

关于新媒体时代下的传统媒体面临的挑战与对策

田依宜

(湖南大学新闻传播与影视艺术学院, 湖南省、长沙市、410000)

摘要: 传统媒体在之前的信息传播当中起到了巨大的作用, 然而自身还存在着传播方式简单、传播凭借单调、各种信息传播体系之间没有密切的关系、可供传播的信息种类极少、面临的服务对象简单的问题。现如今, 随着高新技术产业的发展, 新媒体也日益强大, 传统媒体面临的问题也逐渐凸显出来, 主要表现为: 传统媒体的客户大量减少、发行量大幅度下降、缺乏广告商的支持、消费市场不在明朗等问题。但是新媒体的发展也为传统媒体带来了新的发展机遇, 本篇文章分析了传统媒体以及新媒体的特点, 指出传统媒体目前存在的困境, 提出克服困境的对策。

关键词: 新媒体 传统媒体 挑战 对策

中图分类号: G2 **文献标识码:** A

一、前言

在《第 41 次中国互联网发展状况统计报告》中, 截止到 2017 年 12 月底, 中国的通过上网方式获取信息的人口已经多达 9 亿, 手机网民数量已经超过了 5 亿。我们不难发现, 手机的使用已经有超过电脑成为最大上网终端的趋势。随着第三次科技革命的展开, 网络技术也随之而诞生了, 并且日益成熟。网络的出现不仅带给人民群众越来越多的社会需求种类, 人们可以在任何时间、任何地点, 不受地域环境的限制来获取网络信息。新媒体平台也逐渐发展起来, 具有可以使用的方式比较多、运行速度更快、操作方式容易学会的特点。纵观传统媒体的技术, 新媒体主要是以信息处理的方式进行工作的, 主要依靠的方式是电信网络, 并且内涵着发达的科学技术, 跨越多种媒体、不受时间和空间的限制进行信息传递, 这是传统媒体所不能比的, 具有强大的互动性。

现如今, 数字化技术也在不断的更新和发展, 新媒体逐渐成长为可以与传统媒体抗衡, 重要的信息传播方式之一, 它的诞生吸引了社会各个团体的广泛关注。然而新兴媒体的出现给传统媒体的发展带来了一定的威胁, 它的优势不再明显。传统媒体与新媒体相比起来传播方式以及平台太少了, 而且可以进行传递的大部分信息都是相互独立、没有联系的, 而且在产生信息的过程中队伍也非常单一, 因此它的服务形式非常简单, 这是它无法与新媒体进行持续强烈冲击重要原因。在之前, 传统媒体占有很大的市场份额, 而新兴媒体发展之路逐渐吞并了传统媒体原来所拥有的市场份额。因此传统媒体的客户慢慢减少了, 使用量也逐渐下降, 广告收益也日益减少, 市场份额越来越少。新媒体给予传统媒体市场份额上造成的影响越来越大, 只是信息传递的方式越来越多, 从事传统媒体工作的相关人员可以进行互联网政

策的方式来规范行为。新兴媒体的出现给传统媒体带来了许多新的挑战，也带来了发展的机遇。

二、新媒体和传统媒体的特点比较

（一）与传统媒体相比，新媒体的传播能力更强

我们对新媒体发展所带来的效果来看，新媒体与传统媒体相比较来说，新媒体传播能力往往更强。是媒体通过对网络平台和其他传播平台的利用，扩大了新媒体的传播范围和发展领域。互联网平台的角度来看，互联网传播更加广泛，新媒体正是基于互联网这种力量，传播的深度和广度更加明显了。因此传统媒体与市媒体相比呢，新媒体将信息的传播空间进一步扩大，因此新媒体的客户更加广泛，可以被更多人所接受，更能实现媒体想要达到的最终目的。

（二）与传统媒体相比，新媒体在时事传播上存在优势

根据新媒体发展的特征，与传统媒体相比，新媒体更加缩短了时事让人们知晓的时间。新媒体可以实现人与人之间的沟通交流，这是一种新的信息传播方式，这种方式就可以有时滞性带来的危害。但是传统媒体如果想要应用这种传播方式，需要花费大量的时间和精力，因此在时间成本上有所欠缺，特别是有关于网络事件以及社会事件的反映和报道，存在一定的时滞性。新媒体将发生事物的主体与受众主体之间相互联系，并且在加上互联网的效应拓展了受众主体，因此新媒体的互动性更强了，而且在传播过程中具有很强的时效性。

（三）与传统媒体相比，新媒体的受众群中更多

与传统媒体相比，由于新媒体依托网络平台，实现了飞速的发展，因此新媒体的受众群体以网络群体为主，并且从网络群体扩散到其他群体。而新媒体在有效扩大受众群体范围的同时，即受众群体的阶层也发生了一定的转变，因此其受众主体的人数大大增多，受到更多人的欢迎。并且这个新媒体非常容易被使用和接受，比如说，QQ、微信和微博。他们在一定程度上引导了人们进行日常交流的手段，改变了人们之前的交流习惯，同时也给生活在各个阶层的人们带来了便利。新媒体的受众群体通过利用这种便利得到了有效的扩大和拓展。所以我们应该意识到，新媒体与传统媒体在受众群体上存在的很大的区别。

三、传统媒体面临的挑战

（一）客户被分流

在一个人一天的生活中，24小时是固定的，除掉工作的时间和生活必要的时间之外，剩下的时间用来进行新闻信息的接收屈指可数。因此人们所花费在传统媒体上的时间就会减少。再加上新媒体与传统媒体相比存在着巨大的潜在能力，所以从整个世界或者是这个国家的角度来考虑，传统媒体曾经拥有的客户逐渐被新媒体所占有。经过之前的统计调查数据来显示，虽然很少有人对到底有多少客户是数量进行统计分析。但是我们可以抽样调查最互联网产业发展最好的国家来看，从而得出全球新媒体用户的客户数量。

（二）传统媒体的广告市场逐渐被分割

现在体制有很多优势，只要他一出现，不仅严重冲击了传统媒体的客户，而且还占有了传统媒体的广告市场。第一支网络广告在1994年10月14号诞生与美国的著名他制造网络版主页上，这第一支网络广告包含了14个客户的旗帜广告。网络广告是有网站的赞助商刊登的，一般在网站上可以以横幅广告的形式，通过流动的图像吸引客户点击登入厂商的网站，购买商家的产品。与传统媒体的广告相比较，这边体育广告有两个最主要的特点，这个特点逐渐转化成为新媒体广告的优势：第一，新媒体技术中采用了电子商务；第二，新媒体可以直接检测出观众对于广告的态度是怎样的。

（三）传统媒体失去了方面的垄断地位

新闻媒体所面向的观众是非常多的，而是施楼上群众的主要通道，因此在很长一段时间中，传统新闻媒体，比如说报纸，是新闻事实传播方面主要的领导者，占有这绝对的垄断地位。媒体传递什么，观众就看什么。如果媒体一旦不传播消息，那么听众就无法获取信息，大众的传播渠道从源头上就被垄断了。而新兴媒体的出现，使得传统媒体的这一垄断地位逐渐失去。一个新兴媒体，一旦拥有了信息，不需要借助任何专业的新闻机构就可以发布新闻信息。

四、传统媒体如何采取对策面临挑战

（一）改革传统媒体的形态

随着新媒体形式的展开，确实给传统媒体带来了非常多的挑战。然而传统媒体自身的移动终端缺乏发展和并且逐渐陷入困境当中，因此一定会受到新媒体的冲击。这个问题是出现在传统媒体的本身，事实上传统媒体的质量也有所下降，这是应该要考虑进去的一个因素。确定性的根源问题一般都在于自身，因此要想保证原有的竞争力不会减少，就需要不断的进行自我修正，在原有的做法中进行不断的创新。媒体在传统媒体的运行模式上更进一步，因此在新兴媒体的不断冲击下，传统媒体进行改革创新迫在眉睫。传统媒体需要建立传媒集团，对传统节目进行改革和优化，发展新的受众群体。另外还要在利润获取方面拓宽渠道，不能单纯的依赖实体物品的发放量和广告商投资。在线旅游的发展实际上是一个好的例子，它是传统媒体逐渐走向多元化的一个重要标志。并且随着没起逐渐融合，传统媒体的经营方式的种类也越来越多，网络化已经深入到每个家庭中。另外，传统媒体之间的融合和互动，也可以给传统媒体带来发展的空间。让电视、广播和报纸之间进行互动，也是吸引受众群体的一个很好的方式。传统媒介应该在人员管理和，股权结构上的改革进行思考，让传统媒体在人员素质、能力和结构上凸显出优势，

（二）借助新媒体的力量，走融合发展的道路

新媒体发布信息更加迅速，并且可以让社会公众都参与讨论，就有一定的开放性；而传统媒体这些选择时，趋向于内容的选择，因此内容在权威性，以及使社会公众信服具有天然优势，这是新媒体难以达到的。是媒体和传统媒体各自都有特点，因此我们可以将将新媒体和传统媒体的优势进行整合，实现融会贯通。而这种互相整合的发展，包括技术和操作上的

融合，投资方向的融合，以及传播模式的融合等。比如说现在很多报纸，有专门的博客、微博、微信版面，一般在报纸中设置的这几类版面都是起到双向的反馈作用，都是建立在新媒体平台上的，可以通过的群众意见的收集来进行相关的改进，从而可以真正把握大众想要什么。另外也可以通过日常信息的传播的方式方便大众直接获得信息。

市媒体将进一步改革传统媒体的采编方式，而且它的审核流程已经发生了变化，新的媒体使传统媒体的生命更长了。比如人民日报官方微博在人民网和新浪网商正式上线。人民日报官方微博，以“权威声音、核心价值观、简洁表述”为主要的目标，号召社会公众进行参与，记录下每天发生的大事，为自己的重要目标。所包含的内容丰富，页面设计吸引现代人的目光，所包含的内容大部分都是由人民日报发出的观点，或者是发生在国内外的大事，甚至还包含了一些信息门户。他们经常，他们经常在微博上组织访谈或者是调查的活动，使人们心系国家大事，时刻关心国家大事。同时，新闻也常常报道公众最关心的热点问题，从而在一定程度上补偿了传统媒体之前的欠缺。在一定程度上实现了传统媒体与新媒体的共赢，有些媒体的力量去完善传统媒体的功能，将传统媒体和新媒体进行有效的结合。

（三）发挥原有的优势

媒体存在的主要目的就是为公民提供周到的服务。这个目的不仅是新媒体还是传统媒体，都是想要达到的去满足受众的需求，从而占据一定的市场份额和获得投资作为基本保障。

媒体最终想要得到的结果是可以给社会公众提供他们真正想要的服务。而这个目的不仅仅是新媒体还是传统媒体所共同想要达到的，尽量符合大众需求，从而占有一定的市场份额和获得投资作为基本保障。

传统媒体在资源上具有很大的优势，这是新媒体所不能拥有的。传统媒体具有整齐划一的新闻采编队伍和严格的现场操作流程，从而在一定程度上保障新闻在传播过程中时刻保持了真实性，不会掺入更多人的评价，更加具有客观性。因此在新闻报道上更加具有深度和广度，传统媒体可以调动强大的社会公信力和责任感，这个特点是新兴媒体不能达到的。特别是在一些需要传播时政新闻的场合下，传统媒体更加具有严肃感，因此具有独占地位。虽然新媒体的产生，使得传统媒体原先所占有的市场份额减少了，但是大多数新媒体提供的仅仅是最简单的小新闻，是在短时间内就可以公众阅读的新闻快餐。

参考文献

- [1] 贾奋勇.传统媒体接轨微传播要诀-浅论传统媒体的微博表达[J]. 中国记者, 2017,10:36-38.
- [2] 李建秋.论新媒体传播传受主体及其关系的转变[J]. 重庆邮电大学学报, 2017,12:80-86.
- [3] 姜恩来.新媒体导论[M].上海: 上海交通大学出版社, 2006:114.

The challenges and countermeasures of traditional media under the new media era

Yiyi.Tian

(Hunan university, Changsha city, Hunan povince, 410000)

Abstract: Traditional media in the information dissemination of before has played a huge role, but still there is a simple way, with monotonous, there is no close relationship between all kinds of information dissemination system, for the spread of information types rarely, face the service object of simple question. Nowadays, with the development of high-tech industries, new media is increasingly powerful, traditional media are faced with the problem also gradually emerges, main show is: a substantial reduction in traditional media customers, in circulation, the lack of the support of the advertisers, the consumer market is not clear. But the development of new media to traditional media also brings new opportunities for development, this article analyses the characteristics of traditional media and new media, and points out that the plight of traditional media at present, put forward the countermeasures of overcoming adversity.

Keywords: (New media traditional media challenge countermeasures)

作者简介 (可选) :

湖南大学 新闻传播与影视艺术学院 研究生

专业: 新闻传播学 广告传播学