



媒体融合不等于纯技术层面的融合

虽然技术提供了无限可能，但未知远大于已知，影响媒体发展的因素不应仅限于技术，而应当包括内容、渠道、平台、经营、管理等五个方面的深度融合。

学习时报：2014年8月18日，原中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》（以下简称《指导意见》），对新形势下如何推进媒体融合发展作出了具体部署。请您谈谈我们应如何理解媒体融合。

丁柏铨：对于媒体来说，融合并不是单向的。融合的主体，既有传统媒体，也有新兴媒体。新兴媒体虽占技术优势，但它也需要与以内容生产见长的传统媒体融合，融合了方才能如虎添翼。在移动互联时代，传统媒体较之新兴媒体，在使用便捷、海量储存、移动接收、内容链接、受传转换等方面处于劣势，其中有些主流媒体已被边缘化，有些则正在被边缘化。媒体融合是传统媒体包括其中的主流媒体避免被边缘化的必由之路。通过媒体融合，传统媒体可具备新兴媒体的某些优点与特长。因此，传统媒体应取积极态度，主动拥抱新兴媒体。媒体融合有丰富的内容。不应该也不可能只是纯技术层面的融合，而应当包括内容、渠道、平台、经营、管理等五个方面的深度融合。

唐胜宏：媒体融合的概念起源于媒介技术和媒体产业高度发达的美国，是对信息传播技术发展所引发媒介形态融合、媒体相关产业聚合状况的描述，也是对媒介多功能一体化发展趋势的预见和假设。虽然技术提供了无限可能，但未知远大于已知，影响媒体发展的因素不仅限于技术，其中的规律还有待深入探寻，无论国内还是国外媒体，都还在媒体融合的探索实践当中。

值得注意的是，中外媒体融合有着相同的技术发展背景和市场拓展需求，但中外媒体融合又存在很大的差异，这种差异来自于中外媒体的地位作用、职责使命不同。2014年8月中央《指导意见》出台，这里的媒体融合，不是泛指任意具有信息传播功能的媒体的融合发展，而是特指我国已有的报纸、杂志、广播、电视等传统主流媒体大力发展互联网新媒体，与自身的媒体优势互补、一体发展，融为一体、合而为一，在新技术条件下融合发展成为新型主流媒体，建成拥有强大实力与传播力、公信力、影响力的新型媒体集团。从整个国家层面而言，传统主流媒体要借助新兴媒体传播优势，遵循新闻传播规律和媒体发展规律，强化互联网思维，整合一切媒体发展要素和资源，形成立体多样、融合发展的现代传播体系。

融合优势日益凸显

从整体角度来说，一是凸显整合优势，二是注重移动端口，三是融入新的技术；从地方层面来说，各地均着眼整体转型、移动优先、传受合一这三个主攻方向，探索地方媒体融合发展的新路径。

学习时报：近年来，传统媒体紧跟时代发展趋势，纷纷在媒体融合上排兵布阵，融合传播效果十分显著。当前，传统媒体与新兴媒体如何发展呈现出了哪些主要特点与趋势？

盛蕾：自党的十八届三中全会提出推动传统媒体和新兴媒体融合发展及《指导意见》出台以来，已经历了传统媒体建设新兴媒体、传统媒体与新兴媒体互动发展这两个阶段，当前正处于传统媒体和新兴媒体深度融合发展的新阶段。从地方层面来说，各地均着眼整体转型、移动优先、传受合一这三个主攻方向，探索地方媒体融合发展的新路径。

一是下好“整体转型”的先手

以内容生产为核心进一步推进媒体融合发展

编者按

近年来，新技术的发展深刻改变了人们的信息获取方式，后者的改变反过来又促进了前者在传媒领域的深入利用。在这种情况下，传统媒体与新兴媒体的融合发展既是大势所趋也是自我变革的必然举措。我们应如何理解媒体融合？经过这些年的不断推进，媒体融合发展还面临着哪些待解的难题？又该如何继续推进？围绕这些问题，我们特采访了三位该领域的专家。

唐胜宏
人民
研究
院副
院长
丁柏铨
南京
大学
新闻
传播
学院
教授
盛蕾
江苏
省苏
州市
常委
委、
宣传
部部
长，
中央
党校
中青
二班
学员

采访嘉宾：

也存在一些亟待破解的问题。

媒体融合应以内容生产为核心

媒体融合发展并不等于新闻舆论引导力、传播力、影响力、公信力的同步提升，媒体融合后“四力”未见长进的案例并不鲜见。对此，应以传播手段建设为抓手，以传播内容生产为核心，以维护公信力为基石，以传播力为引导力奠定基础，为影响力提供要件。

学习时报：融合发展对传统媒体来讲，也是一次重大转型。在这一转型过程中，目前主要面临着哪些亟待解决的难题？

盛蕾：一是如何厚植内容？在媒体融合的过程中，媒体生产有价值、有思想内容的本质特征会日益凸显。在党的十九大、全国两会等重大主题宣传和日常新闻报道工作中，我们深切体会到，尽管互联网时代信息爆炸式增长，但内容优质的新闻产品依然稀缺。既要以内容为王，以权威声音、主流价值、优质产品赢得受众，又要“榨干吃尽”重要新闻信息，实现二次加工和N次传播，提炼新闻价值意蕴，创新立体化表达方式，增强内容的传播力。

二是如何实现流程再造？媒体流程的再造，是媒体深度融合的最大痛点和难点。这一再造过程既要在内部形成纵向横向的大相融，又要在外部形成合纵连横的大交融。一方面需重新设置内部组织结构和采编发流程，将各类内部资源有效整合、充分流动、打通使用，构建新型新闻生产流程，促进内部管理、功能、产品的全面提升；另一方面应参照对标中央媒体等“大报大台”，建设地方媒体的“全媒体新闻中心”，合作链接引入人民日报“中央厨房”等大平台，催生形成党媒党端的联动融合新机制。

三是如何进一步发挥技术的支撑作用。推动媒体融合发展，既要顺应移动化、社交化的时代趋势，以VR、3D、H5等前沿的先进技术作为基础，增强媒体生产能力，扩展媒体传播阵地，促进媒体受众互动；又要运用大数据、云计算等技术搭建“云+网+端”的数字平台，实现对数据的充分应用。

丁柏铨：第一，怎样使内容对受众更具吸引力并使之更乐于接受？对传统媒体而言，通过与新兴媒体融合打通和扩展传播渠道，使之保持始终畅通，并不是一件困难的事情，较为困难的莫过于内容生产。要进行有效传播，内容生产具有基础性和支撑性意义。习近平总书记多次提到要提高新闻舆论引导力、传播力、影响力、公信力（以下简称“四力”），“四力”在很大程度上与新闻内容生产密不可分。

第二，怎样循着相应规律进行媒体融合？对传统媒体来说，媒体融合并不只是简单地办网页、办“三微一端”、办“中央厨房”。须同时遵循两种规律：新闻传播规律和新兴媒体发展规律。融合的主体之一是传统新闻媒体，因此融合中必须遵循新闻传播规律；融合的另一主体是新兴媒体，所以媒体融合又须是符合新兴媒体发

展规律的融合。但迄今为止，学界对新兴媒体发展规律进行研究者甚少，这令人遗憾。而业界的一部分人士，在媒体融合中探索并遵循两种规律的意识不强，缺乏这方面的理性自觉，这会在相当程度上影响媒体融合的效果和达到的水平。

第三，怎样通过媒体融合使“四力”有所提升？在当今时代，媒体融合是新闻舆论提高“四力”的重要路径。但难题在于，媒体融合发展并不等于新闻舆论的“四力”就同步提升，媒体融合后“四力”未见长进的案例并不鲜见。对此，应以传播手段建设为抓手，以传播内容生产为核心，以维护公信力为基石，以传播力为引导力奠定基础，为影响力提供要件。

需在体制机制上实现进一步的优化协同创新

机制活要素多，就占先机满盘赢。推动媒体融合发展需要体制机制的全面、优化、协同创新，需解决传统媒体与新兴媒体在发展体制机制上的齟齬，实现内容、渠道、平台、经营、管理融合等方面的创新。

学习时报：推进传统媒体与新兴媒体实现融合发展，接下来应重点实现哪些方面的创新？

盛蕾：机制活要素多，就占先机满盘赢。推动媒体融合发展需要体制机制的全面、优化、协同创新，需解决传统媒体与新兴媒体在发展体制机制上的齟齬，实现从单线向多维转变，从浅层向深层转变，从内部向外部转变，从而为地方层面的媒体融合提供制度牵引、激发内生动力。

一要在科学管理机制上下功夫。融合就要有“融”的格局，需对传统的组织机构、管理体制作出相应调整。坚持一体化、扁平化管理导向，做好顶层设计的“建梁架柱”，对网上网下、不同业态的媒体进行统筹把控，放大媒体融合潜在优势，实现整合传播效应最大化。着力改革完善内部绩效评估体系，形成以全媒体融合为导向的绩效考核办法，用考核的杠杆倒逼融合挺向“深水区”。

二要在培育人才机制上求突破。地方新型主流媒体的建设，人才是最为核心的要素。新媒体格局和传播形式对媒体人的综合能力提出了更高要求，为让传统媒体人能更好地适应新态势，需多措并举加大对全媒体采编、专业技术、经营管理人员的培训和实战力度。同时，建立完善适合媒体融合发展的人才引进、激励与储备等机制，为人才的成长进步和代际接续提供充足空间。

三要在支持保障机制上见实效。媒体融合是一个新生事物，需要有良好的“融合生态”，需要宣传、网信、发改、科技、财政、通管等部门从立项、资金、技术、推广、知识产权保护等各方面给予大力支持。通过运用大数据资产，各地应继续推进媒体供给侧结构性改革，探索尝试经营创收的全新途径和方法，不断优化媒体产品结构和收益结构，逐步形成成熟的利润生长“造血”机制，来支撑新闻主业的做大做强。

丁柏铨：内容和传播手段创新。内容众筹能让公众有参与传播的更多

机会，有利于解决传统媒体和新兴媒体在内容方面的深度融合问题。通过众筹而得的内容，线索是由公众提供的，素材是人们普遍感兴趣的，来自于周围人身上或就在自己身边，鲜活、生动、感人，这样的内容与公众有着天然联系。央视制作的《辉煌中国》，是报道十八大后、十九大前五年间辉煌成就的纪录片，面向全国征集五年来百姓眼中的成就故事、百姓身边的巨大变化，由百姓自己讲述精彩的“中国故事”，众筹案例线索、照片、短视频等逾万条。它凭借着内容众筹而得到了观众的高度评价和由衷点赞，为成就报道找到了一条新路，也能给传统媒体和新兴媒体在内容方面的深度融合以深深的启示。

理念和思维方式创新。理念是特定主体的观念形态。正确的理念常常能指导和引领其自身行为和行动，与思维方式紧密相连。廊坊日报社通过融合转型促发展，改变思维方式，实现“六个转变”：变纸媒为全媒，变平面为平台，变单向为互动，变品牌为资源，变传播为服务，变读者为用户。诸多的“变”，凸显出办报者深层次的变化——理念变了，思维方式也不同于以往。

制度和工作机制创新。媒体融合须有与之相适应的、体现出创新性的制度和工作机制作为保障。浙江日报报业集团以打造互联网创新型文化为核心，建立内部孵化制度体系，出台了新媒体创新孵化管理办法等系列制度，积极鼓励采编人员参与新媒体创新，其做法有可行性和启发性。

唐胜宏：思想认识的高度，决定融合发展的深度；理念创新的程度，决定融合发展的力度。现在到了推动媒体深度融合的关键时期，作为主流媒体，应深刻理解党中央提出的媒体融合发展战略意图，把握技术与传播两方面的趋势和规律，坚持内容为根本、技术为支撑，以建设一体化的新型主流媒体为目标，将新闻生产的相关要素和资源组织好、利用好，最大限度地提高新闻生产效率、满足用户需求、壮大主流舆论的同时也壮大自身实力。

在内容融合方面，要应用新技术新设备，将内容的思想性与产品形态创新、话语体系创新有机结合，提供能够满足分众化用户多样需求的高质量内容产品，通过议题设置、舆论引导把握舆论主导权。在渠道融合方面，应将传统的信息传播渠道扩展至能够触达更广泛用户的各种方便快捷的新渠道和新终端，并且能够实现大众传播、分众传播、个性化传播相结合的目标用户精准推送和定制服务。在平台融合方面，应进一步将传统媒体和新兴媒体的内容生产平台和用户平台打通，形成协同共享的策采编发网络和内容与用户数据库，打造自主可控的、媒体内部人员和外部用户都能参与的“互联网+”平台。在经营融合方面，可依托传统媒体和新兴媒体融合发展的内容、渠道、平台，提升媒体信息服务、广告经营等传统商业价值，依托媒体融合提升的传播力影响力以及新的体制机制，运用资本运作等市场化手段，以及大数据、云计算、人工智能等新技术手段，形成连接用户、汇聚资源、创造价值的新型服务模式。在管理融合方面，传统媒体和新兴媒体要打破媒介形态分割，进行一体化的组织重构、流程再造、常态化运行机制建设，以移动化的先进技术平台为支撑，最大限度地提高新闻生产效率，提高整合社会资源进行内容生产与传播的能力，同时在内容管理上坚持一个标准、一把尺子、一条底线，牢牢把握正确的舆论导向。

