

新媒体时代如何才能做到传统媒体与新媒体融合发展

王琳

内蒙古呼和浩特广播电视台

[摘要] 信息化时代的到来,使人们的生活和工作节奏越来越快,加之获取信息的方式也越来越依赖于互联网、移动端,这些都深度改变了如今的传播生态。报纸、杂志、广播、电视等一些传统媒体已不能满足人们的实际需求,进而呈现出衰退的趋势。而各种新的媒介不仅在传播方式上更加适配人们的需求,在形式上、内容上也更加吸引受众眼球,发展前景广阔。技术的助力不仅促进了传播场景的升级,也使得传统媒体与新媒体之间的关系发生了根本性转变。从一定程度上讲,传统媒体与新媒体并非“水火不容”,而是可以在互相借鉴与融合创新中,碰撞出新的火花。本文主要针对传统媒体与新媒体融合的现状以及困境进行针对性分析,并提出了融合发展策略。

[关键词] 传统媒体;新媒体;现状与困境;融合发展;策略

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-627X.2020.03.699

随着信息技术的快速发展,传播对象的触媒方式也从报纸、广播、电视转向智能移动设备所承载的社交、视频、短视频、新闻资讯、音频等互动性较强的立体化互联网平台^[1]。在这样的媒体环境下,传统媒体如果不进行革新和融合,就不能满足受众的新需求。把传统媒体与新媒体进行有效融合,朝着多元化方向发展具有一定的必要性。而针对融合过程中出现的一些困境和存在的一些问题进行分析,并思考如何突破与发展,才能更好地优化升级,适应新的传媒生态,更好地服务受众,推动传统媒体在媒介融合的浪潮中不断焕发新的生机。

一、新媒体的含义

新媒体是利用数字技术,通过计算机网络、无线通信网、卫星等渠道,以及电脑、手机、数字电视机等终端,向用户提供信息和服务的传播形态^[2]。从空间上来看,“新媒体”特指当下与“传统媒体”相对应的,以数字压缩和无线网络技术为支撑,利用其大容量、实时性和交互性,可以跨越地理界线最终得以实现全球化的媒体。随着科学技术的快速发展,新媒体在人们的生活、工作中发挥着重要作用。

二、传统媒体与新媒体各自的特点及优势

(一) 传统媒体的特点及优势

传统媒体在理论与实践层面都经历了较长的发展历史,积累了独特的经验和优势,呈现出专业性和权威性。在全媒体时代,内容生产力依旧是传统媒体最核心的优势之一^[3]。再有,传统媒体受制于建立在一些原则之上的专业规范,接受专业的自律而拒绝任何权力或权威的控制,具有“新闻专业主义”。传统媒体大都经过了长期的经营和发展,在受众中享有不同程度的知名度和影响力。

(二) 新媒体的特点及优势

新媒体作为一种新兴传播形式,具有传统媒介无法比拟的优势,体现在传播多元化、个性化、交互性、快速性、广泛性、全球性、开放性和丰富性等^[4]。数字化传播让信息的传递更快捷方便,也改变着人们获取信息的方式。有了技术的加持,新媒体突破了单向传播,增强了传播者与接收者之间的互动性。资源共享,沟通无障碍,让受众不再仅是信息的接受者,同时也是信息的传播者。因为新媒体极强的交互性,强大技术的支撑和完善的算法让它更了解用户的需求,从而能更精准地服务受众。再有,新媒体突破了传统媒体传递信息的单一性,实现了信息的复合型传播,其形式的多样化是前所未有的。

的。它把各种接受终端、传输渠道、信息形态整合在一起,从而保证用户可在任何地方、通过任何终端进入新媒体网络。

三、传统媒体与新媒体融合发展的现状

(一) 媒体融合程度逐渐深入

当前,新媒体环境下视听媒介革新加速,技术不断升级。传统媒体也通过技术革新和硬件改造,在传播方式上向新媒体学习,利用和借鉴新媒体的优势,突破自身的发展瓶颈^[5]。伴随着媒体融合程度的不断加深,在传统媒体中一些新闻媒体开始与互联网平台建立紧密的联系,这样在互联网上的新闻信息能够得到有效的传播。同时一些党政机关以及企事业单位,也相继创建了官方账号,利用互联网技术以及新媒体影响力加强与受众的互动,拉近距离。

以广播为例,如山西音乐广播在节目编排和新媒体产品研发生产上更加注重声音产品的服务性、互动性和传播的便捷性。《光阴的故事》《城市留声机》《亲爱的太原人》等一系列原创优质短音频产品在受众中广受好评,除了官方的“两微一端”,还在移动互联网多个平台上同步播出,为传统广播开辟了更广泛、多元的传播渠道,进一步拓展了传统广播的影响力。

技术的融合和观念的转变传统广播与新媒体的融合带来了新的契机和发展模式。伴随着媒体融合的全面提速和融合传播的全面升级,广播媒体的破圈已经成为媒体融合创新的必然。

同时,新媒体也开始频频与传统媒体“牵手”。传统媒体的公信力和内容生产优势使得两者开始逐步融合,资源的共享更带来了新的场景和融合路径。以山西音乐广播为例,其与众多新媒体平台签订了战略合作协议。与太原地铁官方APP“听景”合作研发不同类型的短音频产品。抖音、快手、喜马拉雅等新媒体平台也纷纷抛出“橄榄枝”,合作内容生产,这些都在促使媒体融合向更深层次发展。

(二) 全媒体时代的到来

在当前形势下,新媒体与传统媒体之间的融合,在一定程度上代表着全媒体时代的到来^[6]。将媒体形式进行有效的整合,同时共享媒体资源,更好发挥各自特点才能在当前的媒介生态下更好地体现媒体价值并扩大影响力。其中最为主要的表现就是一组团队玩转多种媒体。全媒体能够体现出传统媒体以及新媒体所有的优势,最终确保双方实现优势互补。从整体上来讲,在传统媒体中,专业的记者、编辑和主持人能对资源进

行有效的采编，生产出优质的内容。而新媒体在信息的传播和与受众的互动过程中能充分发挥优势，而两者的有效融合，能够搭建一个传播样态更立体的全媒体平台。

四、新媒体与传统媒体融合发展面临的困境

(一) 管理制度和内容生产流程与融合发展的需求不匹配

传统媒体经过多年发展形成的管理机制面对当下的发展就显得不够灵活，管理制度不适应全媒体环境下的内容生产，而新媒体的内容审核和分发缺乏更加严格的审核流程，有待进一步完善^[7]。需要推动传统媒体和新媒体之间在内容、平台、渠道等方面的深度融合，探索建立适应全媒体发布需要的内容生产流程和能够统一指挥调度的多媒体采编平台，探索适应融合发展的人员管理体系。

(二) 熟悉新媒体和传统媒体的综合型人才缺乏

媒体行业在实际发展过程中，要想在真正意义上实现全面发展，从业人员应具备一定的理论知识以及相关技能^[8]。但从现实情况来看，一些传统媒体工作人员，对新媒体了解不够深入，对全媒体时代下受众的需求和与媒介的传授关系缺乏研究和思考。对于传统媒体来说，需要通过自上而下的学习和覆盖全员的立体培训，不断激发推动融合发展的创造活力。对于新媒体来说，同时兼具技术操作和内容生产的综合人才也较欠缺，在很大程度上也阻碍了媒体融合发展。

(三) 融合内容较单一

对于新媒体来讲，发展时间较短，因此在很多时候对传统媒体资源还是具有一定依赖性。传统媒体在优质内容的生产以及在社会的权威性、影响力方面还是具有一定的优势^[9]。但好的新闻资源有时需要深度的连续报道以及内容延伸，新媒体传播较快但缺乏深度和客观性。传统媒体又缺少创新和新媒体思维，双方在内容选择和生产流程上的不同也导致了融合过程中可以交互的内容较为单一。

(四) 融合目标不明确

之所以导致融合目标不明确，是因为新媒体发展形势超乎想象，同时一些专业人员对新媒体发展分析不够透彻，这些原因对新媒体与传统媒体融合具有阻碍性^[10]。两种媒体在“基因”上就呈现出很多不可调和性，某种程度上一味地改造和“同质化”也必然带来一些问题。“两张皮”现象和缺乏成熟的理论指导与实践经验使得融合创新的过程目标性不明确，试错成本增加，亟需重塑传播逻辑，转变发展方式。

五、传统媒体与新媒体融合发展的策略

(一) 建立健全媒体融合管理制度

要想真正意义上确保新媒体与传统媒体完成融合发展目标，应建立健全管理机制，进而促进媒体行业的全面发展^[11]。同时对社会实际情况和受众媒介行为及需求进行针对性探究。此外，还应应对传统媒体的管理机制、内容生产流程及方式进行革新，进一步适应媒体融合趋势下的需求，真正提升传统媒体行业的内生动力，加快新媒体与传统媒体之间的融合。

(二) 加大提升从业人员专业素养的力度

随着媒体行业的发展，要想把新媒体与传统媒体融合落到实处，应以提高从业人员专业能力为基础，并建立健全人才管理机制，这样才能更好地提升员工素质，为行业发展提供强有力的支持^[12]。作为传统媒体从业人员，要不断提高业务能力，

深入了解全媒体时代受众的需求，开拓思路，充实本领。此外，面对新的传播环境和人才队伍，应建立健全人才评价管理机制，这样才能进一步促进媒体融合，保障长远发展。

(三) 坚持多元化运行发展方向

要想真正实现新媒体与传统媒体融合发展，应积极创建多样性的媒体传播途径，这样才能形成多元化运营理念，最终为传统媒体行业发展奠定坚实基础。在当前媒介环境下，传统媒体应打破以往行业枷锁，有效利用新的运营模式，台网融合是大势所趋，伴随渠道、技术等多层面的升级改造，传统媒体也要和互联网移动端进行有效融合，不断创新内容和形式。适应传播场景的移动化、定制化和智能化需求。以山西音乐广播为例，目前，线上播出的音乐节目和声音产品已经尝试同步视频化，并在“两微一端”“黄河PLUS”等自有新媒体平台播出。在做一些产品规划和活动策划的时候也会同步考量移动端的传播特性，生产过程中，音视频、图文同时采集、生成。真正将新媒体与传统媒体进行融合。

六、结语

媒体融合是主流趋势。怎样进行融合，是需要解决的课题。在新的媒介环境下，传统媒体和新媒体的融合必然要克服一些困难，创新一些形式，重塑思维，突破困境。要勇于面对新媒体环境下的冲击和挑战，在传播场景与传受关系发生变化的当下，更加关注场景的移动化、定制化、智能化转型，传受的共动互融，推动传统媒体在媒介融合的浪潮中不断焕发新的生机。

参考文献：

- [1] 柳秀丽, 田邦坤. 传统媒体与新兴媒体融合发展问题探析[J]. 今传媒, 2017(11): 170-172.
- [2] 胡向阳, 王正荣. 传统媒体与新兴媒体融合的关键与路径[J]. 新闻与写作, 2016(09): 122-126.
- [3] 周宇淑慧, 边豪. 传统媒体与新媒体融合的现状与困境[J]. 青年记者, 2018(09): 156-157.
- [4] 阎宏伟, 张玉亮. 传统媒体与新媒体融合发展的现状与困境[J]. 今传媒, 2018(08): 112-114.
- [5] 王耀东. 短视频对传统媒体主流价值表达的推动[J]. 社会科学, 2018(10): 108-110.
- [6] 田海青. 浅析新媒体时代下受众观的演变[J]. 新闻论坛, 2016(08): 123-125.
- [7] 张广阔. 论网络传播中受众的逆反心理[J]. 传播力研究, 2017(11): 152-154.
- [8] 魏东. 新媒体与传统媒体如何实现融合与发展[J]. 新闻研究导刊, 2018(12): 113-115.
- [9] 康文发, 李顺, 乔永春. 电视新闻在新媒体时代如何实现创新发展[J]. 新闻研究导刊, 2016(10): 196-198.
- [10] 董永强, 李雨飞, 田向阳. 试论电视新闻的创新之路[J]. 新闻传播, 2018(12): 192-193.
- [11] 牛建广, 谷绪茹. 如何“做活”人物电视专题片[J]. 科技传播, 2017(12): 187-188.
- [12] 王维铸, 范有义. 卫星电视与宽带多媒体的创新发展路径探索[J]. 新闻研究导刊, 2018(08):