

推进媒体融合，建设智慧全媒体，提升国际传播能力

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硕士研究生

第四次工业革命带来的技术浪潮在席卷世界的同时，也将人类社会带入一个崭新的历史拐点。在信息技术驱动下，以信息融通、开放为特征的万物互联的智慧时代将真正意义上到来，同时这种信息的开放和共享颠覆性地改变了原有的舆论生态和传播环境，并给国际传播工作的开展提出了新的要求。换言之，构建新型国际传播体系已成为有效进行各项国际传播工作的关键。

一、当前我国媒体融合的现状和问题

对于正在驱动新一轮全球化的中国来说，建构一个能够适应复杂国际舆论环境的国际传播体系已经成为十分紧迫的任务，在融媒体时代下这项任务的完成必然要依托于媒体融合的不断深化发展。

信息技术的快速发展引发了全社会传播环境的巨大变化。在新媒体的冲击下，传统媒体陷入了由于入口价值逐渐丧失而导致舆论引导能力低下的困境。基于此，2014年8月18日，中央全面深化改革领导小组第四次会议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，将媒体融合从行业探索提升到国家战略层面，反映了媒体融合的紧迫性。

一时间，媒体融合成为媒体行业最具热度的词汇。尽管近年来各个层级的媒体都进行相应的融合探索并取得了一定成绩，但总体上来看我国的媒体融合仍处在一种“声音高而效果差”的困境里。究其原因，笔者认为这是由于当前媒体融合建设仍存在以下突出问题：

（一）理念思维因循守旧

一直以来，我国的媒体融合都是基于传统媒体思维进行的，通俗来说就是“传统媒体+互联网”。传统媒体思维下，受众调查往往只局限于少数受众而非基于大数据，试想这种封闭生产系统下的产品如何能够令广大用户喜闻乐见。同时，缺乏跨界思维也使得从线上到线下始终难

以打通，业务链无法延长并实现价值最大化。面对日新月异的技术浪潮，提早布局更是无从谈起。总之，在这种传统媒体思维下，很难想象建设全媒体的紧迫任务该如何实现。正因为如此，习近平总书记才会在讲话中多次重申要将理念、思路的改变置于首要位置。

值得注意的是，当下认为融媒体就是全媒体的人仍不在少数，各界对于媒体融合的认识仍然各不相同且认识模糊，这必然会影响媒体融合建设的高效有序推进。在笔者看来，媒体融合应当是一个过渡性阶段，全媒体才是终极目标和最终形态。习总书记在讲话中提到的“推动媒体融合发展、建设全媒体”的要求即是此意。在这里，全媒体并非是指覆盖各个渠道这种简单的物理叠加，而是传播的全时空、全息呈现、全链接、全效度，这个观念的更新对于真正理解全媒体、推动媒体融合建设可谓至关重要。

（二）内容、服务相对短缺

在论及传媒行业时，“内容为王”是无论如何都无法回避的话题。换言之，优质的内容、服务永远都是一个媒体得以持续发展的核心。在互联网领域，一般将互联网上半场称为连接互联网，下半场称为价值互联网。随着价值互联网的到来，“内容为王”这个传媒业的真理应当被重新思考。

当下，内容、服务的质量仍然是决定行业能够有序发展的关键。但是，无论你所生产的内容、服务拥有多么高的质量，如果用户不能接收到它，它的价值自然大打折扣。套用广告界的一句老话，“酒香也怕巷子深”。实际上，我们所说的内容服务相对短缺并不是说人们的媒体产品消费需求得不到满足，而是指能够有效实现价值转化的有效内容、服务略显匮乏。也就是说，能够满足多屏化、移动化、社交化以及场景智能化以上四个特征的产品相对短缺。

在互联网下半场,有三个概念是内容、服务生产必须要关注的。首先是“垂直”,产品的垂直化程度越高,其到达用户的精准度也就越理想。其次是“场景”。人们在不同场景下的需求是各不相同的,围绕用户所处的场景去进行产品生产更易获得用户粘性。最后也是最为关键的是“智能”,基于数据和人工智能,我们才能实现对用户需求的分析研判,进而提供有效的内容服务以实现价值。总之,在智慧全媒体生态下我们生产的产品一定是垂直化、场景化和智能化的。

(三) 技术建设关注不足

信息时代下,技术不仅实现表达渠道的丰富多元、个体交往模式的重塑,同时也保障了多种主体话语权的实现。传媒业的颠覆性变革也是由于技术的飞速发展所引发的。换言之,技术给人类带来了无限的空间、机会和可能。但对于绝大多数处于媒体融合探索阶段的传统媒体而言,技术储备的不足和技术支撑的缺乏是其不得不面对的苦涩现实。这种现实决定了这些组织必须依赖第三方公司所提供的技术外包服务,最典型代表就是新媒体客户端交予软件外包公司开发。考虑到技术被视作互联网产业的基因,对于技术的关注不足以及技术建设的迟滞自然是推进媒体融合向纵深发展的最大障碍。

当下传统媒体对于技术建设关注程度不足的一个典型代表便是忽视数据中心的建设。传统媒体一直以来都将内容资源视如珍宝,但在今天这种观点似乎略显片面。的确,内容作为一种上游资源的重要性无须赘述。但当内容无法实现与下游资源即用户的准确对接时,其价值将难以实现。大数据时代下,只有依托数据进行研判分析才能真正实现产品的有效传播,这也是奈飞(Netflix)所生产的剧集广受人们喜爱的原因。通过沉淀用户的数据资源,媒体可以有效地针对用户进行画像,并据此实现各种价值转化。

总之,媒体融合推进的第一要务便是建设技术中心,这个技术中心所配套的系统应具备大数据、云计算、云平台生产、多渠道分发这四项基本能力。

(四) 体制机制改革滞后

长期以来,复杂的利益分配格局导致了传统媒体的生产、运营和管理大多仍是按照媒体类型的条块式分割来进行,这种情况下不仅机构内部的信息内容无法实现共享,技术系统之间的分散更是无法达到理想的聚合效应。这种内部的人力、资金资源分散的现象实质上仍是一种你中有我、我中有你的融合模式。习总书记多次强调真

正的媒体融合不能是你中有我、我中有你,而是要实现你就是我、我就是你的化学融合。毫无疑问,这种与“融合为一”基本思路相悖的“各自为战”方式自然无法释放出更大的价值。

因此,传统媒体内部的组织必须进行重构,不能再按照原有的如广播、电视、报纸等媒体属性建构,而是应当采用项目制或称项目事业部制,即按照用户、服务来设置二级机构。在该制度下,每个事业部都负责一个领域,针对固定用户群组,同时实现内容、服务的线上线下打通以及全链条覆盖。这就不仅涉及内容生产部门,还需要技术部门和运营部门的打通、融合。

在某种意义上,中央广播电视总台的组建正印证了旧有的体制机制无法适应当下的时代要求。这一举措在向社会各界展示国家推进媒体融合决心的同时,也为传统媒体突破转型困境提供了可参照的模板,即在智慧全媒体思维的指导下,通过重塑结构、再造流程、聚合平台,实现向以全媒体业务架构和企业化管理体制为标志的主流传媒集团的转型。

二、建设智慧全媒体的实现路径

当下,我国传统媒体的融合已经转向纵深发展,变革也开始触及到利益交错的核心区域。我们所要做的,就是顺应趋势、踩准节奏,在技术、资本的双重驱动下维持内容的繁荣,探寻迈向智慧全媒体生态的实现路径。

(一) 创新理念思维,引导媒体融合

理念思维的创新是变革的先导,无法突破僵化的思维理念,建设全媒体的目标就难以实现。这也是为何习总书记一再强调要求各级干部要主动适应互联网的要求,以及推进融合变革要以思路创新为基础的深层原因。

在万物互联的今天,只是在互联网思维、移动互联网思维下推进媒体融合和建设全媒体已然不能够满足时代需要,想要切实有效地构建智慧全媒体生态,就要在全媒体思维下进一步推进。那么如何理解全媒体思维下的未来媒体呢?在笔者看来,通过媒体融合建设成的未来媒体应当是以场景化、智能化为中心,同时包括四个要素,即以用户数据为核心,多元产品为基础,多个终端为平台,深度服务为延伸,业态创新为重点的全新的开放、共享、智能化的生态系统。^①

值得注意的是,今天用户呈现出了明显的变化趋势,移动化、社交化、多屏化成为其全新的特征。在全媒体思维下,用户被置于优先地位,媒体的内容、服务完全基于

用户当时所处的时空。换言之，用户的需求可以被全时全效地探测并给予满足。具体来说，在全媒体思维引导下，媒体可以实现传播者依托感知技能技术去判定特定状态下受众的状态和需求，并通过运算智能与大数据分析技术来决定推送何种内容，实现传播内容的精准定制，从而避免陷入“对空讲话”的困境。

（二）优化业态供给，加速媒体融合

一直以来，我国的媒体融合实践存在一个误区，即盲目进行内容层面的扩张。当下，旗下大小网站十几个、两微一端加起来上百个的传统媒体不在少数。但纵览之后我们会发现，在这看似丰富的渠道和平台上充斥着大量的雷同、相似、低俗的内容。用户长期面对如此粗放、单一、混乱的内容生态，他们对于传统媒体失去兴趣也就理所当然了。

想要顺利推进媒体融合向纵深发展、建成全媒体，拥有一个健康、有序的内容生态必不可少，而这一目标的实现则有赖于供给侧的结构性改革。也就是说，学会“做减法”，即对低效的栏目等产品进行缩减、整合和改造，将节省下来的资源向移动、多屏和跨屏转化，俗话说“好钢用在刀刃上”就是这个道理。^②在此基础上，进一步对产品进行细分化，从而实现用户价值的深度挖掘和转化。

学会做“减法”并不意味着放弃“加法”。对于媒体来说，能够满足消费者的优质内容、服务依然是聚合用户的宝贵入口，仍然需要加大研发和生产力度。新时代下，“加法”被赋予了全新的内涵。当下，如果只是大批量去研发单一产品，必然会导致资源的浪费。正确的做法应当是一次创意、多种生产、多次传播，不断延长其产业链。换言之，一个好的创意要实现全媒体产品化、全产业链。具体来说，对于好创意，就要从顶层进行设计，然后统一立项规划、研发、共享资源、同步发行、协同推广，进而实现资源汇聚和跨界运营。

（三）推动技术升级，驱动媒体融合

互联网下半场的到来使得传播渠道、平台大量增加，它们所提供的内容、服务更是浩如烟海。试问在如此激烈的竞争环境中只依靠实现简单告知功能又如何能够生存下去？真正能够为人们所喜闻乐见的产品必然是强互动、强体验式的，而这类产品则必须依托技术系统的搭建及持续升级。笔者认为，当前的技术系统应当能够实现以下几项功能，即资源配置一体化，整合聚集多媒体内容，内容生产统一平台，多渠道内容分发，多终端精准推送，全

程智能协同运行。

2019年1月25日，习近平总书记在主持中央政治局第十二次集体学习时强调，要运用信息革命成果，推动媒体融合向纵深发展。作为技术驱动、技术导向的媒体融合，技术无疑是其内在基因。当前世界正在进入以信息革命为主导的经济发展新时期，数字化、网络化、智能化将在一段时间内成为经济发展的新动能。因此，想要深化媒体融合，必须要通过信息革命的最新成果来实现传播技术的颠覆性改造和升级，同时将5G、大数据、云计算、物联网、人工智能等前沿信息技术应用于媒体运行的整个过程中，真正实现服务的全员范围覆盖、全息效果呈现、全天候延伸。

（四）变革模式体制，保障媒体融合

作为传统主流媒体“四力”提升的举措，媒体融合在具体实践中“向何种方向融合”是必须要面对的问题。基于此，通过推进媒体纵深融合从而构建智慧全媒体生态的建设模式必然要立足顶层设计，只有这样才能够坚持正确的政治立场、舆论导向和价值取向。换言之，全媒体建设应当是从国家政治、文化和意识形态安全角度进行统筹规划、整体设计的“一把手工程”。实际上，“一把手工程”可以有效解决长期困扰我国全媒体建设的两大问题。

首先，“一把手工程”模式有助于破除长期以来体制机制的束缚，将媒体融合落到实处。过去的媒体融合探索往往由于缺乏配套政策、缺乏财政支持、利益分配冲突、观念陈旧等因素而导致我国的各级传统主流媒体的媒体融合工作存在许多问题，例如平台建设缺位，未能实现政务、商务和服务资源的平台整合，未能实现上下游打通、左右链条贯通。其次，“一把手工程”作为自上而下的建设模式，自然能够让各个部门、各个行业的资源都协调、汇聚于全媒体建设工作，从而实现全媒体建设顺利进行。更为重要的是，顶层设计可以依据法律法规实现台网、报网统一标准管理，同样的评估、监管体系有助于塑造一个更加公平合理、合法竞争、健康有序的网络空间，为主流媒体推进深度融合、建设智慧全媒体保驾护航。

三、媒体融合对于国际传播的助推作用

（一）推动舆论格局重构变迁，提供话语权力实现空间

百余年以来，西方发达国家在其硬实力的支持下构建了以西方叙事理念为主体的国际传媒格局及秩序，掌握

着全球信息流动的制高点。^③随着信息技术尤其是移动互联网的快速发展,原本以西方发达国家为主导的、以传统媒体为核心所建立的世界舆论格局面临着剧烈冲击。

随着第四次科技革命的到来和全球多极化局面的形成,整个世界无疑将会进入新的发展、变革和调整时期。在某种意义上,在技术、资本、政策多元驱动下不断推进的媒体融合与世界范围内政治经济的转型形成了耦合,这也使得当下世界舆论格局重构的过程愈加复杂。一时间,加大对于新媒体平台传播的各项投入,构建媒体融合时代的舆论影响力进而实现新一轮的话语权力争夺成为不同国家所选择的一致路径。^④

近年来,中国的综合国力实现了快速增长并成为世界第二大经济体,在此硬实力的支撑下中国更应该把握舆论格局变迁和重构的历史机遇,在互联网环境下以一种更加积极主动的姿态参与到世界信息与传播新秩序的探索中,寻求信息时代话语权力的实现。^⑤

(二) 完善社会现代治理体系, 夯实国际传播基础

信息时代的到来使得全社会得以享受更为多元的发展利好,但同时也必须面对与之相应的日益复杂的舆情挑战。实际上,如果仅仅将媒体融合放置于行业发展的视角下进行分析,自然无法真正理解其作为国家战略地位的根本原因。想要真正理解习总书记所不断强调的媒体融合紧迫性,以及为何将其称为一场全面深刻的社会变革,就要突破视野的局限,从社会现代治理体系完善的角度入手。

实际上,在技术、市场和政策的多元驱动下,媒体融合作为完善社会现代治理体系的有效抓手的价值开始凸显。国家通过推进媒体融合、建设全媒体来优化各层级治理,进而重新掌握舆论场主动权和主导权,无论是对于维护整个社会秩序的安定和还是意识形态的安全都至关重要。

一直以来,我们的国际传播都旨在实现讲好中国故事,那么中国故事究竟该如何才算讲好?在笔者看来,中国故事是基于国家治理体系与治理能力的,国家治理得好,中国故事就能更好地讲述。换言之,国家或者社会治理体系现代化是建构中国故事的基石。作为一个国家的制度理想和制度安排能力的现实呈现和集中体现,社会治理体系的完善足以证明制度安排能力的合理,从而在制度理想即价值层面得到人们的肯定,产生更为持久、深刻的传播效果及影响。古语云,“壹切治理,威名远闻”,

即是此意。

(三) 顺应传播生态发展趋势, 助力传播效果扩大升级

毫无疑问,以互联网、移动互联网为代表的信息技术进一步打破了人类传播的时空局限,颠覆性地改变了人类旧有传播生态,也必将对政治、经济和文化格局产生巨大影响。实际上,媒体融合的纵深发展效果已然凸显于我国的软实力建设,尤其是新型国际传播体系的建设方面,具体包括国际传播理念的迭代升级、国际传播方式的优化创新、国际传播主体的丰富多元。^⑥

首先,媒体融合促进国际传播理念的迭代升级主要体现在强化了对于移动传播的重视,这恰好印证了习近平总书记有关“移动互联网已经成为信息传播主渠道”的正确论断。

其次,媒体融合的发展使得舆情监测、大数据技术日益成熟,更好地研判、细分不同受众的接受习惯与需求的“精准化”传播方式成为了可能,进而在传播方式上实现“陈情”与“说理”相结合,避免国际传播的“对空讲话”,让更具温度、更有情感的中国故事为国际社会所认同。^⑦

最后,媒体融合的推进带来了媒介系统开放性的不断增加,参与国际传播的主体也日益丰富多元。在民间力量和地方力量的参与下,我国国际传播中所存在的语言和文化障碍得以有效消解在频繁的日常互动中,从而真正实现“民心相通”。^⑧

「注释」

- ① 胡正荣:《智能化:未来媒体的发展方向》,《现代传播》2017年第6期。
- ② 胡正荣:《传统媒体如何对供给侧进行结构性调整》,《青年记者》2019年第6期。
- ③ 王润珏、胡正荣:《融媒体时代国际传播的新特点与新格局》,《国际传播》2017年第5期。
- ④ 胡正荣、王润珏:《信息化时代网络舆论工作的新特点与新格局》,《人民论坛》2018年第13期。
- ⑤ 张磊、胡正荣:《在互联网环境中重寻“世界信息与传播新秩序”》,《杭州师范大学学报(社会科学版)》2014年第5期。
- ⑥ 于运全、王丹:《媒体融合发展助力国际传播能力建设》,《中国社会科学报》2019年4月26日第5版。
- ⑦ 胡正荣:《国际传播的三个关键:全媒体·一国一策·精准化》,《对外传播》2017年第8期。
- ⑧ 胡正荣:《讲好“新时代”的中国故事》,《人民论坛》2018年第4期。

责编:吴奇志