

融媒体视域下传统媒体与新媒体之间过渡的思考

王曼

贵州广播电视台 贵州 贵阳 550002

[摘要]融媒体视域下传统媒体逐渐过渡到新媒体是时代发展的必然趋势。新时代下传统媒体面临较大的生存压力，如何在融媒体视域下促使传统媒体过渡为新媒体是该领域工作人员非常关注的问题。以下就是本文对融媒体视域下传统媒体向新媒体过渡的必要性、过渡期间面临的障碍以及过渡措施的分析，希望可以充分发挥融媒体时代的优势，促使传统媒体顺利过渡为新媒体，进一步推动我国媒体行业的发展。

[关键词]融媒体；传统媒体；新媒体；过渡措施

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2020.02.577

融媒体时代的到来促使我国媒体行业发生了显著变化。传统媒体为了可以在媒体行业生存下去不得不向新媒体转型。融媒体为传统媒体向新媒体的过渡提供了有利的条件，媒体行业要善于把握融媒体的时代特征，借助合理化的过渡策略促使传统媒体向新媒体的顺利过渡。

1 融媒体、传统媒体以及新媒体的概念分析

1.1 融媒体概念

“融媒体”是充分利用媒介载体，把广播、电视、报纸等既有共同点，又存在互补性的不同媒体，在人力、内容、宣传等方面进行全面整合，实现“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”的新型媒体宣传理念。融媒体具有资源通融、宣传互融、利益互融的特点。其中融媒体的资源通融是指可以合理整合新老媒体的人力物力资源，变各自服务为共同服务。首先将广播与网站合并，将双方原采编人员打通，组建成立了“融媒体采编中心”。中心记者外出采访时，将录音笔和数码相机两种采访设备同时携带，为广播和网络同时供稿，既保证了双方新闻稿源，降低了人力成本，又提升了网站新闻稿件的权威性和原创能力。所谓宣传互融是指建立一种新型和谐互补互信的媒体关系。打造“融媒体”，就是摆正新老媒体关系，分析新老媒体的利弊，以优势互补、扬优去劣，达到1+1>2的效果。比如，广播的迅疾、便捷，电视的直观、立体，互联网的“四个无限”（无限空间、无限时间、无限作者、无限受众）。所谓利益互融就是要以利益作为根本，提高社会效益和经济效益^[1]。

1.2 传统媒体概念

媒体行业出现最早的就是传统媒体，传统媒体包括的内容较多，比如电视、报纸、广播等。传统媒体的出现在很大程度上满足了人们对精神层面生活的追求，丰富了人们获取信息的途径。一直以来，传统媒体在人们心中具有很强的公信力和影响力。传统媒体与其他媒体相比主要具备以下特点。一是传统媒体承担的社会责任更大，传统媒体出现的时间较早，漫长的发展过程中逐渐形成了专门的监管部门和监管机构。监管部门和监管机构的监督使得传统媒体发展更具规范性，因此在媒体领域产生的公信力和影响力也较大；二是传统媒体在发展过程中形成了自己专业的队伍，高素质人才的支持也使得传统媒体承担起了更多的社会责任；三是传

统媒体所传递的信息都是经过了严格的筛选和审核，信息源头上严格把关，可以确保传统媒体所发布内容的真实性 and 有效性。

1.3 新媒体概念

新媒体是伴随网络化信息技术高速发展起来的一种传播媒介，新媒体借助计算机、数字化电视、手机等硬件设施，数字化技术、计算机技术等软件设施，可以将信息实时传递给人们。新媒体的出现明显加快了信息传递的速度，提高了信息传递的时效性。新媒体主要具备以下方面的特点。一是新媒体具有较强的时效性。在新媒体软硬件设施的辅助下可以将发生的事件第一时间上传到各大搜索引擎和通讯设备，人们借助移动终端设备可以第一时间了解事件发生的情况；二是新媒体信息发布机制更具灵活性。传统媒体信息的发布对人员要求较多，需要人员参与进来。新媒体与传统媒体相比，在信息发布机制上更具灵活性，全体的网络用户都可以是信息的发布者和传播者。人们借助新媒体平台可以自由发表各自的言论，也可以将网络信息分享给其他用户；三是新媒体所发布的信息具有很强的交互性和融合性。新媒体所发布的信息类型更加多样，包括文字信息、图片信息、声音信息、视频信息等，这些信息可以汇总在一起，借助直观形象的方式呈现给受众，带给受众不一样的观看体验；四是新媒体具有很强的互动性。新媒体平台上的用户可以在法规条例约束范围内发表自己的言论，将信息传递给其他人。网络用户也可以在不影响他人利益和权力的情况下收藏、转发、点赞、评论，多形式的信息反馈方式可以促使新媒体信息交互在一起^[2]。

2 融媒体视域下传统媒体向新媒体过渡的必要性

一是新媒体的到来缩小了传统电视节目市场份额。融媒体时代下传统媒体向新媒体的过渡非常必要。传统电视节目在新媒体时代下所占的市场份额不断缩小，传统媒体受到了极大挑战。新媒体时代下传统电视节目已经不能满足观众的需求。人们为了获取更多的信息就需要借助新媒体。新媒体时效性、互动性特点可以满足人们更多的需求；二是传统媒体节目在融媒体时代下要不断优化。传统媒体节目在融媒体时代下只有不断优化才能不被媒体行业所淘汰。激烈的市场竞争下传统媒体面临的生存压力越来越大，传统媒体只有不

断挖掘自身的优势才能增强在市场上的核心竞争力。

3 制约传统媒体向新媒体过渡的因素分析

3.1 媒体人员意识

媒体人员自身意识直接影响传统媒体向新媒体的过渡。融入意识和过渡意识较强的媒体工作人员可以为传统媒体向新媒体的过渡提供强有力的人员支持。但是据调查我国传统媒体向新媒体过渡期间，多数的媒体工作人员具备的过渡意识和融入意识不高，部分媒体人员没有意识到传统媒体向新媒体过渡的重要性。在融媒体时代下难以采取有效的措施平衡传统媒体和新媒体之间的关系。

3.2 历史性因素影响

传统媒体在我国已经媒体行业已经存在了很长时间，传统媒体在长期的发展中已经得到了人们的高度认可，尤其是一些中老年人对传统媒体依然有着较强的依赖。时效性强、传播速度快、交互性强等是新媒体的特点，新媒体与传统媒体相比对年轻人的吸引力更强。受众群体的不同和媒体自身特点的不同也制约了传统媒体向新媒体的过渡^[3]。

4 融媒体视域下促使传统媒体向新媒体过渡的措施分析

4.1 增强管理者媒体融合意识

融媒体视域下媒体行业管理者要具备较强的媒体融合意识。意识决定行为，媒体行业管理者具备较强的媒体融合意识可以促使传统媒体向新媒体顺利过渡。融媒体视域下媒体行业管理者要具备较强的融合意识，在较强融合意识的引导下高效落实传统媒体向新媒体的过渡工作。

4.2 制定完善的过渡方案

融媒体视域下促使传统媒体向新媒体过渡需要制定科学合理的过渡方案。传统媒体过渡为新媒体需要媒体工作者注意平衡二者之间的利益关系，确保过渡方案的科学性和合理性。媒体领域工作人员要针对传统媒体和新媒体的特点制定详细的过渡方案，将参与传统媒体向新媒体过渡的部门和人员职责进一步明确下来，在各部门相互协作的基础上促使传统媒体向新媒体顺利过渡。媒体行业管理者在融媒体视域下要及时引入先进的技术，并落实对专业化技术人才的培养，在合适的岗位安排合适的人员，确保岗位和人员的高度对应性。

4.3 增强对新闻信息传播的关注度

融媒体视域下促使传统媒体顺利过渡到新媒体需要媒体工作人员提高对新闻信息传播的关注度。融媒体时代下用户可以及时获取自己所需要的信息，融媒体的出现确保了用户第一时间所接收新闻信息的安全性和真实性。新时代下我国媒体领域要制定完善的规章制度，并从政策方面入手，引导每一位媒体工作者，提高媒体工作者对新闻信息的关注度，严格规范新闻信息的发布环节，获取融媒体时代下最大的效益。

4.4 构建融媒体平台

随着互联网的快速发展，社会已步入全媒体时代，各媒体机构积极探索传统媒体转型之路。媒体行业要积极构建融媒体平台，在技术人员的帮助下构建“两微一端”全媒体发布平台，打造资源汇聚、存储、编辑、检索及应用的一站式服务体系，通过整合媒体渠道资源、内容资源，形成新媒体矩阵，可快速实现“PC站+手机站+微网站+小程序+APP”等多平台个性化发布，通过移动审稿确保内容准确及时发布，从而不断提升新闻创作及传播效率，促进媒体资源的创新深化与一体化运用，推动传统媒体与新兴媒体融合发展向纵深推进。全新的融媒体平台可以满足全媒体内容采集汇聚、内容发布全网覆盖、移动采编、移动审稿、视频直播、全网智能检索等多方面需求。其中在移动采编方面支持简便的移动化办公操作，用户在移动端可随时随地编辑录入图文、音频、视频等素材，可快速上传地理位置，收集现场信息进行线索爆料，爆料的数据在后台展示，由运营人员进行筛选、回复处理，从而大大提高新闻信息的时效性。移动审稿方面支持移动端随时随地一键审稿。将稿件待审的消息推送到移动端（可选择普通流程或特殊干预流程），审核人员可通过点击消息提醒进入审核页面执行审核处理操作，并将处理结果连同审核意见一同提交发布^[4]。

4.5 创新媒体融入理念

创新媒体融合理念是融媒体视域下促使传统媒体向新媒体过渡的措施之一。新事物的产生和发展都离不开创新。媒体行业在科学技术迅速发展的背景下，变革的速度也逐渐加快。此时的媒体行业呈现出多元化发展的特征。融媒体视域下媒体行业要积极创新媒体融入理念，促使传统媒体顺利过渡为新媒体，不断增强媒体企业在市场上的影响力和竞争力。

5 结语

综上所述，传统媒体向新媒体的过渡是时代发展的必然趋势。以上就是本文对融媒体视域下传统媒体向新媒体过渡相关内容的分析，希望可以充分发挥融媒体时代的优势，进一步推动我国媒体行业的发展。

参考文献

[1] 张伟, 周倩南, 贾秀慧. 融媒体视域下传统媒体与新媒体之间过渡的思考[J]. 新闻研究导刊, 2019, 11(5): 147-148.

[2] 秦振宇. 融媒体下传统媒体和新媒体该如何过渡的思考[J]. 新闻传播, 2019(8): 62-63.

[3] 柳旭. 论全媒体时代传统媒体与新媒体的深度融合[J]. 品牌研究, 2018(10): 23-26.

[4] 刘剑. 融媒体下传统媒体和新媒体该如何过渡的思考[J]. 传媒论坛, 2019, 2(22): 118, 120.