

业界声音

四川日报报业集团编委会委员,封面传媒董事长、封面新闻(华西都市报)总编辑方楚:

媒体深度融合发展 孕育大量新机遇

作为中国第一张都市报,1995年1月1日创刊的《华西都市报》开启了中国报业的“都市报时代”。《华西都市报》在媒体深度融合方面有怎样的探索和思考?带着这些问题,羊城晚报记者专访了四川日报报业集团编委会委员,封面传媒董事长、封面新闻(华西都市报)总编辑方楚。

今年,封面传媒将投资组建封面科技公司,探索以资本运作拓展更多发展空间。

随着互联网时代的来临,媒体深度融合发展迫在眉睫、日新月异。去年9月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》。在方楚看来,从“媒体融合发展”到“媒体深度融合发展”,说明改革已进入提质增效的深水区,进入构建体系的新阶段。

在方楚看来,媒体深度融合发展,不仅是传播手段的改进、传播方式的转变、传播平台的迁移,更是传播生态、媒体格局、产业发展甚至社会治理的升级和质变。从市场环境分析和行业分析来看,虽然存在不少挑战,但也孕育了大量新机遇。从国家战略的顶层设计,到5G、大数据、人工智能的技术加持,再到数字经济、数字经济的方兴未艾,媒体深度融合迎来了前所未有的想象空间和市场前景。

“《华西都市报》诞生于市场,成长于市场,在媒体深度融合进程中,继续秉承了敏锐的触觉、创新的精神、改革的劲头。”方楚介绍,四川日报报业集团于2015年创办了封面传媒,开启了《华西都市报》的转型之路和融合之路,“《华西都市报》的转型,没有走修修补补的改良之路,而是将报社200多人的团队整体迁移到封面传媒,实现一支队伍、一个平台、一体运营。”

六年来,封面传媒和《华西都市报》在深度融合方面进行了一系列的探索,呈现出以下特点:首先,技术驱动是最独特的优势。百人技术自建团队自研技术产品,自创技术品牌,并首设“技术委员会”,在媒体融合过程中强力植入技术基因。封面传媒从最初的对内赋能已经发展到现在的向外输出,不仅取得了一定的先发优势,而且为持续发展注入了强劲动力。

同时,移动优先是最鲜明的特点。封面传媒不仅建立了覆盖上亿用户的以封面新闻客户端为核心的新媒体传播矩阵,构建了5G+4K的全媒传播体系,而且实现了《华西都市报》和封面传媒二合一,主力军完全进入主阵地。

此外,内容为王是最坚定的底色。主流价值赋魂技术,先进技术加持生产,极大释放了优质内容的生产力。封面新闻近年来多次获得中国新闻奖,每年都有数十个亿级正能量爆款,“四力”得到极大提升。

“挑战的背后蕴藏着巨大的机遇。”方楚说,2020年,封面传媒紧紧抓住后疫情时代各行业迫切“上云”的机遇期,在“科技+传媒+文化”新优势的加持下,积极拓展新业态、新赛道,承建开发了第八届中国(绵阳)科技城国际科技博览会云展

“面对媒体深度融合的窗口期、关键期,各大媒体要紧紧抓住中央推进媒体深度融合的战略机遇,5G时代的产业发展机遇、后疫情时代的数字化机遇,明确目标,发挥优势,积极创新。”方楚说,对封面传媒而言,未来将围绕提升新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力,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,通过构建“科技+传媒+文化”生态体,聚焦“智能技术、智慧文博、内容科技、数字营销”四大产业方向,探索更多的路径。

其中,智能技术方向将深度参与智慧城市、智慧治理、数字经济等领域信息化项目建设;智慧文博方向主要是为文物数字化、云上博览、智慧展馆的建设提供多云适配智能解决方案;内容科技方向将加强人工智能、大数据、区块链以及R+技术等在生产传播领域的研发、适配和应用;数字营销方向通过数据驱动、算法重构、智库运营等,赋予营销组合以新内涵,探索实践“新闻+政务服务商务”的运营模式。

(羊城晚报记者 罗仕)

羊城晚报报业集团党委书记、羊城日报社社长刘海陵:

推进媒体深度融合发展 要紧扣主业、做好内容

从传统报纸到全媒体,观念的转变最为重要。”羊城晚报报业集团党委书记、羊城日报社社长刘海陵说。羊城晚报作为一张岭南名片,同时也是文化大报、民生大报,60多年来一直深耕岭南,在推进媒体深度融合发展之路上有着自己的坚守,那就是:“始终紧扣文化主业,把内容生产作为安身立命之本,在不离主业的同时实现多元发展。”

刘海陵介绍,近年来,羊城晚报报业集团全力推进以“羊城晚报”“羊城创意产业园”双品牌、双平台深度融合发展战略,羊城晚报已经从一张报纸变成一个立体传播、全媒体发展的文化平台;羊城创意产业园也从一个园区发展到“一园七区”的稳健体系,成为具有强大聚合力的文化创意产业园品牌。

“推进‘双转型’战略,我们积累了经验,也有自己的思考。”他说。报纸和产业园的“双转型”,是羊城晚报近年来推进媒体深度融合发展的“大动作”。

“第一个转型是羊城晚报品牌传播的裂变。”刘海陵介绍,羊城晚报创刊于1957年,复刊于1980年,至今已走过60多年光辉历程。

为顺应媒体融合发展大势,2015年初,羊城晚报重组采编流程,建成全国最早的实体性全媒体指挥中心;2017年,对全媒体指挥中心全面升级,为打造全媒体立体传播矩阵奠定技术基础;2020年,对采编机构进行

发展现代文化产业,羊城创意产业园如今已成为具有全国标志性的文化创意产业园品牌,并形成了“一园七区”的格局,2020年产值约300亿元。

“在推进媒体深度融合发展进程中,羊城晚报勇于把握大势,看准就干但不盲动;勤于服务大局,发挥优势主动作为;善于立足传媒品牌,把内容生产作为安身立命之本;敢于紧扣文化主业,不离主业实现多元发展。”刘海陵总结道。

“必须紧扣文化主业,把内容生产作为安身立命之本,认认真真、踏踏实实做内容的传播,在认真生产优质内容的同时,瞄准市场上头部互联网渠道和技术,将全新的渠道和技术与我们的优质内容深度融合。”采访中,刘海陵多次强调优质内容生产在推进媒体深度融合发展中的重要性。

一项新奖是衡量优质新闻内容生产的一项重要指标。刘海陵说:“近几年来,羊城晚报的新闻作品屡获中国新闻奖、长江韬奋奖,我们也不断加强日常策划、特刊策划,同时聘请了广东13位顶级文化顾问指导,报纸不断走向精品化、文化符号化。”

“羊城晚报和羊城晚报报业集团‘双品牌+双平台’的‘双转型’战略带来了无限可能的发展前景,但我们在推进媒体深度融合发展过程中也有一些思考:如何实现传媒品牌影响力变现?如何实现园区高端化升级突破?如何争取媒体投融资政策支持?如何突破移动传播技术支持瓶颈?如何与互联网头部平台合作双赢?”刘海陵表示,这些是羊城晚报未来需要不断探索回答的媒体深度融合发展之问。

(羊城晚报记者 董柳 侯梦菲)

“深融·问道”媒体深度融合发展研讨会今天在广州举办,与会各界人士共聚一堂、共论大计——

问计深融策 问道大未来



蔡雯



方楚



支庭荣



刘海陵

学界建议

中国人民大学新闻学院教授、博士生导师蔡雯:

“连接”个人用户 建设“开放型”媒体

把研究目光聚焦在媒介实务上的蔡雯长期关注广东媒体在媒体融合之路上的“表现”。“广东广州的三家报业集团在我国报业中一直处于第一阵营。在推进媒体融合发展中,各家都利用自己的比较优势和资源,形成了各具特色的做法,你追我赶,保持着一种良性竞争的态势。”蔡雯说。

蔡雯对推进媒体深度融合发展有自己的见解。在她看来,我国媒体融合走到今天,新型主流媒体建设最大的障碍已不是技术门槛和渠道限制,而是内容与服务还不足以吸引和留住海量的个人用户。因此,“连接”个人用户,建设“开放型”媒体,是媒体融合进一步深化的方向,也是打造新型主流媒体必须突破的难点。”

蔡雯在回顾媒体融合发展历程时,将这一进程分为两个阶段:第一个阶段是起步阶段,媒体融合主要表现在对媒体自身资源的重新配置。“2006年至2014年间,我国的媒体融合属于自发性的探索阶段,主要是做加法,也就是在保持传统媒体运行机制的基础上添加各种新媒体形态及内容分发渠道,媒体组织机制变革在这一时期也频繁发生。”

在她看来,这些改革在一段时间内产生了较大影响,取得了不少成果,但没能从根本上破解传统媒体的困局。例如,“由于用户数据留在了平台运营方,传统媒体只是内容供应商,难以利用用户数据的挖掘和分析提升产品和服务质量,在市场竞争中处于不利地位。媒体自己打造的客户端虽数量可观,但大多数客户端的下载量难以超过百万,而且多数还不具备用户数据处理能力。总之,在这一阶段,我国媒体融合在传播渠道的掌控和用户资源的开发利用方面有明显的短板,媒体的‘开放性’也存在不足,妨碍了媒体影响力和竞争力的提升。”

第二个阶段是媒体深度融合阶段。“总体上看,2017年之后,我国各级新闻媒体不仅更加积极地利用外部社交网络平台,而且开始把重点转

向建设自主可控的新媒体平台,并进一步改造内容生产模式、经营模式和组织机制。”

蔡雯观察到,媒体融合在这一阶段最大的变化是加强了与外部资源的连接,吸纳政府、企业和各类社会组织的能量,加强了对外部资源的开发,开始向“新闻+政务+商务+服务”的运行模式发展,这对传媒生态和业态的变化影响深远。

在蔡雯看来,媒体融合的“下半场”,要及时调整方向,找准突破口。

蔡雯告诉记者:“去年11月,我们对一些媒体的平台做了数据抓取和分析后,发现这些媒体平台建设的优势在于资源的独特性及其资源整合能力,而短板是用户活跃度不足、平台开放性有限。”她表示,在新媒体环境下,内容传播还要依靠媒体用户的参与。

如何优化、完善我国的主流媒体平台?蔡雯首先建议以技术赋能,提高媒体平台的运转效率。“因为平台的‘开放性’要靠与用户的有效‘连接’来实现,而‘连接’的前提是要准许用户快捷顺利地进入。因此,媒体平台应该更好地运用人工智能、算法等技术手段在保障信息安全的前提下,优化核查逻辑,提高审核效率,让平台编辑有更多精力和信心为用户营造开放度更高的互动空间。”

其次,她建议匹配用户需求与平台资源,在日常运营中提升用户活跃度。“主流媒体要努力寻找平台与用户的契合点,想方设法调动更多用户的参与热情,还可以设计‘外部物质奖励+平台流量激励+平台品牌共享’等有层次、分梯度的激励体系,实现资源优势的有效发挥与循环叠加。”

此外,她还建议以“大运营”思维构建平台新业态,回应百姓关切,发挥服务功能。“‘大运营’包括但不限于内容构思、产品策划、用户维护、社会资源开掘、品牌推广等。只有通过不断地创新和贴心的服务,才能有更好的连接度和更大的开放性。”

(文/羊城晚报记者 董柳 图/羊城晚报记者 柳卓楠)

暨南大学新闻与传播学院院长支庭荣:

媒体组织的每次创新 都是向融合的靠近

推进媒体深度融合,打造具有强大影响力和竞争力的新型主流媒体——这是时代向媒体提出的历史使命。作为长期关注媒体融合的学界专家,暨南大学新闻与传播学院院长、教授、博士生导师支庭荣连续多年主编《中国媒体融合发展报告》蓝皮书。他建议媒体在推进深度融合发展中要更多地运用互联网思维,更多地从用户和产品的角度进行思考,以拉近与用户的距离,让新闻产品真正抵达用户。

虽身在学界,但支庭荣关注的目光从未离开过业界。在他看来,媒体融合是一件有着深远意义和重要影响的工作。“我认为媒体是一个多层次或多圈层的结构。”支庭荣表示,从宏观层面讲,我们处在一个传播技术快速迭代变革的时代。在时代潮流的裹挟下,包括羊城晚报报业集团在内的绝大部分传统媒体都顺应了这一潮流。因此,媒体融合首先意味着所有的媒体都要融合于时代的潮流。

其次,从传统媒体和新兴媒体的层次讲,支庭荣认为两者是“相向而行,取长补短”。他表示,经过数年的融合,媒体可分成三类:传统型主流媒体、由主流媒体内生出来的新型媒体以及具有媒体属性的商业性互联

网平台。这三类媒体各有特点,相互之间是一个彼此融合的、此起彼伏的过程。“从这一角度看,媒体融合还是进行时。”

最后,第三个层次的融合主要从媒体内部着眼。比如,传统部门和新兴部门之间、传统业务和新兴业务之间是否互联互通,包括经营管理、平台渠道、绩效考核、产品的综合影响力等有没有形成合力。

“因此,媒体融合既可以‘破域’,比如超越一定的空间疆域,也可以具体到一项业务、一件作品或者一个团队。”支庭荣认为,可以把媒体融合理解为在环境变革之下媒体组织适应环境的各种努力,包括思想、理念、组织形态、业务、产品等维度的每一次创新,都是向媒体融合目标的一次靠近。“但我认为,媒体融合最主要的标志是过程。结果很重要,但并不是首要的。”

知常明变者赢,守正创新者进。媒体融合如何在“守正”的基础上“创新”?支庭荣认为,当下主流媒体融合有很多的创新,包括融合传播的手段形式、传播的渠道以及传播体制机制方面的创新,这些都是很好的探索。

不过,他也坦言,目前主流媒体所做的创新更多的是“微创新”,比如在现有基础上的改进改良、优化升级。“这些创新改变了新闻的产品形态、产品形象,也改变了新闻从业人

员的认知,一定程度上提升了新闻工作者的斗志。”

同时,支庭荣也认为,主流媒体在媒体融合的技术投入、资本运用等方面还存在不足。“这意味着微创新的累积需要一个长期的过程,媒体融合才能取得更加显著的效果。”

时代在变,载体在变。全媒体时代,提升主流媒体新闻舆论的传播力、引导力、影响力、公信力,也是加快媒体深度融合的题中之意。“目前,主流媒体在践行‘四力’方面还是取得了很大的成绩。”支庭荣表示,这种成绩有时是以爆款的新闻产品形式表现出来,但更多的是以春风化雨式的报道方式,成为社会运行必要的润滑剂。

另一方面,支庭荣也建议主流媒体要从媒体融合中汲取力量和能量。“比如:能不能创造一个畅通、公平、有利于提升效率的运行机制,进而打破部门间的壁垒,打破对优秀人才的束缚。”他建议,传统媒体要更多地运用互联网思维,更多地从用户和产品的角度进行思考,以拉近与用户的距离,让新闻产品真正抵达用户。

“对于媒体融合本身,我是非常乐观的。”在支庭荣看来,媒体融合其实也意味着媒体不单单是新闻的载体,更多地是一个综合性的载体和平台。“媒体的运营从做新闻变成做平台,在这方面的成功程度将确定媒体在用户市场的具体位置。”

(羊城晚报记者 侯梦菲)

