

融媒体时代传媒产业的发展现状及解决措施

王昕晨

浙江广播电视集团 浙江 杭州 310005

[摘要]随着我国社会的不断进步,信息化技术水平不断提升,我们的生活方式发生了改变,同时获取信息的方式也丰富多样,网络电视、电子信息、手机短视频等,为人们获取信息提供了新方式。信息技术将各种媒体的不同功能有效结合,并随着技术水平的提高,融合趋势也愈发明显,从而推动我国迈向融媒体时代。融媒体的形成,标志着我国传统媒体行业要做出创新。本文通过对当前我国传媒行业现状进行分析,并提出了相应的发展意见。

[关键词]融媒体时代;传媒;现状;措施

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2020.03.031

随着社会的进步和科技的不断革新,融媒体时代到来具有必然性。以计算机、多媒体为主要代表性的现代信息技术的发展,为今天的媒介融合奠定了基础。群众获取信息渠道更多,获取方式多样、便捷。同时能够满足不同人群的个性化需求。新媒体形式的诞生,促使传统媒体要取其长处,共同发展。面对融媒体时代的到来,我国提出了“三网融合”的策略,进而有效地促进了媒体行业发展。

一、融媒体时代的具体表现

早些年间,卢森博格便提出过产业融合概念,他提出这一概念是依据不同产业在发展过程中,渐渐对相同的生产技术产生依赖。这位美国学者的理论在传媒行业同样受用。随着新技术的发展和成熟,传统媒体借助新技术不断壮大,同时也推动了新媒体的诞生。新旧媒体的共同存在,产生了相互碰撞及相互作用,最终形成交叉融合。融媒体的具体表现有以下几个方面:

(一) 不同媒体之间形成信息融合

三网分别是指:广播电视网、互联网和电信网。三网融合是采用相应的技术改造,使其具备相同的技术功能和业务范围,做到资源信息共享,达到网络互通,从而为用户提供更好的体验。例如,更广泛的数据、语音及广播电视等多样化服务。不同媒体共同传递信息将会导致联动效应产生,满足不同群体的个性化需求,同时增强了信息的传播能力。

(二) 媒介产生融合

我们常把媒介作为终端,成为摄取信息的工具。媒介自身融合呈现三种形式。其一,新媒体与传统媒介之间的融合;其二,传统媒介与传统媒介形成融合;其三,新媒体与传统媒介之间形成融合。媒介融合促使很多媒体形式形成,例如,手机信息、电子报纸、移动广播、网络电视等,为我们生活提供一定的便捷,潜移默化之中改变了我们的生活形态。

(三) 传媒平台呈现融合趋势

纵观国内外传媒产业来看,媒介融合具有很多代表性模式。例如,美国佛罗里达州具有代表性的新闻中心:坦帕新闻中心。整家媒体中心分为三种媒体形式,即报纸、电视和新闻网站。三种形式各自具备独立的工作人员和管理机制。但是工作地点在相同平台,各自独立运行的同时又能做到资

源共享。通过共同的信息指挥中心,有效地将信息最大化利用。近些年来随着传媒产业的兴起,传媒集团逐渐出现在大众的视野,通过集团管理,将有限的资源最大化运作和发挥,真正发挥其作用^[1]。

二、融媒体时代面临的机遇和挑战

(一) 融媒体时代带来的机遇

对于传统的媒体而言,借助新媒体信息化带来的传播速度,改变了传统模式的单一性,从而满足更多群众的需求。在这种优势的帮助下,传统媒体进行了创新,并重新定位未来发展的方向。最直观的体现就是将传统媒体丰富的资源通过信息化的传播体现了更大的价值,新的商业模式建立让产业链更加完整、壮大。同时接受新的信息化出版技术,让传统媒体在融媒体时代占据了一席之地。在这个时代当中,传统媒体在融合其他的媒体过程中,拓展了产业内容。例如,在《华尔街日报》发行的过程中,对其报道的新闻资源建立了完整的数据库,通过大数据收集客户的喜好,并根据客户的需求有偿地提供新闻内容。比如某个客户对体育方面感兴趣就可以按照标准付费,平台提供最新的体育新闻数据。这种运行方式不但能够吸引更多的客户,最重要的是将单纯的内容变为了更有附加价值的资料。

对于新媒体来讲,经历了媒介融合后在发行量上有了显著的增长。根据最近的报告显示,在刚刚融合后的几年中,通信用户的数量以每年17.7%的速度在持续的增长,而手机即时通信的使用率最高已经达到了6313万之多。如今更是几乎人人都在使用微博,在微博当中互相交流。除此之外,网上银行已经逐渐取代了先现金支付,各大品牌在网上的销售量也已经超过了实体店的销售额。更加符合当代群众日常娱乐需求的网络视频和网络音乐已经成为社会主流。在新媒体获得显著突破的基础上,验证出量变引发质变这一不变的真

(二) 融媒体时代带来的挑战

传统媒体一直以来都是处于被动的位置,只有在一段范围内的人能够获取到信息,信息传播能力十分的有限。但是在融合新媒体之后,这种局面发生了很大的改变,每个人都能成为信息的传播者,还可以在时间和地点上随意的选择。在这样的背景下,传统媒体资源大量的丢失,渐渐失去了对

人们的吸引力。而许多的广告商在这种情况下也会逐渐放弃传统媒体的投资。许多行业内优秀的人才看不到传统行业的前景，因此逐渐选择其他的平台，导致大量人才流失。久而久之，传统媒体的发行量呈下降趋势。越来越多新媒体将获取得到的信息高效传播，使传统媒体失去了信息的唯一性。

而新媒体行业在融媒体背景下获得机遇的同时，在其发展的道路上也面临着新的挑战。首先，版权归属问题。电信网、计算机网和互联网三网的融合需要三方进行跨平台合作，为客户进行服务。其中涉及到了利益的归属问题，需要一套严谨并且三方都能够接受的规则来进行平衡。由于融媒体的发展过于迅速，在版权问题方面，没有明确的制度存在，在其中还有一些不正当的媒体利用这部分规则漏洞想在融媒体时代赚取利益。最终导致各媒体平台之间经常由于版权归属的问题对簿公堂。其次，网络安全的问题也不容忽视。三网经过融合之后，其相互作用过程中，具备的使用功能逐渐地融为一体，一旦中间某个环节出现问题或者维护不到位，极有可能带来恶劣的影响。例如，近几年，用户的隐私出现泄露的情况经常被新闻报道，导致很多的用户在日常生活中接到陌生来电、骚扰短信等，或者由于网络病毒丢失重要的信息。这些问题严重影响了人们的正常生活。最后，新媒体的发展时间短，产业链并不完整，发展中过于依靠媒体内容。但是原创资源一直是我国媒体行业的劣势点，很难出现优秀又能吸引眼球的优秀产品。因此，新媒体的利润一直较低，导致投资商缺乏兴趣，难以满足行业发展的需要。此外由于市场营销渠道的问题，很多优秀的作品无法出现在众人的视线当中，最终形成恶性循环^[2]。

三、融媒体传媒行业的发展对策

（一）完善相关的法律文件

对于当前各大平台的竞争情况，想要尽快地减少由于版权问题带来的争执，国家法律机构应该继续出台关于版权等问题的相关政策，同时加快三网融合的速度。然后需要加强我国人民对于版权的保护力度，以明确的法律条文作为依据，让融媒体的发展减少顾虑。这样在媒体之间进行版权交易时可以按照法律的规定来执行，遇到版权方与侵权方发生纠纷时，法院能够按照明确的法律标杆进行公平公正的判决。对于人们最重视的三网融合后信息安全的问题，同样需要完善的法律支持。对于融合的重要时间点，法律部门应该加大侵犯信息安全者的处罚力度，一经出现严肃处理，为融媒体行业的发展保驾护航。

（二）大力发展并创新传媒技术

如今，三网融合的程度越来越深，传媒行业的网络完全问题不断涌现。因此，对于安全技术也需要持续的更新。除了已经应用的身份认证技术，安全审计技术，网络检测以及监控技术，和防火墙技术，还应该将更多有针对性的技术应用到传媒行业当中。在安全性能得到保障的前提下，传媒技术还应该为推进融合的深度发挥创造性的作用，而不是制

约融合。

（三）整合产业内容

融媒体下的传媒行业经历三网融合后，其内容已经向着多元化的方向前进，受众的范围和流向的渠道越来越大。这个时候传媒行业应该主动出击，抓住发展的机遇。以制作的内容作为发展的基础，控制信息的质量，保证流出的产品都是原创且新颖的优秀作品。同时将业务的范围也进行扩充，除了出售信息版权以外，还应该发展其他的增值业务来充实盈利的空间。

（四）新媒体发展方向

首先，传媒行业的产业链不能墨守成规，要主动地延伸出去。将产品的制作过程、加工处理、出版印刷、发行销售等一系列的过程掌握在自己的手中，然后再将成品传递到消费者。发展的同时寻求与供应商和客户更多的合作机会。第一步要先进入到内容的选取，策划和创作当中，不能只是单纯地做一个发行的平台；第二步对发行的内容进行更深层次的开发，让信息的价值最大化；第三点是使用更具有个性化的内容为客户提供增值服务，让客户有更多的满足感，便于行业更深层次的发展^[3]。

其次是提升品牌的价值，很多时候一个品牌本身的价值要大于其产品的价值。因此，媒体行业在打造信息产品的同时应该对品牌的本身进行包装，打造品牌知名度。这样才能在留住老客户的同时吸引大批的新客户，进入良性的循环当中。多从客户的体验出发，不断更新产品，提高品牌的影响力和客户的忠诚度。

合理利用资本的运作也是一项重要的手段。资本通过对传媒企业拥有的有形和无形资产进行优化配量的方式进行有效运营，实现资本的增值。同时组建大型的传媒集团，将传媒集团的资源整合并进行优化配置，这种方式减少了由于地域性的条块分割为资源流通带来的阻碍，降低资源流失。

结束语

新兴的科技带给人们的不只是机遇，还有更多的挑战。在融媒体时代当中，我国的媒体产业迎来了更大的发展机遇，在发展过程中也面临着很多挑战。为了克服困难，我们必须发挥新科技的优势，构建更加完整的媒体产业链。在发展的同时相互融合，才能迎来媒体产业在融媒体时代中的蓬勃发展。针对我国的发展现状，将新技术与传统新媒体相融合，促进我国媒体产业的发展，共同建立可持续发展的社会性质。

参考文献

- [1] 邱丽亚. 融媒体时代传媒产业的发展对策分析[J]. 新闻文化建设, 2019(08): 23-24.
- [2] 杨娟. 探究融媒体时代传媒产业的现状与发展趋势[J]. 传播力研究, 2019, 3(36): 110.
- [3] 李征. 融媒体时代传媒产业的现状以及发展对策[J]. 传播力研究, 2019, 3(10): 31.