

**编者按** 2024年的钟声已经敲响,传媒业将在哪些领域继续深耕?将在哪些方面重新布局?新的一年里又会有哪些新作为?本版从媒体融合、内容传播、媒体经营3个视角,预判行业的新趋势,与读者共话2024行业新前景。

## 媒体融合:统筹推进 创新拓展

□许可



2024年,我国媒体融合将进入新的10年发展征程。在四级融合布局结构中,县级融媒体中心将进入更为关键的第二个5年,部分市级融媒体中心也陆续开始了第二批试点建设。在夯实基础、补齐短板、完善机制、强化效能的基础上,市县融媒体中心如何发展,关系着全媒体传播建设目标的实现以及我国新闻传播的现代化进程。展望未来,市县两级融媒体中心将在巩固自身实力的基础上,加强纵向贯通与边界拓展,以更加互动、统筹、一体的方式实现创新迭代与系统升级。

**响应式布局:政策导向的持续赋能。**在媒体深度融合战略下,市县两级融媒体中心在功能定位、技术应用、标准建设、特色模式等方面都得到了国家政策的持续赋能。从基础运行层面,2019年的县级融媒体中心5项标准规范与2023年的市级融媒体中心5项标准规范衔接有序、统筹布局,为市县两级融媒体中心的技术贯通、平台融合、数据汇总、网络安全提供了系统化、标准化的支撑。未来的市县融媒体中心,将在完备的技术基础设施建设中逐渐实现纵

向贯通,实现内容共享、技术对接、产品共创与服务共生,并与国家政策与行业规划进一步对接与响应政策导向,开展响应式的媒体布局。当然,整合是必然趋势,但因地制宜、因媒体制宜的趋势将更加明显。机构完全合并、机构依然独立及部分业务整合,将是市县两级融媒体中心发展的典型模式。市县融媒体中心要充分考量自身体量,基于政策、技术、资金、用户及市场等多重因素,调整融合战略。

**区域化创新:内容生产的体系推进。**在2023年10月召开的全国宣传思想文化工作会议上,习近平总书记再次强调“着力提升新闻舆论传播力引导力影响力公信力”。面对网络环境和舆论生态的变迁,市县两级融媒体中心要更加肩负起主流舆论阵地的功能定位,以更加权威的信息、更加主流的价值、更加生动的内容,在基层实现新闻舆论“四力”的真正提升。作为市县区域的新型主流媒体,信息发布与权威解读、理论传播与文化传播、社会民生与百姓故事、城市形象与对外传播等,任何一种内容种类均必不可少,因为市县区域

的融媒体中心向上承接党和政府,向下连接着基层群众,作为“国家—社会”连接的中介,真正做到以多元内容服务社会发展、满足群众需求。在未来的内容传播创新中,市县两级融媒体中心可以充分发掘地域文化特征,包括历史人文、文化遗产、非遗传承、民俗传统、城市规划、特色产业、网红地标等传统与现代结合的潜在内容或内容要素,以内容创新塑造本地文化符号,构建区域文化体系。

**数字化转型:多元服务的边界拓展。**宣传思想工作不仅需要创新的内容、理论的传播,更需要技术与平台的支撑。当前,数字化是国家发展、社会进步与媒介创新的重要驱动力量,市县融媒体中心的创新与迭代更需要数字化技术与数字化应用。数字时代,主流舆论阵地之外,市县融媒体中心“综合服务平台”与“社区信息枢纽”的两个功能定位更需要以数字化的颠覆性创新来实现。在国家文化数字化战略、现代公共文化服务体系、智慧城市建设、“新闻+政务服务商务”模式创新、人工智能技术创新发展等多重因素叠加的影响下,市县融媒体中心将迎来数字平台的升级与产业边界的拓展。在数字化的技术逻辑驱动下,市县融媒体中心将利用数据资源的有效整合,打通部门、行业及个人的数据壁垒,完成移动端口的数字化改造、内容平台的数字化升级、社会服务的数字化创新、盈利模式的数字化蝶变,从而真正融入数字化的发展潮流中,以更加主体的地位、更加适配的功能和更加多元的服务实现智能转型与智慧发展。

(作者系河北大学新闻传播学院副教授)

## 媒体经营:四个特点 五大趋势

□文远竹

随着媒体深度融合的推进和智能传播方式的发展,传媒业经历了前所未有的变革。2023年,媒体经营管理的特点主要表现为数字化、社交化、数据驱动和以用户为中心。展望2024年,这些趋势仍将继续深化,同时将出现新的发展趋势。

回顾2023年媒体经营管理,四大特点贯穿发展。

首先,数字化程度提升。随着移动设备的广泛应用,媒体内容生产和传播方式发生了根本变化。数字化媒体不仅使内容制作和分发更为便捷,而且降低了传播成本,成为媒体经营管理最主要的手段。

其次,社交化趋势明显。社交媒体的崛起改变了信息传播的路径和方式,用户通过社交媒体分享和传播信息,使得媒体内容更加具有互动性和即时性。

再次,数据驱动逐渐加强。大数据技术的应用使媒体能够更准确地了解用户需求和行为,实现精准推送。数据驱动的决策使得媒体更加注重新媒体,都更加注重用户需求和用户体验,提高了媒体经营管理的效率。

最后,向以用户为中心转变。随着信息传播和受众信息消费行为的变化,媒体经营管理的重心逐渐转向用户。无论是传统媒体,还是新兴媒体,都更加注重用户需求和用户体验,以提供个性化、有价值的产品和服务。

展望2024年,可以预见媒体经营管理呈现五大趋势。

其一,人工智能等技术将广泛应用。人工智能将在媒体内容创作、个性化推送、自动化运营等方面发挥更大作用。人工智能技术将进一步提高内容质量和推送效率,提升用户体验。人工智能技术将在媒体经营管理中得到广泛应用。通过智能推荐算法,媒体可以根据用户的兴趣和偏好向其推荐相关内容,提高用户体验。同时,自然语言处理和语音识别技术将使媒体能够更高效地处理大量的内容和数据。此外,随着数据分析技术的不断发展,媒体将更加注重新数据的收集和分析,以指导决策制定和内容生产。通过分析用户行为和需求数据,媒体可以更准确地了解用户喜好,精确定位目标受众,并提供更个性化、定制化的内容。

其二,跨界融合进一步加强。随着媒体行业的边界逐渐模糊,跨界融合将成为常态。媒体将与金融、电商、教育等领域深度融合,提供一体化服务,打造更广泛的生态圈。媒体将更加关注跨平台整合,将重点放在为移动设备和智能电视等新媒



体渠道开发专门内容上,并利用社交媒体等渠道来扩大影响力和传播范围,以适应不同平台的受众需求。

其三,内容品质不断提升。“内容为王”仍是媒体竞争的主战场,好的内容产品在信息海量的时代更显稀缺性。随着受众对内容品质的要求提高,媒体将更加注重原创内容的生产和品质的提升,高品质的内容将成为媒体经营的核心竞争力。

其四,付费模式多样化。传统媒体将继续面临付费模式转型的挑战,根据用户对不同内容的需求和使用习惯,可能会推出更加多样化的付费模式,如订阅、付费阅读、单篇购买等。同时,透明且灵活的订阅计划和会员制度将成为吸引用户的关键,被更广泛地运用在深度报道和财经新闻等领域。

其五,社区化运营加强。各大媒体将更加注重新媒体建设和运营,通过社区化、垂直细分化的运营,提高用户黏性和参与度,社区化特征将进一步凸显。各大媒体将更加注重新媒体的互动和社区参与,通过用户评论、社交分享和线上互动等方式,增加用户黏性和忠诚度。此外,借助UGC(用户生成内容)的力量,媒体将与用户共同创造更多内容,提高用户参与度。

这些新趋势将推动各大媒体更加注重新媒体需求和体验,加强创新能力,拓展新的商业模式,并加大科技与内容的融合程度。然而,媒体行业的发展仍然面临许多挑战,如内容涵盖的差异化、品牌建设、版权保护等,各大媒体需要灵活应对,面对信息泛滥和虚假信息等问题,要更加注重社会责任和公信力建设,加强新闻伦理和自律,提高信息鉴别能力,以更好地满足受众多方面的新闻信息需求,提升全行业的竞争力和影响力。

(作者系广东财经大学人文与传播学院副院长、网络传播学院院长)

## 内容传播:向下扎根 向上生长

□本报记者 韩萌萌

翻越一程山水,告别一段时光。转眼,我们已迎来2024。在新的征程上,媒体人以奋斗者的昂扬姿态迎接新的机遇与挑战,不断丰富知识储备、提升业务能力,面对媒体深度融合,既满怀期待,更全力以赴。

2023年是习近平总书记作出“加快传统媒体和新兴媒体融合发展”重要指示10周年。在主流媒体加速推进媒体深度融合的进程中,涌现出一批融合发展的新业态、新场景、新案例、新模式。越来越多的重大主题报道创新年轻化呈现,将宏大主题与通俗化表达巧妙结合,拉近了与广大受众的距离。新的一年,各级媒体将继续贯彻落实“扎实推进媒体深度融合”的要求,生产出更多“爆款”,更加精准地触达用户,引发更广泛关注与共鸣。



回望走过的2023年,从全国两会到大运会亚运会,从共建“一带一路”倡议提出10周年到中美元首会晤,从京津冀防汛抗洪到甘肃积石山地震,每遇重大新闻,各级媒体闻令而动,从未缺席。在每一个重要新闻现场,他们以新载体、新场景、新应用推动主力军全面挺进主战场,努力还原事件原貌,将真实的声音传递给人民。新的一年,各级媒体将在做强新型主流媒体、壮大主流思想舆论方面积极探索,让正能量更强劲、主旋律更高昂,推出更多第一时间、第一现场、第一视角的作品,展示祖国山河壮美,人民拼搏奋进。

作为党的“喉舌”,传递好党的声音是义不容辞的责任。新的一年,各级媒体将继续做好主题宣传,通过各类新媒体产品,为用户营造出“有我”的在场感,让手机“小屏”与线下“大屏”同步,吸引各行各业群体的广泛参与,形成同频共振,形成强大的报道声势,激发亿万网友蓬勃向上的奋斗热情,祝福伟大祖国。

2023年,中国乡村故事火爆全网,各级媒体通过各种形式的报道,让许多外国网友以一个从未有过的视角,

看到了更加真实的中国乡村和淳朴的中国人民,以及奋进的中国形象。2024年,各级媒体将会持续深挖,通过不断探索国际传播的结合点、着力点,创新思路与方法,探索开展“走出去”“请进来”交流活动、海外推广等合作形式,推动中国故事的国际化表达和海外精准传播,推出更多叫得响的国际传播媒体产品,推动中华文化“走出去”,让更多的中国故事“出圈出海”。

2023年,人工智能等技术重塑变革,激发发展动能。2024年,智能媒体将保持快速增长和持续创新,媒体将会更多地聚焦数据重建用户连接、人工智能重塑媒体边界等领域,进一步构建全媒体传播体系,不断完善主流舆论新格局。

媒体融合的10年,经历了从相加到相融,“融媒”已经进入“智媒”发展阶段。AIGC技术成为媒体变革的驱动力,为数字内容的生产敞开了大门。新的一年,各级媒体将步履不停,以AIGC赋能媒体深度融合,积极布局数字化新赛道,构建人机协作智能传播新生态,探索报业转型发展新路径。

