

主流媒体融合创新发展（一）

媒介融合背景下的主流媒体创新发展

段鹏

（中国传媒大学）

摘要：在我国的媒介融合实践中，主流媒体始终要肩负重要的任务；同时，推动传统媒体与新兴媒体融合发展，对迫切需要实现创新发展的主流媒体可谓恰逢其时。对我国的主流媒体而言，在创新发展的道路上选择媒介融合之路，这不仅是主流媒体在互联网大潮的冲击下化挑战为机遇，变困局为良机的自强之路，更是党和人民在多年的媒体事业实践中所赋予它们的重大政治任务。

关键词：主流媒体；媒介融合；前景

21 世纪的世界是变化的世界。在这场近乎波及人类社会全部方面和角度的变革之中，媒介领域自然也兴起了足以抹平传统媒体和新兴媒体界限的惊涛骇浪。在持续发展和前进的中国，伴随着以互联网技术等为代表的新型传播技术的快速铺开和应用，这种媒介融合的现象更是显得尤为剧烈。传统媒体譬如报纸、广播、电视等面临着重大的挑战和机遇，也相继发生了各自的重大变革。在以报刊、广播、电视等为代表的旧媒体和依托互联网技术而迅速发展壮大的一系列新媒体之间，出现了一种前所未有的趋势，即以往各个媒介之间清晰的边界逐渐消融，不同的媒介呈现出一种融合发展的态势，这种在整个媒介形态层面上的变化被称作媒介融合。

习近平主席一直高度重视党的意识形态和新闻宣传工作。一方面，他多次鼓励新闻工作者在坚持党性原则的基础上更要把握信息时代的传播规律；另一方面，在中央全面深化改革领导小组的会议上，习近平主席多次着重领导讨论媒体行业的发展蓝图。比如早在 2014 年通过的《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》中，习近平主席已经强调了如今我国媒体行业的重心在于推动传统媒体和新兴媒体的融合发展；在引入互联网思维的基础上，对新闻传播规律和媒体发展规律的掌握缺一不可；党和国家将在之后的几年内“着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新兴媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系”。又如 2016 年 2 月，习近平主席在党的新闻舆论工作座谈会上着重指出党的新闻舆论工作的重要地位。习主席指出，新闻舆论工作始终是关乎国家长治久安的大事，尤其在媒介融合的背景下，如何做好新闻舆论工作，如何坚持党的领导，如何坚持正确的政治导向，如何坚持群众路线，更是主流媒体一以贯之的使命和职责所在。主流媒体实现自身的融合创新发展，必须坚持新闻传播规律，创新传播方式方法，从而切实地提高自身的传播能力。

一、媒介融合理论的起源和演变

媒介融合是一个由西方学者提出的内涵相对丰富的概念。依照学界目前达成的共识，美国麻省理工学院教授伊契尔·索勒·普尔（Ithiel De Sola Pool）首先提出这一概念，其在 1983 年正式提出“融合”的说法，并将其定义为“各种媒介呈现出多功能一体化的趋势”。普尔在《自由的技术》一书中指出：“一个既定的物理网络能够提供任何类别的媒介设备，反过来，一个曾被限制于一种技术的媒介设

备现在能够被传送到任何物理上分散的网络上。”普尔指明了媒介融合中可能存在的两种形式，一是单一媒体就足以提供以往由众多不同媒体提供的服务项目，二是曾经受到媒体限制，只能由一种媒体提供的服务内容已经可以摆脱相应的限制，由不同的媒体呈现。时至今日，我们可以看到普尔的预言已然成为现实。我们可以通过互联网连接全世界的媒体内容，也可以利用网络、电视、手机收看同一档电视节目。可见媒介融合的概念虽然几经变化，但是核心的内容却如同上文描述的那样一以贯之。

然而，尽管媒介融合研究者众，有一点仍然值得关注，即虽然“媒介融合”的概念在上世纪八十年代既已出现，但对它的定义却至今仍未形成定论。这一方面是因为“媒介融合”本身是个历时性的概念，对它的把握往往与媒介同阶段的发展与实践紧密相关，纵向的时间维度导致对这一概念不同的理解。另一方面是因为，西方研究媒介融合的学者具有不同的学科背景，他们中有的学者从媒介史的角度出发，有的从文化研究的角度入手，因而对于这一概念具有不同认识。

众所周知，在我们国家，传播学是一门相对比较年轻的学科，而相关领域的研究起步都比较晚，这某种程度上也导致中国的媒介融合研究在很长一段时间里是落后于西方的。而在我国媒介融合研究的起步时期，由于缺乏开阔的媒介产业视野，我国的媒介融合研究往往也很难产出有价值、突破的研究成果。这种在传播学研究领域中既缺乏新问题刺激又难以实现理论突破的相对落后局面一直持续到本世纪初。

伴随着互联网技术变革的浪潮席卷全球，中国第一次实时参与到技术革命的过程中来，新的历史时期中，如何处理媒介融合发展所带来的机遇和挑战成为了摆在中国新闻界面前的紧迫问题。中国人民大学的蔡雯教授是国内最早进行“媒

介融合”研究的学者之一，她在 2005 年前后陆续发表了众多有关“媒介融合”的文章，并指出了“在数字技术与网络传播推动下，各类型媒介通过新介质真正实现汇聚和融合”的可能。2009 年，蔡雯教授进一步总结概括了关于媒介融合的观点，她认为媒介融合应该是内容、渠道、终端等方面的交融，同时她认为“媒介融合是指在以数字技术、网络技术和电子通讯技术为核心的科学技术的推动下，组成大媒体业的各产业组织在经济利益和社会需求的驱动下通过合作、并购和整合等手段，实现不同媒介形态的内容融合、传播渠道融合和媒介终端融合的过程。”²

此外，国内不少学者跟进并发展了对媒介融合的研究，如清华大学的熊澄宇教授认为媒介融合指“所有的媒介都向电子化和数字化这种形式靠拢，这个趋势是由数字技术驱动的，并在网络技术的推动下变得可能”；中国人民大学的高钢教授则认为，媒介融合究其本质是指“现代信息技术推进的信息传播的技术手段、功能结构和形态模式的界限改变及能量交换”³；中国人民大学的喻国明教授认为媒介融合是“指基于数字技术化的不同媒介之间的资源共享，是电视媒体获得市场竞争力的一种有效策略。”⁴

近几年，国内关于媒介融合的研究主要集中在以下路径：其一，对媒介融合这一概念的界定，当前学界对此仍未成定论。有学者指出媒介融合实际上就是以传播介质为基础的不同媒体形态的融汇⁵，也有学者认为应该从宏观的视角去关照“媒介融合”这一概念，如黄旦、李暄认为媒介融合实际上是社会形态的融合，这种融合过程建立在数字技术的基础之上，将不同的媒体重新融合成一个整体，进而构建出一个全新的“网络社会”，媒体充当着这个新型社会的一个关键节点⁶。其二，对媒介融合模式和过程的研究。如彭兰在其文章《“圈地运动”——“产品革命”——“支点设置”：媒介融合三部曲解析》一文中认为，中国媒体自 2009 年开始的

跨媒体业务拓展反映了中国媒体对媒体融合这一方向的共识，然而“这只是媒体融合时代的第一阶段，下一阶段则应致力于重新构建媒体与受众的关系，一次来实现媒体产业的快速增长，谋求更加广阔的市场空间。再下一阶段，媒体从业者应该关注移动终端技术对社会的能动作用，关注如何选取与利用移动终端技术，并以此来寻求媒介融合大潮中新的产业支点。7其三，对媒介融合规制和政策的研究，这一领域的代表学者有肖赞军、肖叶飞、黄玉波等，他们对西方国家和我国的媒介融合规制进行分析，从政策、制度的角度探讨了我国媒介融合所面临的问题。其四、媒介融合现状与问题。如蔡雯在《媒体融合：对国家战 布局的机遇及问题》一文中认为，传统媒体虽早已开始了媒介融合的尝试，但一直未能从根本上扭转影响力逐渐式微的趋势，其症结主要有观念亟待转变、规制建设有待改变和完善、体制与机制改革需要进一步深化、媒体经营与新闻内容生产关系的处理、新闻传播人才培养与新闻从业者素质能力的提升等8。其五，媒介融合所带来的问题。虽然多数学者和业界作者对媒介融合的前景表示乐观，但也有学者对媒介融合的社会效应、对新闻业的负面影响等进行了理性的反思。

二、媒介融合理论的前景展望

（一）媒介技术融合发展的展望

新媒体发展的最重要前提是传播技术的发展。具体而言，媒介技术的融合表现在媒介网络技术的融合和媒介终端技术的融合两方面。

媒介网络技术

媒介网络技术的融合，指的是数字化媒介产品的传输网络由单一的专用网络，转变为复合的、多用途的融合传输网络。

传媒网络技术的融合最早始于美国。经由“国家信息基础设施”(National Information Infrastructure, 简称 NII) 计划和《1996 年电信法》的触动, 美国彻底打破了信息产业混业经营的限制, 使得电信网络和广电网络从单一用途的专用网络变成了融合的多用途网络。

这种传媒技术发展的传统也在美国得以延续, 当下美国的媒介融合进程与媒介技术的发展关系紧密且互相促进, 主流广播电视媒体非常重视新媒体技术研发和利用, 在各自的网站以及 Facebook、Twitter 等社交网站, 想尽办法使电视新闻更加有竞争力。Google+ 是一种新的技术支撑手段。它以信息流、社交圈和视频群聊为特征帮助媒体实现运营。美国 NBC 台 KOMU 电视分台的 U-NEWS 节目为 Google+ 技术在媒体中的应用提供了成功的案例。NBC 认识到, 不仅是如今的用户需要 Google+ 提供的平台以满足自己了解新闻、发现新闻、传播新闻的愿望, 媒体更需要这样一个发现新闻和制作新闻最及时的途径。⁹

我国也在相应的背景下提出了三网融合的有关构想。“三网融合”中的“三网”是指以电话网代表的传统电信网、以有线电视为代表的广播电视网和以互联网为代表的数字通信网。根据 2010 年 1 月 21 日国务院发布的国发 5 号文件《国务院关于印发推进三网融合总体方案的通知》的界定, 三网融合是指电信网、广播电视网、互联网在向宽带通信网、数字电视网、下一代互联网演进过程中, 三大网络通过技术改造, 其技术功能趋于一致, 业务范围趋于相同, 网络互联互通、资源共享, 能为用户提供语音、数据和广播电视等多种服务, 其前提包含以下四个方面信息传播技术的进步, 即数字技术的发展、光通信技术的进步、软件技术的发展和统一的 TCP/IP 协议的采用。¹⁰可以说, 以上这些信息传播的基础技术

已经发展到了一定阶段，我国媒介三网融合的技术基础也已经成熟，只不过由于组织结构和政策规制上的问题，正在进行中的三网融合可谓举步维艰。

近几年，伴随着国家再次将三网融合提上改革议程，相关的政策已经开始为技术松绑。2015年夏，国务院办公厅印发了新的《三网融合推广方案》，对三网融合推广阶段工作进行了详细部署，提出了在全国范围推动广电、电信业务双向进入，加快宽带网络建设改造和统筹规划，强化网络信息安全和文化安全监管，切实推动相关产业发展等方面明确的主要任务要求。¹¹

三网融合是技术的发展方向，因而在老三网融合的基础上，不断推陈出新的新技术也为三网融合增添了很多新的内容。目前的三网融合仍然处于初级阶段并且仍然在不断地发展当中，其动态的变化过程依赖吸纳移动互联网、物联网、云计算、社会化媒体等其他新媒介技术的优点和长处。因此，我们更应该将三网融合看做是一个初始的概念，它只是媒介进化的漫长过程中一个新的革命的起点，远远不是最终的答案。未来将在新三网融合的基础上，形成一个全新的泛在网络。

12

2. 媒介终端技术

在媒介网络技术不断进步的同时，媒介终端技术的融合也为下一步的发展指明了道路。承载媒介内容的媒介终端的融合，表现在利用一种媒介终端的硬件和软件，将多种其他不同终端的功能整合到一起，以实现接收和呈现多种形式的媒介内容。当代社会中，媒介终端技术的融合主要包含计算机（Computer）、通讯（Communication）和消费类电子产品（Consumer Electrics）的融合，而以上“3C”的融合发展直接推动了以智能手机、平板电脑等为代表的新型移动智能互联网终端的发明。

移动互联网智能终端,凭借便携性和多功能性迅速在媒介产业占据了一席之地,特别是4G通信技术推广以来,智能手机终端依赖其突破性的快速、稳定、兼容的特点,迅速成为了用户获取信息的第一选择,其即时、迅速、全方位的信息服务更是改变了整个媒介产业的格局。另外,智能手机的生产商也力图通过技术的进步改变传统的手机定位,将其打造成一个拥有流畅操作系统、交互操作体验、全页面浏览显示的媒介终端。

就在智能手机、平板电脑等设备迅速攻占全球的时候,又有一批新的媒介形式悄然出现在媒介融合的大潮之中。其中的佼佼者莫过于VR/AR(虚拟现实/增强现实)技术。VR(Virtual Reality,即虚拟现实)是一种可以创建和体验虚拟世界的计算机仿真系统。这一系统可以通过电脑运算生成一种模拟环境,是一种多源信息融合的交互式三维动态视景和实体行为的系统仿真,使用户沉浸到该环境中。¹³而VR和AR之间的差别就在于:VR中你被放在环境里,只能看到它展示给你的环境,比如置身于一个你无法亲身体会的大会堂当中,在茫茫宇宙中漫步等等。而AR则更像是现实和虚拟的融合,把原本在现实世界的一定时间空间范围内很难拥有的体验,通过以计算机为基础的技术模拟仿真后,将虚拟的信息叠加到真实世界,从而被感官所感知。

目前,AR技术还没有完全成熟,大部分的使用和购买仍然停留在企业的阶段。作为对比,VR技术的雏形产品已经开始进入人们的生活,在娱乐业和游戏业中发力。

(二) 媒介行业融合的展望

媒介发展是一个长期的过程,尽管最近几年迅速发展的新媒体依靠突破性的技术、革新化的理念和出人意表的内容实现了“抢滩”的壮举,但是广播、电视、

报纸等传统媒体积累的跨越世纪的不可比拟的品牌、资源、渠道等优势不会就此消弭于无形。于是，当前的情况就是新旧媒体各自的优势互相吸引，新媒体尝试不断强化自己的媒介属性，而传统媒体也在尝试应用新媒体的生产方式开发新媒体产品，以维持自己的地位。在此过程中，媒介行业的融合包括组织、生产、产业等各个层次、形态的融合。

首先是媒介企业在部门设置和人员分工上尝试进行的融合，我们一般将其称之为组织结构的融合，其目的是为了适应不同媒介终端呈现多样化的媒介产品的需求。因此媒介企业内部的各类部门，包括从行政、采编、渠道以及以传统媒体和新媒体为分野的业务部门之间，必须形成紧密的联系，以保证更为流畅的交流以适应媒介融合的需要。在此过程当中，为了更有效地调动媒介企业内部的各项资源进行媒介生产，融合性的媒介生产部门应运而生。融合后的媒介内容生产部门，可以统一地调配企业内部包括人力、财力、信息等在内的各项资源，简化媒介内容生产流程、缩短制作周期，降低生产材料的价格成本和人力成本，从而全方位降低媒介产品生产成本。

对此，国际上已经有不少成功的案例。以已经有近百年历史的英国广播公司（BBC）为例，作为有代表性的受政府资助但却独立运作的媒体，BBC在国际上享有非常高的高知名度和权威性。但是面对互联网影响下的新媒介时代的浪潮，BBC丝毫没有沉湎于过去传统媒体的优势之中，反而是最早的参与到编辑部的转型浪潮之中。早在2007年11月12日，BBC就已经启用新的多媒体编辑部办公楼，广播新闻、网络新闻和电视新闻这三大部门陆续搬入。自此电台、电视台和网络三大部门不复存在，取而代之的是经过整合重组的两大“超级编辑部”——多媒体新闻编辑部和多媒体节目部。这种新的编辑部结构有助于实现资源共享、

提高工作效率、改善新闻质量、节约生产成本,实现对新闻资源有效的循环利用。经历过组织机构融合后,新闻播报节目《一点新闻》《六点新闻》及《十点新闻》和 24 小时新闻频道共同使用一个制作团队,新闻材料通过制作团队的加工后可以被共享给不同的渠道循环播放。这样的生产方式大大减少了电视节目的制作指出,而且有效减少了内容生产时间。

与组织结构的变动同时,传统的媒体内容的生产方式自然也发生了变化。同样以我们上面提及的 BBC 为例,在新闻内容生产的层面上,为了满足新部门对于标准化新闻素材的需求,一个集结了多个平台的专家型记者以及 BBC 互动电视记者的多媒体新闻采集团队也建立起来。BBC 设立了一套统一的采编系统来保证所有新闻素材都用统一的形式进行上传,并且供他人分享。一线记者在现场通过各种设备获得的声音、图像和信息,都上传到一个资料库之中。而在采集的过程中,不论采编人员身在何处,系统都会自动记录下采集的时间,内容,操作人员等以 BBC 所有记者、编辑可以共享全部的信息。这种生产环节中取消原本分设的编辑部,推进采编一体化的路线已经成为许多媒体发展的方向。

接纳受众参与到信息的生产中也成为了许多媒介内容生产革新的方式。媒介融合环境下的媒介内容生产不再单单只是属于记者、编辑的特权,过去单纯接收信息的“受众”依托新的信息传播技术而有了表达和传播自己观点的能力,这是“公民新闻”在新媒介时代的新形式。

除了各个媒介企业根据各自情况主动做出的尝试之外,媒介产业作为一个更大的整体,也在融合的过程中实现了变革。与技术、生产等更为微观的融合不同,这种媒介产业和规制的融合带来了更多上层建筑的影响,引导带动了媒介和社会的融合。

传统的媒介产业包括从上游的内容生产到下游的传播渠道,以及作为产业基础的信息传输网络,而这也是过去几个世纪广电机构通常涉足的全部领域。但如今,随着媒介生态环境的变迁、技术的发展和三网融合的推进,传媒产业在媒介融合的过程中,形成一种媒介融合语境下的“综合传媒产业”。

媒介产业的融合一般包括横向和纵向两个部分。横向整合通常是指媒介组织在产业链某一环节中的同业整合,既包括以报纸下辖子报这种形式的同媒介内部的同业整合,也有像是 BBC 新的全媒体整合那样在不同传媒业务间实现扩张的尝试。而纵向的整合则是传媒企业在产业的上下游进行扩张,它将媒介集团的业务范围扩展,以涵盖从原材料的供应到用户对媒介产品的购买等全部产业价值链。以新闻集团、时代华纳等综合性的媒体集团为例,其业务涵盖影视制片厂、电视台网、报纸杂志、互联网等众多领域。

媒介产业融合带来的新的竞争局面迫切需要规制的融合来进行把握。而规制融合就是成立融合规制部门,树立融合规制理念,消除媒介融合的政策阻碍,通过多元化规制手段促进不同传媒产业之间的融合竞争,提供优质的信息服务,满足受众多元化的信息需求。¹⁴在规制融合的领域,欧洲很早就做出了相应的尝试。2009年11月,欧盟通过通信规制框架的一揽子改革方案,其在规制融合的亮点在于四个方面:第一,设立新的欧盟通信规制机构(BEREC),取代以往松散的组织管理者小组(ERG),同时各成员国的规制机构将更趋于独立;第二,通过最简化的网络传输质量规则,促进“网络中立”;第三,对运营商实施功能性拆分,促进平等竞争;第四,对下一代网络(NGA)建立有效规则,提高竞争水平,激发投资动力。¹⁵在我国,媒介机构虽仍受到“一省一报业集团一广电集团”的模式限制,但也做出了相应的规制调整。2013年我国新闻出版总

署和广电总局合并为国家新闻出版广播电影电视总局,这两个媒介监督管理机构的合并,为两大产业业务上的交叉、融合,乃至产权上的兼并重组创造了良好的条件。2018年3月,根据十三届全国人大一次会议第五次全体会议表决通过的国务院机构改革方案规定,原来统管新闻出版、广播、电影、电视的国家新闻出版广电总局不再保留,将在广电总局原职责基础上组建国家广播电视总局,同时,电影管理和新闻出版的职责,划入中共中央宣传部。同时,该方案还规定,组建中央广播电视总台,撤销中央电视台(中国国际电视台)、中央人民广播电台、中国国际广播电台建制,对内保留原呼号,对外统一呼号为“中国之声”。

在媒介融合的时代,各种形态的媒介在真正意义上实现了整合,传统媒介时代不同媒介间的壁垒被打破了,一个更为广阔的且仍然处在扩张之中的信息平台展现在我们面前。这种有媒介营造的社会的图景已经越发真实地同我们的生活融合在了一起,媒介与社会的融合在这种相互的印证之中,共同改变、影响了社会中的每一个人。而由每一个身处其中的媒介人组成的社会,自然也会在融合的过程中,不断地变化,形成全新的社会形态。

三、媒介融合进程中的主流媒体创新发展

(一) 我国语境下的主流媒体概念

主流媒体(Mainstreammedia)是一个舶来词,但是在其引入中国并且付诸具体实践的过程当中,也已经发生了适应我国媒体环境的转变。因为历史上我国媒体是在中国共产党的领导下逐步建立起来的,因而党领导的、被赋予重要宣传作用的官方媒体必然被视为我国的主流媒体。然而,20世纪90年代,随着市场的开放和媒体的改革,内容活泼的媒体内容越发赢得受众好感,而墨守成规

的官方媒体因为政治色彩太浓而渐趋边缘化，主流位置不再。与此同时，一部分报刊不属于党报的范畴（如《南方周末》《北京青年报》等），却在媒介市场上占据了主导地位，以受众获取信息的主要途径的形象出现，并且在很大程度上影响用户的决策，因此常常被认为是主流媒体。面对以上的种种变化，也产生了从不同角度的对主流媒体定义的区分。复旦大学教授周胜林认为在比较传统的意义上，我国的主流媒体是“相对于非主流媒体而言的，其具备一定的政治色彩，也就是影响力大、起主导作用、能够代表或左右舆论的省级以上媒体，称为主流媒体，主要是指中央、各省市区党委机关报和中央、各省市区广播电台、电视台，以及其他一些大台大报。”¹⁶喻国明教授则从传媒经济的角度入手，认为“主流媒体就是关注社会发展的主流问题，成为社会主流人群所倚重的资讯来源和思想来源的高级媒体。”¹⁷

试图对理解主流媒体，必须了解媒体使用者的看法。而相关研究也得出了用户普遍认同的主流媒体的特征：受访者的 71.9% 认为“主流报纸应该是绝大多数人喜欢读的报纸，而不仅仅是中上层（如文化程度、收入、职业上）人士读的报纸”；81.5% 认同主流报纸应以“关注大众，关心民生”为核心；80.5% 认为主流报纸应该传递和解读国家和党的政策；79% 认为主流报纸的内容应该反映国家和社会发展方向。¹⁸因此，我们要以一个更为开放的态度去接受主流媒体的定义。

（二）我国关于主流媒体媒介融合的研究

伴随新媒体的迅猛发展，我国主流媒体的媒介融合尝试早已开始。人民日报社编撰的《融合坐标——中国媒体融合发展年度报告(2015)》对当年各大媒体集团融合项目、各媒体进行媒介融合的尝试进行了收录和梳理，认为 2015 媒

体融合已前行至深水区¹⁹。在这样的背景下，学界对我国主流媒体媒介融合的研究成为热门。梳理相关研究成果，可发现其主要有以下三个研究角度。

第一，传统主流媒体媒介融合的方向及特点。传统主流媒体媒介融合的趋势和导向问题是一个研究重点，在这个视角下，高宪春提出传统主流媒体的五个转向：“公共新闻媒体”向“公众新闻媒体”转型、“新闻生产开发者”向“新闻生产消费者”转型、“高技术新闻”向“情感新闻”转型、“单一性新闻”向“复杂性新闻”转型、“客观性新闻”向“浸润式新闻”转型²⁰。

第二，媒介融合背景下主流传统媒体的困境与出路。高晓虹、罗钰等在这一视角下进行了研究。如高晓虹在其《媒体融合新常态下传统媒体舆论引导面临的困境与出路》一文中梳理当前多元语态下舆论焦点的新特征和当前传统主流媒体内容管理面临的新问题，总结出当前传统主流媒体舆论引导的困境，进而提出走出困境的一些思路²¹。

第三，关于主流媒体媒介融合的比较研究。由于媒介融合率先在欧美国家开展，近年国内紧随其后进行了较多探索，因而，对中外、国内不同媒体媒介融合实践的对比就成为一种较为常见的研究视角。例如，复旦大学博士生梁智勇对CCTV、SMG、凤凰卫视及新华社等媒体的产业链、新媒体布局、新媒体战略等进行了比较²²，邹志的硕士论文《新媒体环境下中英报媒的融媒策略比较研究——以〈每日电讯报〉和〈中国日报〉为例分析》比较了中英两份知名报纸的媒介融合策略，为我国主流媒体开展媒介融合并利用新媒体“走出去”提供了有益参考。

23

另外，当前在“我国传统主流媒体媒介融合的困境”这一视角下已经形成了一些研究成果。以高晓虹的《媒体融合新常态下传统媒体舆论引导面临的困境与出

路》、罗钰的《媒介融合背景下传统报业面临的困境及其应对》，和朱建飞、胡玮的《唯改革创新者生——再论媒体融合的发展瓶颈与路径依赖》为例进行分析，笔者发现这些研究具有如下特点：

首先，研究方法层面，已有研究多采用文献分析、逻辑分析、案例分析等研究方法展开研究，某种程度上可以说现有文章多重于思辨而轻于实证，对案例的选取重数量而轻深度，缺少对特定媒介融合案例的深入分析。

其次，目前的研究多结合业界实践开展，以如何促进媒介融合为落脚点，某种意义上近似于策略研究，缺少学理性，这或可导致相关研究单纯从媒体的角度进行思考而缺乏受众视角。

（三）我国主流媒体融合发展的方向

1.重视技术的推动作用

推动主流媒体的融合创新，必须重视技术的核心推动作用。我们已经在媒介融合的章节讲述了很多技术领域的进步给媒介融合历程带来的变化以及其为媒介融合的前景开辟的发展方向。我们认识到，无论是建立多媒体的传播平台，还是建立跨媒体的统一数字化管理流程，都离不开技术的支撑。

前文我们已经提到了很多依靠技术进步推动的媒介融合的方式，而在中国的语境中，“技术赋权”在很大程度上才是媒介融合时代的技术能够在社会文化领域带来的最重要的变化。依赖技术和技术进步带来的影响，众多的用户将体验都“能发声”、“敢发声”、“通过发声起作用”。由新媒体发展带来的技术赋权，将是对社会和大众的一次不可逆的改变，经历过“发声”尝试的大众不会也不可能在回到传统媒介的时代，这也将敦促整个主流媒体做出改变，即便这种改变很大程度上对仍以传统媒体为主体的他们来说是一次不破不立的艰难决定。

2.重视互动、转变姿态

当下很多主流媒体融合发展的困难是来自于自身的姿态难以放低,对互联网思维理解不深所导致的。而互联网思维的缺乏更多时候是体现在很多传统媒体老化呆板的思路上的,直到现在,仍然有不少传统媒体的策略制定仍然停留在如何应对互联网的冲击上。在以科技引领互联网浪潮的时代,在诸多媒介行业的从业者以融合媒介武装自己的时代,这样的思维是致命的。互联网公司正在不断赢得用户、拓宽渠道,而此时,作为守擂者的传统媒体却还局限于新闻产品、单向受众、内部业务的“融合”上,这种思维上的巨大差异无疑将使这些媒体难以实现真正意义上的新老媒体的融合。

因而,如今的传统媒体必须转变姿态,摆脱现有体制的束缚,进行深度的融合。以往针对单向型用户的经营策略也已经不合时宜,整个组织的重点应该从生产产品转换到经营用户中来。传统媒体的融合创新,归根到底还是要转变自己的姿态,重视互动行为的发展,围绕用户展开创新服务,通过新的平台型业务聚拢人气,为实现用户的需求提供重要保证。

3.建设创新合理的多维补偿方式

主流媒体积极进入融合媒介的领域,开启转型之路的时候,应该创新拓展其价值补偿方式,可尝试的方式如下:

首先,注重版权价值收入。长期以来,主流媒体参与投资或购买了大量电视剧、电影、纪录片及动画片等,对这些内容产品版权的占有是我国主流媒体的发展优势。当下,我国版权相关的法律法规日益健全,新兴媒体平台也逐渐具有了较高的版权意识,愿意依据定价对内容产品的版权进行购买。例如,很多电视剧集、纪录片等在经历几轮播放后仍然可以为在线视频网站带来不少的浏览量,因

此视频网站通常也乐于支付相关的版权费用。主流媒体应始终着力提升自我版权保护意识，持续加强版权管理的规范化，继续开发自持版权的经济和社会效益。

第二，提升规模效益。日前，在线视频网站自制剧集的火热吸引了诸多观众的注意力，但是冷静下来，我们可以发现在“网剧”的一片繁荣景象背后，传统媒体在产、制、播的各个环节中仍然占据较大优势。传统电视台投资的电视剧，其规模收益往往是其胜过目前“网剧”的关键因素。从电视剧集的构思、拍摄，到后期的分发，每一步都需要考虑并实现规模效益。当下传统媒体面临新兴媒体的巨大冲击，而合适的受众叠加策略则有助于应对新兴媒体的竞争，实现规模效益。这其中的关键在于视频内容的可删减性和可编辑性。依据不同媒体平台的特征对电视剧集进行删减和编辑，有利于其在各个平台的分发和传播，使得主流媒体可以较低的资金投入赢得更多的收入。第三，对受众资源进行再开发。受众资源的积累是一个长期的过程，也是主流媒体在多年的经营和建设中所积累的核心竞争力。通常，媒体将具有较高购买能力的受众视为自己的目标受众，并以吸引这些受众的注意力换取广告收入作为自身主要的经济来源。新的媒介环境下，主流媒体不应再满足于这种传统的营收方式，而应尝试对这些目标受众进行再次研究，探索其兴趣点，并依据受众兴趣开发各类增值服务，以期满足受众的媒介使用目标。

参考文献

- 1 蔡雯：《媒介融合前景下的新闻传播变革——试论“融合新闻”及其挑战》，《国际新闻界》

2006年第5期。

-
- 2 蔡雯、王学文：《角度、视野、轨迹——试析有关“媒介融合”的研究》，《传媒研究》2009年第11期。
 - 3 高钢：《迎接媒介融合的时代》，《新闻与写作》2009年第7期。
 - 4 喻国明、戴元初：《媒介融合情境下的竞争之道——对美国电视的新竞争策略的观察分析》，《新闻与写作》2008年第2期。
 - 5 黄旦、李暄：《从业态转向社会形态：媒介融合再理解》，《现代传播》2016年第1期。
 - 6 黄旦、李暄：《从业态转向社会形态：媒介融合再理解》，《现代传播》2016年第1期。
 - 7 彭兰：《“圈地运动”——“产品革命”——“支点设置”：媒介融合三部曲解析》，《新闻与写作》2010年第2期。
 - 88 蔡雯：《媒体融合：面对国家战略布局的机遇及问题》，《当代传播》2014年第6期。
 - 9 宋月静：《美国广电媒介融合分析及启示》，《新闻实践》2013年第4期。
 - 10 郑宇：《“三网融合”下广播影视行业应对之策初探——兼对〈国务院推进三网融合总体方案〉的解读》，《视听纵横》2010年第2期。
 - 11 《国务院办公厅关于印发三网融合推广方案的通知》，《中国政府采购》2015年第9期。
 - 12 彭兰：《从老三网融合到新三网融合：新技术推动下三网融合的重定向》，《国际新闻界》2014年第12期。
 - 13 赵金：《VR 新闻及对媒体融合转型的启示》，《青年记者》2016年第13期。
 - 14 肖叶飞、刘祥平：《媒介融合与规制融合》，《现代传播》2015年第3期。
 - 15 肖赞军、李玉婷、陈子燕：《媒介融合、规制融合的国际经验与中国策略》，《重庆社会科学》2012年第6期。
 - 16 周胜林：《论主流媒体》，《新闻界》2001年第6期。

-
- 17 喻国明：《一个主流媒体的范本——<纽约时报 100 年>读后》，
<http://academic.mediachina.net/article.php?id=3891&people=16>
- 18 吴飞、姚晓玉：《社会转型时期党报若干问题的探讨》，《新闻大学》2008 年第 1 期。
- 19 人民日报社：《融合坐标——中国媒体融合发展年度报告(2015)》，人民日报出版社 2016 年版。
- 20 高宪春：《媒介融合背景下主流媒体发展的五大趋向》，《中州学刊》2015 年第 4 期。
- 21 高晓虹：《媒体融合新常态下传统媒体舆论引导面临的困境与出路》，《社会科学》2015 年第 9 期。
- 22 梁智勇：《媒介融合背景下传媒集团新媒体战略比较——以 CCTV、SMG、凤凰卫视与新华社为例的研究》，《新闻大学》2009 年第 1 期。
- 23 邹志：《新媒体环境下中英报媒的融媒策略比较研究——以<每日电讯报>和<中国日报>为例分析》，成都理工大学硕士学位论文，2016。