

重点清障突破，催生深融质变

——“十四五”时期主流媒体高质量融合发展进路展望

◎ 胡正荣^{1,2}，李荃²

(1.中国教育电视台，北京 100031；2.中国传媒大学 传播研究院，北京 100024)

【摘要】当下，高质量发展已成为贯穿“十四五”时期经济社会发展各领域、全过程的新主题和各行各业实现自我提升的核心准则。结合近年来融合实践和高质量发展的时代要求，“十四五”期间我国主流媒体的融合变革应以新型主流媒体建设为中心，以高质量发展为内在要求，以促进经济社会的进步为价值衡量，以体制机制改革和全媒体人才培养为关键抓手，以推动国家治理体系现代化转型为宗旨。对于各级主流媒体来说，当务之急是基于“十三五”时期如火如荼的融合实践，总结经验、梳理成就、分析问题，把握规律与方向，布局规划下一个五年的发展蓝图，与时偕行重点清障开路，踵事增华催生深融质变。

【关键词】媒体融合 主流媒体 高质量发展 “十四五”

【中图分类号】 G206 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1003-6687 (2021) 2-024-09

【DOI】 10.13786/j.cnki.cn14-1066/g2.2021.2.003

在人类社会正经历百年未有之大变局的今天，各领域都面临深刻变革。从传播角度看，数字技术的赋能消弭了媒体边界，革新了用户的行为习惯，重塑着行业格局，媒体图景由此呈现出前所未有的多元和复杂，进而引发传媒生态、舆论环境及传播方式的颠覆性变化。时代在变迁，但信息与传播力量在社会演进过程中扮演的角色和发挥的作用从未削弱过，进入数字、信息网络时代之后更加强化。一个普遍的共识是，媒体融合不单是行业机构生存发展问题，更关乎整体经济社会的高质量发展；不仅关系意识形态和价值引领维度，更关乎国家治理体系与治理能力现代化转向。全新的时代背景下，主流媒体作为舆论引导、价值引领重大使命的承担者面临着严峻挑战，如何在寻求行业转型发展新空间的同时，实现自身传播力、引导力、影响力、公信力的有效

提升，成为主流媒体谋求新发展的关键所在。

2014年以来，我国的媒体融合实践在《关于推进传统媒体与新兴媒体融合发展的指导意见》的引领下开始由早期分散的行业自主探索上升为国家战略，并成为整个“十三五”时期所有主流媒体的核心任务。过去五年是我国主流媒体转型升级的五年，在国家宏观战略的部署指引下，我国各级各类主流媒体充分利用自己在获取资源、集中力量生产、传播及创造消费等方面的优势，特别是公信力方面的优势，在技术建设、用户转移、供给优化、业态拓展、体制机制改革等方面均取得较为突出的成绩，基本实现了媒体机构内部各环节的融合打通，并在全国范围内构建起自上而下的全媒体传播矩阵，有效拓宽了舆论阵地，放大了主流声音，持续保持了自身的影响力。然而，需要攻破的堡垒、障碍和约束

基金项目：教育部人文社会科学重点研究基地重大项目“中国传媒体制机制创新研究”（18JJD860002）

作者信息：胡正荣（1966—），男，宁夏银川人，中国教育电视台总编辑，中国传媒大学传播研究院教授、博士生导师，主要研究方向：传播学理论、媒体融合、国际传播；李荃（1992—），男，山东泰安人，中国传媒大学传播研究院博士研究生，主要研究方向：媒体融合、国际传播。

仍然存在。实际上,经新冠肺炎疫情大考之后,整个社会数字化进程都实现了进一步的加速和升级,媒体系统作为网络社会治理体系中的重要构成部分,应顺应时代趋势进行质性迭代与演进。^[1]基于对媒体融合进程的准确研判,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》。2020年11月3日,《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》发布,其中明确提出“推进媒体深度融合,实施全媒体传播工程,做强新型主流媒体,建强用好县级融媒体中心”,这将是“十四五”规划中的重要任务。一系列相关政策文件充分体现了以习近平同志为核心的党中央对新闻舆论工作和主流媒体融合发展的高度重视,也为主流媒体融合发展的下一阶段把脉定向,明确了总体要求,规划了发展路径。

考虑到我国经济社会发展已然由高速增长阶段转向高质量发展的全新阶段,高质量发展将成为贯穿“十四五”时期经济社会发展各领域、全过程的新主题和各行各业实现自我提升的核心准则,结合近年的媒体融合实践和高质量发展的时代要求,“十四五”期间我国主流媒体的融合变革应以新型主流媒体建设为中心,以高质量发展为内在要求,以促进经济社会的进步为价值衡量,以体制机制改革和全媒体人才培养为关键抓手,以推动国家治理体系现代化转型为宗旨。对于各级主流媒体来说,当务之急就是基于“十三五”期间如火如荼的融合实践,总结经验、梳理成就、分析问题,把握规律与方向,布局规划下一个五年的发展蓝图,与时俱进行重点清障开路,踵事增华催生深融质变。

一、把握网络社会演进趋势,贯彻移动优先理念引领发展

进入网络时代,互联网成为数字社会的基础设施,移动终端成为当代人们日常工作和生活的工具,社交媒体则成为社会交往和舆论流通的核心场域,同时,智能技术的广泛渗透再次改造了媒体图景。在网络社会中,新的经济形态、新的社会架构、新的文化要素等都在孕育、形成和壮大之中,整个人类社会也发生着持续的结构性变化。

首先,人类社会中心化与去中心化并存,且后一个趋势日渐明显。眼下与不远的未来,资本集中化、网络垄断化将会持续强化,但随着网络社会特别是人工智能技术的兴起,万物互联、万物皆媒会使信息更加对称和

透明,社会发展所依托的人、财物等核心资源会更加外显化、公开化和平等化。在大数据和人工智能等信息技术的加持赋权下,以往为少数、个别的人和机构所占有的权力和能力将实现平权再分配,人类社会的去中心化将成为显而易见的趋势。

其次,人类社会层级化与扁平化、网络化并存。在数字时代,传统社会形成的科层化、等级制由于社会运行的规制、治理需求,仍将部分存续。与此同时,技术的核心层、使能层乃至应用层的分工会基本确定社会相应的层级区分。但从更大范围及更深层次看,扁平化、网络化和数据化已然成为社会结构演化的大趋势,第四次工业革命给人类社会带来的变化并非以往的线性的,而是非线性的、指数级的拓展。信息技术迭代使社会万物皆成为传播的节点,由此带来了进一步的网络化、数据化乃至扁平化。在此背景下,信息传递的过程将会更加简洁快速,分散化将成为人与群体建构的主要特征,传播的直接效益化也会更加突出,传播的政治、经济和文化的社会动员力随之实时、实空显见。

最后,人类社会共同体与族群分化并存。互联网、移动互联网等信息技术使万物互联不再是想象,人类社会连接度实现了前所未有的提升,与之对应的是命运关联度的愈发紧密,牵一发而动全身的情况可能成为整个人类社会存在的常态,利益的共生和联动日益显著。2019年1月举行的世界经济论坛上,与会者就第四次工业革命到底是什么进行了探讨。会议达成的普遍认识是,信息的聚合、传播、使用、分享将是第四次工业革命的关键词,其基本出发点是通过深入了解人类的自身行为解放人类身体,终极目标追求则是实现人类思维方式的改变,并对人作为社会存在的基本价值进行重塑。全新时代背景下,个体之间的差异、划分群体的界限并没有消失,反而让个体进一步有了更广阔的成长空间,社会结构也显示出族群化的趋向,赛博空间中圈层化便是一个代表性现象。在以大数据、物联网、人工智能为代表的信息技术的介入下,人类自工业时代以来形成的传统资本连接方式被取代,每个社会个体与族群在技术的驱动下均建立了深度互联、高频互动的关系,深度学习、广度参与、交互影响在他们之间持续发生,并逐步发展为能够驱动社会发展的力量。这种个体、族群力量的放大与传统治理体系中以利益集团、区域乃至国家主义为中心的治理模式恰成反差,这正是复杂社会、风险社会日益凸显的特征。^[2]

互联网信息技术的迭代加速了信息化触角在人们日

常生活的蔓延速度，深刻改变了用户获取信息的心理与行为，公众信息获取渠道多元化、移动化，获取习惯碎片化成为主要趋势。CNNIC《第46次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年6月，我国网民规模达9.40亿，其中手机网民规模为9.32亿，网民使用手机上网的比例高达99.2%。^[3]以社交媒体、聚合类新闻客户端为代表的互联网、移动互联网渠道凭借自身简单、快捷、方便等特点，已基本取代主流媒体的电视、广播等传统传播渠道，成为公众获取信息的主要途径，移动优先由此成为媒体融合进程中的核心概念和关键实践。从实践历程看，传统媒体融合进程中一道关键的坎便是如何从以传统媒体平台为主升级到移动平台为主。^[4]表面上看，这只是一个传播渠道和平台的增加，然而从更深层次理解，这其实是从工业时代向信息时代，乃至智能时代的进化，是生产力与生产关系从传统媒体时代向全媒体时代的迭代演进，是有限传播效果向全效传播效果的颠覆升级。面对主流媒体入口价值逐渐丧失的严峻形势，以习近平同志为核心的党中央立足全局，明确提出人在哪宣传就在哪，言简意赅地为传统媒体转型发展指明了下一步前进的方向。在中央顶层战略指导下，全国各级主流媒体积极响应、锐意变革，在确保传统渠道稳定的基础上，开始将资源配置的重心从传统端向移动端有序转移，具体举措包括自有客户端开发、寻求与第三方平台矩阵合作等。

可以预见，“十四五”时期，随着信息技术的持续迭代和深度融入经济社会各体系，旨在经由媒体融合打造现代传播体系的主流媒体将进一步把运作平台、运作方式有序转移到互联网主战场上，这种资源配置重心的转移恰恰契合了网络社会发展的时代趋势，不仅是主流媒体应对人类社会去中心化、网络化和族群分化趋势以及传播环境碎片化的必然选择，也是建设以形态多样、手段先进、传播力强大为特征的新型主流媒体的应有之义。然而，在既有的媒体融合转型实践中，仍有大部分媒体机构未能实现理念的迭代更新，还是将技术、人才、资金投放于效益与传播力日渐式微的传统渠道，这种做法不仅与国家宏观战略设想相违背，也不符合高质量发展的时代主题。从这个意义出发，只有以互联网思维优化资源配置，将压缩传统低效业务获取的存量资源配置到具备强大发展动能的互联网增量业务上，将优质内容、先进技术、专业人才、项目资金向互联网主阵地汇集、向移动端倾斜，才能把相对有限的存量资源配置到高效领域，持续优化生产要素配置，优化供给体系效

率与质量，从而在更高水平上推进供需结构的合理调整与动态平衡，最终将变革实践导向高质量融合发展的理想图景。天津海河传媒中心的做法为各级各类主流媒体提供了一个可供参考的示范性样本。重组前，天津海河传媒中心旗下各媒体资源分散、管理粗放、同质化较为严重，发展一度停滞不前。基于行业发展和意识形态工作的双重紧迫性，天津海河传媒中心大刀阔斧地对传统业务乃至低效的网站、移动端应用进行裁撤，相继关闭《渤海早报》《假日100》《今日天津》等子报子刊以及时代风尚、时代家居等电视频道，并将媒体资源集中配置到津云客户端、北方网、IPTV等津云系列互联网业务上，有效提高了供给触达、满足用户需求的准确度，既打造了全新、重要的经济增长点，又明显扩大了主流媒体的影响力。

二、聚焦技术建设持续赋能，搭建自主可控平台支撑转型

自诞生伊始，媒体的发展与技术的迭代就密不可分。从“铅与火”时代到“光与电”时代，再到即将迈入的以信息产业为主导的“数与网”时代，技术不再只是衡量传媒行业发展的解释性指标，更成为形塑人类社会秩序的结构性的存在。对于主流媒体来说，其信息内容的优势是新兴媒体、商业平台所不具备的，但在技术研发、升级和维护方面，传统机构媒体则存在着严重的短板，技术滞后带来的负效应愈发凸显。因此，主流媒体想要将融合发展落到实处，就必须在坚守内容价值的同时，将技术建设视作行业转型发展的关键环节和基础性工作，充分利用互联网、大数据、人工智能等高新技术优化内容生产流程、提高内容生产效率、拓宽内容表达渠道。正如习近平总书记着重强调的，传统媒体必须顺应时代演进趋势，不断提高技术研发水平，以新技术引领媒体融合发展、驱动媒体转型升级。《人民日报》作为最具有代表性的机构媒体，自媒体融合作为国家工程推行以来，始终坚持技术驱动赋能战略，通过搭建“中央厨房”、成立数据中心等举措实现了整体架构、供给流程、内容矩阵的优化升级。纵观整个“十三五”时期，各级各类主流媒体信息技术的应用广度和深度，均已达到前所未有的高度，从过去缺乏信息技术支持、信息技术更新滞后或技术系统布局分散的局面，到如今普遍搭建起“中央厨房”或融媒体技术系统等基础技术平台，主流媒体通过积极探索打通了原有的技术壁垒，迅速从工业时代的技术体系升级迭代到网络

时代数字化、网络化、智能化的技术体系,基本实现了新闻宣传业务策编评发的融合与提质增效,也部分实现了资源共享与高效配置。

应看到,一些主流媒体搭建的“中央厨房”等融合技术系统应用,仍然相对局限在新闻业务中,融合技术系统还未真正深入非新闻类的其他领域,缺乏能够连接各种数据孤岛的大数据架构和能力,缺乏基于大数据的资源聚合、配置、重组、创造的能力。特别是新一代信息技术的应用,仍处于相对初级的阶段,技术与内容、产品、服务的深度融合一体化还有很长的路要走。

一方面,对于“十四五”期间旨在顺利推动媒体融合向纵深阶段迈进的各级各类主流媒体来说,无论是已搭建起的“中央厨房”、融媒体中心,还是正在建设的媒体平台,想要真正实现技术持续赋能转型发展,主流媒体现存的技术系统有几个关键节点问题需尽快解决。

第一个节点问题是全产品与服务应用问题。在互联网思维、用户中心理念的指导下,各级主流媒体提供的内容形式、内涵已不再局限于单一的新闻信息资讯,能够满足用户实用需求、社交需求和娱乐需求的数字化信息产品与服务成为主流媒体内容生态的重要组成部分。因此,未来的技术系统除能满足新闻内容与服务的使用,还须确保所有产品类型和服务类型都基于这个技术系统应用。

第二个节点问题是全数据应用问题,即所有媒体除内容资源数据化之外,还要有用户数据、政务服务+商务服务的行业数据等全数据集的建构。另外,各数据孤岛的连接与打通、大数据运算开发运用体系的建立也亟须改善。互联网时代,数据是行业机构进行市场竞争的核心资源,商业平台正是凭借基于用户数据挖掘的精准生产抢占了本属于传统媒体的市场份额。随着媒体融合进程的持续推进,数据的重要性、价值将进一步放大,这也是为何以《人民日报》为代表的大量主流机构媒体在建设数据中心上发力投入,其正是为未来一个时期的发展提供基础性的技术支撑。

第三个节点问题是全业态应用问题,即技术系统能够支撑全媒体将要涵盖的各个业态。未来,互联网思维引领下的媒体融合从根本上来说就是建构横向的平台化与纵向的垂直化、层级化与网络化、中心化与多元化、线上与线下、内部与外部架构融合、功能融合和效果融合的全媒体生态,只有构建起能够支撑整个生态系统的技术体系,才是完备而有效的。

另一方面,作为一项技术引领的变革,主流媒体不仅要着眼于现阶段的技术建设与运用,还要从根本上实

现前瞻性技术“领跑”,利用自身规模优势大力布局数字化、网络化、智能化技术,重点研发和布局5G、人工智能等未来社会发展的使能技术。对于媒体融合来说,5G赋能表现在它实现了万物的互联,拥有全新内容形态,如超高清、中长视频、大规模直播以及全息沉浸视听等层出不穷,互动式、服务式和体验式的产品供给使用户的消费体验前所未有地提升。5G之外,人工智能技术同样是媒体融合下一阶段应当关注的重点。当下,在人工智能的初级阶段即运算智能的赋能下,主流媒体实现了场景识别、精准推送与机器生产,未来更应着力布局基于高级阶段即认知智能的各项应用,即媒体创意、创作的智能化,以拥抱众创时代的到来。

在众多的技术架构中,自主可控平台的建设应成为“十四五”期间各级主流媒体聚焦发力的优先领域和关键内容,这既是任务,更是发展方向,也是确保行业进步,推动市场繁荣,促进社会文化多样化的根本保证。面对新媒体的冲击,不少主流媒体选择与第三方商业平台、聚合平台合作,不可否认的是这种方式短期内的确可取得可观的成效。2019年,中央广播电视总台《新闻联播》栏目正式入驻抖音等短视频平台,与抖音合作推出了短视频节目《主播说联播》,视频中主播一改往日严肃的表达语态,将时下最为流行的网络热词融入新闻评论当中,用轻松有趣、平易近人的语言对社会热点进行报道、对国际形势进行评析。短短几个月的时间,该栏目抖音关注用户人数就超过2 000万,主流声音借助这种人民群众喜闻乐见的方式得以放大声量。然而,这种依托第三方渠道的举措实际上未能突破传统媒体的思维,仍是一种“传统为体,新媒为用”的无奈之举。长期来看,完全依赖第三方平台会使主流媒体沦为单一、低级的内容提供者,优质的内容所汇聚的流量、数据则成为商业平台的资产,这反而会进一步阻碍传统媒体自身的发展。考虑到媒体融合真正意义上的有序推进,要建立在优质内容资源与渠道平台的有机结合下,主流媒体在充分用好第三方平台矩阵的同时,更应致力于建设自主可控的自有平台。近年来的媒体融合实践充分证明,经由媒体融合打造的新型主流媒体应是全媒体,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,全球传媒行业的历时性变化也充分印证了建设自有可控平台对于机构媒体转型发展的重要支撑意义。从早期BBC、CNN等媒体机构在自有平台建设上的探索,到近年来迪士尼、华纳集团应对层出不穷的流媒体服务平台冲击而推出自有

平台，再到中央广播电视总台为汇聚用户、沉淀数据推出的央视频平台莫不如此。通过自主可控平台的建设，主流媒体一方面可借助互联网技术横向连接各领域、各行业的不同资源，另一方面则可根据汇聚的数据资源对用户进行深度挖掘，实现内容服务的精准、垂直和细分开发，最终在此基础上形成一个横纵打通、多元联动的矩阵体系，并相应延伸出庞大的数字资产，实现经济效益与社会效益的兼顾。

过去五年间，多数主流媒体都开发了如移动客户端等自有平台，特别是县级融媒体中心建设开始后，各省级平台向各县提供了这种自有平台服务。但经过一段时间运营发现，自有平台建成了，用户却没有多少，特别是日活跃用户不多，还存在黏度不强、价值转化能力低等现实困难。这可能是摆在众多主流媒体自有平台面前的普遍问题与挑战。如何破局？有待在用户导向、平台规划、产品设计、服务驱动、资源共享等多方面寻求突破。在各级各类主流媒体中，四川日报报业集团立足人工智能时代，走在主流媒体纵深融合探索的前列。通过推出四川云2.0版本，四川日报全媒体将自有可控平台迭代为媒体融合与社会治理新平台，以期构建一个内容与技术相融、信息与服务共生的全新生态，为深融质变提供创新引擎，助推主流媒体迈向智慧全媒体新时代。

需注意的是，在充分释放技术动能的同时，必须警惕因对人工智能、大数据等信息技术过度膜拜而陷入技术陷阱。信息技术在重塑人类社会图景，赋予人类进步机会的同时，也显现出人类中心化的趋势。如果不能对此清晰认识的话，技术的迷思可能会在某种程度上淹没人类的理性。在“十四五”这个媒体融合的关键窗口期，各级各类主流媒体想要真正使互联网成为融合发展的最大增量，就须以主流价值驾驭技术发展、以价值理性去平衡工具理性。^[5]目前，作为央级媒体的《人民日报》勇于承担，正在有关部门指导下寻求与商业平台、高等院校等机构的合作，旨在研究开发一套能够引领未来媒体融合实践、兼顾舆论导向与分发效率的主流媒体算法，实现技术驱动与价值引领的有机结合。

三、立足内容创新强势发声，跨越业态想象边界延伸价值

互联网时代，主流媒体的庞大用户在新媒体的冲击下被分流，随之而来的是对传统媒体时代内容为王理念的讨论开始在学界和业界涌现。实际上，由于资源的独占性，主流媒体有很多内容优势是新媒体和自媒体不能比拟的，如硬核内容、独家内容等。此外，主流媒体也

有很多精心策划的有创意的内容，能取代和超越所谓的UGC（用户自创内容）和小规模的PUGC（专业用户自创内容）。从这个意义上讲，对于以内容为核心导向的传媒行业而言，尤其是以引领舆论导向、弘扬核心价值等公共责任为追求的主流媒体来说，内容仍是一切价值实现的核心与起点，聚焦优质内容可以视作所有主流媒体人的一种回归。党的十九届四中全会提出“建立以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系”，主流媒体应将内容建设作为根本。基于此，主流媒体要通过深度融合更好地担负起职责使命，立足内容核心优势，并致力于将其转化为高质量发展的强劲动能。与此同时，考虑到新闻资讯表达形式的不断丰富，主流媒体的内容供给应因时而变，寻求逻辑深度与故事温度的有效结合。“十三五”时期，各级主流媒体以坚守主流价值导向为前提，扬弃了传统的“传者本位”思想，将用户为中心作为内容生态迭代与完善的指导原则，实现了内容供给的变革与创新，他们创新、生产、传播了一系列新颖亲和的融媒体产品形态，特别是在重大事件、重要时间、重点项目等方面，有着绝对的产品优势。

多年来，以内容产品为驱动力的媒体融合创制出一大批爆款产品，但随着智慧全媒体时代的到来，个性化、场景化、分众化、体验化成为信息消费的新方向。面对需求多样化、生产垂直化、供给精准化、消费场景化和体验化的全媒体产品与服务市场，主流媒体在产品和服务供给方面仍然是滞后的，难以有效满足用户的需要，与实现“强信心、聚民心、暖人心、筑同心”的价值目标尚有一定距离，这也给“十四五”时期主流媒体在供给层面创新提出了全新的挑战。在纵深融合探索阶段，主流媒体要想确保主流叙述更好地放大声量、入脑入心，落实高质量融合发展的时代主题，就必须始终坚持内容为王，源源不断地为用户提供优质内容，即兼具专业姿态和话语魅力的内容。

主流媒体的内容创新要坚守专业姿态。在我国，人民赋权的主流媒体承载着公民的信任，须承担起追求真相、引领价值的专业责任与社会职能。“十四五”是以高质量发展为主题的时期，主流媒体的高质量融合发展也必须遵循这一主题，以“做好自己的事，由创新驱动发展”为准则，坚守专业姿态。^[6]信息技术的进步催生了多样的新媒体形态，人人都能作为传播者，随之而来的是整个社会舆论场呈现出错综复杂、众声喧哗的局面。激烈的市场竞争环境下，一些媒体人为获取更大流

量、更高点击率,罔顾社会责任,娱乐炒作、虚假新闻、低俗信息、媒体暴力等牺牲真相换取速度、博取噱头的现象屡见不鲜。实际上,无论所处时代如何变迁、传播形态如何演进,人们对新闻信息内容的需求不会改变,有思想、有立场的好内容仍然是主流媒体强大影响力的源泉。以人民网为例,人民网结合《中华人民共和国香港特别行政区维护国家安全法》推出了“七问美国政客”系列网评,掷地有声地传达了中国人民对于维护祖国统一、香港繁荣稳定的坚定决心,同时也对美国政府不怀好意的恶意造谣进行了揭批,该系列新闻产品一经发表便引发了广大人民群众의强烈共鸣。可以看出,在谋求高质量融合发展的探索过程中,能够体现专业姿态、政治定力的内容产品不仅是主流媒体不变的“初心”,也是占据互联网舆论主战场的有力武器。

主流媒体在凝聚共识的前提下,还要丰富主流叙事的话语魅力。随着中国特色社会主义建设事业的不断推进,人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾成为我国社会的主要矛盾,人民对主流媒体职能、责任寄予了新的期待和希冀。现阶段,人民群众除了需要及时的新闻报道,也需深度的权威解读;除感性的情绪疏导,也需理性的价值引领;除宏观的科学指导,也需具体的贴心服务。因此,“十四五”时期主流媒体的内容创新必须更加贴近人民群众,在表述语态、呈现形式、报道角度等方面突出以人民为中心,具体应该从两方面着力。

一是继续坚持以亲切生动、通俗易懂的方式进行信息生产、舆论宣传,将具有深刻意义的主题以人民群众喜闻乐见的形态展现出来。不同于传统媒体时代,主流媒体在新媒体的冲击下不再拥有绝对的传播主体地位,用户也不再满足于被动地接收信息,主体意识随之觉醒。如果仍然以严肃说教、套路生硬、缺乏人文关怀的方式进行传播,自然会因为忽略了用户的主体性而无法令其产生共鸣。《人民日报》推出的H5融媒体产品《快看呐!这是我的军装照》、中央广播电视总台推出的Vlog视频《大国外交最前线》,都是在满足公众信息需求的同时,通过一种极具趣味性的形态拉近了与用户的距离。二是要开门办全媒体,将人民群众纳入内容生产过程中。大众媒体时代,用户很难参与到信息的生产流程中,共享、开放的互联网赋予了用户生产、传播信息的权利和渠道,也为传统理念惯性下主流媒体形成的封闭保守、自娱自乐和自产自销的生产传播逻辑提供了转型方向,这也恰好符合高质量发展以开放作为必由之

路、共享作为根本目的的新发展理念。

人类社会结构在全新信息技术、网络社会和数字文化的共同作用下日益颠覆,内涵与外延都有了无限拓展的媒体也得以在更大范围内嵌入整个人类社会系统的运作中。考虑到媒体融合作为一个系统工程,经由其打造的全媒体所承担的能效也必然要超越过去单一的信息报道或发布渠道,而应以生态系统的身份进一步开辟全新的社会空间,并探索成为未来社会组织的工具和关键节点。^[7]正如《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》指出的,主流媒体要在推进内容生产供给侧结构性改革的同时,“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”。可见,主流媒体可在信息发布的基础上,依托自有平台实现与所属区域内更多外部资源的对接,将业态进一步延伸至本地化服务,从而真正实现融合赋能。经过了“十三五”时期的融合探索,多数主流媒体已不再仅是新闻宣传机构,而是借助自身作为信息承载者所获取的强连接性,将自身拓展成为涵盖新闻+政务、新闻+服务等多元业态,能够实现跨界运营、发挥综合优势的治理平台,很多地方和行业媒体的融合实践中都可看到这种趋势。在福建尤溪,融媒体中心在新冠肺炎疫情期间将县域内以政府资源为代表的键资源都汇聚到自有客户端上,为县域内居民提供防疫物资购买途径,满足了人们疫情期间的重要生活需求,也为自身的业态开发、产业延伸奠定了基础;江苏邳州融媒体中心在为居民提供新闻信息服务的同时,还垂直延伸了蔬菜销售服务;湖北广电长江云集团在新闻、政务的基础上加入各类移动服务功能,实现了全省优势资源的高效整合,有效扩大了用户市场。

目前,各级主流媒体在业态拓展方面的探索已显现出智慧全媒体的初步图景,如何把特殊状况转化为一种未来的常态布局、发展机遇,应当是“十四五”期间主流媒体最为关注的。新冠肺炎疫情过后,我国的社会形态、产业结构、治理体系都会发生剧烈变化,随之而来的是全新的消费方式、沟通方式乃至生活方式。对于旨在实现自身高质量融合发展的主流媒体人来说,尤为重要是对中央政策和精神进行深入剖析和解读,将自己发布的新闻聚合到互联网上,配置资源,跨越业态想象边界构建起内容+服务的全链条、全方位的全媒体新业态,实现可持续发展。具体来说,一是要深挖政府资源做好存量,依托拥有的垂直系统做强增量,实现服务对

象的持续拓展；二是要在单一信息服务提供的基础上广泛探索信息化建设、综合信息咨询等高级业务形式及各类线下业务，实现服务内容的不断增加；三是延伸服务半径，根据用户当前或潜在需求积极提供涵盖前期准备、中期促进和后期保障的服务闭环。

四、变革体制机制清障开路，完善人才队伍建设激发活力

对于传统媒体而言，媒体融合本身实际上是一个开放系统的建设，是一个复杂系统的重构，更是一个智慧系统的生成。相比机构调整、业务整合、平台建设、业态布局这些外显形式的融合，作为内生动力的体制机制变革对于媒体融合的有序推进更具有决定意义，能真正为新型主流媒体注入“灵魂”。囿于工业时代以来形成的条块分割逻辑惯性，主流媒体现存的体制机制已成为推进媒体融合、建设全媒体的最大阻碍。“十三五”时期，从中央到地方的各级主流媒体不断进行体制机制改革探索，取得了一些成效。在监管体系层面，呈现出精简、融合、归一的趋势。从媒体自身看，各级主流媒体通过整合、合并、兼并、改组、改制等方式有力推进了融合，并在此基础上重新建构二级机构。此外，流程优化、平台再造、机制灵活化、经营多样化、资源共享化、人才流动化等现象日益普遍。以湖南广电为例，通过推进产业运作与市场机制接轨、打破事业单位传统的用人分配机制、执行严格的绩效考评机制以及推行工作室制度等举措，湖南广电为自身建设成为新型主流媒体注入了强大活力。

尽管部分主流媒体在体制机制变革层面有所涉足，但这些临时性、局部化的尝试距离彻底变革生产关系、激发创新创造活力的要求依旧相差甚远。由于体制机制改革必然要突破很多既有的限制与禁锢，多数媒体机构的体制机制改革举步维艰，阻滞了自身的转型。基于对当前融合现状的精准研判和发展方向的宏观把握，习近平总书记对下一步工作的重点提出了明确的要求，即通过深化体制机制改革，加大全媒体人才培养力度，推动媒体融合向纵深发展。“十四五”时期，对于各级各类主流媒体来说，深化体制机制改革、加大全媒体人才培养力度是其实现高质量融合发展，建成契合数字智能时代的全媒体传播体系，切实收获推进媒体融合、建设全媒体带来的效用与效益的关键抓手。

深化体制机制改革，要从体制框架层面切入，即在媒体机构属性的界定、结构体系的调整和监管体系的

完善等方面发力。首先要解决的是未来新型主流媒体的属性界定。属性的不同决定了与之相应的角色功能、使命职责、监管政策以及发展模式。现阶段，我国各级各类主流媒体发展极不均衡，既有湖南广电这种已经走进资本市场的企业集团，也有以浙江广电为代表的事业集团，还有大量隶属于公益一类、二类事业单位的地方媒体。数字经济时代，市场化竞争将进一步在媒体行业内放大，只提供纯粹的公益事业服务必然无法通过自我造血解决资金缺口，也无法实现高质量的可持续发展。能预见的是，告别传统的机关运作方式，拥抱市场经营逻辑，加快经营性业务的转企改制，充分借助资本市场控股、参股和并购等商业手段，通过搭建协同上下游的全产业链条推动自身经营模式、产业结构的转型将是主流媒体“十四五”期间至关重要的一项工作。

其次，要通过调整构建起符合新型主流媒体的结构体系。长久以来，按照层级、地域分布与按照行业、部门分布是我国主流媒体结构体系最为突出的两个特征。然而，两种结构分布在现实中缺乏明确的界限，时常交叉、混合在一起，这无疑加剧了体制机制改革推进的难度与效度。从中央的战略规划看，媒体融合的目的是要构建起一个全方位覆盖、全天候延伸和多领域拓展的传播网络，通过异化分工、融合化协同以期更好地凸显各级各类主流媒体的独到优势，将融合探索局限于一个区域或一个行业必然无法回应国家对新型主流媒体的期待，达到高质量融合发展的新要求。“十四五”时期，各级各类主流媒体应当突破割裂、陈旧的结构体系认知，将不同行业、层级、领域的媒体机构整合在一起，形成一个和谐对话、优势互补的良性融合生态，在更大范围内激发信息传播释放价值。

最后，各级主流媒体目前尚未形成一个统一的评估、监督和管理体系，该体系的缺位会使下一步深度融合工作的高效性、安全性难以得到保证，一个适配新型主流媒体的评估、监管体系需要相关部门全新的制度设计与安排。

体制框架层面之外，机制体系层面即涉及媒体机构的内部组织架构、业务流程和管理体系等内容的改革工作同样重要。首先，内部组织架构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。从媒体融合良性发展的机构媒体的经验看，融媒体中心有效的组织架构不是按照媒体类型来划分二级机构，即融媒体中心下设广播中心、电视中心、新媒体中心等，而是直接按照融媒体中心将要开展的项目进行组织重构，即项

目事业部制作为二级机构建制,如融媒体中心、融媒体中心政务服务中心、融媒体中心民生服务中心等,不管名称为何,就是按照融媒体中心要覆盖的业务项目来架构。每个二级机构垂直面向一个领域深度开发内容、服务、线上与线下项目等,统筹该领域的生产与产品服务,支撑部门可以是后台的技术中心、品牌运营中心等。这样才是真正的化学深融而非简单的物理叠加,只要是做同类内容、产品与服务的资源都配置在一个部门中,通过垂直领域覆盖、资源共享,实现效率的提高。

其次,业务流程也要再造。过去生产往往与流通、消费等环节脱节,内容生产部门与广告经营部门因缺少有效联动已无法适应追求效率的高质量发展要求。全媒体时代下,业务流程再造后,运营团队对线上线下进行基于大数据的市场分析,与其他团队共同策划产品和服务项目,生产团队根据需求进行生产,技术团队实现传输、流通和到达用户。这样就形成了一个一次采集、多次发布、多层级生产、全平台传播的良性循环链条,而非当下一些媒体融合实践中仍然存在的部门之间老死不相往来、业务链之间相互踩脚的资源耗费、效率低下的情况。

最后,要打造一个适应全媒体时代的内部管理体系,这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。未来,各级主流媒体应该在自有可控平台赋能的基础上,探索出一个以扁平化为基础,以用户需求为核心驱动,包括政务、商务等多种服务面向,人财物资源合理配置的内部管理体系。

在社会生产关系的一切构成之中,人才始终是最为关键、核心的要素。从这个意义出发,各级各类主流媒体想要将资源优势积累的势能转化为高质量融合发展的动能,就须最大限度地激发人才的创造活力和能动性,做到人尽其才、才尽其用、用当其时。全媒体时代,人才的标准也在发生变化,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。^[8]近年来,尽管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、高等院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配,专业队伍匮乏、人才红利缺失已成为制约各级主流媒体挺进互联网主战场、迈向纵深融合阶段的最大桎梏。由此可见,将全媒体人才的培养与激励作为推进媒体深度融合发展的第一大动

力,将成为“十四五”期间各级主流媒体的系统性战略任务和核心议题。

全媒体的人才培养应立足传统媒体现有的人才资源,进行在职培训与岗位锻炼,这是快速弥补全媒体人才严重短缺的最实用、高效和易落地的途径。不论是生产、经营等一线业务部门,还是行政部门,都要强化与全媒体相关的技能培训,只有这种全员、全类型、全层次的人才培训才能充分盘活人才存量,真正改变传统媒体资源配置方式和决策层面落后的现实。短期看,各级主流媒体的当务之急是根据融合发展的需要制订一套涵盖培养目标、方式与方法、实践项目、内外部实训、效果评估等多个维度的全媒体人才培养规划,并在全社会范围内拓展培训资源,通过寻求与互联网企业、高等院校等社会机构的合作,探索一套能够在实战中锻炼人才、开放跨界、多元互动的全新培训模式,激发队伍活力,挖掘人才的潜能。考虑到媒体融合是一项长期、深远的系统工程,还要加强全媒体人才的政治敏锐性培养。对于主流媒体来说,公共性是其永恒的价值追求,牢牢把握正确的舆论导向是主流媒体高质量融合发展的前提条件和重要原则。因此,全媒体人才只有坚守党性原则和人民立场,才能更好地担负起新闻舆论工作的职责和使命。除专业技能和思想政治的培养外,还要实行更加积极、开放的政策,任用和提拔中青年人才,补齐人才短板,优化人才队伍结构,彻底激发整个人才队伍的活力。在人才使用上,既要给人才充分的施展舞台和空间,也要通过进一步研究设计出更加科学合理的绩效考核体系和制度、薪酬分配办法来吸引、凝聚、留住人才,真正将总书记充分释放人才活力的要求落到实处。

结语

眼下及可预见的未来,伴随着信息技术深度融入社会各层面,我国数字化进程将会呈现出显著的加速趋势。对于各级主流媒体来说,时代的变迁在带来严峻挑战的同时,也带来了行业转型变革的历史性机遇。从国内外、行业内外情况看,媒体融合发展、全媒体建设的技术逻辑清晰,行业规律明确,解决方案完备,关键在于如何突破路径依赖、真正深化改革。

面对“十四五”这个媒体融合的关键窗口期,各级主流媒体想要真正深入推进融合变革,践行高质量发展的时代主题,就必须以更加开放包容的姿态拥抱技术浪潮,以自我革命的勇毅担当去重点发力、清障开路,催生高质量融合质变,让高昂的主旋律响彻人心。

参考文献:

- [1] 胡正荣. 数字化进程中的“确定与不确定”[J]. 新闻与写作, 2020(12): 1.
- [2] 胡正荣. 技术、传播、价值 从5G等技术到来看社会重构与价值重塑[J]. 人民论坛, 2019(11): 30-31.
- [3] 中国互联网络信息中心. 第46次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL].[2020-09-29].http://www.cac.gov.cn/2020-09/29/c_1602939918747816.htm.
- [4] 彭兰. 移动化、社交化、智能化:传统媒体转型的三大路径[J]. 新闻界, 2018(1): 35-41.
- [5] 张磊. 智能媒体的现实图景与未来想象——以新闻领域的变化为例[J]. 郑州大学学报(哲学社会科学版), 2017(4): 146-149.
- [6] 栾铁玫. 国家级融媒体的高质量发展[J]. 视听界, 2020(1): 125.
- [7] 胡正荣, 李荃. 深度融合变革, 迎接智慧全媒体生态[J]. 传媒, 2020(3): 9-11.
- [8] 胡正荣, 李荃. 创新体制机制, 培养全媒体人才——媒体融合迈向纵深发展的“任督二脉”[J]. 青年记者, 2020(27): 21-22.

Prospects for the Convergence Development of Mainstream Media in "The 14th Five-Year Plan"Period: Highlighting Breakthroughs in Barrier Removal and Generating Quality and In-Depth Changes in Media Convergence

HU Zheng-rong^{1,2}, LI Quan² (1.China Education Television, Beijing 100031, China; 2.Institute of Communication Studies, Communication University of China, Beijing 100024, China)

Abstract: Nowadays, high-quality development has become a new theme in all areas across the entire process of economic and social development throughout "the 14th Five-Year Plan" period, and it is also a core guideline for self-improvement in all walks of life. Combined with the onset of convergence practices in recent years and the requirements for high-quality development, the convergence reform of China's mainstream media in "the 14th Five-Year Plan" period should center on the construction of new mainstream media with high-quality development as the intrinsic requirement, the promotion of economic and social progress as the value measurement, the reform of institutional mechanisms and the training of all-media talents as the key to promote the modernization and transformation of the national governance system. Based on the convergence practices during "the 13th Five-Year Plan" period, it is imperative for mainstream media at all levels to learn from past experiences, gaining insights into past achievements, analyze problems, focus on the laws and direction, and make the blueprint for the next five years. At same time, they need to highlight breakthroughs made in barrier removal and generate quality changes in promoting media convergence and in-depth development.

Key words: media convergence; mainstream media; high-quality development; "the 14th Five-Year Plan"