

媒体数字化 与有效传播研究



刘建敏◎著

吉林人民出版社

媒体数字化与有效传播研究

刘建敏◎著

吉林人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

媒体数字化与有效传播研究 / 刘建敏著. — 长春 :
吉林人民出版社, 2023.9
ISBN 978-7-206-20620-7

I. ①媒… II. ①刘… III. ①多媒体技术—应用—文
化传播—研究 IV. ①G0-39

中国国家版本馆 CIP 数据核字 (2023) 第 182709 号

媒体数字化与有效传播研究

MEITI SHUZHUA YU YOUXIAO CHUANBO YANJIU

著 者：刘建敏

责任编辑：崔 晓

封面设计：李宁宁

吉林人民出版社出版 发行（长春市人民大街 7548 号 邮政编码：130022）

咨询电话：0431-85378007

印 刷：长春市昌信电脑图文制作有限公司

开 本：710mm×1000mm 1/32

印 张：4.5 字 数 150 千字

标准书号：ISBN 978-7-206-20620-7

版 次：2024 年 3 月第 1 版 印 次：2024 年 3 月第 1 次印刷

定 价：58.00 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与出版社联系调换。

前 言

网络和数字技术的迅猛发展正在深刻地改变着我们的生活方式和社会结构，而媒体作为信息传播的重要渠道，在数字化时代扮演着更为关键的角色。我们身处在一个信息高速交流的时代，互联网早已成为人们获取信息、交流思想和参与社会的重要平台。在这个数字化的时代，网络信息素养已经成为现代人必备的素质之一，它不仅影响着我们的生活，也深刻地影响着社会的发展和进步。

正因如此，认识和理解媒体数字化与有效传播的重要性变得尤为迫切。媒体数字化不仅改变了信息的传播方式，也塑造了新的传播生态和价值观念。有效传播则是在这个数字化时代中获取并传递信息的关键要素，它涉及信息的准确性、可信度、可获取性以及受众的影响力。因此，深入研究媒体数字化与有效传播的相关问题，对我们更好地理解和应对这个数字化时代的挑战至关重要。

本书旨在深入研究媒体数字化时代的传播现象和趋势，并探讨如何在数字化环境中实现信息的有效传播。通过对媒体数字化发展趋势、企业品牌形象设计传播、虚拟仿真技术、非遗项目传播、影视艺术传播、文创产品设计传播、行业报刊广泛传播和社区教育资源共享等多个领域的研究，本书将为读者提供丰富的理论框架、实践经验和案例分析，以帮助读者更好地应对媒体数字

化时代的传播挑战。

本书较全面地涵盖了媒体数字化与有效传播领域的关键问题。在第一章中，我们将对媒体数字化与有效传播的理论背景和基本概念进行概述，为读者打下坚实的理论基础。通过这一章的学习，读者将能深入地了解媒体数字化对传播的影响和挑战，并为后续章节的阅读做好准备。

在随后的章节中，将涉及媒体数字化时代下企业品牌形象的设计传播、虚拟仿真技术的传播透视、非遗项目的有效传播、影视艺术的发展传播、文创产品的设计传播、行业报刊的广泛传播以及社区教育的资源共享等多个重要领域。每一章都将深入研究相关问题，并提供具体的案例分析和实用的传播策略，帮助读者更好地应对数字化时代的传播挑战。

媒体数字化时代为我们带来了前所未有的机遇和挑战。通过深入研究和理解媒体数字化与有效传播的关键问题，我们可以更好地应对信息过载、谣言传播和虚假信息等挑战。同时，充分利用数字化媒体的优势，提升传播效果和影响力，增强主流价值观念的传播力与渗透力。

目 录

第一章 媒体数字化与有效传播相关问题理论	
概述	1
第一节 媒体数字化发展趋势	1
第二节 数字化时代的媒体传播	12
第二章 媒体数字化时代企业品牌形象的设计	
传播	19
第一节 媒体数字化对品牌形象设计传播的影响	19
第二节 媒体数字化企业品牌形象设计的转型	25
第三章 媒体数字化时代虚拟仿真技术的传播	
透视	29
第一节 媒体数字化时代虚拟仿真技术的传播应用	
现状	29
第二节 媒体数字化时代虚拟仿真技术的有效传播	
策略	33

第四章	媒体数字化时代非遗项目的有效传播	… 37
第一节	非遗传承运用新媒体数字化技术的可行性	… 37
第二节	媒体数字化时代非遗项目的有效传播方式	… 46
第五章	媒体数字化时代影视艺术的发展传播	… 58
第一节	媒体数字化时代影视艺术创作的数字化	… 58
第二节	媒体数字化时代影视艺术传播的数字化	… 68
第六章	媒体数字化时代文创产品的设计传播	… 77
第一节	媒体数字化时代文创产品的发展变革	… 77
第二节	媒体数字化时代文创产品的体验式发展	… 88
第七章	媒体数字化时代报刊行业的广泛传播	… 99
第一节	媒体数字化时代报刊行业的发展现状	… 99
第二节	媒体数字化时代报刊行业的新模式构建	… 105
第八章	媒体数字化时代社区教育的资源共享	… 116
第一节	媒体数字化时代社区教育资源共享的现状	… 116
第二节	媒体数字化时代社区教育资源共享的策略	… 124
参考文献		… 134

第一章 媒体数字化与有效传播 相关问题理论概述

第一节 媒体数字化发展趋势

随着互联网的飞速发展，媒体数字化已经成为媒体行业的一个必然趋势。媒体数字化的发展是伴随着互联网时代而来的，这种发展的出现既是媒体行业自身的需求，也是时代的需要。在互联网时代，信息化程度日益提高，媒体也面临着诸多新的挑战。如何高效地适应这些变化，并顺应发展浪潮而行，成为每个媒体人都必须关注的问题。需要注意的是，数字化发展是媒体行业应对时代发展多重变化的一种方式。媒体数字化将传统媒体的单向传播转变为多向互动，同时，也为媒体行业的多元发展带来了更多选择。

如今，随着民众生活水平的提升以及信息技术的普及应用，媒体数字化发展的必要性也在逐渐凸显。首先，媒体数字化使得信息获取更加便捷和高效。通过数字化，人们可以随时随地获取到自己需要的信息，为人们的学习和生活提供了便利。其次，媒体数字化推动了媒体行业的转型升级，为媒体行业的发展提供了新的机遇。最后，媒体数字化为媒体行业带来了更多的商业机会。

随着媒体数字化的普及，广告和营销也转向了数字化领域，为媒体行业的商业模式提供了更多选择和可能性。可以看出，媒

体数字化发展是媒体行业的必然趋势。数字化媒体的出现带来了更多选择和机会，为媒体行业的转型升级提供了新的契机。同时，媒体数字化的发展也为人们的学习和生活提供了更多便利。未来，随着互联网的不断发展，媒体数字化将会不断创新和完善，为媒体行业和社会带来更多的价值和贡献^①。

一、融合背景下媒体数字化的发展趋势

（一）媒体数字化的发展特点

随着数字技术的不断进步和普及，当代媒体的数字化发展已经成为一种趋势。媒体数字化具有多样的特点，包括作品形态多样化、作品传播形式多样、作品产量高、作品支持直播、作品制作手段多样、制作简单以及作品可较快彰显市场价值等。

1. 形态多样化

媒体数字化可以以文字、图片、音频、视频等多种形式呈现作品，这种多样化的形式能够满足不同人群对于媒体内容的需求，同时，也具有更强的传播力和影响力。比如现在的新闻报道不仅限于纸质版面上的文字报道，还可以采用视频、直播、社交媒体等多种形式，以满足不同读者的需求。

2. 具有多样的传播形式

媒体数字化的传播渠道包括电视、互联网和移动设备等多个媒介平台。这些平台不仅能提供更广泛的传播渠道，促进信息传递与交流，还能更好地满足用户的个性化需求，实现媒体作品的精准投放和传播。

3. 产量高

媒体数字化的制作成本相对较低，制作周期短，可以更快地

^① 朱步周. 传媒数字化下的媒体融合及全媒体传播 [J]. 中国地市报人, 2021(11):99—100.

推出更多的作品，以满足读者的需求。比如在新闻报道领域，媒体数字化的快速生产和发布，可以更好地满足人们对时事新闻的需求。

3. 支持直播

直播是媒体数字化的一种重要形式，可以实现信息的实时发布和传播，同时，也可以实现与读者的互动和交流。直播形式具有更加生动、真实的表现形式，可以让读者更好地了解事件的发展过程，提升媒体作品的传播力和影响力。

4. 制作手段多样且制作简单

媒体数字化的制作可以通过多种工具和软件来实现，制作的难度和门槛相对较低，可以让更多人参与到媒体作品的制作中，这样不仅可以提高作品的多样性和创新性，也可以促进媒体作品的更新和发展。

5. 能够较快彰显市场价值

媒体数字化作品可以在较短时间内被推出和传播，这样可以更快地得到市场的反馈和认可，同时，也能够获得更多的商业机会和价值。这种快速的市场反馈机制，可以更好地促进媒体数字化作品的创新和发展，也能更好地满足读者和市场需求。

随着数字技术的不断进步和普及，媒体数字化已经成为当代媒体发展的趋势。媒体数字化的特点是作品样态多样化、作品传播形式多样、作品产量高、作品支持直播、作品制作手段多样、制作简单、作品可较快彰显市场价值等。这些特点为数字媒体的内容创作者提供了更多的创作方式和机会，同时，也为数字媒体的使用者提供了更加丰富的内容体验。

（二）媒体数字化发展的趋势

随着互联网技术的不断发展和普及，数字化已成为媒体发展的重要趋势。媒体数字化的兴起使传统媒体的传播方式、内容形

式、商业模式等都发生了深刻的变化。媒体数字化的发展具有以下特点。第一，数字化技术应用不断深化。数字化技术应用的不断深化，给媒体传播带来了前所未有的便利，媒体可以通过数字化技术实现内容的即时传播、个性化推荐、跨平台传播等，大大提高了传播效率。第二，媒体融合发展趋势明显。传统媒体和数字媒体之间的界限越来越模糊。传统媒体通过数字化技术实现了内容的多元化和跨平台传播，数字媒体也在向传统媒体靠拢，以拓展用户群体和提高内容质量。第三，社交媒体兴起。社交媒体的兴起改变了人们获取信息和传播信息的方式。它提供了便捷的交流平台，使用户可以轻松分享内容、与他人互动。社交媒体平台传播的信息具有较高的传播速度和影响力。社交媒体通过用户自发的信息分享，形成了庞大的信息社区，成为人们获取信息和表达观点的重要平台^①。

在数字化媒体发展方面，国内媒体已经取得了一定的进展。随着互联网技术的不断发展和普及，国内媒体的数字化水平在逐年提升。目前，国内媒体数字化的发展势头强劲，各大传统媒体纷纷进军数字媒体领域，数字媒体也在不断创新，推出更加丰富、多样化的内容形式，进一步地提升了用户体验。另外，社交媒体成为重要的信息传播平台。

审视当前国内社交媒体应用情况，不难发现，用户基数较大的微信、微博、抖音等社交媒体平台已成为人们获取信息和表达观点的重要渠道。随着移动互联网的普及，移动端已成为国内数字媒体的主要入口。各大媒体纷纷推出移动客户端，以更好地满足用户的需求。国际媒体数字化发展情况是各大传统媒体纷纷进军数字媒体领域，数字媒体在不断创新，推出更符合当代人阅览需求的内容和信息呈现形式。

^① 谢鹤君. 数字化和融媒体背景下广播电视技术的发展趋势 [J]. 中国传媒科技, 2021(04):60—61.

可见,追求创新同样是国际媒体的重要发展方向。此外,在国际媒体数字化的发展中,网络社交媒体的应用越来越广泛。Facebook、Twitter、Instagram等社交媒体平台已成为人们获取信息和表达观点的重要渠道,并逐渐形成了新媒体平台的代表。媒体数字化的发展趋势是多元化、融合化、个性化和移动化。未来,数字化技术的应用将越来越深入,数字媒体和传统媒体之间的融合将越来越紧密,社交媒体将继续成为重要的信息传播平台,移动端将成为数字媒体的主要入口。媒体数字化的发展必将带来更加便捷、高效和优质的信息传播服务,为人们的生活和工作提供更好的支持^①。

二、媒体数字化发展趋势的具体分析

(一) 国内传统媒体数字化发展趋势——以广播电视技术为例

1. 迎合新媒体时代的合理转型

新媒体的快速发展导致我国广播电视媒体的传播模式和经营模式面临着巨大的变革和挑战。为了适应这种变革和挑战,国内广播电视媒体必须进行合理的转型,使自己更好地融入新媒体时代。

广播电视作为传统媒体,一直是广大观众了解世界的重要途径。然而,随着新媒体的兴起,广播电视的传播模式和经营模式也面临着变革,这一从传统媒体向融媒体的转型,是一个历程。在传统媒体时代,广播电视媒体的传播模式主要是单向的,观众是被动接收信息的。由于技术条件的限制,媒体间的竞争也比较有限。但随着新媒体的兴起,信息传播的门槛越来越低,媒体间的竞争也越来越激烈。广播电视媒体需要不断创新,才能在竞争

^① 李华. 基于媒体融合的数字化媒介呈现样态趋势研究 [J]. 苏州职业大学学报, 2019,30(2):42—44.

中生存。在融媒体时代，广播电视媒体的传播模式变得多样化、互动化，观众不再是被动地接收信息，而是可以自由选择自己感兴趣的内容，并且可以与媒体进行互动。因此，广播电视媒体需要通过多种途径和平台，为观众提供更加丰富、多样化的内容，以满足观众多元化的需求。

广播电视媒体在融媒体时代面临的转型需求远不止技术和业务转型。它需要从单纯的衔接式转型转变为融合新媒体的合作式发展，只有这样，才能更好地适应新媒体时代的发展趋势。

从整体发展观之，我国的广播电视媒体已实现了数字化、网络化、智能化、全媒体化的多种转型。比如利用互联网、移动互联网等新媒体技术，推出更加多样化的内容产品，为观众提供更加便捷、高质量的服务。同时，电视台方依然不断地创新技术手段，期望自身播出内容的传播更加高效、有趣。广播电视媒体尝试改变传统的经营模式，比如通过广告营销、内容付费等方式，实现多元化的收入来源。

同时，广播电视媒体还在传播内容上进行文化转型，以适应观众的多元化需求。比如注重文化创意产品的研发，推出更加优质、具有深度的文化节目。并且还关注传统文化的传承和创新，为观众提供更加丰富、多元化的文化产品。为适应新媒体时代的要求，广播电视媒体在管理方面也进行了转型。比如加强信息化建设，实现信息共享，提高工作效率。同时，电视台还进行了管理机制的创新，以求激发员工的创新意识和创新能力，保障传统媒体发展始终存有源源不断的动力^①。

时代发展的变化不断影响着国人对媒体的应用需求，因此不难发现，国内广播电视媒体的转型需求是多方面的。迄今为止，在技术、业务、文化、管理等多方面实施的转型只是媒体数字化发

^① 张竞文. 数字化时代的新媒体传播对大众阅读心理与阅读方式的影响[J]. 教育现代化, 2019, 6(22): 229—230.

展长河中的冰山一角。只有通过融合发展，才能更好地适应新媒体时代的发展趋势，实现广播电视媒体在未来各个阶段的有效发展。

2. 依照需求不断创新传播内容

媒体数字化时代的到来，使观众对广播电视媒体的需求和阅读习惯发生了巨大变化。广播电视媒体必须不断创新，以适应这一变化，并更好地满足观众需求。只有这样，广播电视媒体才能在数字化时代中保持强大的生命力和竞争力。随着媒体数字化时代的到来，人们对传媒内容的需求和阅读习惯也在不断变化。在这个时代，广播电视媒体必须不断创新，以适应这一变化，并更好地满足观众的不同需求。

媒体数字化时代的观众更加注重内容的个性化和多样性。在过去，广播电视媒体所播出的内容往往是固定的，缺乏个性化和多样性，无法满足观众需求。然而，现在人们可以通过网络、手机等数字化媒介获取更加丰富、多样化的信息，这促使广播电视媒体的传播内容要更加多样化和个性化。

数字化时代的观众更加注重互动和参与。以往观众只能被动地接受广播电视媒体播出的内容，而现在，观众可以通过互联网进行互动和参与，比如在社交媒体上发表评论或参与互动游戏。因此，广播电视媒体需要更加注重互动和参与，通过互联网等数字化媒介搭建观众和媒体之间的桥梁，促进观众的积极参与和互动。

数字化时代的观众更加注重移动和便捷。在过去，人们需要通过电视机等固定设备观看广播电视节目。现在，随着移动设备的普及，观众可以随时随地通过手机、平板电脑等移动设备观看广播电视节目。因此，广播电视媒体需要更加注重移动和便捷，通过移动应用程序等数字化媒介，为观众提供更加便捷的观看方式和服务。

为了满足数字化时代观众的需求，广播电视媒体需要不断地进行创新和探索。首先，广播电视媒体需要加强节目的个性化和多样

化,通过挖掘观众需求,创造出更加丰富、多样化的内容,以吸引更多的观众。其次,广播电视媒体需要注重互动性和参与性,通过数字化媒介提供更加便捷的互动平台,促进观众与媒体之间的互动。最后,广播电视媒体需要注重移动性和便捷性,通过移动应用程序等数字化媒介,提供更加便捷的观看方式和服务,满足观众的移动需求。

3. 着眼未来培养综合发展人才

随着数字化时代的到来,广播电视媒体也在不断转型升级,数字化发展成为趋势。在这样的背景下,如何培养综合实力过硬的媒体人才,成为当前广播电视媒体发展的重要问题。

对高校传媒专业人才的培养需要更加注重实践。传统的课堂教学已无法满足学生对实际操作的需求,高校应加强实践教学投入,比如开设实训课程、提供实习机会等。只有实践与理论相结合,学生才能真正地掌握媒体行业的专业技能,培养具有创新、实践和团队协作能力的媒体人才。及时针对融媒体时代对媒体人才需求进行培训也是培养综合实力过硬媒体人才的重要举措。随着融媒体时代的到来,媒体人才需要具备全媒体的思维和技能,能熟练运用文字、图片、音频、视频等不同形式的媒体进行传播。因此,媒体机构可以通过讲座、培训班等方式,为媒体人才提供全面、系统的融媒体培训,以满足媒体行业对综合实力过硬的媒体人才的需求。

媒体机构也应注重人才梯队建设,除了招聘有经验的媒体人才外,媒体机构应注重对年轻人才的培养。比如开设青年人才计划,为年轻人才提供晋升机会、培训机会等,以吸引和留住优秀的年轻媒体人才^①。

总之,关注未来、培养综合实力过硬的媒体人才是广播电视

^① 陈雪晔. 数字化趋势下澳大利亚传媒的新媒体运营探索 [J]. 传媒, 2018(02):51—53.

媒体数字化发展的重要任务。高校传媒专业人才培养需要更加注重实践,及时针对融媒体时代对媒体人才的需求进行迎合式培训探索;媒体机构也应该注重人才的梯队建设,以满足媒体行业对于综合实力过硬的媒体人才的需求。只有这样,才能推动广播电视媒体数字化发展,提升广播电视媒体的竞争力。

(二) 数字化趋势下的海外新媒体运营探索——以澳大利亚为例

1. 追求媒体差异化竞争

澳大利亚数字化发展的趋势是不可忽视的,尤其是在新媒体运营方面。在这个竞争日益激烈的市场中,追求媒体差异化竞争成为新媒体运营的一个重要策略^①。

目前,澳大利亚的新媒体市场已经成为一个高度竞争的市场。与传统媒体相比,其新媒体以其实时性、互动性、多元化和个性化等特点吸引了越来越多的受众。在这种情况下,传统的新闻报道已经不能满足受众的需求,新媒体需要通过创新性的内容和互动方式来吸引受众。同时,新媒体运营也需要具备与时俱进的能力,以及时应对市场的变化和受众的需求。

澳大利亚新媒体市场的发展面临着许多挑战,比如传统媒体巨头的强势垄断以及新媒体公司之间的激烈竞争等。在这种情况下,追求媒体差异化竞争成为新媒体运营的重要策略。通过创新性的内容和互动方式,新媒体可以打破传统媒体巨头的垄断,吸引更多的受众。同时,新媒体公司之间的竞争也可以通过差异化竞争来实现,从而增加市场份额。

澳大利亚新媒体市场的发展也需要与社会的发展相适应。比如随着人口老龄化和移民数量的增加,新媒体也需要在内容和互

^① 黄浩伶.数字化背景下企业品牌形象提升策略研究[J].营销界,2021(22):14—15.

动方式上进行相应的调整。同时，新媒体也需要加强自我管理，特别是在保护用户隐私和信息安全方面。

2. 培养稳固的媒体应用群体

在澳大利亚，新媒体运营已成为各行各业竞相探索的领域。在这个数字化时代，新媒体运营已经成为企业和组织与公众沟通的重要方式，如何培养稳固的新媒体应用群体，已成为新媒体运营领域的一个重要问题。

在培养稳固的新媒体应用群体过程中，相关行业人员应保持积极的进取态度，始终以掌握新媒体的最新技术和确保技术应用的落地为重点。在澳大利亚，新媒体运营已经成为许多企业和组织所必备的技能，通过掌握新媒体的技术和应用，可以更好地实现企业和组织与公众的沟通。为此，澳大利亚政府和企业都在积极地推动新媒体技术的培训和普及。比如澳大利亚政府提供了各种培训计划，以帮助企业和组织掌握新媒体技术和应用。此外，许多企业也会对员工进行新媒体技术的培训和推广。

在培养稳固的新媒体应用群体时，相关行业人员相对注重传播内容质量以及媒体传播期间的沟通效果。在新媒体运营中，内容的质量至关重要，优质的内容能够吸引公众的关注，增强企业和组织的影响力。因此，培养稳固的新媒体应用群体需要注重内容的质量和沟通效果，特别是针对不同的受众群体，需要采取不同的内容策略。在澳大利亚，一些企业和组织已经意识到了这一点，并采取了相应的措施。比如一些企业会定期举办与公众互动的活动，收集公众的反馈和意见，以更好地优化内容，提高沟通效果。

在培养稳固的新媒体应用群体时，相关行业人员也在提升自身的实力，重点培养创新能力和适应能力，并努力保持对网络和社会新鲜事物的敏锐感知。在这个数字化时代，新媒体技术和应用不断变化和更新。因此，培养稳固的新媒体应用群体需要具备