

传统媒体与新媒体的融合策略探讨

蔡冰 马东雷 刘璐

辽宁省气象服务中心 辽宁 沈阳 110001

摘要: 随着互联网技术的不断优化和进步,我国新媒体以其传播速度快、流动性强、互动性好、完全个性化等优势,取得了前所未有的发展,并不断得到完善和引入实际应用。媒体也在逐渐变化。为适应新时代的发展趋势,传统媒体与新媒体的融合是必然的,也将成为必然的发展趋势。这两个因素的结合,可以为公众提供更加人性化的信息平台,保证信息的质量和及时性,让人们的生产生活更加便捷,适应新经济形势下背景下的发展需求。

关键词: 新媒体技术;传统媒体技术;融合路径;媒体融合

引言

社交媒体在高人民生活水平、扩大人们获取信息的渠道和加强国家政治基层建设等方面发挥着重要作用。随着经济变化的步伐和科技的不断发展,新媒体应运而生。传统媒体与新媒体全面融合发展是媒体行业的发展趋势,也是传统媒体可持续发展的现实要求。传媒从业者要深入全面了解传统媒体与新媒体的特点和优势,研究促进传统媒体与新媒体在传播渠道、内容、市场等方面融合发展的有效措施,促进融合发展传统媒体和新媒体。互联网时代的传媒产业发展更加理想,满足了社会的基本需求。

1 传统媒体与新媒体概述

1.1 传统媒体

传统媒体目前主要是报纸、杂志、广播和电视。在互联网时代背景下,虽然新媒体的快速发展对传统媒体的可持续发展构成威胁,对传统媒体的市场地位产生巨大影响,但传统媒体在传播领域的作用依然很大著名的。信息。尤其是在提供公共信息时,这是增加人们兴趣的有效途径。在各类传统媒体中,报纸具有流动性强、比较容易储存、可重复阅读、对阅读地点选择没有特别限制等特点。该杂志主要传播科技文明的一些辉煌成就。很零星,观众比较少但是专业性很强。广播电视的形式结合文字、图像和声音来传播信息,使广播电视在传统媒体行业中占有重要地位^[1]。它具有以下特点:传输速度快,距离远。此外,传统媒体的核查制度较为严格,传统媒体发布的信息内容具有较高的可信度和准确性,赋予传统媒体显著的权威性优势。

1.2 新媒体

与传统媒体相比,新媒体是新时代、新形式的媒体。总之,利用计算机网络、无线通信网络、卫星等渠道的媒体形式,以及计算机、手机、数字电视等终端,

都是新媒体。显然,新媒体的核心是互联网和计算机技术,而现代传播技术的发展也支持着新媒体的发展壮大。与传统媒体相比,新媒体的传播方式、策略、渠道和效果发生了显著变化,这意味着即使在今天,新媒体的影响力也越来越大,在经济社会发展和使用中的作用越来越广泛。

2 传统媒体与新媒体的融合的意义

2.1 引领传统媒体转型与提升

传统媒体与新媒体的融合可以帮助传统媒体实现转型升级和发展飞跃,这对传统媒体精简功能、创新模式、提高传播能力具有重要意义。在全媒体时代,新媒体的快速发展给传统媒体带来了严峻的挑战,主要体现在新媒体市场份额和份额的快速增长,新媒体的社会影响力和辐射力已经超越传统媒体。媒体发展受到严重“威胁”。事实上,建立在信息技术和无线通信技术基础上的新媒体相比传统媒体具有传播和传播的优势,其快速发展的特点是传统媒体所不具备的。例如,近年来发展起来的直播和短视频营销的快速增长,是在传统媒体难以企及的新媒体基础上发展起来的。

2.2 有利于媒体融合与信息高效传播

传统媒体与新媒体融合发展,可以进一步优化用户体验,丰富市场供给,促进媒体产业可持续发展,确保媒体传播向规范化、专业化、精准化方向发展。众所周知,全媒体时代的出现,使得接触社会的信息媒体更加复杂多样,媒体信息的传递和生产出现了很多混乱。通过传统媒体与新媒体的融合发展,市场与媒体业将更加融合^[2],促进了信息业秩序的规范性,鼓励媒体业朝着公平公正的方向发展,并对防止假新闻、假冒伪劣、信息传播等不良现象的传播具有重要作用。

2.3 有利于提升新媒体的市场竞争力

传统媒体与新媒体的有机融合,可以为新媒体的快

速发展提供机遇,从而促进媒体形式的有效创新,这也是全媒体时代的重要标志。在全媒体时代,新媒体是媒体传播的新生力量,也是最有活力、最有活力的媒体形式。随着互联网技术的飞速发展,新媒体的发展具有独特的技术基础,其频率、频率、范围、效率、范围和传播手段都独一无二,尤其是与传统媒体相比。例如,发布在互联网平台上的新闻信息可以在短时间内快速传播、复制和推广,让更多人了解信息内容。同时,网络信息的传播和传播不受空间和时间的阻碍,可以随时随地进行推广和传播,这是报纸、电视等传统媒体难以做到的^[3]。新媒体与传统媒体的有效融合,显然有利于在全媒体时代加速产业化和媒体融合,对推动媒体产业健康发展具有积极作用。

3 新旧媒体融合发展的现状分析

3.1 融合发展意识不足

深入调研新媒体与现有媒体的融合发展,发现阻碍或影响该工具顺利发展的主要原因是媒体一线从业人员缺乏媒体融合发展意识。比如,从媒体行业发展的现状来看,可以看出传统媒体在市场上明显落后。为应对这一问题,必须采取有效措施改革媒体工具的发展。的发展模式。但很明显,该岗位涉及的大部分员工并没有主动承担融合媒体开发的主要工作,而是继续从事个人工作,没有进行深入研究。分析用户需求和喜好,使相关工作没有完成到实际位置。

3.2 媒体融合管理体制不完善

对于新旧媒体融合发展中存在的管理制度不完善等问题,有关部门出台了优化提升绩效的政策等办法。模型发生了变化,但控制机制的同步变化并没有实现。例如,传统媒体行业在管理信息发布时,大多采用与政府机构挂钩的分级管理模式,这种管理模式存在反馈效率低、上下级关系明显、无法适应等问题。适应新的商业模式。开发经济模型的需求甚至可能与理想和概念上的新媒体管理系统发生冲突。这些问题不仅限制了新旧媒体的融合发展,也阻碍了现代观念的融合。为了及时了解行业和社会发展的现状,需要深入落实这项工作,克服媒体的局限,在社会发展中找到它们的交汇点,真正实现一种新的形式产业发展。

4 传统媒体与新媒体的融合策略

4.1 理念融合

考虑到重视传统媒体与新媒体融合发展,要转变媒体发展观念,加强新媒体理念宣传,让传统媒体在发展过程中逐步转变媒体观念。新媒体时代,与新媒体发展理念相融合。构建新时代新媒体传播理念。在融合发展

过程中,需要注意的是,由于新媒体是基于信息技术发展的现代信息传播方式,新媒体在发展过程中具有动态变化。内容和媒体传播渠道,并根据公司实际经营状况进行优化和变化,增加新媒体作品的经济效益,使公司在为公众提供优质新媒体作品的同时,以确保自身健康的可持续性。

4.2 明确受众市场

在市场整合方面,为了最大限度地发挥传统媒体和新媒体的优势,在市场开拓过程中或多或少都会存在一定的不足。例如,新媒体营销侧重于信息流的促进和传递,但对于市场的运作并没有取得什么实际效果。结果就是大众的热情不高,没有产生粘性,整合后甚至会出现市场疲软,根本原因是用户的热情不高,大众的痛点无法解决抓住,本质仍然是新媒体和传统媒体没有真正融合,各自的市场优势没有得到充分发挥^[5]。要实现真正的融合,需要对两者的管理进行整合和改革,利用大数据进行数据分析,充分利用新媒体和传统媒体,利用传统媒体传递信息,利用新媒体负责信息通过打通沟通渠道,更好地了解市场规律,有效深化市场。

4.3 优化资源配置

传统媒体和新媒体的融合能够将优势和劣势互补结合,可以提升资源的利用率,提高媒体传播速度。优化传统媒体,借助传统媒体制作内容,可以为新媒体制作的内容提供质量保障,更好地解决新媒体平台资源质量不高的问题。此外,依托新媒体信息技术,可以实现资源的有效整合,从受众中收集信息,参与信息生成,也有利于生产和传播。为了获得更广泛的覆盖面,解决传统媒体信息传播受限的问题,建立有效的传播效率^[6]。接受公共信息的过程就是信息的传递和产生,利用新媒体扩大信息来源,进一步完善内容创作,可以去除传统媒体带来的严肃性,让内容更有趣,获得更大的关注。两者结合可以进一步增加社会影响力,为大众传播带来更好的收入和流量。

4.4 加强媒体行业复合型技术人才引进培养

在媒体融合的过程中,移动设备和高科技设备的不断完善对媒体人员提出了更高的要求,新媒体信息的采集、汇编和发布逐渐一体化,需要全方位、复合型人才的支撑。传统媒体首先要建立一支高素质的人才队伍,不断提高媒体从业人员的专业素质,更好地适应媒体融合发展。传统媒体记者虽然有一定的采编经验,但对新媒体技术的应用了解不够,为了保持自身优势,需要加强对现有从业人员的技术培训,不断提高对新媒体技术的理解。技术和认知。要建立适当的奖励机制,提供薪

酬激励,以提高工作满意度,留住优质媒体人才,减少现有人才流失^[7]。建设一支适应新时代媒体发展的专业人才队伍,确保媒体融合过程中出现的新技术、新问题能够及时研究解决,收集、编辑、发布信息,新媒体软件的使用和新技术的使用可以结合起来。

4.5 空间融合

传统媒体和新媒体的发展空间有一个关键的区别,传统媒体的发展空间大多局限于线下,权威信息的传播是通过报纸、杂志、电视等媒体进行的。收音机。新媒体的发展空间大多局限于互联网,利用移动智能设备和计算机同时传播虚拟文件、娱乐信息、公共信息、影视作品、政策法规等各类信息^[8]。传统媒体信息传播速度慢,但信息传播的权威性和真实性高,对信息的控制能力强,监管不力。因此,在传统媒体与新媒体融合发展的背景下,线上线下联合信息传播成为未来信息传播的必然趋势。

媒体公司需要做的主要是加强社交媒体研究内容的拓展,利用大数据技术打造针对不同类型受众的作品,完善媒体开发产业链,发展多元化媒体内容。如游戏、影视、音乐、动漫、漫画、小说、笑话等,逐步构建系统化的媒体发展产业链;其次,要加强媒体作品深度的拓展。新媒体时代打破了各种环境下的信息流通壁垒,加强了各行业之间的合作与交流,利用传统媒体的线下布局加强了媒体的业务拓展^[9],从而加速了产业升级和转型。媒体产业化,娱乐化为娱乐化。新媒体与传统媒体相结合,逐渐成为具有影响力的新媒体形式。

4.6 建立媒体融合发展协同模式

在新旧媒体融合发展的过程中,要逐步将新媒体的受众转化为传统媒体用户的受众,同时支持传统媒体用户的需求,促进发展。新媒体模式。落实这项工作,需要建立媒体融合发展的协同模式,找到两个方向的交汇点,实施系统的融合发展规划,完善媒体融合发展的形式。整合媒体发展的组织架构,确保两者整合后发布的内容质量和效果都有不同程度的提升,最终实现两者的融合发展。在新旧媒体融合过程中,积极建设媒体融合中心,收集大量媒体发布信息和内容,运用大数据工具进行综合处理和分析。将相同的内容整合到两个媒体工具发布的内容中,统一协调、整合、输出,实现媒体生

产内容与各种形式信息的融合。无论是新媒体形式还是传统媒体工具,其发展的最终目的都是为行业创造利润和效益。因此,有必要明确实现这两个目标的主要发展形式和途径。市场整合,专业编辑必须有人员获取市场信息。达到这两个方向的交汇点,加强新老媒体行业的合作,重新整合媒体信息的定位和媒体产品的市场价值,创造市场新的盈利点,实现媒体的相互促进。用优质资源统筹新旧媒体,统筹信息发展,节约生产成本,完成生产方式和盈利方式的融合。

5 结束语

综上所述,在新时代背景下,传统媒体与新媒体融合发展有利于我国社会发展和经济建设,重点发展智能信息时代。为了更好地适应媒体行业的变化和发展,传统媒体必须保持自身优势,解决媒体融合中遇到的问题,寻求新的发展路径,不断推进媒体融合进程,进一步推动创新发展。传统媒体的整合,加强现有效果的整合,强化融合的预期效果,使媒体的发展更加符合受众的需求。

参考文献:

- [1]韩媛媛.传统媒体与新媒体融合发展探究[J].中国传媒科技,2020(7):60-62.
- [2]顾广众.传统媒体与新媒体的融合思考解析:混媒时代的思辨[J].中国传媒科技,2022(2):58-60.
- [3]张茜井.传统媒体与新媒体融合的现状与困境探究[J].新闻研究导刊,2020,11(17):112-113.
- [4]王菊萍.传统媒体如何融入新媒体时代[J].新闻文化建设,2020(18):29-30.
- [5]黄楚新,郭海威.中国媒体融合发展存在的问题及应对策略[J].传媒,2020(15):65-68.
- [6]王跟萍.大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展战略探讨[J].中国传媒科技,2022(2):67-69.
- [7]武目广.互联网思维的传统媒体与新兴媒体的融合[J].西部广播电视,2020,(11):33-34.
- [8]翟光达.大数据下传统媒体与新媒体融合发展趋势分析[J].数字通信世界,2022(2):131-133.
- [9]张茜井.传统媒体与新媒体融合的现状与困境探究[J].新闻研究导刊,2020,11(17):112-113.