

深化融合变革，迎接智慧全媒体生态

文/胡正荣 李荃

信息技术的颠覆性变革引发了全球范围内的媒体融合，重塑了旧有的传播格局和舆论生态。自2014年来，推动传统媒体和新兴媒体融合发展一直被置于国家战略工程层面来践行。2019年3月，习近平总书记在《求是》杂志上发表文章再次强调，推动媒体融合发展、建设全媒体是当下面临的一项紧迫课题。各级单位要积极运用信息革命成果，深化融合变革，保证“四力”稳步提升，巩固全国人民团结奋斗的共同思想基础，从而为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦提供强大的精神支持。

如今，5G和人工智能时代已经来临，互联网构成了公共性社会交往的重要平台，我国的社会发展在享受信息时代所带来利好的同时，也必须面对其给治国理政和舆论引导工作方面带来的新挑战和新课题。传播作为现代社会形成和改组所依靠的物质和组织手段，决定了作为国家战略工程的媒体融合的意义不能单从解决传统媒体陈旧体制的角度去理解，更重要的是其旨在依托媒介去触碰社会深层沉积的种种问题和矛盾的宏伟蓝图。简而言之，推进媒体融合、建设全媒体不仅是传统媒体应对时代潮流转型发展的必然选择，同时也是国家政府层面实现社会治理现代化、保障意识形态安全的有效抓手。

基于这种高度的紧迫性和政治意义，近年来，我国的媒体融合实践可谓动作频频，也出现了一些可供参考的示范性样本。在笔者看来，尽管我国的媒体融合实践探索有所斩获，但严格意义上来看，当下大多数机构的融合探索仍是业务层面的小修小补。想要真正做到习

近平总书记所提及的将互联网这个最大变量转化为最大增量的要求，建立一个全方位覆盖、上下游打通的智慧全媒体生态可谓至关重要。

智慧全媒体的概念与内涵

在国家推进媒体融合的实际探索过程中，有一个值得关注的现象，即对于媒体融合、全媒体两个关键概念的模糊认识和混淆。在多数人眼里，媒体融合与全媒体似乎是一组同义反复的概念，这在某种程度上也制约了融合变革的进程推进。实际上，媒体融合概念最早发轫于“媒介及其用途之间的一一对应关系的消失”，将其定义为一种发展过程而非终结更为准确。换言之，媒体融合应当被理解为所有媒体全媒体化的过程，它是实现全媒体化最终目标的一种手段。对于全媒体，习近平总书记在讲话中明确指出了对其进行解读的四个角度。

全程媒体意味着全媒体应当是一个全时空的载体，人与信息交流的整个过程都应当被覆盖在其中。伴随着5G、物联网、人工智能等信息技术成果的不断革新，人类社会的信息传播活动将在真正意义上实现全天候、全方位。换言之，人类传播活动可以在任何时空范围内进行，从而最大化释放人、物、财、信息这四类对于人类社会至关重要的资源的互动潜力，由此而来的各类价值将得以最终实现。

全息媒体侧重于媒体的全现实传播。在智慧媒体时代，5G、4K乃至8K技术的广泛应用配合包括虚拟现实、增强现实和混合现实等全息沉浸式交互技术，基本可以实现人类与虚拟现实、现实世界的完全对接。信息技术的迭代更新使得现实世界、虚拟世界的界限消弭成为



全媒体不是单纯的将多种传播形式集合为单一整体，更是在此基础上所建立的一整套媒介生态系统。随着5G和人工智能的崛起，我们已经进入一个创新被全新信息技术、网络社会和数字文化日益颠覆的时代，全媒体所承担的功效必然远远超越信息的发布，并将进一步以生态系统的身份去开辟新的社会空间，成为未来社会组织的关键节点。

可能,在此基础上传播的信息基本可以调动人类的所有感官,进而实现人类感官体验的完整触发。

全员媒体指的是媒体传播的全连接。在各类数字网络信息技术的赋能下,基本可以实现所有人、物、资金和信息的连接。这种连接意味着所有的时空节点、过程和环节也都得以有效连接在一起。在一个数字化、网络化和智能化的人类社会中,所有资源首先经过数字化成为可以被传输的数据,然后经由网络化形成的连接关系实现高效的交互和交换,进而基于人工智能、深度学习等技术进行合理、有效的决策与行动,最终实现社会的稳定进步。在这个过程中,所有连接的节点都能够贡献、分享信息,并获取相应的发展红利。

全效媒体将是实现各种场景效果的媒体。在智慧的万物互联时代,万物皆媒成为这个时代的显著特征。这意味着处于这个时代的包括人、物在内的所有连接点都能够成为发出信息、分享信息的中介,即通常意义上的媒体。因此,对于全媒体概念的把握就不能将其仅仅当作一个承担新闻、娱乐等信息的传统业务功能载体,而应当将它视作数据传递、基于连接提供服务的融合服务型平台。在技术的赋能下,全媒体传播将可以在任意的时空范围内到达连接网络的任意节点,使任意场景中的效果实现成为可能。

智慧全媒体生态:媒体融合的未来图景

全媒体不是单纯的将多种传播形式集合为单一整体,更是在此基础上所建立的一整套媒介生态系统。随着5G和人工智能的崛起,我们已经进入一个创新被全新信息技术、网络社会和数字文化日益颠覆的时代,全媒体所承担的功效必然远远超越信息的发布,并将进一步以生态系统的身份去开辟新的社会空间,成为未来社会组织的关键节点。

基于此,能否构建一套智慧全媒体生态系统已然成为每个主流媒体机构不容回避的自我革命。智慧全媒体作为一个完整的生态系统,其全面推进需要从多个方面的协同进行,具体包括思维体系、技术体系、服务对象体系、产品服务体系、业态体系以及体制机制体系。

以互联网思维为核心的智慧全媒体思维体系。作为一场深刻的社会变革,媒体融合理应是在认知逻辑、思维理念革新的引导下进行。实际上,当下媒体融合实践在很大程度上仍是遵循着传统媒体的惯性思维,其融合效果自然无法得到有效的保证。这也能够解释为何习近平总书记一再强调媒体融合的推进必须要以思维理念的革新为先导。

智慧全媒体生态的思维体系可以分为三个层次。首先是互联网思维,这也是整个思维体系的根基。互联网思

维依托六个核心概念,即开放、共享、用户、跨界、物联网和人工智能。随着移动互联网时代的到来,移动化、社交化、视频化和个性化成为行业发展的新方向,能够实现直播、互动、场景、定制成为制约媒体生存发展的关键。随着信息技术的日新月异,想要真正将构建智慧全媒体生态落到实处,就必须在上述两个层次的基础上,以更高级的智慧社会的视角来看待媒体融合,即以智慧全媒体思维为媒体融合实践指引方向。在笔者看来,未来的智慧全媒体生态系统应当是以用户数据为核心、多元产品为基础、深度服务为延伸、多个终端为平台、业态创新为重点的全新的开放、共享、智能的生态系统。

依托前沿信息技术的智慧全媒体技术体系。当下,整个世界正在向着以数字技术、信息产业为主导的新时期迈进。在互联网基础设施基本搭建完成的基础上,一张崭新的社会传播网络正在5G、大数据、云计算、人工智能等前沿信息技术与全球供应链条的相互交织下形成。5G的出现消除了流量、带宽这些制约传播突破现有时空局限的障碍,使信息的传播真正实现“无处不达、无时不在”。在物联网、人工智能的配合下,未来的信息生产必将在现有初步实现的消费场景化和生产智能化的基础上迎来更具颠覆性的变化。实际上,全新的信息成果不单是衡量传媒产业融合发展进程的评估关键,也是重构传播新秩序的有效性存在。

技术能够为人们带来无穷的可能与机会,同时也是媒体融合得以加速推进的首要前提。媒体融合本身就是一项技术导向的工程,能否有效利用信息革命的成果将直接影响整个智慧全媒体生态的顺利构建。在智慧全媒体生态中,其技术体系应当能够实现资源配置的高效一体化,汇聚内容形式的多媒体化,内容生产的平台化,内容分发渠道的多元化,精准服务的多终端覆盖以及全过程的智能协同参与。

以用户为中心的智慧全媒体服务对象体系。互联网的日益普及使得当下的用户呈现出明显的变化趋势,多屏化、移动化和社交化成为其突出特征。智慧全媒体生态下,用户拥有最高优先级,内容、服务的供给必须基于目标对象所处的具体时空。正如习近平总书记所指出的,宣传思想工作本质就是做人的工作,人在哪儿,重点就应该在哪。

智慧全媒体生态的服务对象体系要求用户的需求必须能被全时全效地探测,并在此基础上实现产品的提供。换言之,基于感知智能技术实现对于用户当时所处时空的状态和需求,并借助大数据分析技术和运算智能来实现传播内容的精准定制,传播中可以有效减少“对空讲话”的传

播现象。基于大数据技术所沉淀的宝贵数据资源,传播者可以实现用户的精准画像,并依托用户画像真正实现最优的价值转化。《纸牌屋》作为有史以来第一部基于用户数据生产的产品,现象级的收视效果使其生产模式成为各大内容供给商效仿的对象。在此,依托大数据了解用户需求并进行针对性的生产是其取得如此成功的关键,这也不难解释为何以阿基米德为代表的公司会在数据中心的建设上如此大力投入。

基于垂直化、场景化、智能化的智慧全媒体产品服务体系。在某种程度上,传统媒体时代所奉行的“内容为王”在智慧全媒体时代依然具有极高的适用性。对于传媒行业来说,内容或当下称之为产品服务的支撑作用具有贯穿性,在任何时代都是取得成功的根本。在今天,时代给主流媒体提出了新的要求,在坚守“内容为王”的前提下,更需要的是完善产品服务与用户需求的高度匹配。换言之,想要实现智慧全媒体生态建设工作的有序推进,健康的内容生态不可或缺,而这一目标的实现必须建立在供给侧结构性改革的基础上。将低效的产品、服务进行缩减、整合和改造,并将有限资源向更加垂直化、场景化的跨屏、移动端转化成为融合变革的必由之路。

当下,信息产品、服务这类单一内容形式已然无法适应全新的时代要求,媒体融合发展的有效路径是搭建一个全媒体智慧平台。经由这个综合智慧平台,媒体可以实现与政府、行业的有效对接,从而在做好提供用户服务的基础上,实现各项政务服务和商务服务的提供,目前我国如火如荼进行的各级融媒体中心建设便是希望通过线上内容和线下服务来维持用户黏性,从而更好地引导和服务广大群众。

多元延伸的智慧全媒体业态体系。在Web1.0时代即门户网站时代,流量、点击率等指标是行业评判的主要标准。随着社交数据时代的到来,用户黏性、平台内容的长尾效应、生态系统的可持续发展成为传媒行业的新追求。正如上文所述,随着人工智能和物联网的广泛应用,应当依托互联网的扁平化、交互性和快捷性优势搭建一个综合智慧服务平台,实现与所属地域公共服务、商务服务的有效对接,从而摆脱盈利模式单一的窘境。

在智能全媒体生态阶段,即媒体融合的3.0阶段,应该致力于建构一个多元、跨界、开放的业态体系,即包括传统的内容提供商、服务运营商和平台商,同时还应该涵盖所有与之适应的相关业态,真正做到云端化资源配置、垂直化内容生产、场景化服务供给、智能化产业布局。同时,其商业模式也应当更加多元化,以传统广告和精准投放为主的广告收入、依托版权的全产业链开发的产品、基

于社交行为的粉丝经济,以及贯穿线上线下的各类业务等都应当成为获取收益的领域。

突破陈旧桎梏的智慧全媒体体制机制体系。工业时代,标准化、专业化的流程确保了各个行业的效率最大化,作为工业时代产物的传媒行业也是如此。随着媒体融合变革迈向纵深,这种单一粗犷、架构分散、条块分割的体制机制使得传统媒体内部的有限资源呈现出一种“各自为战”的现象,这恰恰与“融合为一”的转型理念背道而驰,必然无法适应信息时代的新要求。

智慧全媒体生态下的体制机制体系打破了旧有传统体制机制的桎梏,通过将各个生产要素有意识地置于整体规划中,按照产品与服务围绕用户需求为导向,实现各生产要素之间的效率关系最优化,实现统筹、考虑、发展的一体化。总之,通过顶层设计、组织重构、流程优化、平台聚合、资源共享,智慧全媒体生态将会实现对于“两微一端”这种物理式融合的突破,并以技术、模式的创新为抓手,激发机构内部活力,为媒体融合实践的不断推进提供体制机制保障。

智慧全媒体生态建设中的问题

媒体融合是一个过渡性的阶段,整体性的智慧全媒体生态是最终的发展方向。因此,基于融合实践阶段性成果的反思对于如何寻求迈向智慧全媒体的最优路径至关重要。自2014年以来,我国媒体融合实践取得了巨大的成效,习近平总书记“1·25”讲话之后,各单位更是如火如荼地加快了融媒体中心建设的布局。但在笔者的观察中,发现仍有一些关键节点需要妥善处理,这些节点将直接制约智慧全媒体的建设。

解决存量与增量关系的问题。在实际的融媒体实践中,仍有大量媒体机构将有限资源集中在效益低下的传统产能而忽视自有平台建设。信息时代,增量取得存量的速度日益加快,传统媒体想要在当下实现平稳转型,必须培养增量思维。具体来说,就是要压缩投放于传统业务的资源,将资源集中于以移动端为代表的新业态。

顶层设计问题。我国的媒体融合实践大都是单一媒体机构的“闭门造车”,政策不配套、支持不到位、利益分配及观念陈旧等原因使其探索必然无法顺利进行,这也是为何习近平总书记一再强调推进媒体融合、建设全媒体要“立足顶层设计”的原因。自上而下的“一把手工程”可以在统一的评估、监督和管理体系内管理传统媒体和新兴媒体,从而形成一个健康有序的网络空间,进而为智慧全媒体生态建设保驾护航。

警惕资本、技术盲目崇拜问题。在智 (下转13页)

是帮助各地建立新媒体发稿体系、工作流程等，进一步规范稿件推送标准；四是定期研判重要新闻线索，为各地采访报道提供建议，或者安排新媒体记者赴基层联合采访；五是随时提供多重数据，将各地发稿情况、传播指数、传播路径进行排行，建立以数据为支撑的竞争机制；六是对各地推送的稿件进行定期点评，形成业务沟通的良好氛围；七是随时探讨县融媒中心提出的各类业务问题，等等。以此为起点，县级融媒体中心的建成与入驻相当于建立了一个覆盖全省的“媒体生态圈”：省级平台打破了省市县三级媒体的疆界，让新媒体的触角扎根基层，离群众更进一步；县级融媒体中心也由单兵作战变为联合行动，充分发挥了集团效应。



新甘肃客户端携手四地联动直播海报

多方面发挥更大作用。即使县级融媒体中心的内容达不到直接推送的标准，省级平台也可以将其作为一个巨大的素材库，经过精选、精编，实现同一主题的全面发声。在2020年甘肃省“两会”期间，新甘肃客户端借助“新甘肃云”省级平台策划推出了“群众所思，代表委员所想”“两会进行时，群众有话说”等专题报道，与全省各地县级融媒体中心联动采访。一边将镜头对准基层，一边对代表委员进行访谈，形成了多方连接的采访模式，受到读者好评。

针对精准扶贫这一头号工程，省级平台与各县区可以统筹分工，分别聚焦忙碌碌的贫困户、四处奔波的扶贫干部、红红火火的产业基地、蒸蒸日上的龙头企业，同一个主题、同一个时间、不同的区域汇成扶贫攻坚的全方位报道。2019年11

■ 强化重点策划，实现协同作战

日常的业务互动使省级平台变成一个覆盖全省的、开放式的全媒体指挥中心。在遇到重大主题、重要政策、重点成就、先进典型宣传时，主流媒体往往会提前策划，在角度创新、形式创新等多方面绞尽脑汁，而这种覆盖全省又能触达基层的传播生态使主流媒体具有了更高的视野和更广的范畴。

通过省级平台，全省各地融媒体中心可以同时行动，同时发声，全省所有媒体全面呈现，实现内容细分、聚合与共享。相较于省级媒体原有的记者站，县级融媒体中心能够提供更加多元、丰富的多视角产品，从资源、人力等

月中旬，甘肃新媒体集团发挥“新甘肃云”省级技术平台统筹调度功能，推出“苹果红了”省县联动直播策划。甘肃新媒体集团携手静宁、庆城、秦安、礼县苹果主产区，四县融媒中心一线记者进行视频采访，连线到省级平台，与农业专家在演播室的访谈相互切入，聚焦甘肃苹果产业的发展。直播节目在新媒体集团各平台进行推送，并通过“新甘肃云”省级平台在相关县级新媒体平台同步播出，形成立体化传播矩阵，全网总点击量近140万人次。

■ 发挥枢纽功能，放大县域声音

县级融媒体中心是按照“一地一端”的原则建设的，

（上接11页）慧全媒体建设的过程中，我们应当承认技术、资本二者的驱动作用，但不应该将其神化。智慧全媒体是国家进行基层治理的重要手段、工具，因此必须树立整体利益意识。面对即将到来的智慧时代，以价值理性去平衡工具理性，将人类社会的发展导向更好的未来是智慧全媒体建设探索过程中必须要坚持的。

■ 结语

信息时代给我们带来了前所未有的机遇，同时也将人类带入了前所未有的“大变局”之中，旧有的社会结构、传播模式和舆论生态都面临着极大的冲击。我们所处的时代不同，所依托的技术不同，所面向的用户不同，要求传

媒行业必须通过主动变化来适应整个人类社会的变化，从而实现持续发展。

媒体融合的最终目标是建设成一个智慧全媒体生态系统：信息突破局限，服务无处不达，价值无处不在。眼下，我国传统媒体的融合转型开始转入深度攻坚期，面对瞬息万变的外部环境，我们要做的就是尊重事物发展的自然规律，开放积极地拥抱互联网，将融合转型的推进落到实处，迎接即将到来的智慧全媒体生态。

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