

融媒体环境下电视栏目的传播策略与创新研究

李 颖

青岛市广播电视台 山东青岛 266000

摘 要: 在当今的融媒体环境下, 电视栏目的传播策略与创新研究成为备受关注的话题。随着科技的不断发展和人们生活方式的改变, 传统的电视栏目面临着前所未有的挑战。为了适应这一变革, 电视媒体需要不断探索新的传播策略和创新方式, 以保持其在传媒领域的竞争力。基于此, 本文在融媒体环境下, 对当前的电视栏目进行深入分析, 提出新时期的传播方式以及实施创新的策略, 为电视栏目发展提供帮助。

关键词: 融媒体; 电视栏目; 传播策略

引言

融媒体环境为电视栏目的传播提供了新的机遇, 也带来了新的挑战。电视栏目应结合新时期的发展, 对传统的传播策略加以调整, 并对栏目进行创新以适应新的传播环境, 促使在新时期发展中, 电视栏目的创新发展, 仍被人们接受与关注, 始终是融媒体环境中的主流。

1. 融媒体环境下电视栏目的传播策略

1.1 丰富内容

为了吸引观众并提高收视率, 节目制作人需要深入了解观众的需求和喜好, 以此来制定节目的内容策略。其中, 内容丰富多样是电视栏目传播策略的基础。在新时期, 观众可以通过多种渠道获取信息, 因此电视栏目需要提供多样化的内容来满足观众的需求, 包括新闻、娱乐、教育、体育等各个领域的内容, 以及不同风格和形式的节目。节目制作人需要根据观众的喜好和需求, 选择合适的内容类型和形式, 以吸引更多的观众。同时, 互动性和参与性是电视栏目传播策略的关键。融媒体环境下, 观众不再仅仅是被动接收信息的一方, 而是可以主动参与到节目中来。节目制作人需要充分利用融媒体技术, 为观众提供互动和参与的机会。例如, 通过社交媒体平台与观众互动, 收集观众的意见和建议; 或者设置观众投票环节, 让观众参与到节目的制作过程中来, 以此增加观众的观看兴趣, 提高节目的黏性和口碑。此外, 为了更好地了解观众的需求和喜好, 节目制作人需要进行深入的市场调查和分析, 包括对观众的年龄、性别、职业、地域等特征进行研究, 以及对观众的观看习惯、兴趣爱好、价值观等方面进行了了解。此外, 节目制作人还需要关注行业动

态和竞争对手的情况, 以便及时调整节目的内容策略。

1.2 平台融合

在融媒体环境下, 电视栏目的传播策略需要采取平台融合的方式。这意味着电视栏目需要利用各种新媒体平台进行传播。其中, 可以利用社交媒体平台进行传播。社交媒体平台如微博、微信等, 具有广泛的用户群体和强大的传播能力。通过在平台上发布节目相关的信息、花絮、互动内容等, 可以吸引更多的用户关注和参与。同时, 社交媒体平台的实时性和互动性, 也使得观众可以更加方便地与节目进行互动, 增强了观众的参与感和忠诚度。同时, 也可利用网络视频平台进行传播。网络视频平台如优酷、爱奇艺等, 已经成为了人们获取视频内容的主要渠道之一。通过将电视节目上传到这些平台上, 可以扩大节目的覆盖面和观众群体^[1]。

同时, 网络视频平台还提供了丰富的互动功能, 如评论、点赞、分享等, 可以增加观众与节目之间的互动, 提高节目的曝光度和影响力。此外, 电视栏目还可以利用其他新媒体平台进行传播。例如, 可以通过移动应用程序、短视频平台等进行传播。移动应用程序的普及, 使得观众可以随时随地观看电视节目, 提高了节目的可及性和便利性。短视频平台如抖音、快手等, 具有快速传播的特点, 通过制作精彩的短视频片段, 可以吸引更多的用户关注和分享, 进一步扩大节目的影响力。

然而, 多平台融合也面临一些挑战。如: 不同平台的用户使用习惯和偏好各不相同, 需要根据不同平台的特点进行针对性的传播策略, 以及多平台融合需要投入更多的人力和资源, 包括制作不同版本的节目内容、管理不同平台的账

号等。因此,电视栏目在进行多平台融合时需要充分考虑资源和成本的投入与回报^[2]。

1.3 互动传播

互动传播是融媒体环境下电视栏目重要传播策略之一。在过去,观众只能通过观看电视节目来获取信息,无法与节目进行互动。然而,在融媒体环境下,观众可以通过新媒体平台与节目进行互动。例如,可以通过社交媒体平台发表评论、提问或分享节目内容,与其他观众进行交流和讨论。这种互动不仅增加了观众的参与感,还促进了信息的传递和共享。在此过程中,节目制作人需要利用新媒体的特性来增强节目的互动性。新媒体具有实时性、个性化和社交化的特点,这些特点可以为电视栏目的传播提供新的机会。节目制作人可以利用实时互动技术,让观众在节目中直接参与决策或投票。并借助个性化推荐算法,根据观众的兴趣和偏好,向其推荐相关的节目内容。此外,节目制作人还可以通过社交媒体平台与观众建立更紧密的联系,了解其具体反馈和意见,不断改进节目质量。

此外,观众的参与度直接影响着节目的收视率和口碑。为了提高观众的参与度,节目制作人可以采取多种策略。首先,设计更具吸引力和互动性的节目内容,吸引观众的注意力并激发参与欲望。其次,利用新媒体平台开展各种互动活动,如线上问答、抽奖等,增加观众的参与机会。最后,节目制作人还可以通过与观众的互动交流,建立起良好的信任关系,使观众更加愿意参与到节目中来。

2. 电视栏目的创新方式

2.1 转变形式

在融媒体环境下,电视栏目可以尝试新的形式,其中主要有以下几种:

一,直播。通过此类媒体传播,观众可以实时观看节目内容,与主持人和嘉宾进行互动。这种形式的创新使得观众能够更加深入地参与到节目中,增加了节目的互动性和趣味性。同时,直播还可以突破时间和空间的限制,让观众可以在任何时间、任何地点都能够观看到喜欢的节目。

二,短视频。其特点是时长短、内容丰富,能够迅速吸引观众的注意力。通过短视频,电视栏目可以将复杂的信息以简洁明了的方式呈现给观众,提高信息的传递效率。此外,短视频还可以通过社交媒体等渠道进行传播,扩大节目的影响力和知名度。

三,VR/AR技术的应用也是电视栏目创新的一种重要方式。通过虚拟现实和增强现实技术,观众可以身临其境地参与到节目中,获得更加沉浸式的观看体验。例如,在一档旅游节目中,观众可以通过VR/AR技术亲身感受到各个旅游景点的美丽风光,增加观众的参与感和代入感。这种形式的创新不仅可以提高节目的观赏性,还能够为观众带来全新的视觉体验。

除了以上几种形式创新,电视栏目还可以通过其他方式进行创新。例如,可以尝试将不同的节目形式进行融合,创造出全新的节目形态。比如,将真人秀和竞赛相结合,打造出一档既有娱乐性又有竞技性的节目。此外,还可以通过引入新的元素和主题,为观众带来新鲜感和惊喜。例如,在一档音乐节目中,可以邀请一些非传统的音乐人参与演出,打破传统音乐节目的框架,吸引更多的观众。

2.2 技术创新

技术创新可提高电视栏目的制作效率。在过去,电视节目的制作过程往往需要大量的人力和物力投入,而且效率相对较低。然而,随着大数据和人工智能等新技术的发展,这种情况正在发生改变。例如,通过大数据分析,了解到观众的观看习惯和喜好,更准确地制定节目的内容和形式。同时,人工智能可以在节目制作过程中进行自动化处理,大大提高了制作效率。在此期间,技术创新有效提升了电视栏目的质量。在过去,电视节目的质量往往取决于制作团队的经验和技术水平。然而,随着新技术的应用,通过更科学的方法来提高节目的质量。例如,通过人工智能技术,对节目的剧本进行智能分析,找出其中的不足之处,进行优化。同时,借助大数据技术,根据观众的反馈,实时调整节目的内容和形式,以更好地满足观众的需求^[3]。

2.3 更换商业模式

在融媒体环境下,电视栏目可以通过尝试新的商业模式来创新。比如下列几种:付费观看模式:为观众提供了更多选择。在过去,观众只能通过免费观看电视节目来获取娱乐和信息。然而,随着付费观看模式的出现,观众可以选择支付一定的费用来获得高质量的内容。这种模式不仅为电视栏目带来了额外的收入,还激励了制作团队提供更好的节目内容,以满足观众的需求。广告植入模式:为电视栏目提供了一种有效的收入来源。在过去,电视栏目主要依靠广告收入来支持节目制作和运营。而广告植入模式的出现改变了这

一局面。通过将广告与节目内容有机地结合起来,广告植入不仅能够提高广告的曝光度,还能够增加观众对广告接受度。这种模式为电视栏目带来了更多的广告收入,同时也为广告商提供了更好的宣传渠道。品牌合作模式:为电视栏目提供了更多的商业机会。品牌合作模式的出现改变了主要依靠广告收入来支持节目制作和运营局面。通过与知名品牌进行合作,电视栏目可以获得品牌的支持和赞助,获得更多的资源和资金。为电视栏目带来了更多的商业机会,还为品牌提供了更好的宣传渠道。

3. 结论

综上所述,融媒体环境下电视栏目的传播策略与创新研究是复杂而重要的课题。电视媒体需要不断探索新的传播策略和创新方式,以适应融媒体环境的变化和观众的需求。通过与时俱进的传播策略、创新的内容形式和数据分析的支

持,电视栏目可以在融媒体环境下取得更好的传播效果和竞争优势。

参考文献

- [1] 袁晓庆. 融媒体环境下电视栏目编排的创新探究 [J]. 新闻文化建设, 2022, (24): 110-112.
- [2] 刘悦. 融媒体环境下电视编导如何转型 [J]. 中国传媒科技, 2021, (07): 120-122.
- [3] 庄东. 浅析融媒体环境下电视栏目的编排融合及创新 [J]. 西部广播电视, 2020, 41(21): 60-62.

作者简介:

李颖(1982.7---)女,汉族,山东青岛,本科,研究方向:播音主持、新闻学、传媒。