

“十四五”规划中传统媒体的转型方向探索

周舟

广州软件学院，广东 广州 510000

摘 要：“十四五”规划为传统媒体的转型提供了新的发展方向。本文首先分析了新时期传统媒体转型的必要性，包括信息化时代对传统媒体的冲击、用户需求变化以及新媒体的崛起。然后探讨了“十四五”规划对传统媒体转型的政策支持，特别是国家在文化传播中的战略定位和推动措施。最后深入分析了传统媒体转型的主要方向，包括内容创新、数字化转型、技术创新和跨平台融合，旨在为传统媒体在新时代下的转型提供理论支持和实践路径。

关 键 词：“十四五”规划；政策支持；传统媒体；转型方向

Exploration of the Transformation Direction of Traditional Media in the "14th Five-Year Plan"

Zhou Zhou

Guangzhou Software Institute, Guangzhou, Guangdong 510000

Abstract： The 14th Five Year Plan provides a new direction for the transformation of traditional media. This article first analyzes the necessity of the transformation of traditional media in the new era, including the impact of the information age on traditional media, changes in user demand, and the rise of new media. Then, the policy support for the transformation of traditional media in the 14th Five Year Plan was discussed, especially the strategic positioning and promotion measures of the country in cultural communication. Finally, the main directions of traditional media transformation were analyzed in depth, including content innovation, digital transformation, technological innovation, and cross platform integration, aiming to provide theoretical support and practical paths for the transformation of traditional media in the new era.

Keywords： "14th Five Year Plan"; policy support; traditional media; transformation direction

引言

在当前信息化、数字化迅速发展的时代背景下，传统媒体面临前所未有的挑战。“互联网+”和新媒体的崛起，打破了传统媒体的垄断地位，改变了受众的消费习惯和需求，迫使传统媒体必须进行深刻的转型。“十四五”规划为传统媒体转型提供了政策支持，尤其是《“十四五”数字经济发展规划》的发布，因此文章将探讨传统媒体在这一规划背景下面临的机遇与挑战，提出转型发展的方向和路径，这对于传统媒体的可持续发展具有重要意义。

一、新时期传统媒体转型的必要性

在信息化、数字化的时代背景下，传统媒体面临着前所未有的冲击。随着互联网技术的不断发展和普及，传统媒体的传播方式和运营模式逐渐被淘汰，无法满足日益变化的受众需求。尤其是在用户需求方面，个性化和互动性成为现代受众的核心诉求。过去，传统媒体主要采取单向传播的方式，将信息传递给受众，而如今的观众不仅希望获得更加个性化的内容，还渴望与媒体进行互动，参与信息的生产和传播，这种需求的变化，促使传统媒

体必须进行转型升级，以适应新的信息传播环境。新媒体以其即时性、互动性和个性化的特点，迅速赢得了广大受众的青睐。社交媒体平台、短视频、直播等形式的兴起，改变了信息传播的方式和节奏，受众可以随时随地获取信息，并通过评论、转发等方式参与讨论和传播。这种由受众主导的传播模式，使得传统媒体逐渐丧失了对信息传播的主导权，市场份额不断被新媒体侵蚀。在这种背景下，传统媒体的转型显得尤为必要，仅仅依赖过去的单向传播模式和固定的内容形式，已无法满足现代社会对信息传播的多样化需求。传统媒体必须加快技术创新、内容创新和形式

课题信息：广东省高等教育协会“十四五”规划2023年度高等教育研究课题（立项编号23GQN54）

作者简介：周舟（1988.08-），女，汉族，籍贯：湖北，研究生，研究方向：数字媒体、媒介、网络与新媒体。

创新,借助互联网、大数据、人工智能等先进技术,推动数字化转型,才能确保自身在激烈竞争中的生存和发展^[1]。

二、“十四五”规划对传统媒体转型的政策支持

作为承载国家文化、传递社会价值观的重要平台,传统媒体不仅对社会舆论的引导发挥着关键作用,还在塑造国家认同、传递历史文化、促进社会稳定等方面具有深远的影响。然而,在信息化、数字化浪潮的冲击下,传统媒体面临着前所未有的挑战。为此,“十四五”规划明确提出,要加强对传统媒体转型的政策支持,帮助其在新时代环境下焕发新活力。国家对传统媒体转型的战略规划,着眼于提升其在数字化时代的竞争力。具体而言,政策支持涵盖了技术创新、内容创新以及市场拓展等多个方向。首先,技术创新成为推动传统媒体转型的核心动力。国家鼓励传统媒体加大对数字技术的投入,推动媒体数字化转型,推动人工智能、大数据、5G等新兴技术的应用,借助技术手段提升信息传播效率和精确度。其次,内容创新也是政策支持的重要方面。国家倡导传统媒体深化原创内容的生产,注重提升内容质量,强化社会责任感,并通过丰富内容形式和互动性,满足受众个性化、多样化的需求。最后,政策也大力支持传统媒体在市场拓展上的创新,推动跨平台融合发展,加强与新媒体的合作,探索线上线下结合的多元化经营模式^[2]。

三、“十四五”规划背景下传统媒体的转型方向

(一)内容创新

在“十四五”规划背景下,传统媒体的转型必须注重内容创新,这是提升竞争力和影响力的关键。具体要关注:第一,提升内容质量与多样性。随着信息量的急剧增加,受众的选择更加多元化,对内容的质量和深度要求也日益提高。传统媒体需要不断提升内容质量,确保报道的准确性、公正性和深度,特别是在当前社会热点和重大事件的报道中,要做到真实、客观、有深度。同时,要从受众的需求出发,增强内容的多样性,这不仅意味着要在内容主题上进行多元化的探索,还要在表现形式上进行创新。例如,除了传统的文字报道,传统媒体可以利用视频、图表、音频等多种形式呈现信息,迎合不同群体、不同场景下的受众需求,通过丰富内容形式,吸引更多的用户关注^[3]。第二,深化原创内容制作,增强社会责任感。传统媒体要更加注重原创内容的制作,打造具有高度原创性和差异化的内容,避免陷入内容的同质化竞争。原创内容能够提升媒体品牌的价值和公信力,还能在内容创作过程中体现出更强的社会责任感。例如,在报道社会热点、公共事件、文化传承等话题时,传统媒体应当深入挖掘背后的社会意义,引导社会舆论,促进社会和谐与进步^[4]。传统媒体要在内容创新中更加注重弘扬社会正能量,传递核心价值观,关注社会公益和环保等话题,积极参与社会问题的解决。例如,针对青少年的心理健康、环境保护等问题,媒体应通过原创内容倡导正面价值观,营造积极向上的社会氛围。

(二)数字化转型

新时代,推动传统媒体的数字化转型,已经成为发展的关键任务。传统媒体需要加大在数字平台建设与分析领域的投入,通过这些手段实现内容的个性化、精细化推送,从而更好地满足受众需求,增强市场竞争力^[5]。具体策略包括:第一,加强数字平台建设,推动媒体数字化。随着信息技术的不断发展,传统媒体必须加快数字化进程,尤其是在互联网、移动互联网和智能终端快速发展的今天,建设强有力的数字平台显得尤为重要。传统媒体要加快自有数字平台的建设,发展线上传播渠道,打造多功能的互联网平台。比如,可以通过官方网站、移动APP、社交媒体平台等渠道,提供多种形式的数字内容,包括文字、图片、视频、音频等,满足用户的多样化需求。这些平台不仅承载信息内容的传播功能,还需要整合用户互动功能,如评论、点赞、分享、讨论等,增强用户的参与感与互动性。还可以借助技术手段,如云计算、大数据等,提升平台的承载能力与数据处理效率,确保内容传播的稳定性与快速响应。通过数字平台和技术的融合,传统媒体将能够更好地适应数字时代的传播需求,提升信息的传递效率与覆盖面。第二,数据分析与精准推送,提高用户体验。在传统媒体转型的过程中,如何利用大数据进行精准的用户分析和内容推荐,成为决定其能否成功转型的核心因素之一。通过数据分析,传统媒体可以收集用户在平台上的浏览行为、兴趣爱好、阅读时长等信息,了解受众的需求和偏好,从而提供更具针对性和个性化的内容。例如,通过分析用户的浏览历史和点击行为,就可以推送相关性更高的新闻、专题或文章,让用户能够快速获取到感兴趣的内容,从而提升用户粘性。精准的推送能够提高内容的相关性,避免信息的冗余和过度传播,从而提高媒体内容的价值和用户的满意度。此外,数据分析还可以帮助传统媒体优化内容生产与发布的策略,通过分析受众的反馈、评论和参与情况,就可以更精准地把握社会热点、用户需求和内容趋势,及时调整内容的生产方向和传播策略,提升内容的社会影响力和传播效果^[6]。

(三)技术创新

技术创新是传统媒体转型的核心驱动力。大数据、人工智能、虚拟现实(VR)和增强现实(AR)等技术的融入,能够大大增强受众的沉浸感和互动体验,使得传统媒体在新时代传播环境中展现出更强大的竞争力和生命力。具体要关注:第一,融入大数据、人工智能等技术。大数据和人工智能(AI)等先进技术的引入,成为推动传统媒体实现数字化、智能化转型的重要途径,通过融入这些新技术,传统媒体能够提升内容的生产效率,优化用户体验,并增强与受众的互动。大数据技术使得传统媒体能够从海量数据中提取有价值的信息,为内容创作、传播策略及广告投放等提供精准依据。通过分析受众的阅读习惯、兴趣偏好、地理位置等数据,传统媒体能够更好地了解目标用户,提供个性化的内容推荐。数据驱动的内容推送,能够极大提升用户体验,增强媒体的吸引力和粘性^[7]。大数据的应用,还能帮助媒体进行舆情监测和分析,实时了解社会动态和公众情绪,从而及时调整报道策略和内容方向,确保报道的时效性和相关性。人

工智能技术为传统媒体提供了更强大的内容生产和传播能力。例如，AI可以利用自然语言处理技术，自动生成新闻稿件，减少人工写作的时间成本，提高内容创作的效率。AI还可以在视频编辑、图像识别等领域发挥作用，提升多媒体内容的质量和表现力^[9]。AI驱动精准广告投放，通过分析用户的行为数据和消费偏好，可以帮助媒体实现更加精确的广告匹配，提升广告收益和用户的体验感。第二，VR/AR技术应用于新闻报道、媒体互动等方面。借助VR和AR技术的应用，传统媒体能够突破传统纸媒和电视的限制，为受众提供更为沉浸式和互动性的体验。VR技术能够将用户带入一个虚拟的新闻环境中，使受众身临其境地感受到新闻事件的发生和发展。例如，传统媒体可以借助VR技术进行重大新闻事件的深度报道，如自然灾害、文化遗产保护等，用户佩戴VR设备进入现场，这种沉浸式的新闻报道，能够让受众获得更加直观和深刻的体验，增强新闻报道的吸引力和影响力。AR技术则能够在传统媒体的基础上，加入虚拟元素，与现实世界互动，为用户提供实时、动态的信息。举例来说，传统媒体可以借助AR技术在报纸或杂志中嵌入虚拟内容，用户运用手机或平板扫描图像后，屏幕上会显示出相关的新闻视频、图表、互动功能等信息，借助这种结合虚拟与现实的创新方式，能够提升内容的表现力，增强受众的互动感和参与感^[10]。

(四) 跨平台融合

随着科技进步和受众需求变化，传统媒体面临着前所未有的挑战和机遇。跨平台融合能够拓宽内容的传播渠道，提升受众的粘性与互动性。具体要关注：第一，传统媒体与新媒体的融合发展。新媒体，如社交平台、短视频和自媒体等，以其即时性、互动性和个性化传播优势，迅速占据了公众的信息消费市场。而传

统媒体在内容创作、深度报道和权威性方面，依然具有不可替代的优势。通过融合发展，传统媒体能够借力新媒体的传播渠道，拓宽受众群体，同时在内容形式上进行创新，实现更高效的信息传播^[10]。融合发展不仅体现在传播渠道的延伸上，还需要在内容和互动性上进行创新。例如，传统媒体可以利用新媒体平台发布实时新闻，采用短视频或直播的形式吸引年轻受众，提升媒体内容的吸引力和传播力。借助社交平台，传统媒体可以与观众进行即时互动，获取受众反馈，提升用户参与感，增加内容的活跃度和感染力。第二，传统电视、电台与互联网平台的联合运营。传统电视和电台拥有深厚的内容制作能力，而互联网平台则具备广泛的用户基础和精准的传播能力，通过联合运营，就可以实现资源共享，互补优势，增强传播效果。例如，电视台和电台可以将其节目内容同步推送至互联网平台，利用互联网平台的互动功能和社交属性，与受众建立更紧密的联系。观众可以通过在线互动、投票、留言等方式参与到节目内容中，提升节目的参与感和吸引力。

四、结语

总之，“十四五”规划为传统媒体的转型提供了政策保障和发展蓝图。通过内容创新、数字化转型、技术应用和跨平台融合，传统媒体就能够应对新时代带来的挑战，实现持续发展。在未来，传统媒体应不断加强与新兴技术的结合，提升传播效果和用户体验，更好地满足现代社会的需求。在政策驱动和市场创新的双重作用下，传统媒体的转型必将迎来新的辉煌。

参考文献

[1] 赵荫琪. 论网络时代传统报业数字化转型[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021, 43(6): 45-50.
[2] 胡正荣, 李荃. 重点清障突破, 催生深融质变——“十四五”时期主流媒体高质量融合发展进阶展望[J]. 编辑之友, 2021, (02): 24-32.
[3] 韩媛媛. 传统媒体与新兴媒体融合发展探究[J]. 中国传媒科技, 2022, 28(2): 60-62.
[4] 张茜井. 传统媒体与新媒体融合的现状与困境探究[J]. 新闻研究导刊, 2022, 23(17): 112-113.
[5] 王菊萍. 传统媒体如何融入新媒体时代[J]. 新闻文化建设, 2022, 23(18): 29-30.
[6] 王跟萍. 大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展战略探讨[J]. 中国传媒科技, 2022, 28(2): 67-69.
[7] 武目广. 互联网思维的传统媒体与新兴媒体的融合[J]. 西部广播电视, 2022, 23(11): 33-34.
[8] 黄楚新, 郭海威. 中国媒体融合发展存在的问题及应对策略[J]. 传媒, 2022, 23(15): 65-68.
[9] 樊玲. 传统媒体融合新媒体的转型发展之路[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2021, (08): 118-119.
[10] 贺雷春. 媒体融合背景下传统媒体转型的策略[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2023, (15): 103-105.