

新媒体环境下传统媒体转型战略研究

赵 硕

(北京广播电视台财经频道中心,北京 100022)

摘 要:科学技术的飞速发展为新媒体的推广与应用提供了良好的基础条件,在互联网移动传播时代背景下,电视媒体的生存环境每况愈下,近年来传统媒体纷纷开始转型。为此,本文结合新媒体环境对传统媒体带来的机遇与挑战,以北京广播电视台财经频道为例,详细的分析了新媒体环境下传统媒体实施转型的具体措施,由此保障传统媒体能够在新媒体环境下顺利实现转型目标,提升传统媒体与当今社会发展需求的相符性,同时为新媒体环境下传统媒体转型措施的相关研究提供部分理论参考。

关键词:新媒体环境;传统媒体;财经频道;转型措施

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2021.04.000

1 新媒体环境对传统媒体带来的机遇与挑战

1.1 相关机遇

(1)在新媒体环境的影响下,传统媒体的传播主体界限得到了有效的打破。新媒体的发展为传统媒体的发展提供了良好的推动作用,新媒体具有更加明显的开放性特点,传统媒体将不再拘泥于电视端的传播,而是将节目重新编辑,制作更符合网络端传播的短视频,在微信、微博、抖音、西瓜视频等众多平台推送,这不仅能够实现传统媒体传播者与接受者相互转化的目标,同时还能有效的打破传统媒体传播主体的现状,提升传统媒体在传播过程中的开放程度,由此为传统媒体的变革与创新提供有利的基础条件。

(2)在新媒体环境的影响下,传统媒体的传播内容更具丰富性与多样性。主要是因为新媒体的开放性使得媒体传播更具平民化特点和大众化特点,而这些条件恰好为传统媒体的改革与创新提供了

积极有效的推动作用,进而保障传统媒体转型目标的顺利实现。

(3)新媒体环境为传统媒体传播模式的变革与创新提供了促进作用。同传统媒体相比,新媒体传播的互动性更强,不仅仅可以实现单一话题的互动目标,还能实现综合事件的互动目标,并且互动不会受到时间因素,地点因素以及话题类别等因素的限制与影响,所以能够促进某个话题或某个事件快速形成热点,由此获得舆论基础。而传统媒体则可以通过利用新媒体的互动性特点进行新闻资讯的传播,从而在传播信息的同时巩固自身的舆论基础,提高自身的影响力。

1.2 具体挑战

(1)新媒体环境会加速传统媒体传播责任缺失现象的形成。新媒体与传统媒体的交融发展,使得新媒体的优势逐渐显现,必将为传统媒体带来较大的压力,而传统媒体为了实现自身预期发展目

标,则要加快自身传播内容的改革,这便容易忽略传播责任,使传播内容缺乏监管与审核,导致出现传播内容不实现象,以至于媒体传播对社会的负面影响增加。

(2)新媒体环境使得传统媒体的传播更具被动性。从本质上而言,新媒体的开发性特点则体现了新媒体的大众型传播性质,所以不仅传播内容的真实性无法保障,媒体传播力量的主动性则会被新媒体所取代,由此逐渐体现出被动性的特点。

2 新媒体环境下传统媒体实现转型的主要措施

以北京广播电视台财经频道为例,近年来在受到新媒体的强烈冲击下,财经频道结合实际,本着量入为出的原则,以“价值无所不在”为核心理念,以专业化为发展目标,以市场化为发展路径,夯实电视公信力,打造网络影响力,实现线上线下融合发展。2021年更是在市金融局的大力支持下,做出了向金融特色频道转型的决定。在这次转型中,财经频道主要在内容上借助新媒体优势,构建新的内容生产模式,在经营创收上探索模式升级,打造网上金融频道,开辟直播战场,争夺网络端双收保障。

2.1 借助新媒体优势 构建新的内容生产模式

在新媒体时代,传统媒体需要与新媒体有效融合,构建新的内容生产模式。这需要媒体人不仅了解传统媒体与新媒体的特点,还需要掌握新兴技术,实现对内容载体的创新。财经频道自转型以来,不仅要求夯实电视屏争收视,更要在移动端发力。各节目在制作电视段节目的同时,都将每期节目重新编辑成短视频,在北京时间等网络段播发,双渠道对节目进行宣传,扩大节目的有效收视人群。

2020年播出的大型报道《来了,服贸会》、《论道·金融街》均是在网络端与电视端同步策划,线上线下资源共享,直播拆条点面结合,真正实现了优势互补。并着力加大网络传播力度,融媒传播效果良好,在专业财经领域进一步拓展了影响力。

2.2 探索经营创收模式升级 做好转型基础保障

伴随着各种新媒体端的广泛应用,新媒体对传统媒体的主要影响是大量客户流失,广告投放严重缩水,传统媒体的广告时代已经结束,二次销售盈利模式正在逐解体。在此背景下,转型的基础保障是探索经营创收模式升级。

2021年频道充分利用金融、政务合作等财经题材的多重优势,巩固现有创收基数,开拓新的盈利空间,积极探索电视电商的融合之路,线下论坛、培训、直播带货等经营全面发力。组织承办制作播出论坛、游学、大讲堂、音乐会、马拉松等活动,形成线上线下交融、内容观点丰富交汇的局面,找准创收点,提升传播力。2021年财经频道还在探索基金运作的经营创收新模式,尝试将资本的力量与财经媒体相融合,面向市场融资,探索发行文化创意基金,用资本的力量撬动产业发展,形成“媒体+资本”的专业竞争优势,实现媒体价值的最大化。

2.3 打造网上金融频道 开设网络直播

在新媒体时代,网络是新媒体发展的基础,传统媒体的转型势必要在网络端进行发力。财经频道在2021年北京时间APP正式推出网上金融频道,以发现价值、汇聚财富为宗旨。用快速的图文资讯、鲜活的短视频、有深度的专题以及互动性超强的证券直播,帮助网民提高金融意识、普及金融知识,传播最具价值的投资解决之道,发现市场中最具价值的投资标的。网上金融频道上线开播后数据持续上涨,网民在互动中认为,金融频道内容丰富、有趣有料,业界大

咖分享的投资、理财、消费观念和知识干货、实战技巧实用性强、可操作性强。

财经频道的专业节目《天下财经》深入与北京时间等网端合作。2020年6月8日起在北京时间开启网络证券直播《决战两点半》,邀请专业嘉宾为股民解盘。直播UV多次进入北京广播电视台每周点击量前10名统计榜单。2021年4月22日,《天下财经》在北京时间平台上的证券直播《今晚8点档》的评论数达到了1.9万条,刷新了北京时间直播评论数之最,创造了新纪录。同时,单场直播为“财富时间”板块增粉超过300人。“财富时间”成为继“北京卫视”和“不止于声”(北京人民广播电台时间号)之后北京时间平台上的第三大时间号。

作为财经频道的主打专业节目《天下财经》,由于小众定位,在传统电视端的收视率表现并不理想,但是它开辟的三档网络直播从创办以来一直呈现稳步提升的状态,进入2021年4月份,在线观看人数日均超过15w,在线实时评论数日均5000条左右,经成为《北京时间》拉新促活的主力军。

《天下财经》是财经频道一档有着十多年历史的栏目,它有优秀的专业团队,众多嘉宾智库资源,传统媒体固有的优势十分明显,在这场传统媒体的变革中,优势得以保留,加之新媒体手段的运用和与新媒体平台的充分融合,使其节目不但没有消亡更迎来了新的春天。

3 结束语

综上所述,新媒体环境的深入发展使得传统媒体面临巨大的挑战与压力,传统媒体要实现稳步发展目标则要积极进行转型。为此,传统媒体要结合自身发展现状与时代特点,构建科学完善的战略转型措施,由此保障传统媒体顺利实现战略转型目标,增强传统媒体的影响力。

参考文献

[1]郭全中,郭凤娟.新媒体背景下传统媒体的战略转型[J].青年记者,2013,(7).