

传统媒体与新媒体融合发展问题研究

梁伟晋

(广州市番禺区融媒体中心, 广东 广州 511400)

[摘要]我国社会经济正处于转型与升级的关键时期,涌现出各种先进技术,而在此背景下,媒体发展也趋向于信息化和智能化。即便如此,也不应但传统媒体不能被摒弃,应该在信息技术作用下实现与新媒体的融合,这样也能够在一定程度上解决我国的产业融合与技术融合的问题。本文通过分析传统媒体与新媒体的融合对媒体发展的影响,探讨传统媒体与新媒体融合的路径,旨在为我国媒体行业的发展提供参考。

[关键词]传统媒体;新媒体;融合发展

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.08.1091

引言

随着信息技术的发展,推动传统媒体和新媒体的融合成为媒体发展的主要任务。二者的结合可以促进新型主流媒体的形态多样化,并不断提升媒体行业在社会市场环境中的竞争力。我国媒体规制要根据新的时代背景做出适当的调整,主动推进新旧媒体的融合。我国应该建立具有强大传播力和公信力的新型媒体团体,为我国新旧媒体的融合建立现代化的传播体系。现在媒体界对传统媒体和新型媒体的融合问题非常关注,媒体行业要采取有效的措施加快媒体发展。

一、传统媒体与新媒体概念阐述

(一) 传统媒体的基本概念

传统媒体主要包括电视、广播、报纸、期刊几种类别,传统媒体是将信息向公众推送发布最权威的一种方式,传统媒体对于人们的生产生活有着重要影响,同时传统媒体也是人们休闲娱乐的方式之一。传统媒体通过不断发展和进步,传统媒体逐渐形成品牌效应,拥有强大的人力物力资源去获取新闻信息,利用其品牌优势发布报道的内容具有极高的权威性,传统媒体的发展也使得传统媒体成为一种专业类的学习科目,传统媒体行业对于从业人员有一定的要求。从传统媒体的发展中不难看出,传统媒体展现给人们的不仅仅是几种传播方式分类而是以一种行业或公司的性质向人们展示。

(二) 新媒体的基本概念

新媒体的前身是网络媒体,而网络媒体则是由传统媒体发展而形成的。新媒体的兴起最为重要的原因在于移动数字信息技术的飞速发展,手机的日新月异使得人们能够随时随地获取信息,不再受传统媒体定时定点播报所约束。新媒体的新闻或视频内容制作也不同于传统媒体,仅仅只需要一部手机则能实现新闻内容的撰写和视频的制作,人们看准了新媒体背后流量点击率所带来的商业价值,从而放宽了对信息发布的要求,使得人人都能够通过自媒体平台来发布发生在自己身边的新闻信息,一方面不同新闻信息的增多使得人们能够从多个角度了解事件缘由,另一方面新媒体的交互性,让人们能够自由发表对事件的看法,人们更加乐意通过新媒体浏览信息,所以新媒体能够快速兴起是情理之中的,新媒体的定义也不再是简简单单的数字信息技术支撑的媒体平台,新媒体是实现全民皆为新闻人,生活信息碎片化的助推力量。

二、传统媒体与新媒体融合的发展问题

传统媒体与新媒体相融合是媒体传播的必然趋势,如今我国传统媒体与新媒体融合已经有了初步成效,但由于传统观念以及媒体市场等诸多影响因素,融合过程依然存在一定问题,以下具体对其进行阐述。

(一) 媒体内容创作形式和监管平台不足

无论是新媒体还是传统媒体,都是通过特殊的手段对信息进行加工后传播,而随着社会发展,越来越多的新媒体企业

出现。在此背景下,大量问题暴露出来。很多新媒体企业在信息的制作上没有形成自己特有的形式,而是大量跟风和复制,使得信息的价值大幅度下降,传播所获得的效益远远达不到预期目标。此外,由于新媒体行业发展时间较短,不仅缺乏大量的媒体资源,监管平台也有所不足,大量不规范的信息被传播出来,对社会造成了不良影响。

(二) 传统媒体与新媒体融合人才缺乏

传统媒体与新媒体的融合构建需要大量的人才推动,且对人才的专业素质要求极高。由于我国新媒体发展时间短,传统媒体又深受传统观念的影响,因此社会各大院校在媒体相关人才的培养中出现一定的偏差,人才往往存在职业技能偏差性,人才不具备传统媒体与新媒体两者所需的职业素养,导致我国传统媒体与新媒体融合被搁置,没有人力资源促进两者的融合。

(三) 媒体行业对传统媒体与新媒体融合的认知不足

目前,我国传统媒体与新媒体正处于融合阶段,随着社会各方面力量的推动,其已经初步实现小范围融合的目的,而其中表现的问题也就暴露出来了。我国普遍认为传统媒体与新媒体的融合就是需要对传统行业进行升级优化,使其具备新媒体的部分职能,而这样的融合仅仅属于表面融合,传统媒体与新媒体也仅仅是进行了简单的合作,而不能起到互通、互补、互助的效果。

(四) 社会舆论的阻碍

由于传统媒体以及我国多数年纪较大公民深受传统观念影响,认为新媒体传播“垃圾文化”,甚至在网络中大量抨击新媒体平台,加上新媒体处于发展初期,存在诸多不足,如信息内容质量低下、存在大量抄袭现象等,加剧了两者间的矛盾,最终阻碍了传统媒体与新媒体的融合进程。

三、新媒体与传统媒体融合的现实意义

(一) 实现媒体资源共享

在传统媒体与新媒体融合的过程中,可以共享媒体资源,最大限度地利用有限的新闻资源。在统一目标的指导下,传统媒体和新媒体可以最大限度地实现资源共享,开发和整合。两者相互协作,产生媒体融合的效益高于两者单独效益之和的效果。这样可以将共享资源利用到极致,有利于最大限度地开拓媒体消费市场。以我国湖南卫视与淘宝网的合作为例子,湖南卫视的各种合作品牌,以及湖南卫视旗下的知名艺人的周边衍生品、湖南卫视知名节目品牌的周边衍生品都可在淘宝网上进行销售。这一合作不仅拓宽了湖南卫视产品的销售渠道,创造了十分可观的收益,而且,在共同筹备的电视综艺节目中,也为淘宝网提供了十分优秀的广告效应,并为淘宝网注入了相当多的娱乐元素与时尚气息,为淘宝网树立了电商形象。

(二) 有利于媒体行业价值的实现

在科学技术的全面推动下,新媒体作为一种新出现的媒体

形态,实现了媒体行业价值内容的创新,将媒体行业消费者和生产者这两大阵营充分融合。而将传统媒体的各类优势融入新媒体的运作过程中,最终会形成一个具有特殊优越属性的新平台,这为我国媒体行业价值的实现提供了坚实的平台基础。不仅如此,新媒体和传统媒体的融合能够促进媒体行业影响力,媒体行业的渗透性,以及行业竞争力也会在此过程中不断加强。因此,传统媒体与新媒体的融合能够加快媒体行业传播性能的发挥,从而有利于媒体行业实现其自身的行业价值。

(三) 有利于媒体文化的融合

从本质上来说,新媒体和传统媒体是两种性质全然不同的文化形式。新媒体文化形式的特点是亲民性,是一种互动性极强的社会化媒体,正在潜移默化地改变着受众的思想观念和生活方式,为受众的生活架构和群体视角的转变提供了较强的推动力。而传统媒体则代表着媒体行业中的精英文化部分,主要起源于社会发展初级阶段,其发展轨迹与时代的发展历程息息相关,其舆论宣传和控制性都决定了传统媒体在媒体行业中具有不可比拟的优势。而传统媒体和新媒体的融合,无疑将传统文化和新媒体文化这两种文化形式进行了深度融合,能够充分发挥传统媒体的精英性优势和新闻媒体的亲民性优势,将新时代的媒体平台打造为与时代发展相契合的媒体业界形态。

四、传统媒体与新媒体融合的路径分析

媒体可以反映真实的社会现象和内在实质,但传统媒体在信息精细化指标考核方面没有形成足够的重视,使在媒体调查的过程中出现信息搜集与社会现实严重不符的情况。随着数字技术的出现,媒体突破了传统的信息处理行为习惯,开始关注和分析数据用户的行为。这就需要在技术、制度和产业等众多因素的共同作用下实现传统媒体和新媒体的融合,其中具体融合途径表现在以下几个方面。

(一) 产业融合路径

传统媒体和新媒体融合的业态路径是在产业融合的基础上搭建的。在新的时代背景下,传统媒体和新媒体之间的界限日益模糊,呈现出一种逐步交融的状态。媒体企业应该在传统媒体丰富内容资源的基础上拓展自己在新媒体环境中的服务渠道和传播终端,在产业融合的路径中得到快速发展,提高自己在社会媒体市场中的竞争力。传统媒体产业的融合路径,最为突出的表现是国家的软实力,但同时也隐性地展示了国家一定的硬实力。具体的媒体产业融合措施是不断拓展版权许可的范围,重视媒体产品的开发,利用现代化的媒体技术有效的整合各种媒体资源。构建媒体数据库和网络互动互助平台,不断推动数字媒体的改革,促进新媒体与传统媒体的融合。例如,传统的书店经营模式已经难以获取较高的经济效益,实体书店可利用现在发达的电子商务,在网购平台建立图书网店与线下实体店的相互融合,实现经济效益的最大化。

(二) 文化融合路径

文化融合可以在一定程度上促使传统媒体和新媒体的内容资源得到科学的配置,提高媒体在行业内的竞争能力。内容是媒体传播过程中的重点,不管是传统媒体还是新媒体都需要依靠内容的丰富性和创意性来吸引用户的眼球。我国传统的媒体起步很早,所以经历了较长的发展时期,在其具体发展的过程中积累了大量的内容资源。新媒体是在数字技术发展的基础上建立起来的一种新型媒体运营形式,其发展的时间较短,在内容资源上还有很多的不足。所以新媒体在发展过程中可以利用传统媒体的内容资源,促进二者之间的融合。文化创意是实现新媒体和传统媒体融合的一种重要手段,是推动新媒体发展的关键因素。所以要保证新媒体中先进文化的融入,需要深入挖掘优秀的文化资源,借助特有的民族文化品牌,促进媒体产业

的优化升级。传统媒体是文化、精神的一种汇集存在形态,传统媒体和优秀文化的融合可以丰富媒体传播的内容,拓展媒体传播的渠道,强化媒体传播的能力,为人类文明的进步提供服务,展现出我国时代文化精神内涵。传统媒体与文化的融合是一种自然形成的状态,没有可以加入促进的条件因素。我国在书籍、报刊等方面已经历了长远的发展时期,已经成为最有文化承载价值的传播媒介。在经济和传统媒体融合的背景下,文化和传统媒体的融合变得尤为重要,逐渐成为媒体产业保持核心竞争力的核心要素。

(三) 技术融合路径

社会环境也逐步迈向大数据信息时代。尤其数字技术对媒体行业的发展产生了深远的影响,最为突出的特征就是数字技术为媒体发展提供了大量的信息数据资源。数据信息量在快速的增长,数据的类型也在不断增加,媒体资源获取的渠道发生了重大的改变,传统媒体信息获取的渠道已经不能满足庞大的数据量。此外,社会化公众平台和物联网技术不断发展,为数据技术的进步和发展提供了动力。信息时代最为突出的一个特点是数据的多样性,数据的多样性又可以分为数据获取渠道的多样性和数据处理方式的多样性。数字技术还可以对需要应用的数据进行提炼,选取最有意义的信息,为其辅助的行业的发展提供最大动力和资源。新媒体的技术终端承载着信息传播的内容,应在数字技术的推动下带动媒体产业、组织和制度的改革,构建新的媒体组织,促进传统媒体和新媒体的融合。

(四) 跨界融合路径

跨界融合,指的是跨越地区、领域、行业,甚至国界的媒体融合。这种融合路径对于我国传统媒体划区经营、分而治之的模式是一种大的突破,它有利于破解媒体发展的不平衡问题,使各类资源的配置更加优化。在跨界融合过程中,新媒体与传统媒体在资本、资源、管理、市场等方面重新布局,实现优势互补,强化整体优势。在当前的媒体管理体制下,我国将新闻、广播、出版、影视等方面的媒体和传播的渠道进行分而治之。而在西方国家,其媒体管理边界较为开放,因此他们在媒体融合发展上才占得先机。在我国媒体面临全球竞争的形势下,要提升国家形象,提升全球竞争力,必须大力推动各业态、各介质、各资本属性媒体的融合。

结语

传统媒体和新媒体的融合可以促进新型主流媒体的形态的多样化,并不断提升媒体行业在社会市场环境中的竞争力。媒体行业应该重视传统媒体与新媒体融合的必要性和紧迫性,通过产业融合路径、文化融合路径、技术融合路径以及跨界融合路径等措施,促进新媒体与传统媒体的融合,打开我国媒体发展的新格局,提高媒体行业在社会市场中的竞争力。

参考文献:

- [1]周向阳.大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展战略研究[J].2021(2019-14):254-254.
- [2]周楹.大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展战略研究[J].卫星电视与宽带多媒体,2020(6):2.
- [3]郭韬.大数据时代新媒体与传统媒体的融合发展及现状初探[J].新闻研究导刊,2019(15):2.
- [4]张迪生,郭晓莹.浅谈新媒体背景下传统媒体的融合与发展——以《新安晚报》为个案研究[J].数码世界,2020(3):1.
- [5]俞雅丽.关于传统媒体与新媒体的融合发展路径探索[J].中国高新区,2019,000(009):251.