

# 融媒体背景下 主流媒体与自媒体的互动与博弈

杨曦

融媒体技术的诞生为主流媒体与自媒体的融合发展提供了技术上的可能性。面对自媒体的冲击，主流媒体为了更好地生存与发展，就必须积极从自媒体中汲取和借鉴先进的运营理念与经验。融媒体背景下，主流媒体和自媒体可以融合发展，携手共进。二者的互动应该舍去糟粕，取其精华，使融合成为主流。基于此，本文针对融媒体背景下主流媒体与自媒体的互动与博弈进行分析探讨。

## 一、融媒体背景下主流媒体与自媒体的互动

融媒体背景下，主流媒体和自媒体之间的冲

突与融合是一个动态的过程，必须在融合过程中实现可持续发展。主流媒体和自媒体在技术上是相互补充、相互促进的关系。在主流媒体和自媒体的发展过程中，要结合当前社会发展的实际情况，促进主流媒体和自媒体之间的融合与发展。只有这样才能实现自媒体和主流媒体之间的优势互补以及有效融合，为社会提供更加全面、丰富的信息内容。

融媒体背景下主流媒体与自媒体融合发展过程中需要注意的问题包括以下几个方面：首先，应当科学选择媒体融合的内容。为了更好地促进

主流媒体和自媒体之间的融合，需要确保两者之间的内容具有较强的互补性。其次，在自媒体和主流媒体融合发展的过程中，应当科学选择融合内容，并对两者之间的差异性进行分析，只有相互协调、相互配合，才能保证融合发展的全过程不出问题。

## 二、融媒体背景下主流媒体与自媒体在博弈中的挑战

### （一）用户思维面临的挑战

无论是主流媒体还是自媒体，内容都是长远发展的必要条件。然而，在融媒体的背景下，主流媒体和自媒体略有不同。主流媒体长期以来都把内容作为一切工作的出发点和落脚点，强调内容的核心价值。可以说，主流媒体走的是“高端化”道路，关注国内外社会新闻，追求内容高质量、呈现完整、大众传播。自媒体虽然也很注重优质内容的输出，但它更注重用户思维。自媒体作为一个平台，为用户提供了创意空间和传播信息的渠道。每个人都作为网络中的节点，参与信息的生产和传播。在自媒体中，用户需求是内容生产者重视的关键因素。一个产品是否能够积极回应用户关注的问题，是否符合当前的热点话题，是否具有建设性意义，决定了它是否能够满足用户的需求，并通过用户的社交网络作为节点进行传播，引起社会的广泛关注。在这一过程中，自媒体内容往往由用户自行创作，通过立体视角、多元来源，将碎片化的信息拼凑在一起，逐渐还原事实的全貌。这也导致传统主流媒体受到了较大冲击。

### （二）受众定位面临的挑战

主流媒体受众具有以下特点：年龄较大；文化水平高；对内容的专业性要求高。他们保持现有的、稳定的媒介接触习惯，借助电视和报纸了解外界环境的变化。例如，中央电视台的新闻和天气预报是他们生活中不可或缺的信

息来源。还有一部分人是受过高等教育的专业权威人士，他们对专业性要求较高。总体而言，主流媒体主要满足受众获取信息的需求。

自媒体面对的受众主要是年轻人，尤其是被称为“网络原住民”的千禧一代。随着网络技术的演进，年轻人完成了从主流媒体到自媒体，从受众思维到用户思维的转变。年轻人反传统、反权威、表达欲望强烈的特点，与自媒体开放、平等的特点较为契合。他们的阅读习惯碎片化、浅尝辄止，这也符合自媒体内容碎片化、表现形式丰富的特点。他们可以利用碎片化的时间浏览信息并参与互动。在这样的背景下，电视和报纸被智能手机和平板电脑等移动设备所取代，广播被社交广播应用程序所取代。在自媒体平台，用户不仅满足于获取信息的需求，还满足于社交、娱乐、购物和自我表达的需求。

## 三、融媒体背景下主流媒体与自媒体的互动策略

主流媒体与自媒体应该实现优势互补，在内容生产、信息传播等方面实现有机结合，通过共同发展，才能使各自的优势得到充分发挥。主流媒体与自媒体还要积极利用新技术来对自身的缺点进行弥补和改进，只有这样才能使其在融媒体时代下获得更好发展。

### （一）加强主流媒体与自媒体的融合

自媒体的迅速普及让我们可以在任何时间、任何地点获取即时信息。主流媒体因其深厚的传统文化积淀，在民众心目中具有很高的权威性，但由于传统媒体的信息传播时效性相对较低，互动性较弱，使得受众在使用过程中很不适应，需要借助自媒体加以改善。主流媒体与自媒体相互融合，可以走向“共赢之路”。

例如，流量密码的王冰冰。其中，王冰冰的成功非常值得学习。她以出众的能力、甜美的外表和富有感染力的笑容受到年轻人的喜

爱。在意识到她的吸引力后，央视迅速为她定制了一系列节目，努力通过她的个人IP增加媒体影响力。同时，王冰冰在微博和哔哩哔哩都有个人账号。她在微博上发布的内容普遍更加生活化，让粉丝可以站在普通网民的角度看她，这也拉近了她与粉丝的距离。在B站，她以友好的态度和微观的视角进行叙事，迅速成为B站的主题。很多报道“两会”的视频让网友看到了一个不一样的“两会”。以王冰冰为中心，央视官方平台、微博、哔哩哔哩个人账号形成多维矩阵，相互共鸣，拓展立体传播效果。

融媒体时代，主流媒体与自媒体的融合发展，需要主流媒体根据自身的实际情况，对其媒体传播与发展中的营销模式进行积极转变，实现媒体传播与发展中的产品提供和有关销售服务相互结合，为主流媒体与自媒体的融合发展提供良好的支持。此外，主流媒体与自媒体融合发展中，不仅需要对传统的媒体传播作业流程进行优化，同时需要通过对媒体资源的科学优化，来促进主流媒体传播与发展中的局限性问题得到突破，促进自媒体和主流媒体的有效融合与发展。

#### （二）明确主流媒体与自媒体的角色定位

融媒体时代，主流媒体与自媒体融合发展背景下，为确保主流媒体与自媒体融合发展的预期目标实现，就需要对媒体融合发展中的主流媒体与自媒体的角色定位进行明确，以根据不同媒体的具体特征，制定科学、合理的融合发展路径，为主流媒体与自媒体的融合发展提供良好的支持。所谓的融合是将主流媒体与自媒体的优势融合起来，互补对方的劣势，达到1+1>2的效果。

例如，较具代表性的主流媒体新闻节目《央视新闻》，在短视频的风潮中，于2019年

8月进入抖音平台，开设了《主播说联播》节目。凭借抖音平台庞大的用户群，节目获得了很高的曝光率，在报道方式、叙事视角、语言风格等方面都取得了一些突破。“荒唐到极点”“怨妇心态”等既幽默又接地气的网络词汇层出不穷。康辉、李梓萌、海霞、刚强等新闻主持人也改变了自己严肃刻板的形象，用“家庭谈话”的方式与观众交流，把这个1978年开播的老节目从“他者”的处境和刻板说教的印象中解放出来。由此可见，有效发挥主流媒体和自媒体的优势，可以达到1+1大于2的传播效果。

融媒体的产生是因为人类对信息的需要，而这正是传统媒体所无法满足的。融媒体不像传统媒体那样拘泥于形式，但其传播的速度与效果却远胜于传统媒体。现阶段，随着科学技术的快速发展与日益广泛应用，受自媒体发展的冲击和影响，主流媒体在创新发展中应树立起包含文化融合以及现代意识融合、品牌意识融合三方面内容的媒体意识。在新闻信息的筛选和编辑过程中，利用媒体工作人员的专业能力确定新闻信息的发布时间、可以发布的内容，以及如何发布，促进新闻信息传播的有效性，为官方媒体和自媒体的资源共享提供良好互动。

总而言之，融媒体背景下主流媒体与自媒体的互动优势互补，可以形成一种新型的媒体平台，在做好精准定位、上线运作、成效显现等多个方面的工作之后，使新闻传播工作高效开展。这就要全面掌握融媒体的优势，制定完善的主流媒体与自媒体整合方案，在满足新时代融媒体改革的基础上，实现主流媒体与自媒体融合发展目标。

（作者单位：遂昌县融媒体中心）