

Strategic thinking on improving the communication ability of the mainstream media based on radio and television

Nini Yang

Heilongjiang Radio and TV Station, Harbin, Heilongjiang, 150000, China

Abstract

Under the background of digitalization and networking, the mainstream media is facing unprecedented challenges and opportunities. With the rapid development of Internet technology, the way of information transmission has undergone fundamental changes, and the rapid rise of new media platforms such as social media and mobile applications has posed a severe challenge to the dominant position of traditional radio and television media. However, the mainstream media still assume the important responsibility of spreading the core values of the society, guiding the public opinion, and serving the social development. Therefore, it is particularly urgent and important to improve the communication ability of mainstream media, especially the mainstream media based on radio and television. This study aims to explore the strategies of mainstream media to improve communication capabilities in the current media environment.

Keywords

radio and television; mainstream media; communication ability; promotion; strategy

基于广播电视的主流媒体提升传播能力的策略思考

杨妮妮

黑龙江广播电视台, 中国·黑龙江 哈尔滨 150000

摘要

在数字化和网络化的时代背景下, 主流媒体面临着前所未有的挑战与机遇。随着互联网技术的飞速发展, 信息传播方式发生了根本性的变化, 社交媒体、移动应用等新兴媒体平台迅速崛起, 对传统广播电视媒体的主导地位构成了严峻挑战。然而, 主流媒体依然承担着传播社会核心价值观、引导公众舆论、服务社会发展的重要职责。因此, 提升主流媒体的传播能力, 尤其是基于广播电视的主流媒体, 显得尤为迫切和重要。本研究旨在探讨主流媒体在当前媒介环境下提升传播能力的策略。

关键词

广播电视; 主流媒体; 传播能力; 提升; 策略

1 引言

广播电视作为传统主流媒体的核心组成部分, 在媒体融合时代面临多重挑战与机遇。一方面, 新兴数字媒体的崛起改变了信息传播的生态格局; 另一方面, 广播电视仍然在权威性和覆盖范围方面具备显著优势。为应对信息碎片化、传播多元化等新兴问题, 提升广播电视的传播能力已成为行业发展的关键任务。传播能力的增强不仅仅关系到媒体自身的可持续发展, 更关乎社会信息的有效传播与公众舆论的引导能力^[1]。本研究从学术角度出发, 探索广播电视主流媒体提升传播能力的重要意义及具体策略, 力求为行业实践提供理论参考。

2 广播电视主流媒体提升传播能力的意义

广播电视作为主流媒体在公共舆论场中扮演着不可替代的角色, 其传播能力直接影响信息的传播效率和传播效果。在当今媒体环境中, 提升广播电视传播能力具有以下几个重要意义。

首先, 提升广播电视传播能力, 对巩固主流媒体地位有重要作用。随着信息传播形式的日益多样化, 广播电视需要满足受众需求的变化, 通过传播能力的增强来维持核心竞争力。其次, 广播电视提升传播能力是履行社会责任的必备手段。广播电视作为公共信息的主要发布平台, 在突发事件中具有较快的反应能力与信息发布权威性, 这决定了其在稳定社会中的角色定位。因此, 通过提升广播电视传播能力的增强, 高效真实且全面地传递信息对于维护社会稳定发挥着积极作用。另外在国家文化软实力, 广播电视传播能力地提升可以增强该方面的国际传播。广播电视能够更好地将中国

【作者简介】杨妮妮(1985-), 中国黑龙江人, 一级播音员, 硕士, 从事播音主持研究。

声音传递给国际社会，通过内容形式的创新和传播路径的优化来展现国家形象，进而达到全球化文化传播的目的^[2]。最后，提升广播电视传播能力，对促进媒体融合向纵深发展也有很大的帮助。传统媒体和新媒体地结合，不但推动内容生产、传播方式等方面创新，同时也让信息传播渠道更加宽广。

3 基于广播电视的主流媒体提升传播能力的策略

3.1 优化内容生产以提高内容质量

为提升广播电视传播能力，我们应采取以下策略优化内容生产，以提高内容质量。首先，要建立分阶段广播电视内容策划体系，比如针对日常新闻报道和深度专题内容时效要求不同的内容采取分层次策划以分开处理，从而增强新闻内容的针对性以及内容策划效率。其次，策划团队建设上，需要通过多学科协作来保证新闻内容视角的广度和深度，为此可引入专业数据分析师、社会学家、媒体传播学家以及有关研究人员等跨领域专业背景的专家与学者。接着内容制作环节，除进一步加大虚拟演播室技术推广应用外，采用AI技术生产虚拟人物与态背景为电视观众呈现丰富视觉观感，同时针对新闻内容中数据部分可运用数据可视化工具进行制作，从而增强观众的参与感和理解。新闻内容审核环节，建议开发以自然语言为基础并结合机器学习的内容审核平台，这样能够借助于语义分析识别关键字的方式快速排除潜在的误导性信息或不符合政策的内容，从而保证广播电视内容传播的合规性和权威性。另外，数字化和智能化也是内容生产流程优化的重点，即借助整合大数据平台与云计算技术实现对实时内容的智能编排和分发。比如，可以通过收集分析观（听）众节目停留时间、新闻内容相关话题搜索、讨论等情况建立内容效果监测系统，以适应受众需求变化对内容进行动态调整。

3.2 强化传播渠道的多样化与融合性

为进一步增强广播电视内容的触达高效性与覆盖广泛性，我们需要综合利用传统与新兴传播技术强化传播渠道，在实现其多样性与融合性情况下推动广播电视传播能力提升。首先，推动传统广播电视信号传输技术全面升级引入地面数字电视与卫星传输混合模式，从而在提升信号传输稳定性与抗干扰能力情况下促使信号覆盖范围加大。其次，针对网络领域为满足当前受众内容多元化需求，我们还需基于云计算架构开发具备实时直播、点播服务以及个性化推荐功能的广播电视综合服务平台。同时广播电视机构还应紧跟趋势推动自身跨平台传播布局工作，这可以通过对智能电视、物联网设备二者开发嵌入式应用程序，从而让广播电视内容能够有效接入到用户智能家居系统中去。接着在移动传播渠道方面，除了增加短视频和音频摘要的推送模块以适应碎片化的传播需求的同时，广播电视机构还需加大自身社交媒体官

方账号建立，并通过直播评论、话题互动、问答环节，提升用户新闻内容参与感以及互动性^[3]。最后，在与新媒体的合作过程中，建议共同开发虚拟现实（VR）新闻直播、增强现实（AR）节目展示等基于5G技术的高品质沉浸式的传播项目，从而促使内容传播实现全景体验。另外需特别注意的是，为保证内容一致性和多渠道传播的更新同步性，广播电视机构要建立起统一的内容分发和管理体系，以最大限度地提高传播效率。

3.3 提升用户体验以增强受众粘性

为提升用户体验以持续增强受众粘性，广播电视机构在提升传播能力中需采取多维度的策略。首先，在内容呈现上，需要以用户画像为基础，结合实时数据分析，构建精细化的节目编排模式，动态调整播出策略。具体而言，可以利用大数据技术深度挖掘用户群体的观看喜好数据，并利用其建立新闻内容热度预测模型，随后结合预测结果对黄金时段高收视率节目的播出频次进行科学安排，并且针对特定兴趣群体开发非黄金时段的专题内容模块。例如，广播电视机构可针对少数民族文化、地方特色为主题制作一系列节目内容并在黄金时段播放以吸引特定目标用户。其次，在互动设计中，增强用户参与感和身临其境的多维度技术创新应被优先引入。为此，广播电视机构可应用虚拟现实（VR）和增强现实（AR）技术，通过搭建交互式虚拟场景，让用户可以体验到身临其境的节目效果。同时广播电视机构在互动设计中还应利用区块链技术，为用户提供可信赖的互动平台，确保互动内容数据透明且不可更改。此外，多屏联动技术的实施能够打破单一传播终端的局限，用户利用手机、平板和电视屏等渠道实现内容同步以及交互场景扩展，这样可以让他们在观看或收听内容时进行评论或是投票，从而增强受众粘性。同时针对广播电视内容用户反馈机制中，以智能文本挖掘算法设计自动化的用户意见收集系统，随后利用其收集用户对内容反馈数据并作语义分析和情感分类，在识别存在问题后制定针对性内容优化方案，以进一步增强受众粘性。最后，为了增强反馈的针对性，广播电视机构还可采用用户分级测试机制，结合不同用户所提供内容优化意见以重优先级划分指导资源分配，同时构建优化措施效果持续评估机制，以形成优化路径的闭环。

3.4 注重地方特色与全球视野地结合

提升广播电视主流媒体传播力中还离不开注重地方特色与全球视野地结合。为此可以从以下几方面着手：首先，就地方特色展示而言，广播电视机构要构建涵盖历史类、手工技艺类、饮食文化类和非物质文化遗产类为节目策划提供支撑的本土文化内容资源库，这需要通过系统性调查与分类归集基础上完成的。同时该资源库建设过程当中，为保证历史、文化、民俗及相关内容真实准确性，广播电视机构要邀请学者以及有关领域中的人来参与到内容开发^[4]。例如以地方民俗节庆为题材制作的纪录片，广播电视机构在叙事中利

用高分辨率的拍摄技术,利用3D建模对传统场景进行重现,并将地方传奇和近代文化阐释融入叙事当中。其次,对国际传播而言,为创造具有普遍吸引力的跨文化内容,广播电视结构可把本土特色与全球热点内容相结合。为此,广播电视结构开设本土特色与全球议题结合的专栏节目,并利用多语言字幕和配音提升传播范围。同时在内容表达上,本土特色内容呈现要与国际受众的接受习惯靠拢,避免文化误读。在内容分发策略上,广播电视机构须充分运用如国际影视节、文化博览会等国际传播节点以及tiktok、Meta等高曝光度短视频平台进行精准推广。此外,可建立以本土文化为核心,融入国际叙事手法创作除适配不同文化背景审美需求的影视作品,广播电视机构可与国外优秀影视制作团队合作实现。比如,邀请多国编剧在剧本创作阶段就多线叙事结构的设计进行合作,结合全球领先的特效团队制作影视作品,随后通过国际主流渠道发行,从而提升本土特色人文历史的全球传播力。

3.5 构建专业化的人才队伍

除上述策略外,广播电视结构通过构建专业化人才队伍,全面增强从业人员的专业能力和创新水平对于提升主流媒体传播力发挥着重要作用。首先,广播电视机构须构建基于岗位能力需求为导向人员培训体系,就其核心技术和内容策划能力培养开展阶段性技能提升计划。例如,广播电视机构和包括高校、传媒机构以及科技公司就广播电视技术、数字媒体等内容联合开发课程,其应涵盖人工智能算法应用、跨平台内容创作等紧跟前沿发展的新内容,同时采取线上理论学习与线下实操相结合的培训模式,从而保证培训效果。对于广播电视在职人员培训,定期组织他们开展相关主题培训活动,比如行业专家或头部传媒机构开展专题工作坊、沉浸式内容制作、基于大数据驱动用户分析等培训。其次,为进一步提升主流媒体传播能力,广播电视机构要以完善招聘

和激励机制邀请跨专业人才加入。比如引入有丰富行业经验的数据分析人才、产品经理或UI/UX设计师,从而在数据分析、交互设计和用户体验优化等领域为广播电视内容的生产和分发提供技术支持和设计^[5]。建立涵盖技术贡献、创意实现和市场反馈等基于岗位特点的绩效评价体系,以确保人才的长远发展。同时为增强人才队伍的整体活力和凝聚力,设立专项创新奖金、增加绩效以及提供职业发展路径规划服务等多维度激励政策。另外在提升主流媒体国际传播力上,广播电视机构为出培育熟悉多语种传播策略与文化背景分析的专业人才可以设立海外进修计划和国际合作项目。

4 结语

综广播电视主流媒体传播能力地提升,对于当前媒体环境发生深刻变化的大背景下显得尤为重要。对此,上文通过查阅相关文献以及结合实践情况下提出了优化内容生产、强化传播渠道、提升用户体验、注重地方特色与全球视野地结合以及构建专业化的人才队伍五方面提升广播电视主流媒体传播力的策略。通过这些策略地实施既为广播电视紧跟新时期传播需求奠定坚实基础,同时对于主流媒体传播力提升以及推动行业的可持续发展提供可操作性指导。

参考文献

- [1] 张芸.新媒体时代提高我省广播电视媒体舆论引导力的路径分析[C]//第五届河北省社会科学学术年会.0[2024-12-24].
- [2] 黄常开.提升现代传播能力建设新型主流媒体[J].中国记者,2022(1):26-30.
- [3] 黄晓.浅析新媒体时代主流媒体新闻传播能力地提升策略[J].新闻传播,2022(9):37-38.
- [4] 武光玉.主流媒体持续提升传播能力建设探析[J].中国地市报人,2023(6):49-50.
- [5] 喻国明,胥伟岚.从“点,线,面”看主流媒体传播效能地提升策略[J].媒体融合新观察,2023(1):8-11.