

媒体融合的时空升维发展

——对《关于加快推进媒体融合深度发展的指导意见》的深度解读

胡正荣 李 荃

【摘要】当下,数字化、网络化和智能化进程将在信息技术的赋能下呈现出加速度的演进趋势,媒体系统作为网络社会治理体系中的关键节点,也应当进行与时代相适应的迭代与升级。作为引领媒体融合加速迈向纵深的最新纲领性文件和媒体改革2.0版本的启动文件,笔者认为通过对全新的《指导意见》进行解读、分析,将有助于各级主流媒体找到下一步的改革重点和工作路径,并在“十四五”布局规划中提供观察和思考的角度。

【关键词】媒体融合;深度融合;主流媒体;体制机制改革

【中图分类号】G21

【文献标识码】A

当下,数字化、信息化的触角已经渗透至人们日常生活的各个角落,人类社会开始逐步凸显出中心化与去中心化并存、共同体与族群分化共生,以及层级化、扁平化与网络化交汇等趋势并行的特征。网络时代在为人类带来全新发展机遇的同时,也潜藏着社会共识消解、社会机体撕裂的巨大风险,这无疑给作为舆论工作前沿阵地的主流媒体带来了严峻的时代挑战,因时而动、锐

意求变,以适应全新的传媒生态与舆论环境成为了主流媒体谋求新发展的必由之路。

自2014年至今,媒体融合作为我国数字化、信息化建设的关键内容,业已在全国范围内广泛铺展开来并取得了相当突出的业绩,人、信息和资本的连接汇聚得以初步实现。但与此同时,亟待攻克的壁垒、破除的约束和障碍仍然显而易见地存在着。一个基本的研判是,整个人

类社会的数字化、网络化和智能化进程将在信息技术的赋能下呈现出加速度的演进趋势,媒体系统作为网络社会治理体系中的关键节点,也应当进行与时代相适应的迭代与升级。基于对融合实践现状的准确把握,中央全面深化改革委员会于2020年6月30日通过了《关于加快推进媒体深度融合发展的指导意见》,该文件将成为《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意

见》之后的又一个纲领性文件,也是引领媒体融合加速迈向纵深的最新文件。对于处在融合变革攻坚冲刺关键时刻的各级主流媒体来说,通过对全新的《指导意见》进行解读、分析,不仅有助于其找到下一步的改革重点和工作路径,同时也能够为自身在“十四五”布局规划中提供观察和思考的角度。

一、从“推动媒体融合发展”到“加快推进深度融合”:一脉相承与迭代创新的有机统一

中央全面深化改革小组于2014年8月18日通过了《关于传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》后,媒体融合从早期的行业自主探索上升为国家意志,通过媒体融合、建设全媒体来有效保障新时代的新闻舆论工作成为了整个“十三五”时期所有主流媒体发展的核心任务之一,同时也是该时期内主流媒体最为显著的变革发展成就。^①如果说此前以媒体融合为核心的改革是1.0版本的话,那即将到来的“十四五”规划期间我国的主流媒体改革就应该是优化升级的2.0版本,新的《指导意见》从这个意义上也可以被视作媒体改革2.0版本的启动文件。

作为迄今最具权威性、纲领性的媒体融合相关文件,两个《指导意见》都是习近平总书记和党中央针对媒体融合进行的顶层战略部署,共同形成了中国特色社会主义推进媒体融合,建设全媒体的基本原则、

方向、任务和架构。通过对两个《指导意见》的解读可以发现,从“推动媒体融合发展”到“加快推进媒体深度融合”,新的《指导意见》是在我国的媒体融合实践取得了局部性、阶段性成果积累的背景下,旨在通过理念传承与迭代创新的有机统一,从宏观、整体上催生媒体融合实践的全面质变。

一方面,新的《指导意见》与前一个《指导意见》在核心理念、根本任务和终极目标上体现了一以贯之的连续性,二者都指出要积极推动和加快媒体融合,打造一批新型主流媒体,建构新的主流舆论格局,建立全媒体传播体系。在我国,主流媒体在承担着媒体系统的基本社会职能以外,更是意识形态工作的前沿阵地,肩负传播党和政府声音、满足人民群众信息需求的历史使命,是党和政府进行舆论引导、思想引领、文化传承和服务人民的重要渠道。从这个意义上看,建设新型主流媒体理应被视作媒体融合的核心理念、根本任务和终极目标,在任何时候都应当是媒体融合的着力点和落脚点。新的《指导意见》在前一个《指导意见》的基础上再次强调新型主流媒体建设,无疑落实贯彻了总书记有关媒体融合变革实践相关论述的基本思想,深刻揭示了中国语境下传媒行业发展的趋势和规律,充分体现了宏观战略思想、顶层设计理念的连续和传承。

另一方面,新的《指导意见》在具体任务、目标、工作部署等方面,

则有着明显的迭代、递进、深化和发展,对主流媒体不同背景、阶段下融合实践所面临的重点、难点进行了突出与强调,并提出了与之相匹配的全新目标与要求。首先,从两个《指导意见》的文件标题上,就可以看出前后两个文件的重点、要求有着很大不同,也反映了媒体融合这些年来的进展状况。第一个《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》,重点在推动,意味着我国媒体融合进入起步阶段,需要大力推动。由此开始,我国主流传统媒体正式开启了媒体融合实践。第二个《关于加快推进媒体深度融合发展的指导意见》,重点在于加快推进,说明我国媒体融合进入深化阶段,简言之就是“加快”“深度”。这也意味着经过近年来的媒体融合建设,主流媒体的传播力、公信力、影响力和舆论引导能力得到了极大提升,不过融合的步伐仍然需要加快,融合的深度仍然需要加强。两个《指导意见》表征着媒体融合的两个阶段,纵深的进程和升级的任务,它们之间的异同显而易见。其次,在具体任务和要求上,两个《指导意见》也有着明显的递进关系。第一个《指导意见》指出“推动媒体融合发展,要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律,强化互联网思维”等,要求“将技术建设和内容建设摆在同等重要的位置”,“推动媒体融合发展,要按照积极推进、科学发展、规范管理、确保导向的要求,推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、

管理等方面深度融合”等。这些都是对刚刚起步的媒体融合提出的全面而系统的要求,给出了完整的部署,从思维到操作、从内容到技术、从导向到一体化融合等。第二个《指导意见》则明确要求“推动媒体融合向纵深发展,要深化体制机制改革,加大全媒体人才培养力度”,这个则是对当前和未来一个时期媒体融合进程中突出重点、难点的关注与前置性、基础性要求的强调,旨在重点发力,清障开路。

二、“加快”和“纵深”:解读新《指导意见》的两个关键词

在融合实践即将迈入纵深发展阶段的关键节点,《关于加快推进媒体深度融合发展的指导意见》的出台可谓恰逢其时,既对“十三五”期间主流媒体融合进程中出现的突出问题进行了反思与总结,也为下一个五年的布局规划提供了可借鉴的经验。通过对新《指导意见》的解读可以发现,媒体融合的下一步必须要紧扣“加快推进媒体融合向纵深发展”的总要求,这里有两个关键词,一是“加快”,二是“纵深”。

(一)“加快”的相关解读

在智能网络时代,随着5G、物联网、人工智能等信息技术成果应用的日渐普及,媒体融合窗口期愈发迫近,没有建成全媒体的机构媒体将很难再有机会重启融合按钮。时不我待,对于各级主流媒体机构来说,“加快”应当从以下三个方面去开展和落实。

首先,要以先进技术引领驱动融合发展,将最先进的信息技术加速应用到融合实践当中,加快搭建以先进技术作为支撑的、自主可控的全媒体平台。媒体融合作为一场声势浩大的行业转型和社会变革,技术一直都是其固有的基因。在5G、物联网、区块链、人工智能等信息技术的赋能下,全新的产品形态不断出现,用户能够参与到信息传播过程中并进行互动,其在场体验得到前所未有的提升,新闻传播的全方位覆盖、全天候延伸和多领域拓展得以实现。基于此,习近平总书记在新的《指导意见》中明确提出要“加强新技术在新闻传播领域的前瞻性研究和应用,推动关键核心技术的自主创新。”更重要的是,在互联网及先进信息技术的支撑下,各级主流媒体可以加快打造自有平台。以时下和未来的标准来看,经由媒体融合建设的新型主流媒体就应该是智慧全媒体,而这个智慧全媒体就应该是技术上基于互联网及新一代信息技术,内容上汇集新闻、政务、服务、商务于一体,运行管理上既有公益服务又有经营造血机能的自主可控的平台。实际上,从国外的迪斯尼、华纳等媒体集团,再到国内以中央广播电视总台、湖南广电为代表的主流媒体,凡是致力于打造自主可控平台的机构媒体,都基本能够在媒体融合变革实践中快人一步,并取得较为显著的成效。

其次,要顺应移动化发展趋势,以人民为中心、用户为导向,加快将

主要资源汇聚、配置到互联网主战场。按照目前互联网信息革命的发展态势,移动媒体已然进入高速发展的全新阶段,移动互联网逐渐成为人们进行信息获取的主要渠道。在此背景下,采取移动优先战略来占据网络舆论场,让用户能够转移到主流媒体的全媒体平台上,进而重回舆论引导、思想引领的传播制高点成为媒体融合发展的迫切需求。因此,《指导意见》明确要求各级主流媒体应当以互联网思维为引领,加快自有资源的优化与整合,将优质的内容、先进的技术、专业的人才和充足的资金逐步倾斜、汇聚到移动互联网这个主阵地。再进一步来说,主流媒体未来要将自主可控的全媒体平台开放给用户,真正实现共建共享。互联网的最大吸引力就是平台开放,用户可以参与并表达,封闭办媒体是不可能办出喜闻乐见的媒体的。传统媒体逻辑下那种自产自销、自娱自乐、自生自灭式的生产与传播导向,需要颠覆为用户导向、数据支撑、数字生产、网络传播、智能匹配消费的生产方式与传播模式。

最后,要突破既有的想象空间,加快构建和布局全方位、新形态的业态体系,从而实现可持续发展。在百年未有大变局的今天,产业结构、经济形态、社会形态、治理能力与治理体系都将会实现转型升级,资源与机会、产业与市场、用户与效益等也都会相应地发生剧烈变化,由此带来的很多机会都会爆发,例如新

的消费方式、新的娱乐方式、新的教育方式、新的生活方式,乃至新的工作方式、新的沟通方式等,这些新的爆发点都孕育着众多的机遇与巨大的市场,以及可观的效益。目前,互联网公司和商业媒体平台已经开始提早布局,如字节跳动、阿里开始谋划在新教育领域发力,腾讯微信开始投资建设视频号等。对于各级主流媒体来说,尤为重要的是把包括经济、社会、文化、宣传、媒体、广电等各方面的中央精神和政策进行细致地剖析和理解,并结合当地或者行业情况,谋划跨界业态布局,虚拟与现实结合,线上融合线下(OMO),配置强力资源,适当超前谋划未来的机会,并为下一步发展设计开发更垂直化、更专业化、更下沉化的内容、产品、服务和跨界项目,布局长线的、可以打造成全媒体产业链的产品与服务。

(二)“纵深”的相关解读

在媒体融合推进的过程中,多数主流媒体的融合探索仍是在工业时代形成的以条块分割、封闭保守为特征的传统媒体思维下进行的,考虑到媒体融合实质上是一种断裂式的技术迭代更新与行业逻辑变革,仅是将改革重心放在内容建设和技术创新上是远远不够的。随着融合变革进入关键阶段,主流媒体想要将真正落实媒体融合,就需要将融合实践工作向“纵深”延展,即落实深化体制机制改革和深度加快全媒体人才培养这两个关键抓手,也只有这样才能够贯彻最新中央文

件的精神,并切实收获推进媒体融合、建设全媒体带来的效用与效益。

首先是要深化体制机制改革,这是制约媒体融合和全媒体建设的关键所在。从媒体融合的现实结果看,体制机制改革的到位与否,与媒体融合和全媒体建设成效呈现出明显的正相关性。在数字信息时代,无论是顶层决策机制、内部组织架构与流程还是资源配置的手段与方式等方面,遵循传统媒体思维的机构媒体都暴露出难以适应和匹配网络时代需求的状态和困态。尽管主流媒体在体制机制改革层面也进行了很多创新,但是离彻底解放传统主流媒体生产力的要求还是相差甚远,既有的融合尝试本质上仍然是割裂、孤立的,仍然未能探索出与网络时代新型主流媒体相匹配的体制机制,尤其是符合全媒体发展的体制框架与机制体系。时至今日,“萧规曹随”的现象在各级主流媒体当中屡见不鲜,部门、机构的设置并未进行实质性的变革,仍旧是多层级而非扁平化,各层级之间无法实现信息的实时畅通。此外,过去的体制机制在考核评价方面存在着严重制度惯性,缺乏与全媒体建设相匹配的效果评价体系和考核机制。这种层级设置固化、机构关系分散、信息流通闭塞、评价标准不一的体制机制自然难以催生更多的化学反应,更遑论实现总书记所要求的“实现信息内容、技术应用、平台终端、管理手段共融互通”。因此,对于各级主流媒体来说,急需通过对顶层设计、组织重构、流程优化、平台聚合和资源共享等层

面进行体制机制的深度调整与改革,以适应下一个五年媒体融合窗口期收紧的严峻挑战。

其次是深度加快全媒体人才培养,这是媒体融合和全媒体建设的根本。作为外部性、硬件性的保障,体制机制变革旨在为全媒体打造一个能使生产关系、生产力得到最大限度优化和解放的外部环境,其最终目的是激发人的创造活力和能动性。换言之,在社会生产关系的一切构成中,人才是最为核心的要素,“功以才成,业由才广”即是此意。全媒体时代,人才的标准也发生了变化,具有互联网思维,具备全媒体创意、生产、传播、运营、管理等相关能力,能够胜任全媒体流程与平台建设、全媒体业态与生态发展要求的专门人才成为主流媒体最需要的人才。近年来,主流媒体经由自身的融合实践培养和积累了一批适应时代发展的全媒体人才,新兴媒体、高等学校也为各级媒体供给了大量全媒体人才,然而这仍远远无法与社会发展、融合变革的实际需求相匹,供给的匮乏也在一定程度上制约了融合进程的推进。短期来看,主流媒体可以通过在职培训、项目制运营以及寻求与高校、企业等第三方机构合作来进行全媒体人才培养。相比于在职培训等见效快、易落地的培养模式,依托高等院校进行全媒体人才培养的模式在成效上则更加深远持久。对于各级主流媒体来说,目前的当务之急是建构一套完整的全媒体人才评价指标体系,并依据全

媒体人才的不同类型确定行之有效的培养模式与路径,以弥补全媒体人才的“结构性”短缺,从而在根本上真正落实深化体制机制改革的基础性要求。

三、深化体制机制改革,催生融合质变

经过多年的融合实践探索,各级主流媒体在内容供给优化、技术支撑建设方面都颇具成效。相比之下,适应全媒体时代发展需求的体制机制构建却未能同步跟进,甚至成为媒体融合进程发展的巨大障碍。实际上,自上世纪70年代初期的广告经营尝试开始,我国主流媒体就一直在进行体制机制改革的积极探索。到了90年代中后期,一些主流媒体开始“事业单位企业化管理”、集团化管理,市场化、资本化运营开始出现在部分媒体业务和链条中。伴随着新世纪的到来,出版社转制、报纸广电成立全资传媒集团、影视行业产业化和市场化以及成立网络部等举措,都给主流媒体的体制机制注入了新的活力,更成为我国经济社会发展的重要推动力和关键驱动力。2014年通过的前一个《指导意见》中,也着重强调了要加快体制机制创新。然而,由于技术迭代引发的传媒生态颠覆性变化、早期融合探索缺乏可供参考的经验以及对媒体融合自身认知上的偏差,技术、硬件等方面成为了前一个阶段各级主流媒体关注的焦点,反倒在很大程度上忽略了体制机制的

创新,这也成为了各级主流媒体在“十四五”期间亟待发力的领域和补齐的短板。

基于这种紧迫性,全新的《指导意见》特别强调“推动媒体融合向纵深发展,要深化体制机制改革”。对于旨在推进媒体融合迈向纵深的各级主流媒体来说,顺应全媒体时代的传播规律和发展趋势,加快构建起一个能够适应全媒体传播格局的新型主流媒体生产关系,锐意革新、破除工业时代留存下来的体制机制障碍,激发潜在的发展活力,不仅是媒体深度融合发展下一步的重点,更是催生融合质变所要克服、突破的关键瓶颈。可喜的是,以中央广播电视总台为代表的部分主流媒体已经通过结构重组、体系再造、流程优化和平台打通开启了新一轮有关体制机制改革的探索,这些改革方案的落地在为各级主流媒体提供示范性样本的同时,也彰显了习近平总书记和党中央深化体制机制改革的高度重视和坚定决心。在笔者看来,主流媒体下一步的体制机制改革工作应当从体制框架、机制体系两个层面推进。

(一)体制框架层面

体制框架层面,可以深化改革的点主要包括媒体机构的属性、媒体结构体系和媒体监管体系等。

首先,要解决的是经由媒体融合打造的新型主流媒体的属性应当如何界定。对于主流媒体来说,事业一类还是事业二类,不同的属性有着非常明确且不同的监管要求与政

策边界,也给媒体机构提出了不同的使命、功能、职责与发展模式的规定。结合既有的融合实践和社会发展趋势会发现,互联网应用下沉是大势所趋,服务功能将是新型主流媒体供给的重要组成部分,只有如此主流媒体才能实现对地方区域经济、社会等各方面资源的有效聚合,打造一个兼顾政务、服务、商务的便民平台,以及用户数据资源沉淀的平台,真正实现信息传输的上下通达、社会需求有效对接。因此,经由媒体融合打造的全媒体也必须在提供纯粹公益事业服务的基础上,进行必要的市场运营来获取经济效益以实现自我造血。正如新的《指导意见》中强调的,“要发挥市场机制作用,增强主流媒体的市场竞争意识和能力,探索建立‘新闻+政务服务商务’的运营模式,创新媒体投融资政策,增强自我造血机能。”具体来说,各级主流媒体一方面要加快经营性业务的转企改制,在资本市场充分利用控股、参股和并购等商业手段,从产业链上下游协同整合商业媒体,布局自身内容的多平台分发及传播,最终实现自身产业机构的迭代转型。另一方面,各级主流媒体要对所属区域内的社会、民生、产业等资源进行积极整合,探索构建“内容+服务”的全链条、全方位的全媒体新业态,通过跨界经营来突破单一、低效益的广告盈利模式。以浙江青田传媒集团为例,该集团立足本土特色,充分挖掘整合自有侨乡资源,依托自有平台上线了青田农

贸、商贸服务以及智慧旅游等特色服务,在经营渠道拓展、商业回报获取方面富有成效。

其次,主流媒体的结构体系,特别是新型主流媒体的结构体系需要适时进行结构性革新与升级。在我国,主流媒体的结构体系基本上有两个较为突出的特征,一是层级化或称地域化分布,即中央媒体、省级媒体、市县级媒体,报纸主要为三级分布,广电则为四级分布,每个层级之间没有直接的隶属关系;二是部门化或称行业化分布,即许多部委、许多行业都拥有自己的行业媒体机构。前者我们通常将其简称为横向结构,后者则与之相应被简称为纵向结构。实际上,在现实中二者的界限较为模糊,相互交叉、混合的情况十分普遍,因此改革面临的阻碍很多,实施难度很大。考虑到媒体融合很难只做一个区域或者一个行业的融合,网络时代的信息传播不是按照层级或地域、部门或行业的划分截然割裂的,而是融汇畅通的。因此,各级主流媒体应该突破过去按照层级、部门或行业进行划分的陈旧、割裂的结构体系,将媒体的跨区域横向融合、跨行业横向融合,或者从央媒到基层自上而下的垂直融合,同行业、同领域的垂直融合作为融合实践下一阶段的大方向,真正搭建有影响力的新型全媒体综合平台和全媒体垂直平台。在这个搭建起的全媒体平台上,不同属性、行业和层级的主流媒体能够

和谐对话、协同共生,从而形成互惠互利、优势互补的良性关系,助力信息传播在更大范围内的价值释放。如河南项城融媒体中心就将所属县域内包括电台、电视台等各类媒体平台、网站和公众号整合在一起,经由资源共享和业务重组搭建了全媒体综合平台,进而打通了线上、线下两个舆论场,极大地实现了自身的传播力、影响力、公信力和舆论引导力的提升。

最后,新型主流媒体的评估、监管体系也需要全新的制度设计与安排。对于各级主流媒体来说,一个与时代相契合的评估、监督和管理体系不单是其内容供给、平台管理的重要反馈,更是一种倒逼主流媒体不断推动生产流程再造、平台架构重塑和体制机制革新的切入口。^②实际上,目前的媒体融合工作尚未形成一个统一的评估、监督和管理体系,该体系的缺位无疑会使得下一步深度融合工作的高效性、安全性无法保证。对于各级主流媒体来说,媒体融合工作的推进实现了传统媒体与新兴媒体、网络平台的互联互通,数据规模开始呈指数级增长。在此背景下,经由媒体融合打造的新型主流媒体所处的舆论环境也随之愈发复杂,传统媒体时代的评估、监管体系自然难以与全媒体大数据监测的标准相匹配,想要维系一个安全稳定、合法有序、积极健康网络空间更是无从谈起。因此,面对全新的综合、垂直全媒体平台,一个能够顺应全媒体时代发展趋势的评估、监

督和管理的一体化体系急需应运而生。全媒体时代,在这个评估、监管一体化体系的帮助下,各级主流媒体可以不断优化其内容供给和平台运作逻辑,同时不断为深度融合工作提出网络安全解决方案,确保党和政府的声音能够更加清晰、有力地传达。

(二)机制体系层面

机制体系层面,需要深化改革的点主要是主流媒体机构的内部组织设置、业务流程和管理体系等。

首先,内部组织设置应当由传统的中心制、频道制,逐步转向项目部制或产品事业部制。作为工业时代的产物,主流媒体的运作长期以来都是遵循条块分割逻辑下进行的,其内部组织设置亦是如此,按照媒体种类和新闻类型划分“条块”已成为常态。互联网对人类社会的深度渗透引发了各行各业巨大变革,也带来了传媒业既有业务不可避免的坍塌。面对传统业务的下滑趋势,BBC居安思危,成为在全世界范围内最早进行项目制改革尝试的一批媒体机构。自2007年起,为了提高、优化资源利用效率,BBC开始尝试在集团范围内将原本互相割裂、独立的业务、技术及管理部门整合到一起,推行以项目部为核心的全新组织制度。实际上,相对于工业时代的频道、中心制,项目制或项目事业部制这种灵活的小组织结构能够更好地对接市场和用户的需求,并将机构内部分散的人财物等信息生产资

源重新汇聚到一起。更重要的是,项目部制打破了传统媒体固有的科层建制,能够协助各级主流媒体根据“全媒体”传播的需要实现各部门单元的横向整合和纵向打通,从而统一指挥和协调,最大限度地提升资源利用效率,较好地解决了传统科层制下决策流程拖沓、合作意识薄弱和执行效率低下的惯性难题。目前,随着总台组建全新的新闻中心并开始推行项目部制,国内的各级主流媒体也开始纷纷效仿,工作室、阿米巴、项目制成为普遍采取的组织变革举措。^③

其次,要着力推进业务流程的打通。流程再造作为一种管理变革浪潮,兴起于上世纪90年代初期,其核心诉求在于对组织机构的作业流程进行再思考与再规划,以期在成本控制、产品质量、生产效率等关键绩效上实现显著改善。在此理念下,作为央级媒体的人民日报率先发力,开创性地探索出通过建设全媒体新闻平台来打通、再造业务流程的模式,这里的全媒体新闻平台即“中央厨房”。经过多年的融合实践,各级主流媒体的新闻业务借助类似“中央厨房”的强大信息处理系统,也基本告别了传统媒体时代一次创意、一次采集、一次生产、一次传播这种线性、单向的业务流程,并通过“策、采、编、评、发”等环节的整合打通将其再造为一次采集、多次发布、多层次生产、全平台传播的全媒体业务流程。值得注意的是,除新闻类产品之外,非新闻类产品、服务

在“中央厨房”类系统里并未也很难实现真正打通。然而随着复杂网络社会的到来,主流媒体已经不能再被单一视作新闻单位,经由媒体融合建设而成的全媒体应当是能够实现全社会广泛接入的“平台”,并与网络安全、社会治理和公共服务等职能产生勾连。^④因此,对于各级主流媒体来说,未来的全媒体应当在此基础上更进一步,打通非新闻类产品、服务的流程,实现上游与下游、网上与网下、内容与运营的融合。

最后,要打造一个适应全媒体时代的内部管理体系。对于各级主流媒体来说,一个能够适应全媒体管理逻辑和发展要求的内部管理体系不仅是业务流程实现提质增效的前提,也是经营资源能够科学分配的关键。基于此,很多有条件的主流媒体已经开始着手搭建数据中台,这是因为数据中台能够极大缩短后台资源与市场需要的距离,并借助数据决策高效快速地反应于市场。面对即将到来的全媒体时代,湖南广电以集团整体数字化来主导组织变革,将旧有的架构迭代为“一云多屏、多元一体”的扁平组织形态,并通过建立强大的数据中台来为内部管理体系提供支撑赋能系统。下一步,各级主流媒体应该借助数据中台的赋能支撑,构建一个以扁平化为基础,以用户需求为核心驱动,以包括政务、商务等多种服务为面向,人财物资源合理配置的内部管理体系。

结语

《关于加快推进媒体深度融合发展的指导意见》的发布,标志着主流媒体期待已久的新一轮媒体融合向纵深发展将正式启动。待后续相关配套文件出台后,相信会有深入而广泛的媒体融合举措落地和实践创新。

对于广大媒体人来说,面对“十四五”这个即将到来的媒体融合纵深发展的关键窗口期,我们要做的就是顺应行业演进趋势、把握时代发展规律,在《关于加快推进媒体深度融合发展的指导意见》的指引下驰而不息、清障开路,推动、催生融合质变。

[本文系教育部人文社科重点研究基地重大项目“中国传媒体制机制创新研究”(项目批准号18JJD860002)阶段性研究成果]

(胡正荣:中国教育电视台总编辑、教授、博士生导师;李荃:中国传媒大学传播研究院博士研究生)

注释:

①胡正荣:《走向智慧全媒体生态:媒体融合的历史沿革和未来展望》,《新闻与写作》,2019年第5期。

②胡正荣:《智慧全媒体时代主流媒体传播效果的提升路径与评估体系》,《新闻与写作》,2019年第11期。

③郭全中:《中国传统媒体深度融合转型的新进展及其思考》,《新闻与写作》,2020年第11期。

④张磊:《县级融媒体中心建设的邳州经验》,《新闻与写作》,2019年第7期。

(责任编辑:李蕾)