

探究新媒体与传统媒体的融合发展策略

许悦 林晓晨

(长兴传媒集团 浙江 湖州 313100)

[摘要]新时期背景下,快餐式信息成为大众传播新兴模式,以智能电视、手机电视等全新形象充盈至人们生活中,相较于原有媒体形式,不仅载体、技术具有创新性,而且时效性、便捷性尤其凸显,对传统媒体产生较大冲击。应积极将传统媒体与新型媒体有效融合,方可达成互惠共赢目标。

[关键词]传统媒体;新媒体;融合策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.06.537

传统媒体主要以电视、广播等形式存在,新媒体主要利用先进数字技术、互联网技术,通过数字介质为核心载体,包含微博、微信等,二者相较新媒体具备信息传播速度快、范围广等优势,以新媒体为载体,人们均可成为信息产生者、传播者。传统媒体自身权威性更强,被大众认可度较高,是新媒体难以领先的,新常态下如何高效融合新媒体与传统媒体,发挥其两者优势,是现下媒体产业关注焦点。

一、新媒体与传统媒体融合重要价值

新媒体自身影响力持续性扩大,现下手机媒体、微博等新型媒体快速崛起,占据较大的市场份额,尤其针对年轻群体获取信息多源于网络,新媒体与传统媒体自身具有良好的优势,将其进行有效融合,达成互惠共赢的目标,主要体现价值如下:

(1) 优化媒介资源配置。现下传统媒介生产方式主要以初期规定模式为准,实现统一化生产,科学技术不断更新条件下,信息传播方式、载体等均发生变更,且并非实现固定化模式,突破媒介间存在瓶颈,为二者有效融合提供助力。我国传统媒体产业自身工作特殊属性,受外界因素影响,其工作体制缺乏完善成熟。如无法及时对信息资源及时、有效编写、信息编写质量下降等瓶颈。新媒体主要凭借自身时效性、传播范围等优势,吸引广大群众关注度,传统媒体与现下时代完成对接,且处于现下信息时代背景下,并积极开展资源整合,提高资源利用率,依托二者有效融合,改善优化媒介生态环境。

(2) 吻合社会群众多元需求。数字化时代背景下,媒体依托网络举措持续性入驻人们日常生活、工作中,大众媒体成为人们日常生活核心构成。人们依附媒体载体获取各类信息资源,且动态化掌握资源,媒介扩展人们知识感知范围。现下人们对信息需求量加大,呈现为多元化实际需求,将大众化信息资源逐步转变为个性化主趋。新媒体与传统媒体有效融合,充分兼顾信息传播方式条件下,将传统媒体自身影响力延伸至网络空间,作为现下媒体产业发展必然^[1]。

(3) 强化传统媒体企业核心竞争力。新媒体与传统媒体有效融合发展,推动媒介物质凸显较强竞争力媒介产品,进一步为传统媒体企业注入新鲜活力,保证其处于该行业有利位置。新媒体与传统媒体融合之后,促使传统媒体功能更具完善性,且最大限度发挥新媒体自身属性,达成网络一体化终端信息传播,实现资源实时共享目标,融合过程中形成完整的整体。网络舆论形态日渐复杂,网络各类力量错综交织,传统媒体与新媒体融合之后,凸显传统媒体自身公信力,发挥新媒体

信息高速传播优势,维护我国意识形态安全,促进和谐社会良好构建。

二、新媒体与传统媒体融合面临的困境

新媒体与传统媒体融合作为未来时代发展所需,更是两者媒体可持续发展基本要求,现下逐步积极整合资源,实现两者有效融合交互,实现共赢互利目标。多重因素作用下,新媒体与传统媒体融合过程中,仍存在部分困境难以解决,主要体现在以下几方面:

(1) 融合目标缺乏明晰性。传统媒体与新媒体融合实际目标缺乏明晰性,核心原因在于新媒体技术发展速度较快,远超出媒体行业基本认知水平,学界对新媒体兴起新形态研究存在滞后性,一定程度影响二者理念和实践融合。现下媒体管理机制干扰,二者融合处于分离化妆台,传统媒体自身权威性、规范化并未与新媒体信息内容粗糙化融合,促使传统媒体遭受冲击,新媒体内容表层化及信任度降低,二者发展均面临挑战。

(2) 媒体管理体制难以满足媒体融合需求。长时间内传统媒体管控十分严格,形成良好的闭环结构,无法对其内部部门和人员进行统一性整合,主要体现在考核机制、薪酬配置等。媒体融合过程中存在最优选择瓶颈,针对同一条内容存在二者媒体选用困境,导致新媒体所需专业化人才难以从传统媒体中持续性输送补给。

(3) 现有媒体人员专业素养难以吻合媒体融合步伐。传统媒体从业人员专业性素养有待提升,其掌握新媒体技术应用滞后融合实际需求,新媒体人员对传统媒体自身认知深度不足,促使二者实际融合过程中人才衔接性不佳。核心因素在于现下媒体技术多源于计算机通信行业,并非为自媒体人员,传播媒体研究人员和新媒体人员技术掌握滞后,从本质阻碍媒体融合理念创新及策略制定实施^[2]。

三、新媒体与传统媒体的融合发展策略

1. 利用媒体优势,提升网络媒体公信力

新媒体短时间内侵袭整个市场,并获得较多受众青睐,核心在于人们接收信息不受时间、空间局限性,具有较强的时效性。正因此类优势,部分网络媒体工作人员发布热点新闻并未进行严格审稿,尤其为娱乐新闻,增加新闻真实性风险,如此直接促使新媒体自身新闻可信度下降,受众对其发布相关信息信任度降低,抑或不良分子出于自身目的,依托网络媒体传播不真实信息,制造舆论压力等,显然此类内容和节目均难以获取可持续发展。相较于新媒体传统媒体自身最为典型的特征包

含权威性、严谨性及可靠性, 历经多年实践经验累积, 其各项工作逐步实现规范化, 此类优势是新媒体难以比拟的, 其也作为新时期传统媒体与新媒体融合最具优势的资本。与其形成鲜明对比的是, 部分网站、微博等新媒体平台, 出现虚假信息屡见不鲜, 进一步误导大量受众, 进一步影响社会发展稳定性。所以新媒体与传统媒体有效融合, 传统媒体应尽可能发挥自身优势, 增强网络媒体公信力, 实现二者互补促进。网络新媒体可布设严控关口人员, 以此对其稿件进行审核, 传统媒体编辑人员均受专业化强训, 具有较高的职业道德情操, 更是具备较强的社会责任, 积极引入此类专业人员入驻新媒体, 作为网络媒体信息发布重要把关人, 提高网络媒体专业化、规范化, 降低假新闻传播率, 获取广大受众的认可及青睐。

2. 构建三位一体化数字发展平台, 积极扩充信息发布渠道

高质量的内容缺失完善、高效的传播平台, 难以发挥其自身良好的效益, 新媒体与传统媒体有效融合发展, 需不断加强技术创新, 传统媒体发展过程中, 需从整体层面建设数字化平台, 进一步强化媒体资源整合, 提高资源利用率, 实现产业生产与客户生产一致性, 从本质层面解决传统媒体瓶颈。传统媒体通过三位一体模式, 可灵活性实现内容生产模式自行转化, 循序渐进形成依附全媒体提供信息新模式。一方面, 传统媒体需加速新媒体特别为互联网传播平台建设, 信息时代背景下, 互联网凭借自身高效性、便捷性不断普及, 网路电视、微博等新传播形态不断涌现, 为广大公众获取信息提供有效的路径。其中使用频次较高的移动互联网传播占据主导地位, 在人们获取信息平台中用于公户量较大。所以传统媒体行业需充分主动搭建新媒体平台, 占据信息传输核心阵地, 为媒体融合奠定良好的基础。另一方面, 传统媒体需驱动融媒体平台建设。移动互联网信息平台构建仅是传统媒体逐步发展初期环节, 打造新时期融媒体平台, 方是传统媒体与新媒体实现深层次互动融合关键。传统媒体与新媒体不能实现分离, 需做好相互衔接协作、实现资源共享, 达成一体化发展牧宝。建设融媒体平台核心内容在于需突破原有部门孤单, 实现技术、内容等元素交融, 实现多途径传播态势^[3]。

3. 以技术为优先, 将技术和内容置于同等地位

快速发展新媒体, 实现传统媒体和新媒体深层次融合, 需始终将技术应用作为主要契合点。传统媒体新技术应用过程中, 应始终明晰自身不足, 做好自身现下定位, 补齐自身薄弱点: 一是积极掌握数字化、智能化作为媒体融合未来主趋, 若想从本质实现高效融合, 需充分应用以大数据、云计算等为代表新技术, 逐步构建自身核心技术队伍。二是强化内容互动性、体验性及共享性。互联网技术高速发展, 推动新媒体从原有单一化信息传输模式, 逐步转变为共享型, 实时互动形态。三是强化新技术应用。加大新媒体产品力度, 以多元化态势呈现, 现下微动漫、直播视频等作为人们青睐的内容感知方式, 更是融媒体平台呈现最具基本性特征, 凸显公众参与性高、互动性优良优势。高质量融媒体内容传播过程中技术发挥重要价值, 缺失互联网技术强有力支持, 良好的创意和内容, 也难以

获取良好的传播成效^[4]。

4. 加强对外合作, 提高媒体融合水平

传统媒体不仅需加强自身建设, 而且应积极走出去, 充分与其他媒体平台建立良好的合作, 为后续媒体融合创设新路径, 尤其在媒体推广和技术应用十分急迫。媒体推广传统媒体可与具有影响力品牌达成战略合作, 以此利用品牌效应实现自身推广目标。现下多个传统媒体为积极改革创新, 凸显自深核心竞争力, 逐步入驻各大公平平台, 申请自身头条号, 利用大数据深层次挖掘、分析, 提取具有价值的信息, 面向客户提供精准性信息推送, 社会影响力逐步扩大。传统媒体在技术应用创新层面, 需不断与运营成熟融媒体合作, 特别需选用其自身技术优势支撑自身内容优化创新。为保证入驻媒体在技术层面短时间升级, 快速搭建融媒体中心平台, 新媒体给予各类技术支持, 驱动传统媒体通过新技术完成内容创新, 为更多受众提供优质内容, 促进媒体融合可持续发展。

5. 以人为本, 大力培养引进融媒体人才

传统媒体与新媒体自身内容产出直接性影响因素为人员。首先, 融媒体人员需具有先进思维能力, 可突破传统媒体自身瓶颈, 综合性考量传统媒体与新媒体融合, 需具备应用不同媒介能力, 促使文字、视频等合理化嵌入; 其次, 具备融媒体技术驾驭能力, 需掌握传统媒体文字、图片技术操作, 熟悉网站设计维护、公众号运维、小程序使用等; 最后, 内容生产能力。结合现下受众多元化需求, 可结合不同媒体途径特征和用户特性, 创作涉及传统媒体及新媒体内容新形态, 吻合受众多元化内容所需。为打造新时期融媒体人员队伍, 具备上述能力, 需不断加大人员培养, 挖掘传统媒体内人员, 以培训、进修等方式选拔培养融媒体人才; 引入人才方面需动态化关注融媒体平台发布信息, 积极引入复合型融媒体人才; 为进一步发挥人员工作积极性, 需采取激励措施促使更多人才进入, 以及保证原有人才存留, 建立完善的晋升、激励机制, 激发融媒体人员自身潜能, 促进媒体融合有效创新发展。

结束语

互联网不断普及, 信息传播载体及方式不断创新变更, 新媒体自身具备天然的信息传输速度快、移动性强、互动性较佳优势, 传统媒体所不具备的, 传统媒体应充分应用新媒体优势, 逐步实现跨越式融合发展, 实现二者互惠共赢。

参考文献

- [1] 刘敏. 新媒体的特点及与传统媒体的融合发展趋势分析[J]. 新闻研究导刊, 2020, 11(4): 248-249.
- [2] 马洁菲. 传统媒体如何打好“小屏战”——谈传统媒体与新媒体的融合发展[J]. 西部广播电视, 2020, 484(20): 39-41.
- [3] 洪晨颖. 从网络直播和短视频看传统媒体与新媒体的融合突破[J]. 西部广播电视, 2019(1): 8-9.
- [4] 张伟宏. 分析传统广播电台如何做好与新媒体融合发展的反思探索[J]. 神州(上旬刊), 2019(36): 297.