等特点,需要对传统、死板的事业体制进行革新^[1]。但很多广播电视台长时间采用机关化的管理模式,造成体制僵化问题严重,缺少明确的改革方向,即存在事业模式,也存在企业模式,容易出现管理矛盾。

3.2 缺少明显的媒体优势

广播电视为大众传播媒体,主要为家庭人群提供资讯新闻,并非针对单一特定的群体,无法满足特殊需求,任何频道、频率的节目播出,都将尽可能满足更多的受众作为核心,既要获取最大化的收益,也要应用最小化的成本。不仅如此,广播电视台也被称为政府“喉舌”,具有一定的舆论导向与政治引导作用,所以很多传播机构都会彰显频道的综合属性,各个频道、频率之间的差别不大^[4]。在与新媒体融合的过程中,就出现了品牌化不足的问题,难以展现出广播电视台的优势,造成融合效果并不理想。不仅如此,广播电视台与用户之间的联系也不够深入,不仅受到平台限制,用户无法大范围覆盖,且用户分析不够充分,缺少“用户至上”的理念,没有在实际发展中真正融入新媒体发展理念,所以无法实现深层次的融合。

3.3 缺少足够的技术创新

在融合发展的过程中,必须有扎实的技术基础。广电媒体本身就是技术发展下的产物,在技术创新的同时,媒体形式也不断变化,所以广播电视台不论在采编、播放方面,还是在存储和应用方面,都需要进行技术升级,向智能化的方向发展^[5]。但目前来看,技术升级缓慢,普遍只对采编环节或播放环节进行技术升级,其他流程没有及时跟进,造成技术创新不够全面,影响融合发展。目前,我国高清电视频道已经超过1000个,4K和8K超高清电视频道也在不断增多。但在媒体采编等环节,由于技术同步不及时,造成播出画质并不理想,甚至出现系统崩溃的情况,在技术层面没有实现融合。很多广播电视台的应用设备亟待更新,拍摄、包装、传输等流程缺少技术支撑,导致画质低下,无法改善用户感受,影响用户观看兴趣,造成传播力下降。很多广播电视台都缺少先进的技术团队,存在严重的人才匮乏问题,造成技术创新缺少活力。

3.4 缺少强大的内驱动力

传统广播电视台以广告为主要收入来源,但随着新媒体市场的扩大,很多互联网产品与平台逐渐展现出媒体特性,增加了市场竞争的压力。其中,电视广告受到的冲击最为明显,造成广播电视台经营严重下滑,不仅大小屏之间区别明显,且在数智化模式下,互联网广告的形式多样、内容丰富,能够进行精准投放,服务效率更高,有更强的竞争力^[6]。所以,对电视广告造成巨大冲击,导致广播电视台失去竞争优势。根据互联网广告总收入数据可知,位列前十的企业在

市场中占据较大的份额,普遍为大众耳熟能详的企业,如腾讯、微博、小米、京东等等。在这种情况下,广播电视台的广告思维没有及时转变,营销模式缺少创新,造成内驱动力不足,在发展中缺少优势,难以满足融合发展的要求。

4 广播电视台与新媒体融合发展的策略

4.1 政策引导,优化发展环境

在广播电视台发展的过程中,为探索全新的发展路径,必须认识到与新媒体融合的重要性,然后加强政策引导,营造良好的发展环境,为后续环节的推进奠定基础。在制定政策的过程中,应该从公共价值的角度出发,分析政策与公共利益诉求是否相符^[7]。然后分析政策方案落实环节是否具备人、财和物三项必备条件。最后考虑政策涉及的利益相关者持哪种态度,确认其价值取向与政策目标的一致性,使价值、能力、支持三要素保持平衡。在体制改革的过程中,要坚持科学性的原则,杜绝“一刀切”的行为,基于因地制宜的理念,采取“一地一政策”的策略。采用体制改革的方式,提升市场资源利用率,为媒体融合提供更多资源支持。在管理模式上,可以借鉴事业单位的企业化管理模式,转变传统管理机制,采用市场化的运作模式,使广播电视台的运作更加开放和灵活。

为提升部门运作效率,需要进行更加合理的权责分配,积极优化组织框架,基于媒体机制改革,从宏观角度出发,构建管理协同机制,使运行环境得到优化。例如,建立融媒体中心,并且结合云媒体公司,采取一体化运作模式,突破管理瓶颈与壁垒,采用岗位管理的方式,使运行机制更加灵活,实现团队、管理、调度等方面的相互统一,促进头部队伍的打造,为融合发展奠定良好的基础^[8]。此外,也要优化评价反馈体系,采用综合评价的方式,明确栏目的定位基础,对不同的节目进行不同的评价,将行政、专业性、效能作为基本标准,设置不同的评价权重。例如,新闻类节目侧重行政评价;综艺类节目关注经济效能。此外,也可以通过创收共享、收视贡献等进行评价,使评价更加全面,为改进融合提供更多依据。

4.2 打造精品,彰显媒体优势

广播电视台作为政府“喉舌”,在开展工作的过程中,将中心作为基础,积极宣传国家政策,坚持党的方针政策,做好舆情引导工作,着重发挥传统媒体权威、可靠等优势,获取最大化的社会效益,提升媒体影响力。在实际融合的过程中,确立节目的主题主线,将舆论引导放在首位,采用直播报道等方式,客观、专业地播出与政府有关的新闻内容。基于立台宗旨,建设专业化的频道、频率,使媒体融合深度增加,满足多元化需求,不仅增长数量规模,也提升质量效益,真正促进广播电视台的发展。以此为基础,建立品牌节目,结合频道频率的功能定位,确定具体的受众,选取差异化市场,提升自身竞争力。与此同时,建设专业化平台,

进一步细分内容,使内部频道定位更加精准。例如,利用抖音、微博等平台创建宣传渠道。天津海河传媒中心打造了“天视海河老友记”视频号,根据短视频发展趋势,加强短视频内容的制作,精准定位受众目标,转变原本节目内容的侧重点,进行内容领域的细分,使受众个性化、多元化的需求得到满足。

目前,主要加强平台的搭建与利用。一方面,可以自建平台,打造服务平台型客户端。另一方面,可以利用已有的新媒体平台,包括微博、微信、抖音等等,深化广播电视台与用户的联系,为用户提供综合服务,强化媒体“造血”能力。如,天津广播电视台建立了“TJTV 文艺频道”视频号,利用微博平台进行频道中各类节目的宣传,并且通过平台获取受众的反馈,根据反馈不断调整和改进,使更多受众的观看需求得到满足。

4.3 技术赋能,促进全面转型

融合发展的过程中,技术融合与创新是非常重要的环节,旨在提升广播电视台的制播能力,使数字化转型更加深入。为此,需要从各个工作环节着手,构建一体化、数字化的制播平台,既要文件化、网络化的技术与新一代信息技术融合,促进云播技术的引入,实现技术的全面创新。也要完善内部协作机制,促进平台和网络联合,将现代化的采编技术融入各个环节,满足4K、8K 高清节目的制作需求,给观众带来更好的视听感受。为强化公共服务能力,也要促进技术的推广与融合,构建能够满足全媒介运作需求的服务平台,提供智慧检索、智慧服务等功能,并且不断完善电网终端技术,使广播电视网络终端逐步实现智能化发展,并且提升标准化服务水平。尤其在超清时代,要积极引入高清电视制作技术,不断提升观看体验,推出全息化、沉浸式、可交互的广播电视节目。主要采用AR、AI、VR等技术手段,有效提升电视采编的创造能力。并且在大数据技术的应用下,对主题进行精准筛选,提升编辑的热门把控能力,同时也能深化对新闻内涵的挖掘。通过新技术的引入,满足跨时空、跨介质的交互需求,使节目质量提升,促进深度融合和全面转型。

4.4 全网经营,营造全新格局

对广播电视台来说,与新媒体容易已经迫在眉睫。为实现全面融合,需要从自身出发,明确优势、找准定位,这

样才能拓宽发展空间。可以采用“频道+渠道”的模式,明确具体的服务对象,明确节目聚焦的主题内容,在媒体传播的同时,结合服务平台,使更多需求得到满足。采用资源置换的方式,全面推进3.0产业媒体经营转型,打造综合服务平台,提升广播电视台的服务能力。面对融合发展中存在的困境,传统发展模式已经无法满足需求,需要采用新的发展模式,既要聚集用户,也要优化服务。从经营的角度分析,全面推进广播电视媒体的经营模式转型,采用全网经营的模式,使其有更强的创收能力,为融合发展奠定良好的物质基础。可以利用微博、微信、抖音等全网平台,采用“线上+线下”的模式,对海量资源加以利用,不仅为政府提供服务,也为企业以及个人用户提供优质服务。

5 结语

综上所述,在新媒体时代下,广播电视台面临巨大的发展压力,为适应新的时代环境,需要与新媒体深度融合,发挥新媒体和传统媒体的优势,实现全面转型与创新。具体采用政策引导、精品打造、技术赋能、全网经营等方式,使发展环境不断优化,平台资源更加丰富,媒体转型更加深入,促进全新格局的打造,使广播电视台的发展道路进一步拓宽。

参考文献

- [1] 梅巍巍.新媒体环境下地方广播电视台媒体融合路径思考[J].新闻传播,2024,(02):66-68.
- [2] 张仁汉.媒体融合背景下“广电+文旅”创新发展路径研究——宁夏广播电视台探索与实践[J].中国广播电视学刊,2023,(12):122-126.
- [3] 许笑梅.地方广播电视台新媒体融合发展的思考[J].中国报业,2023,(20):96-97.
- [4] 吕冰峰.地方广播电视台新媒体融合发展路径[J].中国报业,2023,(17):180-181.
- [5] 申军.广播电视台媒体融合发展路径分析[J].新闻文化建设,2023,(12):184-186.
- [6] 肖乐意.新媒体背景下老年专业电视频道发展的路径探究——以湖南广播电视台爱晚频道为例[J].新闻研究导刊,2023,14(12):140-143.
- [7] 王超.城市电视台媒体融合发展路径探析——以青岛市广播电视台为例[J].现代视听,2023,(06):71-73.