

传统媒体如何与新兴媒体有机融合

林安全

瓮安县融媒体中心 贵州省 黔南布依族苗族自治州 550400

【摘要】在手机视频、网络直播等软件和平台出现后,人们的收听、收看有了更多选择,而新兴媒体所具有的生动性和互动性也是传统媒体无法比拟的,所以随着新媒体的飞速发展对传统媒体带来了一定冲击,不过传统媒体也面临着发展机遇。新旧媒体并非单纯的竞争关系,在新时期只有通过二者深度融合才能实现共同发展。基于此,本文从新旧媒体融合过程中的问题入手,讨论如何促进传统媒体与新兴媒体有机融合,希望对相关研究带来帮助。

【关键词】传统媒体;新兴媒体;融合

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2020.02.1078

在时代不断发展的背景下我国的传媒行业也在蓬勃发展,其中就体现在新旧媒体的深度结合方面,不过发展迅猛的新媒体让传统市场占有率逐渐下降,如果传统媒体工作者不创新思想与改变发展模式将面临严重的发展危机,而新兴媒体也要在信息质量上加强审核,所以需要新旧媒体的取长补短,实现优势互补,最终提升媒体行业的公信力与影响力,逐渐完善全媒体传播体系。

一、新旧媒体融合过程中的问题

(一) 顶层设计融合性不足

在新旧媒体融合期间存在着诸多问题,为了实现深度融合需要在设计环节做好规划。从当前来看,在传统媒体和新媒体融合期间缺乏顶层设计,尽管当前传统媒体不断加强探索和创新,不过主要集中于意识层面,在发展策略制定过程中思考不够深入,将互联网当作信息传播的工具并未能进行创新探索,由此影响了二者的融合^[1]。特别是各地在推动县级融媒体中心建设过程中,受限于时间、资金、技术等因素的影响,大多县级融媒体中心虽然成立了,但具体工作模式与未融合之前并未有明显改变,广播、电视、报纸、网站、新媒体依然是各用各的人,各唱各的调。以笔者所属县城为例,县城总人口约54万,县内主流媒体微信公众号由于受到各单位、各部门新媒体“首发”的影响,一些准确、权威的信息没有通过主流媒体集中发布,导致目前县内官方主流媒体的微信公众号的粉丝数不足5万,花巨资打造的移动新闻客户端APP的下载人数不到4万,占比不到县城常驻人口的10%,导致舆论引导力不够、新闻传播力不强。

(二) 媒体工作者创新合作思维缺乏

现阶段部分媒体工作者未能创新自身思想,由此导致传统媒体发行量下降,受众流失。尽管多数传统媒体行业已经意识到该问题,并尝试开发新媒体产品,不过传统媒体采编部门和新媒体部门配合不足,而传统媒体工作者自身观念未能改变,缺乏对新技术学习的动力,未能深入思考媒体传播范围,加之自身未能对采编知识新闻制作技术的深入学习,最终影响了新旧媒体的融合效果。

(三) 媒体管理机制缺乏合理性

我国传统媒体发展历史较长,已经形成了完善的体系,所以在媒体行业中有着丰富的人力和物力支持,并且在政府舆论导向中占有重要地位。不过传统媒体自身也存在缺陷,表现为管理机制不够完善,在人才管理过程中将职位与薪资

挂钩,缺乏对媒体工作者的激励措施。此外,在媒体行业发展过程中传统媒体发布信息期间需要严加审核,各部门人员编辑、排版耗费时间较长,无法保证信息发布的时效性,相比之下新媒体的传播速度更快,但是在内容把关上严格程度可能不及传统媒体^[2],较容易发生网络意识形态舆情风险。

(四) 传统媒体发展资源匮乏

在推动新旧媒体融合的过程中需要传统媒体通过大量资源支持,其中主要包括资金资源以及人力资源,当前传媒行业从业人员数量充足,在观念上也对新媒体高度关注。不过现阶段媒体行业发展期间可能由于资金问题导致双方融合难度加大,媒体融合并非将传媒信息发布于网络,而是需要发挥各自在传播领域中的优势,由此提升信息传播效果。现阶段新旧媒体的融合会受到资金以及技术问题造成结合不深入,需要在思想、技术等层面加以改进。

(五) 融合目标缺乏明确性

传统媒体和新媒体融合期间缺乏明确的目标,导致融合工作难以有效推进,随着信息技术发展新媒体也在不断创新,需要传统媒体适应全新环境,深入了解新媒体特征,实现双方优势互补,而融合前期关键在于明确融合目标,这样才能满足各自的发展需求。当前传统媒体与新媒体融合的过程中侧重信息技术的引进,但是在管理制度建设与人才培养方面缺乏规划与明确的目标^[3]。

二、如何促进传统媒体与新兴媒体有机融合

(一) 加强顶层设计

在新旧媒体不断融合的背景下需要加强顶层设计,由此在根源上推动二者结合并助力我国媒体行业发展,现阶段新媒体蓬勃发展使得传统媒体优势和市场地位受到冲击,从互联网角度讲需要推动传统媒体以及新媒体的优势互补。具体措施如下:其一,实现思想和理念的同步,在统筹新旧媒体的过程中需要加强顶层设计,由此为传统媒体转型提供条件,需要树立互联网思维,利用大数据技术细化媒体发展方案,由此为新媒体提供良好发展空间;其二,促进资源整合,在新旧媒体融合期间需要综合建立发展体系,其中包括组织结构、传播体系以及管理体系,由此为二者融合提供条件^[4]。

(二) 高度重视媒体信息质量

坚持内容为王、平台为基,把传统媒体的“稳”和“准”与新媒体的“快”和“活”结合起来,在优势互补

中实现传统主流媒体转型升级和新媒体平台的责任担当。我们必须始终坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主的方针，坚持以人民为中心的宣传思想，突出民心所向，将人民群众所思、所盼、所想作为新闻报道的出发点和落脚点，按照“内容为王”“用户至上”原则，以内容优势赢得发展优势，集中力量向优势节目、优势栏目倾斜，打造重点节目栏目，由此制作出更加高水平的电视节目，提升媒体行业自身的市场竞争力。同时，要充分利用新媒体平台矩阵，着力形成资源集约、差异发展、协同高效的全媒体传播体系，更加注重各主流媒体平台间的资源共享、优势互补，坚持“移动优先”“先网后台”，新媒体比广播电视早一步，广播、电视等传统媒体与政府网站、微信公众号、手机客户端等新媒体并行发展，不断扩大宣传覆盖面，提升宣传感染力。积极探索“融媒+”模式，打通联系、服务、宣传、教育、引导群众的“最后一公里”。

（三）提升从业人员专业水平

新媒体时代下媒体行业竞争日趋激烈，人们也对信息质量提出更高要求，因此在新旧媒体融合期间需要创作出针对性和多样化的节目，而广电单位在新旧媒体融合的背景下也需要积极培养复合型人才，对于传统媒体来说要求从业人员积极学习新媒体技术，并更新自身的知识和观念，不断提升节目制作水平，而新媒体工作者需要进一步完善自身专业知识与理论，全面把握行业动态，保证媒体融合的深度和广度。所以需要媒体工作者创新思维模式加强先进知识的学习，高度关注新闻媒体传播模式，广电单位结合市场需求改革内部管理模式，创新管理方法，要求媒体工作者具有互联网思维，进而发挥传统媒体和新媒体的优势，助力新旧媒体深度融合。

（四）提升媒体公信力和影响力

为了推动新旧媒体的深度融合与发展需要坚持自身原则，不仅需要关注网络热点以及流量趋势，还需要把握好尺度，否则会导致媒体公信力下降。而传统媒体工作者需要兼顾个人利益和社会利益，在保证新闻热点的同时避免出现负面舆论，进而让新媒体的优势融入传统媒体，确保节目制作能迎合时代步伐传播积极的社会价值，全面提升民众素质。作为一名媒体工作者还需要积极在新旧媒体融合过程中坚持自身道德底线，信息化时代下坚守职业素养，确保创作的内容具有真实性、可靠性和客观性，肩负起媒体工作者的社会责任，广电单位也需要加强内部管理，通过互联网组建新闻发展队伍，进而制作出高质量的电视节目和新闻作品，推动不同媒体深度融合^[6]。

（五）打造资本运作平台

传统媒体要想实现良好发展需要加强和互联网的合作，实现二者深度融合，与此同时需要吸纳体制之外的企业参与到媒体融合发展过程中，由此组建资本运作平台，而这一过程中可能出现创新能力缺乏、管理机制不完善等问题，需要通过集团化运作模式建立企业治理机构，通过完善的运作机制吸引投资者，让互联网和其他领域深度合作，让传统媒体企业实现股份制改造，由此为媒体融合发展拓宽资本渠道，

推动传统媒体转型。此外，相关企业集团也可以通过产业资金以及订购资金等方式参与到网络媒体项目投资，进而并购互联网关键资产，获取更多的流量和客户资源，拓展传统媒体内容和渠道以外的产业链，最终为传统媒体转型升级带来资金支持。

（六）通过互联网促进新闻媒体传播

新旧媒体融合期间需要创新思想观念，树立开放的思想，加强信息技术应用，然后通过互联网拓展内容传播渠道，助力新闻媒体的高质量传播。以往的媒体可以通过资源共享的方式传递信息，而新时期随着多种信息技术的出现进一步打破了信息传播过程中时间与空间的限制。在实现新旧媒体融合发展的过程中需要将各自的特色发挥出来，积极利用网络化渠道，比如各地的广播电台在美食节目、音乐节目的播出过程中可以创建自身微信公众号或者开通微博，实现多平台分发，之后根据节目的特色个性化宣传，实现与听众的在线互动^[7]。

（七）创新媒体行业体制

在媒体融合期间还需要创新传统行业的体制，由此推动资源优化配置，要求借助互联网思维改革广电单位内部结构，通过该方法为媒体融合发展提供制度支持。具体说来：其一，需要调整媒体运作流程，结合新媒体传播特征以及受众阅读方式再次开发传统的纸质资源，由此在媒体融合发展过程中制作高品质作品；其二，需要完善内部结构，在完善内部管理制度的同时需要调整内部人员；其三，需要打破壁垒限制，融媒体时代下高度重视信息资源的共享，所以在体制创新的过程中，要积极推动传统媒体内部新媒体内部以及新旧媒体之间的信息交流，最终实现双方共赢。

结束语

综上所述，在传统媒体和新媒体不断融合发展的大背景下，目前媒体融合还有很大提升空间，需要做好顶层设计，科学进行资源配置，与此同时国家也需要做好引导工作，由此实现二者规范结合，共同推动我国媒体行业健康发展。

参考文献

- [1] 陈小明, 刘芳. 浅析传统媒体与新兴媒体如何融合发展[J]. 记者观察, 2019, 11(23): 21.
- [2] 刘志岩. 中国传统媒体与新兴媒体融合发展的现状、问题与创新路径[J]. 神州, 2019, 23(31): 282.
- [3] 杨昆. 山西省建设小康社会视角下的传统媒体与新兴媒体融合[J]. 图书情报导刊, 2019, 4(6): 28-33.
- [4] 龙海金. 加快推动传统媒体和新兴媒体融合发展之我见[J]. 新闻研究导刊, 2019, 10(20): 38, 40.
- [5] 王志忠. 浅析传统媒体和新兴媒体传播渠道的融合策略[J]. 中国传媒科技, 2019, 23(11): 40-42.
- [6] 刘莹, 张璐, 袁雪娣. 检察宣传工作中传统媒体与新兴媒体的融合发展思考[J]. 法制与社会, 2019, 22(33): 158-159.
- [7] 石永杰. 浅析加快推进传统媒体与新兴媒体的融合发展[J]. 科技传播, 2019, 11(14): 54-55.