

新媒体时代电视传媒发展途径

张慧

云南经济管理学院艺术与传媒学院

DOI:10.32629/er.v3i6.2859

[摘要] 当今时代是网络信息时代,并且在各个领域中都所有涉及,对每一个产业都带来重大的改变,特别是针对电视传媒行业,新媒体的发展促使传统媒体逐渐改变经营模式,以便于更好的适应时代的发展。本文将对新媒体时代电视传媒发展进行分析,主要从新媒体带来的影响和发展策略两方面进行探讨,仅供参考。

[关键词] 新媒体; 电视传媒; 发展策略

前言

近几年来,科学技术发展迅速,改变了传统信息技术传播方式,人们获得资讯的途径也发生了严重改变。这样为电视传媒行业发展带来了重要影响,在新科技的引领下,传统传媒方式已经不能够满足当今时代的发展需求,因此需要不断创新电视传媒经营模式,结合时代发展行情,建设适应人们需求的传播内容,以此提升传媒行业的发展。

1 电视传媒中新媒体传播的影响

随着新媒体时代的到来,信息传播进一步加速,这样的背景下对传统电视传媒产业带来一定的影响。在电视传媒中,主要的一种经济收入就是广告播放费用,然而随着目前信息技术的发展日益增长,许多商家都已经采用网络技术进行传播。另外,在科学技术的发展下,越来越多的民众喜欢被动接收消息,并且越来越依赖网络信息技术实现交流、互动;然而在传统电视传媒发展的过程中,传播信息的方法比较单一,并不能够全面满足受众群体需求,这也就导致传统电视媒体在新时期发展受到阻碍。

2 新背景下电视传媒发展策略

2.1 创新整合传媒资源

在电视传媒行业发展过程中,较高的技术也是其中一个重要发展因素,这也就需要对传媒行业内部人员加以规范,要求从业人员对电视传媒相关技术应当熟练掌握,结合现有的传媒信息进行有效的整合,并且在此基础上加以创新,进而应付新媒体发展带来的影响,促使电视传媒行业在面临着挑战的基础上寻找新的发展机遇。电视行业若想更好的适应新时期发展,在其发展的过程中必然需要对各个方面进行有效的整合,可以电视传媒以往技术与新媒体技术进行充分融合,促使电视传媒行业能够为人们提供更好的服务,进而推进电视传媒发展进程。在电视媒体与当代网络技术进行结合的过程中,需要将各自的优势充分发挥出来,在相互促进中寻找更好的发展途径。

2.2 改进电视传媒内容

在电视传媒行业发展中,各类传播方式都是为了促使信息资源能够得到更好传播,可以通过完善优化信息内容的方式来提升信息使用率。也就需要电视传媒行业对其掌握的各类信息进行深入分析,从中提取更有价值的素材,并且结合人们的兴趣爱好进行制作,然后在相应的网站上进行传播,以此吸引人们注意力。这种传媒技术可以利用多种传播方式来吸引人们的关注,以此提高电视传媒内容的收视率,进而提高广告商的注意力,实现投资目标。

2.3 创新电视新媒体

为了能够有效的适应新时达发展,电视传媒行业需要打破传统运营方式的约束,在发展中不断探索新媒体运营方式。一方面需要不断改变传统理念,积极接受当今时代新的发展理念,并且将新理念、新运营方式应用到电视传媒发展中,不断优化其发展模式,以更加新颖、完善的运营手段来推进电视传媒行业发展;另一方面,需要结合互联网、无线通讯网、电视网,实现共同发展。

2.4 创新改革电视传媒的经营方式

在新媒体快速发展的背景下,电视传媒行业如果想要实现良好的发展必然需要对其经营模式加以创新,这样才能够促使电视传媒行业得到更多地人们喜爱。电视传媒行业具有属于自身独特的发展优势,并且具有连续性、范围广大特点,能够为更多人们提供服务。在进行探索电视传媒行业发展途径时,应当充分发挥出电视传媒行业的传播服务功能,结合人们的需求、兴趣等诸多因素,制作出更多的贴切社会热点的传媒内容,为人们带来更多的民生民情资讯,以此为人们提供更多生活中常识以及问题的解决方式。

电视传媒行业需要以制作内容作为电视传媒创新经营模式的突破口,最大程度上提高电视传媒内容的收视率,进而提供人们需要的信息,以此吸引广大群众的重视度。随着社会经济快速发展,人们对精神层面的需求越来越高,因此需要电视传媒行业加强对市场的关注度,及时掌握市场的变化,在此基础上调整自身发展,实现多元化发展模式,将资源进行整合、配置,进而提升电视传媒经济效益。

3 结论

综上所述,在新媒体快速发展,传媒行业竞争激烈的形势下,电视传媒行业如果想要持续发展不然需要抓住这个机遇,不断分析当今社会发展情况,研究出符合自身发展的途径,通过创新整合传媒资源、改进电视传媒内容、创新电视新媒体、创新改革电视传媒的经营方式促使电视传媒产业可持续发展,为人们提供更好的电视传媒内容。

[参考文献]

- [1]赵志强.探索新媒体形势下广播电视传媒的经营模式[J].传媒论坛,2020,3(02):60+62.
- [2]王苑欣.新媒体时代广播电视编辑业务创新与发展探究[J].传播力研究,2019,3(13):167.
- [3]夏晶晶.数字媒体环境下电视传媒的经营创新与发展路径研究[J].科技资讯,2019,17(07):250+252.