

新媒体环境下的广告传播路径分析

韩 勇

武汉传媒学院, 中国·湖北 武汉 430205

【摘要】新媒体环境下, 广告行业的发展即将迎来新的挑战, 越来越多的新媒体技术使得广告行业中的一些信息传播功能有所减弱。在新媒体环境下, 广告传播应该要开拓新的发展形势, 相关工作人员要做好广告传播技术的研究和发展, 以推动广告传播技术在新媒体环境下的可持续发展。基于此, 本来将对新媒体环境下的广告传播路径进行分析与探讨, 以此供各界相关人士进行交流参考。

【关键词】新媒体环境; 广告传播; 路径分析

引言

随着信息技术的不断发展, 我国进入了新媒体时代。在这个时代下, 人们的信息获取途径越来越多, 所获取的信息量也日益膨胀。这给广告传播行业带来了新的市场, 广告传播行业要想得到发展, 就要做好传播技术和传播方式的革新, 使广告传播行业能够在新的时代下得到可持续的发展。

1 以广告受众为主体

在新媒体环境之下, 人们获取信息的渠道越来越多, 这也意味着人们获取到的信息内容越来越丰富。在这样的环境下, 区别于传统媒体的单一接收关系, 人们对于信息的接收与选择将更加自主。在广告信息传播行业中, 如果仍然局限于利用传统的单一型的信息接收模式进行广告的宣传, 很难使人们更加主动地接受信息, 甚至会对所传播的信息产生抗拒, 例如, 手机、网页上的广告小卡片, 这不利于达到广告的商业性目的。例如, 针对于一些互联网或者是APP中经常出现的一些广告弹窗, 显而易见, 很多广告受众对于这些弹窗十分抗拒, 针对这样的现象, 在新媒体环境下, 广告企业在进行广告的制作时, 应该以受众为主体, 了解受众的心理。在进行广告的设计时, 可以以剧情动漫等方式进行设计, 这能够吸引受众的兴趣, 丰富广告内容, 运用好新媒体的移动通讯工具、互联网技术等渠道设置小奖励, 满足受众的购买欲望和心理需求进行广告的设计, 逐步引导广告受众进行商品的了解和购买。

2 发挥广告娱乐性

由于传统的广告传播载体比较单一, 一般直接播放商品信息或者是多次重复商品名称作用的方式进行广告的宣传, 这种方式使得广告的内容枯燥乏味, 无法引起受众的兴趣, 直接导致了广告的价值量下降。在新媒体环境之下, 信息数据的大量传播使得广告企业对于消费者的需求信息获得方式更加便利, 可以发现当代的消费者更青睐于追求一些个性化的, 趣味性的影视信息内容。广告设计者要利用好新媒体下的数据信息以及相关技术, 发挥广告的娱乐性, 让广告受众能够对广告产生兴趣, 然后逐渐引导受众对广告的商品进行了解。例如, 在进行广告的设计时, 可以学习一些泰国的广告设计方式, 运用故事情节或者是一些娱乐性的研究活动来增加广告的趣味性, 吸引受众的目光, 使受众能够通过故事情节对商品的信息进行了解^[1]。

3 强化消费者的互动

新媒体环境下, 各项新媒体技术开始运用在人们的日常生活之中, 使得人们能够跨越时间和空间的限制进行互动, 并为群众的生活增加了趣味性, 给人们提供了更多知识了解的渠道, 拓展了人们的知识了解范围。在当今这一个新时代环境下广告业务, 要想得到发展必须进行创新。其中, 强化消费者的互动活动, 在进行宣传的时候创造更多互动机会, 能够让消费者更多的参与到广告的宣传活动中, 从侧面去推动着商品的影响力提高。例如, 目

前我国比较火的一款手机游戏王者荣耀在营造消费者的互动氛围上采取了多方面的措施, 利用微博开创游戏话题, 让更多的游戏玩家在微博分享游戏的趣事, 在提高人们的生活事业性的同时使更多的人了解这一款游戏的运行。利用抖音等视频软件, 分享游戏的教程并进行游戏内容的分析, 游戏中一些人物以及故事情节的解密, 这不但能够提高游戏玩家对游戏的兴趣度, 还能够吸引一些非游戏玩家对游戏的了解, 并参与到游戏之中去。通过各个平台发布游戏人物设计, 情节设计等任务, 增加与观众的互动性, 直接地吸引更多的人对王者荣耀这一款游戏的了解^[2]。

4 观瞻未来市场

在新媒体环境之下, 互联网技术的不断发展使得各个企业对于信息传播和信息数据的收集成本有所降低, 广告企业能够更加快速的了解市场的需求, 这种现象使得广告企业的市场得到了进一步的扩大, 同时也给企业带来了一定的挑战, 越来越快的信息传播速度使得一些信息的准确性不高^[3]。如果仅仅依靠当前的市场, 无法推动着广告企业的进一步发展, 也无法使得所发布的广告能够符合当前时代的潮流, 因此广告企业进行广告设计以及市场的观察时要懂得做好未来市场的观瞻, 重视对一些引领潮流、展现风格的因素进行了解。例如, 新时代下我国重视爱国情表现, 并加强了国家文化的传承和发扬活动, 企业可以根据时代的发展潮流, 重视对文化的传承以及了解, 参与到社会的主流文化中进行商品的传播和广告设计。这在一定方面能够使广告具有比较稳定的设计引导, 并且符合社会潮流与国家的发展理念, 对促进广告企业的发展具有重要的作用。广告企业还可以根据一些新媒体中的活动来发现社会的个性潮流, 例如, 关注抖音等小视频中的一些大博主, 时刻了解网络动向, 根据热搜等进行商品的设计, 迎合社会的发展潮流以及广告受众的个性表现思想^[4]。

5 结束语

新媒体环境为广告企业的发展带来了良好的市场环境, 使得广告能够通过更多的信息渠道进行宣传 and 传播, 但是广告行业还需要不断促进自身的发展。创新广告的发展模式利用好新媒体环境下的技术和一些市场条件, 坚持以受众为主体进行广告的设计, 提升新时代的广告宣传质量, 促进广告行业的不断发展。

参考文献:

- [1] 姜晓秋. 新媒体环境下传统文化植入广告的新路径[J]. 今传媒, 2020, v. 28(10): 101-103.
- [2] 付可. 新媒体环境下公益广告受众分析[J]. 西部广播电视, 2020, v. 41; No. 489(S1): 73-76.
- [3] 张莹. 新媒体时代我国公益广告的传播态势[J]. 青年记者, 2020, No. 670(14): 39-40.
- [4] 鲁梦婷. 新媒体环境下农业新闻传播途径分析[J]. 湖北农机化, 2020, No. 245(08): 36-36.