

浅析传统媒体与新媒体之融合

于小棠

(东港市融媒体中心 辽宁 东港 118300)

【摘要】新媒体在“反映民意的速度”“受众参与传播的地域范围”“受众间的交流互动性”“受众与媒体间的交流互动性”等方面远远的优于传统媒体。传统媒体要想更好的发展，必须吸纳新媒体的过人之处，新旧媒体的融合就是一个对传统媒体提升的机会。

【关键词】传统媒体；新媒体；融合

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2021.04.1410

一、前言

身处大众传播大发展的时代，人们与各种传播媒介的关系越来越密切，读报、听广播、看电视、刷微博、上网，这都是日常生活中寻常不过的举动。我们在很大程度上依赖媒介，这些媒介在我们生活当中扮演了很多角色：是工具也是玩具，是窗口也是桥梁，是启蒙者也是支配者。随着手机网络，电脑网络在当今舆论中发挥的独特作用，网络对广播电视等传统媒体的冲击是强劲的，显而易见的。“新”“老”媒体如何相互融合，这是一个值得人们讨论的焦点。

二、新媒体之优，传统媒体之劣

在传播学理论中，将信息的传播归结为信源、信道和信宿。之前的社会中，人们只是被动的接受信息，单一的作为信宿，期待信源的“单向传播”，可想而知那种对于信息的渴望远远超过现在。而现代社会，科技飞速发展，网络覆盖无所不有，电子终端低廉化，这一切使得信息的扩散更加及时与迅速。有人称这个时代是“大数据”时代，每天产生的信息都数以亿计，这个时代慢慢地凸显了新媒体的优势。

新媒体在“反映民意的速度”“受众参与传播的地域范围”“受众间的交流互动性”“受众与媒体间的交流互动性”等方面远远的优于传统媒体。同时，新媒体在“受众言论自由发表”的功能上也优于传统媒体。但是传统媒体在为受众提供信息的真实性方面要远远胜于新媒体。新媒体以互联网为例：它是一种基于网络数字技术产生的手段，其传播的便捷性，交流的平等性，言论的开放性，自由的交互性，信息的多源性，扩散的多向性以及内容的广泛性与时空的跨越性等等，都令传统的任何一种新闻媒体望尘莫及，网络天然的拥有作为传播媒介的优势。新闻事件发生的第一时间就可以迅速传播到每个人手中，交互性也得到加强，比如微博，就可以在留言和评论中与他人甚至名人交流。网络也是不少国家领导人的阵地，国家主席在线和网友交流，拜登依靠Facebook聚拢人气，他们不约而同地走向互联网都昭示出对于新媒体的关注，也是对民意与媒体和政府关系之间的看重，新媒体已成为不可替代的民意聚集地，极大地激发了公民的参政热情，并凭借其迅速的传播力成为舆论推手。这样的传播手段让每个人都变成了“自媒体”，身边遇到的大事小情，交通堵车，天气阴晴等等。但是“自媒体”的缺点就是不能保证信息来源的可靠性。有许多人把这个当成了“造谣”的渠道，满足自己不良企图。各种政治、商业、非理性动机的出现都在改变新媒体的生存环境。如何在保证新媒体对公民言论权、知情权尊重的前提下，有效地增强网络信息的真实性、合法性和基本的伦理性，将成为新媒体发展面临的难题。传统媒体中的广播有几点劣势：声音转瞬即逝，听者没有时间思考，不能仔细的推敲和辨别，听者的注意力只能被迫跟随广播，并且按照节目的顺序收听，不能自由选

择。电视的劣势是对于复杂的题材做深度报道往往较困难，电视新闻的一些手段（实时连线）还要受到发射距离和收看设备的影响。报纸的劣势则是采访、写作、编辑、排版、印刷、发行等工作程序多而繁杂，新闻时效性差，突发新闻事件无法快速反应，受读者文化水平的限制，文字的抽象性使得其远没有广播、电视富有感染力。

三、新媒体与传统媒体的融合之道

传统媒体要想更好的发展，必须吸纳新媒体的过人之处，新旧媒体的融合就是一个对传统媒体提升的机会。近几年，不断有西方学者对“媒介融合”做出界定，比较有代表性的观点是美国新闻学会媒介研究中心主任Andrew Nachison将“媒介融合”定义为：“印刷的，音频的，视频的，互动性媒体组织之间的战略的、操作的、文化的联盟。”“媒介融合”可以有很多方面的融合：在经营模式上，网络和电视台以及广播进行合并，变成一个拥有各种传播手段的传媒帝国。这种经营方式在之前是没有的，只有具有真正实力的媒体才可以发展起来，需要能应对激烈的市场竞争，有很强的核心竞争力。经营打理好这样的一个传媒帝国，需要一个很有经验的团队，他们极其的注重沟通、协调、反馈、责任，更要有决心。“执行力”对于他们也是必不可少的。其次，“媒介融合”是在工具层面上，即传播手段技术方面的融合。在电视或者广播进行直播的同时，在网络也同时进行转播，并且可以随时地回放。这样的媒介形态是全新的，具有了新旧媒体的双重特性。较为完美的“媒介融合”的典范是美国佛罗里达坦帕市“媒体综合集团”。该集团将旗下的报纸、电视台和互联网站全部集中在同一个建筑物中，里面有专为媒体作业而设计的新闻采编室。各种媒体的采访人员能在一起互相配合、协调、合作采访新闻，共享新闻。美国论坛公司除了拥有著名的《芝加哥论坛报》外，还拥有多家电视台，电台和新闻网站，该公司打破了各种不同媒介的界限，组建了多媒体新闻编辑部，将不同媒介的内容产品拿到同一个技术平台上制作，最后再派到不同的媒介中去传播。

当广播出现的时候，人们担心报纸的存在，当电视产生的时候，人们又担心广播的淘汰，新媒体的崛起同样也让一部分人担心并怀疑它的冲击。但是，从各个传播工具的特性来看，一种新的媒介产生后，带来的并非是代替。媒体无论新老、大小，都有其存在的不可替代的独特理由和价值，最大化地发挥其传播效果是媒体人应该做的。

参考文献

- [1]仲志远. 网络新闻学 [M]. 北京大学出版社, 2002年12月。
- [2]俞虹. 中国传媒新起点 [M]. 北京大学出版社, 2009年5月。