

抗疫中全媒体效用与抗疫后媒体生态关系重构

文/胡正荣 李荃



疫情终将过去，对于即将进入智慧全媒体时代的主流媒体来说，如何在这个时代重新构建媒体与社会生态之间的关系，将特殊时期的实践沉淀并转化成常态性存在，实现生产力的迭代升级、生产关系的重构更新以及生态系统的可持续转型，无疑是涉及社会治理体系现代化核心命题的关键所在。

以技术变革、规制放松、资本集中为特征的媒体融合自20世纪90年代起开始与时代浪潮产生历史性耦合，并在技术、资本的双重裹挟下铺展开来。伴随着国家信息化建设，我国的媒体融合实践也在这一时期开始了分散、低效的自主探索。自2014年起，媒体融合正式上升为国家战略，并被放置于治理体系转型和治理能力建设的宏大框架中，融合实践开始得以全面推进。从中央全面深化改革领导小组第四次会议通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，再到中共中央政治局第十二次集体学习，媒体融合逐步超越行业范畴，开始与中国社会的数字化、网络化、智能化转型绑定，并显示出丰富的政治意涵。在习近平总书记的指引下，各级媒体因时而动、锐意求变，有效推动了资源集约、结构合理、差异发展、协同高效的全媒体传播体系建设进程。

当下，我们正在迈入智能化、万物互联时代，信息与数据不仅是国家和社会治理的最重要资源、最基本手段，在某种程度上更是可以被视作社会发展的核心动能。换言之，在信息化的触角延伸至我们生活的每一个角落的今天，传播力量将经由国家的总体性技术规划被纳入社会治理的范畴之中。面对席卷全球的新冠肺炎疫情，各级主流媒体经由媒体融合建设成的全媒体，在特殊时期的疫情防控工作方面发挥着显著的成效。

■ 疫情大考中的全媒体表现

习近平总书记指出：“这次新冠肺炎疫情

情，是新中国成立以来在我国发生的传播速度最快、感染范围最广、防控难度最大的一次重大突发公共卫生事件。对我们来说，这是一次危机，也是一次大考。”正如总书记所言，此次新冠肺炎疫情是一次大考，其题中应有之义也包括媒体融合之于信息传播、全媒体之于社会治理的考验。面对严峻的疫情防控工作形势，各级主流媒体经由媒体融合建成的融媒体中心在所属地域都扮演了举足轻重的角色。具体来看，各级融媒体中心一方面担任着社会舆论的“镇静剂”，通过及时进行新闻舆论引导，从而消解社会恐慌稳定人心。另一方面，主流媒体还作为百姓需求的“压舱石”，通过多元形态服务大众实现了自身公信力和用户黏性的有效提升。

舆论引导及时有效，消解恐慌稳定人心。在突发的公共卫生事件中，信息全面、准确、及时地发布将会直接影响到谣言、恐慌的消解和百姓生活信心的重塑工作能否有序推进。正如加缪在《鼠疫》一书中指出，“这一切里面并不存在英雄主义，这只是诚实的问题。与鼠疫斗争的唯一方式只能是诚实。”日新月异的互联网信息技术模糊、消弭了传统意义下的媒体边界，催生出一批具有传媒属性的商业平台，冲击了旧有的舆论生态和传媒格局。面对疫情，商业平台凭借强大的算法技术和内容分发能力充分满足了人们对于疫情发展情况、防控知识等信息的需求，但内容质量的参差不齐、真假难辨同样困扰着人们。相比于商业平

台，主流媒体强大的资源整合能力、严格专业的生产流程和权威信源优势使其可以从混沌的信息环境中抽身出来，并在高质量信息报道稀缺时代重塑权威性。基于此，在疫情防控工作进行特殊阶段，主流媒体中流砥柱的作用凸显出来，疫情期间的收视率、时长等指标的显著提高都有力的佐证了主流媒体的重要地位。更重要的是，在总书记有关主流媒体、商业平台二者关系的准确研判指引下，各级主流媒体开始积极探索与商业平台联动合作的模式，以期最大化传播效能。在此次疫情防控工作中，经过深度融合的各级主流媒体纷纷建立起了覆盖两微一端、短视频在内的全媒体传播体系，极大地提升了传播效果。

面对迅速蔓延的疫情，人民日报作为最具有代表性的主流媒体，迅速反应并将疫情防控报道纳入“中央厨房”机制，建立了“人民网防控疫情报道平台”，并围绕总书记抗疫指示精神、疫情防控科普知识、疫情发展相关情况等内容，及时、全面的发布权威信息，以期消除社会恐慌、稳定人心。同为中央级媒体的中央广播电视总台将《新闻1+1》节目原有的主题进行调整，围绕疫情进行每日分析、趋势研判和防疫对策提出，旨在通过权威解读帮助百姓适应外部生活环境的巨大变化。相对于中央级媒体的全面覆盖，作为舆论引导“最后一公里”的基层融媒体中心，其疫情信息的传播对于本地群众来说具有更强的针对性与实际意义。上海东方网联合超过16个地方融媒体中心，搭建了抗疫服务聚合平台，用户可以在平台上通过实时动态、辟谣专栏等信息发布专栏来获取疫情防控的相关信息咨询。总之，各级主流媒体在疫情防控中通过媒体融合搭建的全媒体平台在公共卫生突发事件中起到了中流砥柱的作用，有效鼓舞了社会各界共克时艰的决心与信念。

媒体功能迭代升维，多元聚合服务大众。工业时代，主流媒体作为引导舆论的专业机构，承担着告知、监督、娱乐和守望等功能，新闻资讯是其最主要的内容供给形式。随着复杂网络社会的到来，主流媒体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。实际上，这次疫情防控中显示出了一个清晰的趋势，即经由媒体融合建成的全媒体将实现多种角色的集成与聚合，在功能方面将丰富并多元化为传播协同、监督上下、服务对称、疏导组织和提升治理的复杂网络社会所需要的功能，其内容供给也将超越以往局限，并通过提供垂直化、下沉化、智慧化的服务去延伸信息传播价值。

作为国家级主流媒体机构的人民网，为了助力国家

顺利渡过难关、攻克疫情，根据群众实际需要搭建了多个疫情防控服务平台。为了引导群众科学抗疫，人民网搭建了“科普+辟谣”疫情防控平台，将严格审核过后的疫情防控知识发布给社会。面对大量群众想为全民抗疫贡献自己力量的无私举动，人民网及时响应群众号召并搭建了公益援助信息平台，在平台上人们可以发布医疗用品和各类生活物资的求助信息，从而为群众参与公益援助提供了有效的途径。除此之外，为了保障高校应届毕业生求职工作的顺利实现、复工复产工作的有序推进，人民网通过分别推出了大学生就业服务平台和复工复产监督举报平台。作为基层的县级融媒体中心也黏合资源，向区域内百姓下沉并提供深度服务。疫情期间，居家隔离政策的实施使得百姓生活极为不便，江苏邳州融媒体中心则通过自有平台向百姓提供必要生活物资购买服务，福建尤溪融媒体中心也同样为百姓提供了口罩等防疫必需品的购买服务。可以看出，在新冠肺炎疫情防控期间，经由媒体融合建成的融媒体中心已经在某种意义上已经成为重大卫生事件治理中至关重要的信息和服务枢纽。随着智慧全媒体建设的有序推进，主流媒体将会在基层舆论引导和本地综合服务等方面发挥更大的价值。

■ 嵌合治理体系转型 探寻生态关系重构：后疫情时期的媒体融合实践展望

在信息技术的变革迭代冲击下，传统的舆论环境、社会结构和媒体生态都发生了颠覆性的剧变。如果从狭义的行业视角来看，传统主流媒体经由融合变革实现转型发展是大势所趋。但正如学者指出的，在以数字技术为基础的信息化、网络化社会，只有将媒体组织、机构放置于整体信息化社会关系中才能更加全面的把握媒体融合。当下，互联网已经达到2.0移动互联网时代高点，并正向3.0智能互联时代迈进。在这个特殊阶段爆发出的新冠肺炎疫情更加充分凸显了媒体在社会治理中的重要性，同时也凸显了信息化、数字化和网络化在社会治理中的基础作用。在疫情大考中，各级主流媒体经由媒体融合建成的全媒体通过其传播实践呈交出了一份合格的答卷。

但大考尚未结束，疫情之后，媒体融合和全媒体建设的认识问题、融媒体中心的定位问题、通过顶层设计配置核心资源和发挥核心作用问题等，是下一步媒体融合发展的核心问题，也是主流媒体能否成为国家治理能力与治理体系关键环节的新考题。此外，在复杂网络社会，信息将成为社会治理的抓手，数字化、智能化的网络将成为社会治理的基础，汇聚数据资源、提供多元服务的综合智慧平台将成为社会治理的平台，社会治理即是（下转29页）

动；渠道上，有效联结、全域分发；服务上，拓展“新闻+政务+服务+商务”，打造社会治理创新平台；技术上，为接入机构提供支撑，以集约化降低本地投入、提高生产效率。

“北京云”坚持“高起点谋划”“高标准规划”“高质量建设”，在系统的功能建设上，通过了国家广电总局广播电视规划院的测试验收；在系统安全防护上，通过公安部相关部门信息安全三级等级保护认证评测，项目整体通过了专家评审验收。

“北京云·融媒体”市级技术平台的正式上线运营，标志着北京市“1+4+17+N”的全媒体传播矩阵和格局全面确立，也同时开启了北京市媒体融合发展的新征程。

“北京云”上线以来，面向北京市委宣传部、北京4家市级媒体，以及17家区级融媒体中心提供了服务，为促进市、区两级融媒体机构在内容、渠道、平台、管理、运营等方面的深入融合发挥了重要作用。特别是疫情防控期

间，“北京云”充分发挥市级融媒体技术平台的信息枢纽作用，推出多项抗疫相关产品和服务，包括每日发布疫情舆情快报、多个移动端专题产品、向全市全网分发“北京云空中课堂”同步课程等，为北京市疫情防控、复工复产复学等工作做出积极贡献。

■ “北京云融媒指数平台”设计、实现和应用情况

在“北京云”的建设内容中，歌华有线根据北京市委宣传部、北京市广电局等各级领导的指示精神，开拓创新，结合北京市融媒体发展的特点，规划建设了“北京云融媒指数平台”，推出了北京融媒指数。

“北京云融媒指数平台”针对“四力”评价要求，进行了针对性的设计，以期引导、促进融媒体机构自身“四力”的提升。

针对传播力：在融媒指数中设置了传播度、知名度等

（上接27页）通过这个智慧平台的协同性、对称性和有效性来实现效果。因此，想要将全媒体升维为社会动员的最重要力量和社会治理的核心要素，就必须重新构建媒体生态与社会生态之间的关系。综上，后疫情时期，主流媒体想要完成答卷，就必须进一步加速推进媒体融合进程，将全媒体建设升维嵌入到国家治理能力和治理体系现代化转型之中，同时积极探索媒体生态与社会生态之间关系的重构，从而保障信息传播在治理中发挥的关键作用、全媒体在社会治理现代化转型中的核心抓手地位。

从疫情中传播及运营效果好的主流媒体经验看，可能有这样几个关键点至关重要。首先，汇聚和用足资源是基础。特别是政府、社会、公众等重要的核心资源，从而开发和建设关键的资源库，基于这个资源库，向区域、垂直用户下沉，提供深度内容与服务。传统媒体曾经有着得天独厚的聚合资源的能力和优势，可是随着互联网时代的到来，各种分化力量大大削减了这种优势。传统机构媒体强身健体要从大量吸纳各种资源开始，并将全媒体平台打造成为区域或者行业最重要的信息传播与数据服务的平台之一，这也是复杂网络社会耗散结构的基础。其次，精准满足刚需是硬道理。互联网发展规律告诉我们，精准地满足用户刚需、信息对称、供求平衡，才是硬道理。从各级各类机构媒体疫情中的表现看，口碑好的都懂得这个硬道理。不论满足新闻刚需，还是满足服务刚需，都可能带来良好的效益。最后，捕捉后疫情时期新机遇。后疫情时

期，相信我们的社会都会迭代升级，特别是新基建、新娱乐、新教育、新消费、新生活、新社交等，都将蓬勃形成巨大的市场，爆发出众多的机会。因此结合自身优势，汇聚关键资源，抓住垂直领域，满足细分刚需，下沉各个层级，一定能够产出新动能。

■ 结语

在特殊时期的主流媒体报道实践中，可以看到特殊与常态的交织，开放与封闭的博弈，高点与拐点的更迭，这充分反映出时代转换、自然规律的别无选择和勇往直前。

疫情终将过去，对于即将进入智慧全媒体时代的主流媒体来说，如何在这个时代重新构建媒体与社会生态之间的关系，将特殊时期的实践沉淀并转化成常态化存在，实现生产力的迭代升级、生产关系的重构更新以及生态系统的可持续转型，无疑是涉及社会治理体系现代化核心命题的关键所在。梳理已有的传播实践，在热运行中保持冷思考，面向下一步可能出现的挑战和机遇，主流媒体还需要未雨绸缪，加快后疫情时期的常态业务布局。

作者胡正荣系中国教育电视台总编辑、教授、博士生导师

李荃系中国传媒大学传播研究院博士研究生

本文系教育部人文社科重点研究基地重大项目“中国媒体体制机制创新研究”（项目编号：18JJD860002）阶段性研究成果。