

# 传统媒体与新媒体联合传播的形式与效果探究

景怡瑄

内蒙古广播电视台，内蒙古呼和浩特市，010000；

**摘要：**随着微博、微信、客户端等新兴媒介的兴起，各种视频直播软件、自媒体纷纷涌现，让“全民记者”、“全民新闻”成为主流。新媒体以其快速的传播速度，极强的移动性，极强的互动性和极强的个性化等特点，使其成为了一种新的媒介。报业这一传统媒介，其发行与广告收益都出现了明显的下降趋势。

**关键词：**新媒体；传统媒体；媒体融合；媒体互动；

**DOI:**10.69979/3041-0673.24.6.010

随着高科技的发展，世界范围内的所有国家都进入了一个信息化的数字时代。从媒介角度来看，新兴媒介如互联网、移动传媒等已经进入了媒介的主导地位，并与“四大传媒”并列“第五媒体”。尽管新媒体是高科技的产物，也是历史发展到一定阶段的必然，但是在新的历史条件下，它依然扮演着其他媒介无法取代的角色，成为媒介领域中不可或缺的一部分。

## 1 传统媒体概述

### 1.1 传统媒体的定义

说起传统媒体，大家都不陌生，这是由于其与我们的日常生活密切相关，以往的卡通漫画都是通过报纸，杂志，电视等传统媒体来提供的。人们通过电视和广播了解周围的情况，及时将新闻报道给听众和观众。首先，在信息传播和娱乐方面，传统媒介是第一个提供信息和娱乐的平台。

### 1.2 传统媒体的优劣性

(1) 优势。在传统媒介中，信息由专业人员、记者等专业人员进行挖掘和加工，具有较高的专业性；传统传媒发展已久，已经站稳了脚跟，有了自己的品牌和口碑，因此信誉度很高。在真实性、权威性和专业创意队伍等方面，新媒体所不能取代。(2) 劣势。相对于新媒体，其最大的不利因素是缺少互动性。比如，国内的报刊传媒目前举步维艰，首先，阅读新闻的人数在大幅度下降，许多老人也开始用自己的手机刷朋友圈，刷微博，这主要是因为报纸的使用不便，无论是排版还是打印，都需要耗费大量的人力、财力，成本高，实际效果差，而纸的尺寸限制了所需的信息量。二是新闻报道缺乏动感，缺乏直观的视觉效果，缺乏色彩，对受众毫无吸引力。电视节目形式多样，但转瞬即逝，很容易让人忽略了重要的东西，一旦失去了，就不会再去看第二次。

## 2 新媒体概述

### 2.1 新媒体的定义

近年来，移动互联网、移动终端的迅速发展与应用，不同的人对新媒介的认识也有不同之处。新媒介被界定为“数位交互新媒介”，也就是以高交互为特点的数位媒介。在这一年里，我们的“数字媒介”被称为“以数字媒介为中心的新媒介”，并指出它的特征是数字与互动。除此之外，它也可以被称为“新的技术”。

### 2.2 新媒体的优劣性

一是新媒介的表达方式更为多元。就拿微博来说，图文相融，新闻内容丰富，深受大众喜爱，偶尔还有一些名人从天而降，与网友们进行交流，不少年轻人天天刷着微博，刷着微博，刷着自己的生活，讲着自己的经历。现在抖音和快手都很火，很多有理想有才华的青年都有了一个舞台，可以被更多的人发掘和发掘。二是新媒介的发展使资讯流通渠道增多。在新媒介兴起以前，传统媒介已经渗透到了我们的日常生活之中。在新媒介时代，人人都可以成为新闻、新闻的发布者、生产者。三是社交媒体给大众的交流和交流创造了良好的空间。这也是新媒介区别于其它沟通手段的一大优点。新媒介的交互，极大地提升了大众对新媒介的关注度。既有优点，也有缺点。新媒介的出现和发展在为人类提供便利的同时，也对互联网生态造成了极大的影响，其中包括：在虚拟的社会中，真伪难辨，对“垃圾”信息的监控力度不足，为新媒介的安全风险增添了一定的风险。

## 3 传统媒体与新媒体融合发展的必要性

### 3.1 传统媒体的发展瓶颈

在传统媒介创作中，信息具有权威性和导向性，但

这种优越性在一定程度上制约了它的发展。对于某些重大事件和社会热点问题,有些传统媒介不能及时回应,新闻内容相对比较保守,造成了新闻内容的单调乏味。相对于新兴媒介,传统媒介的信息传递相对缓慢。为了确保消息的权威,对消息的报导都要进行严格的审批和检查,而且编辑和播放过程繁琐,录制的节目也有一定的定时播放,许多地方新闻都不能按时播放,达不到使用者的要求。传统媒介与观众缺少交互,不能在最短的时间内得到民众的回馈和回应,成为了当前制约我国传媒发展的一个重要瓶颈。

### 3.2 新媒体时代的到来促使传统媒体加速变革、加强创新

近几年来,由于媒介的深度整合,使得传统媒介正处于一个“数字转换”的阶段,运用数字科技为媒介的核心经营提供支持,并对其发展策略进行了重新定位,从而在整个媒介的发展中起到了领导作用。通过建立移动化和视频化的新型沟通模式,对数字媒介的运作进行了革新。在“两微一端”这样的新兴媒介平台上,各种资讯不断涌现,牢牢地抓住了观众的眼球。随着数码科技的发展,观众对于媒介平台的要求也发生了变化,并逐步养成了较为稳定的接受资讯的模式。“促进媒介深度整合,构建新的主流舆论模式”是当前社会关注的热点问题。

### 3.3 传统媒体与新媒体优势互补,为融合发展提供更广阔的空间

与传统媒介相比,新媒介可以更快捷、更方便地进行信息互动,并且借助网络等新的平台进行传播,其覆盖面更广、影响力更大、针对性更强、传播更迅速,但是也有一些弊端,比如内容夸张失真,容易引发侵权。但是,在市场、技术和人才上,传统媒体有着雄厚的市场、技术和人才资源,拥有庞大的观众群体,严谨的新闻报导,有很好的公众导向能力和可信度。传统媒介和新媒介要取长补短,取长补短,开拓更大的发展余地。

## 4 传统媒体与新媒体的不同之处

### 4.1 传播信息量

与以往相比,现代人已经摆脱了封闭的生存状态,与外面的世界沟通变得更加容易,所以他们需要更多的知识。由于报纸和杂志等传统媒介由于篇幅的制约,其传递的信息也受到很大的限制。在新媒介环境下,尽管移动媒介的信息量也存在一些限制,但是,由于通信科

技的发展与更新,移动媒介的传播能力也得到了极大的提升。然而,在互联网上,由于其具有海量性和共享性等优点,它不受时空和地域的限制,给观众带来了无法估量的海量的信息来源。可见,传统媒介和新媒介各有所长,观众在一定程度上都在一定程度上依靠它们,因此,牺牲其中一方,牺牲一条手臂,是一条路走不通的路。从媒介发展的角度看,我们应该努力推动两者的交互和整合。

### 4.2 传播覆盖范围

覆盖面,就是指这个媒介的观众和它的人数。在“中星九号”升空之初,在传统媒介中,电视传媒的观众覆盖率已经达到 98%,成为目前仅有的一种,超越了百分之九十三的网路覆盖。但是,报业受到地理位置的制约,存在着一定的区域局限性;期刊因其类型的差异而受到团体的制约;另外,报刊杂志受限于撰稿、排版和发表的时间,所以其及时性和覆盖面都不高。但是,总的来说,虽然一些传统媒介由于地域和群体的限制,其传播范围比较狭窄,但是反过来,这也是它的优点,可以给它提供一个稳定的观众群体。因此,不管是新媒介,还是传统媒介,观众在某种程度上都会对它产生依赖性。

### 4.3 传播时效性

即时性,这是一个必须要考量的要素,如果一条消息还没有被公布出来,就被大众所熟知,那就算是最有价值的消息,明天也会变成一片黄土。就即时而言,报纸要考虑采编、纠错、排版、印刷等环节,而电视节目则要考虑采编、录制、剪辑等环节,而这些环节,传统媒体的绩效都比较低。而以网络为平台的新媒介,其信息传播的最大特点就是即时性,与之相配套的 QQ、微博、微信等网络互动平台,可以让接受了资讯的观众在各自的传播平台上进行转发和分享,传播的速率比传统媒介快了千百倍。因此,新媒介的传播速度,覆盖范围,都要比传统媒介大得多。然而,在新媒介环境下,移动媒介并无新闻权,与拥有资讯资源的传统媒介和互联网媒介相比,该类别的资讯发布稍显落后。

### 4.4 内容权威性

权威在一定程度上反映了消息的可信度。新媒介给观众带来了一个无限的沟通平台,它打破了以往的“点到面”的传播模式,让观众在接受信息的同时,也成为了一名传播者,分享着自己的信息。但是,由于网上的平台良莠不齐,加之网上监督机制还没有健全,很容易导致某些不实的信息破坏了社会的正常秩序。在这种背

景下,新媒介的快速传播和广泛的传播范围也成为了一个缺点,如果不加以有效的管理,很容易加快流言的传播速度,影响人们的情绪,从而导致社会的无序。在这一点上,传统媒介与新媒介有着明显的区别。以电视台、广播电台、报社等为代表的传统媒介大多属于国营机构,对新闻的甄别有着严格的规定和规定,因此,从传统媒介中获得的新闻更加权威和可信。传统媒介在信息的传递方面,虽然不如新媒介那么快,那么具有时效性,但是它为传统媒介提供了足够的时间来研究新闻的真假以及原因,同时也让作者有足够的时间去进行反思,尽管与新媒介相比,这些信息相对来说有些落后,但是它更加全面,更加具体,更加深入,所以它的权威要比新媒介高得多。

## 5 传统媒体和新媒体融合的未来走向

### 5.1 扩充媒体业务内容

新媒介为传统媒介带来了一种“隐形”的机会,抓住并运用这种机会,对于拓宽传统媒介的发展途径,提高其自身的社会价值具有十分重大的现实意义。随着科学技术的发展,人类的社会经历了由以技术为中心的搜寻时期,向以内容为中心的门户时期,随着全媒介的来临,由以各种新媒介为主的新媒介时期的兴起。新媒介正在逐步演变成今天的主要信息传递途径,各种衍生的产物正在飞速地涌现和占据着整个互联网,社会化媒介的出现和发展使得更多的人通过这种方式来进行交流和互动,进行共享和交流。传统的媒介应该认识到这种状况,在使用传统的方法进行信息的传递的同时,也要把对互联网和各种社会化媒介的使用结合在一起,让商品的功能与价值得到充分的发挥,把广告资源、广告信息和观众服务三者有机地结合在一起。

### 5.2 将传统媒体“新媒体”化

“新媒体”的概念是在新的媒介环境下,通过新的媒介手段与媒介形式的有机融合,从而获得更丰富的信息来源与传播方式。就拿报刊传媒来说,在目前的情况下,在传统媒介的广告收益水平持续下降的情况下,报刊传媒可以利用更多的新媒介平台和科技,对媒介所处的地域和产业进行更深层次的挖掘,从而扩大其附加值。例如,可以将当地美食推荐、娱乐活动信息等宣传业务相结合,利用当地的生活服务和报刊宣传平台相结合的方式,使新闻媒介对当地的业务进行更多的渗透。在此基础上,通过开展一系列的落地活动,挖掘新的利润点,实施“垂直化”和“落地活动”相适应的传播方式,使

报刊媒介的媒介功能得到最大程度的利用,达到其媒介价值的目的。

### 5.3 促进新媒体与传统媒体融合的可持续发展

如今的网络,最大的特征就是信息的传输容量太大,这就导致了新闻本身的价值在下降,有些新闻的内容被合并了。因特网可以携带数万条资讯,其中包含了日常所需的与服务性有关的资讯。研究表明,随着智能设备的使用与流行,共享性阅读得到了迅猛的发展,而原有的信息价值却大大下降。而且,纯粹的内容不再是一条新闻的目标,观众们也会对其进行各种修改和升级。在这种情况下,媒介的作用也随之发生了变化,由提供媒介向服务媒介转变。

### 5.4 加强优势互补

尽管新媒介和传统媒介是对立的两个阵营,但在很大程度上,它们之间的竞争仍然会在很长一段时间内共存,共同发展。由于其盈利模式、客户结构和覆盖范围较为完善,并且掌握着较强的内容生产能力,如果传统媒介完成了这一转变,势必会很快改变当前的劣势。将传统媒体的内容制作与新媒体的信息发布的快速、广泛的特点有机地结合起来,对其进行整合,对其进行统一的采集、加工和编辑,将图文、图形、动画、音视频等不同的方式进行整合,使其能够从可读性到可视,由一维到多维的提升和整合,以适应不同的用户对信息的不同感知和不同的需要。利用新媒介独有的交互性,对新媒介的品牌进行推广,提升观众对新媒介的认识程度,达到科技资讯的整合与分享。

总之,随着信息的高速发展和科技的快速发展,不管是新的媒介,或者是传统的媒介,归根结底都属于全媒介的传播领域,也就是整个媒介的运作过程。所谓全媒体,就是指全媒体的传播,全媒体的采编和运作。在这种不断改变的外在条件下,无论是新媒介还是传统媒介,都要面对一系列的新媒介与新媒介的冲击。只有加快改革和升级,与新媒介互相学习、互相推动,在协同合作的基础上取得自己的突破,才能在日益加剧的市场竞争中获得一些竞争优势;把握机遇,把握机遇,迎接新的挑战,迎接新一轮的发展。

## 参考文献

- [1]刘欢.传统媒体与新媒体的融合.2020.
- [2]张秋江.大数据时代传统媒体与新媒体融合的特征、动力与路径.2022.