

全媒体时代下传统媒体与新媒体融合发展概观

袁 宁

山东省临沂市蒙阴电视台 山东临沂 276200

摘要: 新媒体更加具有开放性、及时性,拥有海量化的信息,同时具有快速传播、低成本高收入以及互动性强的特点。传统媒体目前在我国举步维艰,但是部分传统媒体已经有向新媒体延伸的部分。新媒体和传统媒体在全媒体时代的发展中难免会出现碰撞与影响,不过近几年来二者的融合已经成为了必然趋势。本文将根据这一情况,介绍新旧媒体现存特点的同时,分析当前传统媒体与新媒体融合形势下的现状、问题以及未来深度融合的发展策略。

关键词: 传统媒体; 新媒体; 融合现状; 发展策略

引言:

如今我国的报纸、广播、电视经过多年的快速成长发展,已经基本成熟,有了自己的经营发展战略和经营管理模式,稳定了传统媒体经营市场。但随着我国移动互联网平台、智能手机、智能平板、电视以及家用电脑等各种移动新媒体、移动应用终端的快速成熟发展和广泛应用,传统媒体受到了冲击。当下受众更倾向于电子阅读和碎片化阅读,把更多的注意力放在新媒体上,传统媒体失去了大量的市场份额^[1]。

一、全媒体时代概述

全媒体时代下,结合先进技术对文字、图像进行综合运用,采用全方位、立体化的阐述形式,使传播内容更加丰富饱满。同时借助多种传播渠道,加强信息的传输质量,也就是说全媒体就是将传统媒体的工作方式作为基础,并且赋予其新媒体的技术优势,通过对不同的媒介形式进行融合,使其能够发生质变后形成全新的传播方式。全媒体的应用特点如下:①全媒体以传统媒体形式为基础,同时全媒体也是当前传统媒体的必然发展趋势,为了迎合受众群体的综合需求,必须针对传统媒体进行优化革新。②将传统媒体与多种先进的信息传播方式相结合,针对传播渠道以及传播内容进行优化,不仅发挥出传统媒体的权威性特征,而且还具备新媒体的传播优势,这样可以衍生出相应产品,根据不同渠道的传播特征,对信息资源进行重组加工,使信息资源在共享过程中以多种形式展现。

通信作者简介: 袁宁,1973、6,男,汉,山东省临沂市,助理编辑,大专,研究方向:主要从事新闻编辑,邮箱:sdymyn@163.com

二、新媒体与传统媒体现存特点

1. 新媒体的特点

新媒体融合了大众与人际传播,是数字化的一种传播,不仅具有较快的传播速度,并且具有“低成本高收入”的特点。据数有关统计表明,截止到2016年,我国的手机网络用户显示接近7亿的数字,网络用户规模便达到了7.2亿的数字。通过以上数字可以表明,在我国新媒体用户呈现出“广”而“大”的特点。新媒体平台的优势就在于它的互动性”,随着微信、QQ、微博、抖音等平台的广泛使用,人们可以随时随地地和朋友和老师,甚至和陌生人来交流自己的所见所闻;在微博上,和喜欢的明星、崇拜的学者进行“零距离”的接触实现可能。不过反观近几年新媒体的发展,其平台的内容质量鱼龙混杂,经常会出现一些低俗趣味的报道,甚至出现“假新闻”从而获取其间利益,对于社会与青少年的身心健康造成了一定的负面影响,所以新媒体的社会道德理念亟须提升。

2. 传统媒体的特点

传统媒体在理论与实践层面都经历了较长的发展历史,积累了独特的经验和优势,呈现出专业性和权威性。在全媒体时代,内容生产力依旧是传统媒体最核心的优势之一。再有,传统媒体受制于建立在一些原则之上的专业规范,接受专业的自律而拒绝任何权力或权威的控制,具有“新闻专业主义”。传统媒体大都经过了长期的经营和发展,在受众中享有不同程度的知名度和影响力。

三、全媒体时代下传统媒体与新媒体融合过程中存在的问题

1. 传统媒体运营管理服务意识弱

我国早期的传统媒体主要是针对国家相关新闻进行一定的宣传,并宣传一些企业的公告声明文件,针对性比较强,不太适合人们进行长期阅读。另外,传统媒体缺少对大众阅读需求的有效探索,这也在一定程度上降低了用户的阅读体验感。加上由于部分传统媒体盲目地定位用户的新闻阅读需求,导致新闻传播活动的效果不佳^[2]。由于现代网络信息技术的广泛应用,定位目标用户已经变得越来越重要。媒体如果不重视广大用户的阅读需求以及更好地为用户服务,就很难获得广大用户阅读体验上的反馈,难以真正抓住行业转型的关键机遇。宣传类的相关媒体,一定要特别注重文章内容,避免一些枯燥的文字,以及一些数据及文字重复出现的问题。与此同时,要及时回复并研究解决用户及时反馈的意见问题,有针对性地提出解决措施,促进网络媒体健康可持续发展。

2. 传统媒体人才流失严重

传统媒体近几年人才流失严重,以广播电台为例,大部分主播工作之余往往在各大APP工作,有的自己经营新媒体账号,一些报纸编辑和作者也加入了新媒体平台。其实这也证明,传统从业者在新媒体行业中能制作更加优秀的内容,谋求更好的发展。传统媒体由于体制机制的局限,从人才引进、人才培养、人才使用到分配制度等方面都比较固化,体制机制改革滞后,导致大批传统媒体从业人员流失。

3. 融合内容较单一

对于新媒体来讲,发展时间较短,因此在很多时候对传统媒体资源还是具有一定依赖性。传统媒体在优质内容的生产以及在社会权威性、影响力方面还是具有一定的优势。但好的新闻资源有时需要深度的连续报道以及内容延伸,新媒体传播较快但缺乏深度和客观性。传统媒体又缺少创新和新媒体思维,双方在内容选择和生产流程上的不同也导致了融合过程中可以交互的内容较为单一。

4. 融合目标不明确

之所以导致融合目标不明确,是因为新媒体发展形势超乎想象,同时一些专业人员对新媒体发展分析不够透彻,这些原因对新媒体与传统媒体融合具有阻碍性。两种媒体在“基因”上就呈现出很多不可调和性,某种程度上一味地改造和“同质化”也必然带来一些问题。“两张皮”现象和缺乏成熟的理论指导与实践经验使得融合创新的过程目标性不明确,试错成本增加,亟需重塑传播逻辑,转变发展方式。

四、全媒体时代下传统媒体与新媒体融合发展策略

1. 建立健全媒体融合管理制度

要想真正意义上确保新媒体与传统媒体完成融合发展目标,应建立健全管理机制,进而促进媒体行业的全面发展。同时对社会实际情况和受众媒介行为及需求进行针对性探究^[3]。此外,还应对传统媒体的管理机制、内容生产流程及方式进行革新,进一步适应媒体融合趋势下的需求,真正提升传统媒体行业的内生动力,加快新媒体与传统媒体之间的融合。

2. 重视培养复合型人才

重视培养复合型人才,也就是加强传统媒体与新媒体之间的沟通融合,将新技术、新理论作为主要的培养内容,加强传统媒体与新媒体的深度融合,对媒体人的综合素质提出更高的标准。这对于传统媒体来说,能够更好地应用新媒体技术,对自身的运营方式与平台进行整合优化,而对于新媒体来说,在发布相关新闻内容时,也能够以传统媒体的视角,对新闻的真实性以及权威性进行分析,准确把控新媒体的发展途径,制作出质量更高的新闻节目,根据新闻内容适当添加点赞与评论功能,满足受众群体的综合需求。此外,还要根据不同地方特色,加强对全媒体融合方案的整改,例如在新闻栏目中加入本土特色活动,这样也可以取得更好的观赏效果,积极策划独具特色的品牌节目,使全媒体时代下的传统媒体与新媒体都能够得到良好发展。

3. 注重内容生产的创新

新旧媒体在深度融合中应同时注意在内容编辑上进行深度融合,确保信息的客观性,从而实现信息的传播价值。传统媒体应放开眼界,将投入到新媒体平台的思维进行本质上的革新,保持自身原有对于内容的谨慎把控,同时需做到从用户角度出发,沉淀自身的忠实用户与铁杆粉丝,从而实现自身原有的传播效果。如近期在直播平台火热的“四川观察”抖音账号,发布内容不失严谨的同时做到了积极与评论区用户进行互动,起到了良好的传播模范作用,大量用户模仿将其自己的ID修改为了“XX观察”“什么都观察”等具有喜感的名称,这种传播效果不仅为其建立了良好的社会形象,还为自身收获了一批忠实粉丝;与此同时新媒体应保持初心,在大流量大数据时代,学习传统媒体对与新闻采编与内容质量方面的严格把关,以满足不同受众的深层次需求,结合自身优势以高水平、有深度的报道向社会传播有力的正能量观念。

4. 明确融合过程中媒体定位

不管是传统媒体还是新媒体，都有各自的优势与特点，但同时也都存在不足之处。媒体在融合发展中，首先要解决的问题就是，如何将各自的优势最大限度的发挥出来，同时对各自存在的不足之处进行规避，实现信息传播过程中深度与广度的提升，使新媒体与传统媒体的价值都能得到实现。就受众规模而言，新媒体行业面临的受众规模非常庞大，所以在媒体融合中，新媒体对自身的定位必须进行明确，才能在面对庞大受众群体时，实现高质量的信息传播。在将信息服务提供给受众的过程中，新媒体对大数据技术要能精准、充分的利用，结合受众的心理特点、信息需求，对自身提供的信息服务不断优化与完善，实现媒体融合中对传统媒体受众的吸引力。为实现新媒体与传统媒体的高度融合，新媒体在个性化、高水平服务提供中要加大研究力度，将高质量的信息提供给受众，最大限度的满足受众对信息的需求^[4]。

五、结束语

综上所述，传统媒体和新媒体需要充分利用各自的优势资源进行深度融合，从而不断寻求新的发展，跟随时代及社会发展潮流不断前进。

参考文献：

- [1]鲁宝珠，徐众一.全媒体时代，传统媒体如何逆水前行与新媒体融合发展[J].剧作家，2020（001）：147-149.
- [2]丁佳.浅析纸媒在新媒体时代下的经营发展策略——以《中国青年报》的全媒体融合发展为例[J].新闻研究导刊，2020，10（05）：194-195.
- [3]王晋，蒋旒.当代新媒体艺术作品形态及国内发展状态概观[J].天津美术学院学报，2020（002）：73-89.
- [4]苏煜钊.浅谈全媒体时代传统媒体与新媒体的深度融合[J].科学大众，2020（004）48-48，54.