

全媒体时代传统媒体与新媒体的深度融合探析

陈睿

云南广播电视台

[摘要]在互联网时代,传统媒体和新媒体分别表现出各自的优势和劣势。传统媒体具有强大的信息生产效率、系统的新闻核心理念、运营体系和品牌形象。从新闻报道写作的角度分析,传统媒体的新闻报道在深度、广度和高度上都有很大的优势。新媒体具有易用性强、传播速度快、信息内容价值多元化、传播方式多样化等特点。传统媒体与新旗媒体融合发展是指在互联网大数据的情况下,将传统媒体与新旗媒体融合,充分发挥新旗媒体的优势,同时确保自身优势,完善“网络资源整合、具体内容整合、宣传策划整合、权益整合”的核心理念。

[关键词]全媒体时代;统媒体;新媒体;深度融合

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2021.12.2102

一、传统媒体与新媒体融合的重要性

传统媒体主要通过机械装置对信息进行单向传播,其代表方式为报刊、广播和电视等,因其具有较强的公信力和权威性,使其具有更加忠诚的受众群体,但因其运作方式局限,传统媒体的信息传播更容易受到时间与空间的限制。新媒体通过信息技术对信息进行双向传播,借助互联网能够使信息更加具有时效性,在传播上不受时间与空间的限制,但因互联网信息质量的参差不齐,使得各种虚假信息在网络上肆意传播,其权威性难以得到保障。通过对传统媒体与新媒体的优劣进行对比,可以总结出二者融合的意义:通过对过去媒体运营模式的改变,对资源配置进行优化,并通过互联网、大数据等技术的运用,提升媒体的价值,使得传媒行业能够更好地做到与时俱进,符合时代发展的要求。

二、全媒体时代传统媒体与新媒体的融合现状

(一) 工作流程滞后

传统媒体与新媒体融合的深入发展,由于工作流程的滞后性,制约着二者工作的质量和效率。具体说来,传统媒体将新闻素材通过采访进行编辑整理,新闻媒体的从业人员是封闭管理的,新闻产生方式和传播效果有限,以报业媒体为例,其工作流程主要包括:开选题会、采访、写稿件、编辑审核、总编审稿、编辑排版、校对、发送印刷厂等,有一套较为严格的工作流程,且工作流程较为复杂,工作效率整体较低。新媒体下的工作流程更有方便快捷,设计排版和数据分析等效率较高,新旧媒体在工作流程上有着截然不同的方式,现阶段二者之间工作流程的融合不太理想,工作流程滞后的现象较为突出。

(二) 交流意识的问题

过去,传统媒体一直为党委政府部门的喉舌,即人们收到传统媒体的信息,就如同听到党委政府部门的声音。虽然人们也会给予传统媒体反馈,然而从整体而言,传统媒体的交流方式依然以自下而上,单向沟通为主。而在互联网的环境下,用户的诉求发生了很大的变化。在互联网的环境中,用户已经习惯了应用网络平台交互,发出自己的声音。在融媒体的背景下,用户向传统媒体提出了双向交流的要求,并且他们提出,当前传统媒体的双向交互过于形式化。用户认为传统媒体的互联网平台更新缓慢,并且缺乏给予用户的反馈。如果不能实现双向交流,那么用户的声音便与政府的声音割裂,传统媒体就不能成为融媒体环境下信息上传下达的桥梁。

(三) 体制机制不健全

传统媒体在长期发展中体制机制较为完善,主要倾向于传统媒体服务,但越是完善的体制越是更加难以创新,目前的体制和机制建设之中缺乏新媒体体制机制建设的相关内容,管理方法和体系的融合难度较大,使得体制机制不健全,不能很好地适应传媒行业发展需要。在全媒体时代,必须在媒体融合体制机制建设方面采取措施,否则将会严重影响业务的发展。

(四) 用户沉淀的问题

传统媒体认为在融媒体的环境下,用户不再习惯收看广播电视、不再愿意购买纸质杂志,他们习惯在网络平台上接收信息。传统媒体的盈利方式是以播放广告为主,当用户的关注焦点不再为传统媒体,而是新兴媒体时,对广告赞助商而言,在传统媒体上投放广告的价值便变低。于新兴媒体而言,为了获得更多的用户资源,它们应用各种方法提高媒体平台的点击率,原创各种产品,然而有时新兴媒体产品质量难以保证;并且制作的产品难以在传统媒体上宣发。传统媒体需要重新沉淀用户,形成全新盈利模式,实现利益共享。

(五) 团队使命感不强

传统媒体工作人员和新媒体工作人员,面对全媒体时代的挑战,树立二者深度融合的理念,整个媒体团队实现转型发展,才能带动媒体行业的转型。就目前而言,无论是传统媒体人员还是新媒体人员,面对融合大势,缺乏工作理念和工作目标上的明确定位,部门功能重叠、职责交叉问题较为突出,媒体人的团队使命感不强,束缚着传统媒体与新媒体的融合。

三、全媒体时代传统媒体与新媒体深度融合的路径

(一) 优化媒体融合流程

传统媒体与新媒体新型多媒体采编中心,应建立在优化媒体融合流程之上,传统媒体要树立全面融合的新理念,对现有的各种系统进行整合对接。在具体做法上,要借鉴国内外优秀媒体的管理运营模式,以全媒体内容“全流程制作”为中心,规范融媒体生产的采编发网络和流程,针对全媒体内容训练的整合与强化,全流程优化打造高质量新闻产品,重塑流程,通过建立融媒中心,如“全媒体中心”“中央编辑部”“中央厨房”等,实施积极的、能促进媒体深度融合的措施,多媒体融合全流程制作,提高对传媒市场需求的反应灵敏度。

(二) 用活媒体平台

为了能够使得信息传播途径得到拓展,需要对媒体平台进行灵活运用,使得信息的传递和反馈能够更加及时、迅

速,实现平台的融合。因此,平台融合的关键,在于对资源的共享。从融合方式看,媒体融合与传播技术的发展具有非常密切的联系,因此媒体平台的融合需要具有完善的技术体系,使得平台建设符合融合发展的需要。通过对技术的升级与创新,打破信息传播中的各种限制,在技术上寻求融合途径,共同打造为传统媒体与新媒体之间融合的技术支持体系。例如,在新闻的采编过程中,通过数据库实现不同媒体之间信息的无缝对接,更好地实现各个媒体平台的融合,并提升相关工作的效率。

(三) 形成全新的运作机制

当前传统的媒体已经完成了重构管理体制与事业体制这两项改革。重构管理体制,是指将原来广电行政部门设立的广播电视台、县委宣传部门立的内部报刊及政府网站部门整合了起来,建立了统一的法人机构——融媒体中心,从事业体制改革分析,当前融媒体中心已经将采编单位与经营单位分离,采编单位为事业单位,而经营单位为企业单位。如何将事业单位与企业单位融合起来,让事业单位和企业单位各自发挥优势,是全新运作机制形成的关键。将运作机制分为七个部分:(1)省市合作媒体指挥中心。省市合作媒体部门负责统筹,并评估统计+外联、采编部门、编前会部门、值班总编辑室、运营部门、全媒体记者几个部门的工作。(2)采编部门。采编部门负责产品创作的工作。(3)统计+外联。统计+外联部门负责采集各种信息,并统计数据给出各种数据反馈。(4)值班总编辑室。值班总编辑室根据信息的采集,比如效果的反馈、热点的反馈拟定产品选题、给予产品创作指导。值班总编辑室制定了产品项目后目由编前会审核,通过了审核即将审核的产品项目交给采编部门创作。(5)编前会部门。它负责运行监控、任务统筹、选题策划、传播监测。它接受值班总编辑室的审核申请完成审核,接受统计+外联的信息,完成运营部门信息的监管。(6)运营部门。自有全媒体各个渠道负责事业单位网络App的运营。它们需要将信息转发到网、微信、微博、App,并报选题、选题反馈等。(7)全媒体记者(含互联网上其他个人网站及自媒体),它们结合自己的需求撰写稿件、转载稿件等,与省市合作媒体形成自由合作的关系。建立这样的运作机制,能将统筹、数据分析、新闻创作、稿件审核、主题策划、产品宣传、产品延伸几个工作环节形成一个整体,每个单位均有自己的权责,彼此的运作也形成一个整体。

(四) 打造新媒体产业链

传统媒体的传播渠道非常单一,全媒体时代下,整合新媒体新生资源,开拓传统媒体的传播渠道,以现代化、电子化的手段,数字化、多媒体的传播媒介,丰富传统媒体的传播渠道,势在必行。一方面传统媒体与新媒体分享客户资源和平台技术,与新媒体一起进行内容打造、投放和传播,凸显新媒体平台与其他平台的差异性。如广东广播电视台南方卫视,充分利用线上传播和线下传播的特点,线上的播出依托广东广播电视台官网“荔枝台”,力求打造出就有本土特色的服务用户的新闻栏目,同时,增设线下交流互动的通道,直接点击相关入口即可报名参加线下活动,便于增强受众之间的黏性和互动,此举既可以起到引流的作用,无形也为城市报台媒体省下一笔不小的费用。另一方面,传统媒体

的新媒体平台也要借助传统媒体的客户资源打造新媒体产业链,创新运用模式,如引入用户付费模式,以提升品牌效应、扩大客户规模、提高媒体的社会价值和经济效益。

(五) 搭建双向交流的平台

搭建双向交流的渠道,就要从交流内容、交流工具、交流形式这三个方面搭建桥梁:(1)建立交流内容分类矩阵,建立“智慧+智能+智库”。在大数据的背景下“统计+外联”很难依靠人工的方式去采集用户的诉求。那么为了全面了解用户的诉求,当前技术部门需要建立科学的交流内容分类矩阵,让用户的诉求能被科学地分类,利用智能软件自动分析用户的诉求。(2)结合用户诉求,灵活建立交互平台。在不同的时期,用户的诉求会发生变化,“统计+外联”部门需动态地掌握用户的诉求。能够集中融媒体的资源,集中解决用户关心的问题。比如当前用户最关心的主题为疫情的动态。当“统计+外联”部门给出相应的数据以后,值班总编辑室就要迅速响应,打造一系列用户关心的产品。(3)拓展交流渠道,开展供给侧改革。发挥运营部门的功能,打造“内容生产集群+用户集群+大数据+媒体平台”,鼓励用户在App平台中探讨,而它将为“统计+外联”部门提供大量的数据信息。同时采编部门将结合用户的需求创作出产品,运营部门将负责宣传,全媒体记者结合运营的需求营造新闻热点,最终通过全面交互形成枢纽型生态系统。

(六) 优化团队建设,提供人才智力支持

全媒体时代,传统媒体人员要熟悉新媒体的运作方法,才能在实际工作中游刃有余。优化团队建设,引进专业的传媒人才并开展新技术培训和专业知识教育,破解媒体融合发展的人才瓶颈,才能补齐媒体融合发展专业人才短板,满足媒体融合、发展要求。在具体做法上,一是要加强培训,请相关领域新媒体实战专家,阐明全媒体时代的发展趋势,了解媒体行业前沿动态,就新的采编方式和流程进行案例分享和理念碰撞,培养适应媒体融合发展需要的全媒体人才。如南方报业系统地梳理了报业集团全体人员的知识能力结构,分层优化各自采编人员的能力和水平,在实践过程中,开展了针对性、实用性强的“落地”培训,精准发力助力媒体人员整体素质的提高。二是通过建立实习基地、研发基地建设等方式,加强校企合作,努力培养复合型人才培养的实践能力,使之具备相应的媒体融合能力。

四、结论

传统媒体与新媒体的融合,既是时代发展的要求,也是对媒体行业资源配置的进一步优化,进一步提升媒体的社会价值。传统媒体与新媒体之间的融合,需要通过融合意识的增强,实现思维方式的创新,并通过对大数据技术的应用,发挥媒体平台的价值,不但能够有效扩大受众市场,还能够完善管理体系,并实现相关阅读体验的提升。

参考文献:

- [1] 贾巍.传统媒体与新媒体融合发展的必然性[J].中国传媒科技,2020(5):28-30.
- [2] 万雪松.传统媒体新媒体融合的现状及对策研究[J].传播力研究,2020(13):79-80.