# 网络谣言

网络谣言的产生原因，传播规律，治理措施；在互联网时代，尤其是社交媒体并行的时代，传统主流媒体（报纸、电视）的比较优势及其转型升级之路

## 百度百科

网络谣言是指通过网络介质（例如微博、国外网站、网络论坛、社交网站、聊天软件等）而传播的谣言没有事实依据带有攻击性，目的性的话语。主要涉及突发事件、公共卫生领域、食品药品安全领域、政治人物 、颠覆传统、离经叛道等内容。

### 产生原因

1. 社会生活的不确定性，为谣言的产生和传播提供了温床；
2. 科学知识的欠缺，为谣言的传播提供了可乘之机；
3. 社会信息管理的滞后，为谣言的传播提供了机会；
4. 地方政府部门公信力，少数党员干部纪律的下降，使公众的不信任感增强；
5. 国外，国内一些媒体及群众观念淡漠，助长了政治谣言的传播；
6. 网络推手、网络水军制造谣言，强化了谣言的扩散，挟持了网民的意见；
7. 商业利益的驱动，是谣言滋生的经济动因。

### 应对措施

**加强主流文化建设**。网络谣言是一种文化现象，其本质是腐朽的、低级的、破坏性的文化，而不是健康的、大众的、良性的文化。有学者认为，谣言与语言同时诞生。从这个意义上看，谣言是社会生活中不可避免的现象。当主流文化比较占据优势的时候，谣言就会自生自灭；当主流文化处于不均衡的状态时，谣言就会泛滥。加强主流文化建设，要倡导政府诚信行政，诚信开展公共服务；要求政府官员说实话，说真话。用正气压倒邪气，用实实在在的言行粉碎一个个的谣言。时间长了，造谣者没有市场，谣言也就没人相信。另一方面，加强公民对网络的鉴别能力，理性看待，冷静分析，在传播途径中进行网络谣言的辨别和抵制。

**提高政府公信力**。及时发布政府及公共事务、突发事件信息，用正确的信息抵制谣言。当前，各地各部门在加强网站建设上动作很大，但是在维护网站上跟进不平衡。尤其是以信息技术为支撑，以网络管理为平台，整合政府职能资源，形成及时发现问题、及时履行职能解决问题、及时回复问题的机制很不够。有的职能部门甚至对焦点问题、热点问题、敏感问题顺其自然，不处理不回复，漠视网民关怀，导致官方无声，谣言横流。因此，在政府大量公共管理事物、公务活动中，制度性的及时发布政务信息，及时回复网民问题，是防控谣言的重要手段。

**完善公民网络行为法律制度。**网络的虚拟性及相关法律创立的滞后性，刺激了一些网络谣言的制造者、传播者的侥幸心理。网络谣言的制造者、传播者穿上马甲，就如入无人之境，肆意制造谎言，混淆视听，误导网民，祸害网络。因此，在网络谣言被发展到网络“核武器”的时代，以保护公民言论自由的前提下，厘清言论自由与造谣中伤的界限、言论自由与侵犯他人隐私的界限、虚拟空间与现实生活法律责任的界限，完善法律对网络谣言民事、行政、刑事等配套的规范，非常必要，非常紧迫。

**加强互联网技术应用管理创新。**网络的虚拟性增加了网络谣言防控的难度，也是防控、治理网络谣言的瓶颈所在。互联网技术领域要加快开发创新力度，建立网络谣言监测形成机制、筛选确认制度、破坏评估制度、整合相关职能机构调查处理制度、处理后反馈制度，形成及时发现网络谣言、及时处置网络谣言、及时辟谣机制，对网络谣言内容本身及时正本清源，对网络谣言的发布者、传播者的处理及时公布于众，接受社会监督。要加强对网站的管理创新，完善网站行业自律制度，提高网站自我教育、自我管理、自我服务的能力，提高网站识别、管理、惩戒网络谣言的能力和水平，在网民中开展诚信发言、抵制谣言等互动活动。

互联网技术的迅猛发展，为人们的信息沟通交流提供了广阔空间。但与此同时，许多无中生有、肆意恶搞的网络谣言亦频频出现，不仅严重污染了网络环境，扰乱了公共秩序，也败坏了社会风气，损害了公共利益和当事人的声誉。对于网民而言，如果不慎成为网络谣言的受众，就会逐渐失去正确的判断力和辨别力，长此以往，就会对这种网络情境产生依赖。 [11]

因此，治理网络谣言绝非一朝一夕之功，而应坚持标本兼治。首先，这有赖于相关法律法规的完善，对网络谣言的性质、责任认定、损害赔偿以及管理的主体、程序、监督等都需要给予明确的界定。其次，要靠广大网民守法自律，文明上网，不信谣，不传谣。对受到网络谣言蒙蔽的人来说，相关部门应善于在第一时间积极回应，披露真相，曝晒“造谣者”的用心，让其臭名远扬。再次，对网站而言，应加强自律、严把关口，强化信息发布管理，不给网络谣言提供传播渠道。同时，网上治谣要想真正取得长效，更要依法管理，追究造谣者责任，鼓励受害者拿起法律武器维护自身合法权益。一言以蔽之，要彻底铲除网络谣言滋生的土壤，不仅有赖于法律的约束力和震慑力，更有赖于社会透明度的增强和广大网民素养的提升。

* 涉及罪名

网络谣言“四宗罪”待法律解释

专家认为打击网络犯罪需“有法可依”，提醒防止相应罪名被滥用

公安部门集中公布的5起典型网络谣言案件，主要涉及4个罪名：寻衅滋事罪、敲诈勒索罪、诽谤罪和非法经营罪。这些罪名在1997年刑法修改时被确定，在现实生活中被经常提及，如今被用在网络中，也引发网络空间是否适用现实空间、网络是否公共场所等相应讨论。

专家认为，在打击网络谣言、诽谤等方面，还存在立法空白，可以考虑出台司法解释弥补这些空白，使网络犯罪的打击有法可依。 [12]

网上造谣是否是“寻衅滋事”

这个罪名的前身是流氓罪，流氓罪是个公认的“口袋罪”。

按照1979年的刑法规定，公然藐视国家法纪和社会公德、聚众斗殴、寻衅滋事、侮辱妇女或破坏公共秩序以及其他情节恶劣的行为，都可以定流氓罪。学界认为，这个罪名的量刑幅度过宽，定罪的随意性很大。

1997年刑法大修，流氓罪被分解为多个罪名，其中一个就是寻衅滋事罪。这个罪名主要针对在公共场所或者公共场合无故挑衅闹事，造成公共秩序严重混乱的行为。

有很多学者认为，寻衅滋事罪，依然是个“口袋罪”，很多行为都可以被“装进去”。

当寻衅滋事罪被用在网络上，一些争议随之而来：网络是不是公共场所，在网上造谣，算不算寻衅滋事。北京市问天律师事务所律师周泽认为，网络只是传播工具，网上发言不构成寻衅滋事。

洪道德也认为，如果将网上造谣的行为定为寻衅滋事罪，还要明确衡量标准，要防范个别地方滥用这一规定，乱抓人。 [12]

网络谣言的法律解释

《刑法修正案（九）》第三十二条规定，在刑法第二百九十一条之一中增加一款作为第二款：“编造虚假的险情、疫情、灾情、警情，在信息网络或者其他媒体上传播，或者明知是上述虚假信息，故意在信息网络或者其他媒体上传播，严重扰乱社会秩序的，处三年以下有期徒刑、拘役或者管制；造成严重后果的，处三年以上七年以下有期徒刑。” [13]

《罪名补充规定（六）》将该款的罪名确定为编造、故意传播虚假信息罪。针对网络传播虚假信息的行为，《刑法修正案（九）》增加专门条款予以规制。今后，网络传谣要负最高刑为七年有期徒刑的刑事责任。

* 各国措施

美国：130项法律、法规规制网络传播内容

西班牙：培训“抵制谣言代理人”，向社区邻里传播真相

澳大利亚：网络服务提供商签署协议，保证不传播谣言

法国：网民和记者成立辟谣网站，提供真实信息

## 朴银姬.新媒体时代网络谣言研究与应对策略探析[J].西部广播电视,2022,43(18):31-33

摘要:新时代背景下，信息技术、网络技术、大数据技术发展迅猛，新媒体应运而生。与传统媒体相比，新媒体具有传播快、传播广、互动便利等特点，深受大众喜爱和认可。新媒体时代，人们的生活越来越丰富、多彩、便利，但是人人都可以成为信息的传播者的特点，也为网络谣言的肆意传播提供了条件。网络谣言对人们的生活有着极大的影响，若对网络谣言不加以制止，可对人们的思想、观念造成冲击，导致各种矛盾发生。所以，在新媒体时代如何应对网络谣言成为当前需要重点考虑的问题。要治理、预防网络谣言就必须对新媒体时代网络谣言的特点、生成原因和传播影响进行分析，并根据原因探寻有效的应对策略。基于此，本文对网络谣言进行深入研究，并提出有效的应对策略。

网络谣言是一种基于虚拟网络环境而产生的谣言形式。凡是没有事实依据的消息都可以称之为谣言。互联网时代背景下，网络谣言作为一种新的谣言形式在快速生成与传播。网络谣言的传播工具即为互联网，互联网的开放性、隐匿性、传播的高效性等特点，使得网络谣言传播特点呈现出裂变式特征。网络谣言与传统谣言相比，二者既有生成的共性，也有在传播方面的特殊性。其共性特征包括隐秘性、炒作性、泄愤性、鼓动性[1]，而网络谣言在传播手段与传播方式方面则有着自己突出的特点。

首先，新媒体环境下，网络谣言的生成与传播成本更低。在新媒体环境下，借助开放、隐秘的互联网，人们可以相对自由地生成、散布、传播各种虚假的、具有误导性的谣言。散播谣言的人基本不需要付出较大的代价，只需在网络平台上发表一些具有误导性的信息，便可借助于网络快速传播的特点使得这些误导信息得到快速和广泛的传播。正是由于网民发布信息的责任成本较低，所以各种网络谣言才会不断增多、快速传播。

其次，新媒体环境下，网络谣言还具有长存性的特点。基于互联网的巨大空间，网络谣言还能长久地存储在网络上，虽然通过相关的网络信息治理活动，有的网络谣言在某一段时间内不会继续传播，但人们只需要搜索相关词语，仍然可以获取海量的谣言信息，这些谣言信息可以产生长久的影响，甚至会引起新一轮的传播和影响。

再次，新媒体环境下，网络谣言还具有难控制的特点。网络谣言生成方便，生成成本低，且传播迅速，传播范围广，一旦生成便易在各种媒体平台上传播，再加上现阶段网民数量众多，网民在网络上一传十十传百，可引起更加广泛的传播，最终可导致网络谣言难以管控[2]。以2020年发生的双黄连网络谣言事件为例，在经过不断转发后，引起了巨大的社会反响，即使在官方及专家辟谣后，仍然有大量群众排队购买双黄连。

### 新媒体时代网络谣言的生成原因

首先，就网络谣言生成的外在条件而言，其主要与用户的使用心理、网民的媒介素养、信息的发布环境有关。近年来，新媒体发展迅猛，由于新媒体发展历程尚短，不少用户对新媒体平台存在错误的使用心理，认为新媒体平台是一个可以随意发表言论的平台，这种错误的认识是导致其发布或转发网络谣言的重要原因。由于用户对言论的自律意识较低，信息发布及转发都比较随意，这就很容易导致网络谣言因用户的使用心理而生成及传播。一些网民的媒介素养较低也是导致网络谣言生成的主要原因。虽然我国互联网、新媒体发展迅猛，但相关法律制度方面还不算完善。对于网民而言，互联网及新媒体都属于新事物，在开放、隐匿且没有较强法律约束的环境下，一些网民的媒介素养比较欠缺，容易造成网络谣言的生成与传播。信息发布环境也是影响网络谣言生成的重要原因。

其次，就网络谣言生成的内在因素而言，其主要与事件的敏感性、消息的重要性、结果的不确定性有关。总结很多网络谣言可以发现，网络谣言往往发生在比较特殊的时期，以2021年发生的关于小学语文课本封面由二孩变成三孩的谣言为例，其就发生在比较特殊的时期——我国开放三孩政策提出后。由于消息的敏感性，大众的情绪比较激动、复杂，所以就很容易导致各种网络谣言产生。正是因为消息的敏感性、事件本身不明朗，此时若发布、转发网络谣言，可以满足大众的好奇心理，使得这类谣言也很容易在短时间内发生大面积传播。消息的重要性是导致网络谣言生成的另一重要内在因素[4]。以全国有7万硕士在送外卖这一谣言为例，由于大众对硕士学习的重视程度和对教育的关注程度较高，所以这一谣言也很容易在各个渠道不断传播、散布，让大众对教育、外卖等行业产生各种思想观念。另外，事件结果的不确定性也容易导致网络谣言的生成。很多重大事件、突发事件发生突然，权威部门往往能及时发布准确信息，信息不透明、结果不确定，容易为造谣者提供造谣的机会和时间，导致各种网络谣言生成和传播。

### 传播影响

在新媒体时代背景下，网络谣言的传播在流程方面更为简单、准入门槛更低。不仅如此，由于当前新媒体平台众多，网民数量剧增，信息的传播还具有转发主体性强、更易失真等特点。另外，目前很多新媒体平台如微博、微信、博客、抖音等都属于半公开平台，很容易造成网络谣言的半封闭传播，在这种传播环境下，对网络谣言的监管也更为困难。而针对网络谣言的传播，我国在控制、监管方面还有待加强，尤其在新媒体背景下，传播结构发生了巨大的变化，传播的交互性、发散性越来越强，这也使得网络谣言的监管更具难度[5]。

新媒体时代，网络谣言的传播所带来的影响是巨大的。首先，网络谣言的传播可引发社会震荡，危害公共安全。这是因为新媒体时代，网络谣言的传播速度快捷、范围广泛，可在短时间内引起广大网民的慌乱情绪，进而造成不良的社会影响。其次，网络谣言不仅会对人们的思想和意识产生干扰，还会影响人们的社会行为。人们对于网络谣言往往十分关注、在意，容易信以为真，甚至失去理智。再次，网络谣言的传播还可以破坏政府的公信力，影响政府的整体形象。

### 治理措施

* **3.1政府层面采取强而有力的管控措施**

新媒体时代，网络谣言问题越来越突出。鉴于网络谣言发展的趋势及其危害性，政府层面必须采取强而有力的管控措施才能有效管控、治理网络谣言。

导致网络谣言生成和大肆传播的主要原因与造谣者需承担的责任和成本较小有很大的关系。新媒体背景下，为了预防和控制谣言的产生和发展，就必须采取相应的法律管控措施。目前，政府层面已经针对新媒体信息发布及转载、互联网使用等制定了严格的法律法规，明确网络谣言制造、传播、散布的法律责任、处罚办法。在此基础上，政府部门还需要做好部分信息及时公开工作，如可以建立网民与政府部门的互动平台，可以构建政府危机公关部门，一旦发生突发事件、重大事件，可以第一时间向公众披露正确、客观的信息，进而避免涌出各种谣言。管控网络谣言对政府部门而言是一项具有挑战性的工作，这就需要政府部门充分利用先进技术突破困难，从而建立长效的网络谣言预防体系。比如，政府部门可以组建专业的技术团队，由技术团队成员全面采集社会大众在大众传媒平台或主流网站发布的信息，如采集大众使用最为广泛的微信、微博等大众传媒平台中的数据信息，建立社会公众网络信息的资源库。基于网络信息资源库对其中可能为网络谣言的信息或影响较大的网络谣言进行分析，并对网络谣言的生成、传播路径等进行分析和总结，对网络谣言的流变特点和趋势进行分析，预测网络谣言的生成与传播(6。技术团队还可以基于信息数据，深入剖析网络谣言的生成原因，对网络谣言生成和传播的关键节点、规律进行明确，从而有针对性地建立网络谣言预防体系。

* **3.2充分发挥主流媒体的导向作用**

要实现对网络谣言的有效管控和治理，还需要充分发挥主流媒体的导向作用。新媒体时代的主流媒体有着较高的粉丝量和公信力，其在发布任何信息、转载任何信息时，都需要意识到自身的社会责任，如发布信息应该客观公正，转载信息应该注意核实。对于网络谣言，作为主流媒体应该及时了解情况，发布相应的信息进行澄清和解释，这对扼制网络谣言传播、降低网络谣言带来的影响都具有重要的意义7。在管控和治理网络谣言中，所有主流媒体都应该以较高的社会责任心积极参与其中，给予相应支持。以《人民日报》为例，其官方微博就经常及时针对网络舆论进行引导，破除谣言，弘扬正能量，充分发挥其"意见领袖"的作用。不仅如此，《人民日报》在面对谣言时，也会及时发布辟谣信息，并鼓励和引导社会大众抵制谣言，充分发挥了《人民日报》作为主流媒体的导向作用，既可以为政府工作的开展提供巨大支撑，也可以在很大程度上给予网民正确的引导和引领。

* **3.3切实提高公民的媒介素养及法律意识**

提高公民的媒介素养及法律意识是从根本上管控网络谣言的重要策略。中国网民数量已突破10亿，在开放、自由的互联网空间中，仅仅靠政府管控、法律制裁是远远不够的，只有公民自身能够保持较高的网络言论自律性、社会责任意识，才可以更好地维护网络环境。如何提高公民的媒介素养及法律意识，是当前需要重点解决的问题。

首先，提高公民的媒介素养。应该将科学思维贯穿于我国的整个教育体系当中，使公民从幼儿时期就开始接触科学，在科学教育中树立理性思维、养成良好的思辨能力。这样即使面对网络谣言，也可以用科学的眼光分辨是非，不受网络谣言的干扰和影响。不仅如此，在我国教育体系中，还需要根据互联网、新媒体发展现状，加强对青少年的网络教育、信息化教育，引导青少年能够正确使用互联网及新媒体平台，即使在开放、隐匿的互联网及新媒体环境中，也需要保持较高的责任感及警惕性(6!。针对中国网民的年龄结构、增长数量，相关部门还需要做好互联网安全的宣传与教育工作，提高现代网民对互联网环境的认知度，促进现代网民能够在互联网及新媒体环境中理性、客观发表言论、转发评论。

其次，提高公民的法律意识。相关部门要在全社会范围内加强法律法规宣传与教育工作。比如，可以定期在社会范围内开展法律咨询活动、法律法规宣传活动，这对促进公民在互联网及新媒体环境中遵守法律具有重要的意义。

* 长期策略：提高网民的谣言免疫力；提升网民素质；建立沟通平台；指定法规，规范网络信息传播行为
* 近期策略：宏观预测（及时监测）；辟谣对策

### 传播规律

(—)**病毒式传播**

传统媒体传播,是一种基于虚拟网络的传播方式,网络两端对于各自的了解很少。这种传播方式下，人们很难相信来自网络另一端的发出的信息,造成信息的传播效果不佳。但是，随着web2.0时代的到来，很多通讯工具都是建立于一种强关系网络之下。在这样信息传播过程中，由于传播双方通常在现实生活中也存在联系，因此，人们对发送的信息通常更易接受，防备心理较少,从而使得谣言传播十分快速2。另外,由于网络传播的信任成本较低,对于网络上好友所传播的信息,人们通常认为是真实可靠的,因此容易引起好友间的共同关注。

(二)**形成舆论可能性大**

在网络中,由于都是处于一种强关系网络里,大多都是现实世界里的熟人，在网络的虚拟空间里,面对大量难辨真假的信息,人们更易相信这些网络里的熟人。也就是说在传播中.如果网友之间所要表达的观点一致，那么这个观点由于被大多数人所认可,就会形成一种"合意”最终形成舆论。而谣言在网络中传播如果得到多数人的转发呼应,也会形成舆论,进而产生影响。

# 传统主流媒体

### 优势：

* 传统媒体在理论与实践层面都经历了较长的历史发展，积累下了经过时间的积淀与检验的独特优势。主要表现在:

1、**传统媒体拥有强大的内容生产力**:据尼尔森评级数据一项名为《在线读者行为报告》的研究称,对数百万博客和社会媒体站点的分析表明，80%的链接都是美国传统媒体公司;站点内容中仅14%为原创，67%的热门新闻站点的新闻来源于传统媒体;站点人员中13%的人是收集管理员，专门收集传统媒体的新闻。

2、**传统媒体拥有专业化的新闻传播理念和运作机制**:为了贯彻落实新闻专业主义的原则和理念，传统媒体在其发展过程之中已经建立了多方面的运作机制，主要包括设立新闻评议制度、创设专业协会、制定行为准则等。传统媒体在新闻传播专业化方面的另一个重要表现就是，传统媒体聚集了一大批职业化的优秀新闻传播工作者，这些传统媒体的新闻业者既接受过关于新闻传播工作的特点和规律的专业训练，又接受过关于职业规范和职业道德的专门教育。

3、**传统媒体具有品牌和知名度的优势**∶传统媒体大都经过了长期的经营和发展，在受众中享有不同程度的知名度和影响力，其所具有的品牌效应是新媒体在短时间内无法超越的优势。特别是面对当前传媒产业的纷繁复杂、产品多样且供大于求的媒体市场格局，传统媒体的品牌在受众中的信任度与吸引力，就宛如传媒市场中一块耀眼的金字招牌。

ppt：

1、传播者是从事信息生产和传播的专业化媒介组织。包括报社、出版社、广播台、电视台以及音像制作公司等等。（组织性)

2、运用先进的传播技术和产业化手段大量生产、复制和传播信息的活动。（克服时间、

空间限制)

3、对象是社会上的一般大众（一般人，非特定)

4、大众传播的信息既具有商品属性,又具有文化属性（包括思想、科学、道德、政治、

法律、宗教)

5、属于单向性很强的传播活动(反馈较难)

6、大众传播是一种制度化的社会传播

* 从当前传媒环境看，新媒体与旧媒体相融合，协同传播，将成为必然趋势。在新媒体时代，传统媒体传播遭受重大挑战。从传播速度到传播接受度，都无法与新媒体相比。但长期经营的传统媒体仍然具有自身优势，在专业人才、传播内容和大众认可度等多个方面，传统媒体都具有新媒体无可比拟的竞争优势。

(一）**传统媒体具有专业人才优势**

新媒体时代，传统媒体依旧保持着不可比拟的优势，尤其是在新闻传播方面，传统媒体具有完整、成熟的信息采集、编辑体系，拥有大量专业化的人才，不管是广播电台，还是其他传统媒体形式，都具有高素质的媒体队伍作为指正。同时，新闻采编、电台播音、后期制作等一系列环节都十分完善，每个步骤连接有效而紧密，信息的采集与发布都具有可靠性、真实性。专业化的人才为传统媒体带来了巨大的竞争优势。相对于自媒体或新媒体而言，传统媒体所形成的人才体系是在数十年运营过程中所形成，不仅人才体系完善，而且具有一定稳定性，能够为传统媒体运行提供良好的人才支持。

(二）**传统媒体具有原创首发优势**

即便是在新媒体高速发展的今天，传统媒体依旧具有新闻的原创优势与首发优势。大量的新媒体平台所发布的信息、消息都是源于传统媒体，当代人们对于重大事件的信息获取源头依旧是传统媒体。传统媒体具有强大的公信力与品牌影响力，对新闻价值具有较强灵敏度，并且在政府与国家的支持下，重大新闻与事件的发布依旧要通过传统媒体平台。因此，新媒体时代背景下，传统媒体的原创首发优势不能丢。另外，传统媒体是国家、政府向群众百姓传达信息和思想的通道，承担着不可推卸的社会责任，在传播客观事件与新闻的同时，会产生强大的社会舆论，并且所带来的影响力也是非常广泛的，可见，正是因为传统媒体所传播的内容具有极强的权威性，因为，在社会大众心目中的位置，始终是不可取代的。

(三)**传统媒体具有品牌优势**

品牌凝聚了大众的认知度，其影响力是在长期发展进程中所形成的。传统媒体的发展并不是一朝一夕的，经过长期的经营与发展已经形成了成熟而完善的运作体系，建立了强大的收听群体，拥有广泛的群众基础，建立了良好的品牌形象。传统媒体不仅在信息传播内容上更具真实性、可靠性，而且具有公信力与舆论影响力，这就是所谓的品牌优势。新媒体种类繁多，信息传播快速而繁杂，在信息化时代很容易被人们忘记，但是传统媒体已经植根于人们的生活之中，因此，面对当前复杂多变的传播形势，以及激烈的竞争环境，各类传统媒体，尤其是广播电台媒体，应该充分发挥自身现有的品牌优势，去吸引更多的受众，拓展更加宽阔的传播市场。

(四)**传统媒体具有良好的内容优势**

在融合媒体环境下，尽管传统媒体的传播形式相对单一，传播时效性不强，但传统媒体凭借深耕媒介领域的发展优势，依旧保持内容优势，成为保持自身竞争力和吸引力的重要因素。从传播内容的深度与广泛度看，新媒体大多为大众提供的是碎片化阅读素材，大多依靠"标题党`来吸引读者，内容缺乏可信度，阅读缺乏持续性。但传统媒体所报道的内容，从素材选择到采访、加工，直至传播，都是经过充分采访、调研形成的。因此，报道内容具有新媒体无法比拟的优势。从传播活动选择的素材内容与领域看，新媒体篇幅不受限制且传播随意性强，因此，传播的内容大多随意性强，且未能突出传播的重点。传统媒体从栏目设置到传播时间，都较为固定，因此，传播内容大多经过认真挑选形成，经过一定运行后，形成了精品栏目，形成了良好的影响力。在传播过程中，传统媒体始终坚持服务大众、社会效益为先的传播理念，除了严格把控传播内容的素材类型，更要从科学、理性视角辨别传播内容，通过发挥传播内容的正向引导价值，提高大众的认可度

### 升级转型之路

在媒体融合新环境下，各类媒体之间应该从"对立"走向"融合”，积极打破界限意识，在突出自身优势的前提下，积极推进新媒体与传统媒体之间的融合发展，通过搭建"传统媒体"+"新媒体"协同发展的融合平台，从而适应大众新的信息阅读习惯，提高媒体传播的效率和大众认可度。

(一）**传统媒体应该开拓全新航线**

新媒体时代，广播电视媒体应该在发挥自身传统媒体优势的同时，积极开拓新航线，直面来自移动互联网电台的冲击，积极进行多样化创新与发展，互联网的出现为广播电台提供了一个全新的发展途径。网上点播与直播，已经为广播电台媒体提供一个全新的传播通道。传统媒体可以与网络电台建立合作关系，传统媒体拥有经验丰富、业务能力强、体系完善、信息内容可靠等得天独厚的优势，凭着这样的优势再配合新媒体先进的营销手段与网络推广，势必能够获得全新的发展先机，为自身占领市场提供支持和发展动力。

传统媒体与互联网的结合，强化了广播电视媒体的信息传播效果，而传统广播媒体与互联网的结合，还需要建立良好的融合方案，方案是广播电台媒体发展的导向，采用现场采集信号源、因特网传输、微信推送等方式，为广播电台听众提供更加优质的节目，这在充分凸显了传统媒体强大采编能力的同时，也促进了新媒体与传统媒体之间的深度融合，为传统媒体在新媒体时代稳步发展奠定了根基。

(二）**新平台拓宽用户市场，丰富媒体节目类型**

在新媒体的冲击下，传统媒体所面临的竞争更加激烈，为了能够更好地展现传统媒体的传播优势，赢得更多市场份额，传统媒体应该从丰富节目类型入手，通过丰富广播节目类型，吸引更多的听众，利用优质的媒体产品，切实提升自身的品牌影响力与价值。

另外，在信息化时代，互联网已经普遍到了各个生产领域，人性化、智能化的产品随处可见，新媒体为人们所带来的是新的信息浏览体验，以及更加丰富的消息内容。传统媒体在凸显自身内容优势的同时，还应该在广播中不断尝试新的元素。近些年，喜马拉雅、蓝天白云等电台广播逐渐走入人们视野，从这些成功的电台媒体中获得经验，其他广播电台媒体应该积极与这些媒体建立合作关系，拓展年轻群体市场，同时推出能够适应新媒体用户的产品，比如书评、有声读物等等，从而打开更加广阔的市场。

(三）**凸显电台品牌优势，增加市场竞争实力**

广播电台作为传统媒体的主要组成部分，其经过多年的发展，拥有一部分稳定的群体，尤其是老年人群体，他们习惯了利用广播收听天气预报、社会新闻等，这种方式对于这些群体来说更加可靠，已经成为一种习惯和情结。因此，建立在这样的基础上，广播电台媒体应该进一步优化产品内容，强化产品质量，在留住老年人群体的同时，去积极开拓青年人市场。在新时代，要进一步树立传统媒体品牌，通过丰富传播素材，树立精品传播的理念，切实增强其影响力。

(四）**积极向新媒体领域延伸，构建全媒体平台**

新媒体逐渐成熟，传统媒体日趋衰落，这是媒体发展的规律和趋势。传统媒体想要在新环境下，提升传播影响力，适应传播环境，就需要推进传统媒体与新媒体深度融合。因此，对于电台、电视台等传统媒介来说，要充分利用新媒体形式，积极研发新媒体传播平台，通过将自身传播内容向新媒体领域积极延伸，从而适应新的传播形势，提高大众的认可度。传统媒体要掌握媒体融合时代的传播规律，将自身传播优势与新媒体优势相融合，通过合理创办、优化应用微信、移动APP等多种路径，扩大传播实效。此外，传统媒体要精准识别传播定位，充分发挥发展定位和传播优势，形成符合时代要求，具有持续影响力的全媒体传播平台。

1. 深耕优质内容
2. 加强技术应用（大数据技术推送新闻、定制化财经信息）
3. 探索多元经营（利用互联网技术，加强与受众的联系，为其提供精准服务：人民日报的“问答”功能）
4. 创新盈方式（与商家、电商合作，付费内容）
5. 加强渠道建设
6. 加强团队建设（综合队伍，专业技能+数字化形式开展工作）

以受众需求为导向