

2024中国新媒体大会观察：第二个十年，主流媒体融合如何再出发？

2024年7月，第五届中国新媒体大会在湖南长沙马栏山视频文创产业园隆重召开，以“新主流 新征程”为主题，全面总结了过去十年主流媒体融合发展的成就，并为下一个十年指明方向。自2014年习近平提出“媒体融合发展”战略以来，中国主流媒体在数字化转型、内容创新、国际传播等方面取得显著成果。然而，随着人工智能、短视频和虚拟现实等技术的迅猛发展，主流媒体如何在“第二个十年”继续深化融合，成为大会热议的焦点。据统计，截至2024年，中国主流媒体的移动端用户已突破15亿，短视频平台日活跃用户超10亿，显示出新媒体生态的巨大潜力。过去十年，主流媒体融合发展经历了从“相加”到“相融”的深刻变革。2014年，中央发布关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见，标志着媒体融合进入国家战略层面。以人民日报、新华社、中央广播电视总台为代表的中央媒体率先行动，打造了“人民号”“新华”等新媒体矩阵，整合文字、视频、直播等多种形式，显著提升了传播力。例如，央视新闻的微博账号“CCTV NEWS”粉丝量已超12亿，成为全球最具影响力的媒体账号之一。地方媒体也不甘落后，湖南广播电视台通过马栏山视频文创产业园，探索“新闻政务服务”模式，推出芒果TV等平台，成功将内容生产与区域经济发展结合。大会上，专家指出，主流媒体融合的第一个十年主要解决了“有没有”的问题，即建立新媒体平台、扩大覆盖面。如今，进入“第二个十年”，核心任务是如何实现“强不强”。这包括提升内容质量、优化用户体验、加强技术赋能以及拓展国际传播能力。人工智能技术的广泛应用成为讨论重点。例如，2024年，人民日报推出AI生成内容AIGC平台，用于快速生产新闻短视频，大幅提升了效率。然而，生成式AI也带来了挑战，如信息真实性难以保证。大会期间，路透社亚太区副总裁甘凌思在演讲中强调，主流媒体需加强事实核查机制，以应对AI生成内容可能引发的误导信息。国际传播是另一个关键议题。过去十年，中国主流媒体通过CGTN、China Daily等平台，积极讲述“中国故事”，但在西方主导的国际舆论场中，仍面临“西强我弱”的局面。2023年，新华社联合15家省级媒体签署“马栏山宣言”，提出通过短视频、直播等方式提升国际传播影响力。2024年大会进一步提出，主流媒体需利用AI和多语种内容，精准触达全球受众。例如，CGTN的海外社交媒体账号已覆盖英语、西班牙语等多种语言，2024年新增阿拉伯语短视频栏目，吸引了中东地区大量用户。社会责任也是大会关注的重点。主流媒体不仅要传递信息，还要服务社会治理。2024年，全国多家媒体推出“媒体乡村振兴”项目，通过直播带货、公益宣传等方式，助力农村经济发展。例如，河南广播电视台的“豫农优品”直播间2024年销售额突破10亿元，直接惠及数万农户。这种模式体现了标题中“一稻一粟”的精神每一份努力都为社会发展贡献力量，值得珍惜。技术应用方面，大会展示了多项创新成果。虚拟现实VR和增强现实AR技术被用于新闻报道，如新华社推出的VR全景新闻，让用户身临其境体验重大事件。区块链技术也被探索用于版权保护和内容溯源，确保信息安全。然而，技术融合也面临挑战，如高昂的研发成本和专业人才短缺。专家建议，主流媒体应与科技企业深化合作，共享资源，推动技术落地。展望“第二个十年”，主流媒体融合需在内容、技术、机制上全面升级。内容上，要从单一宣传转向多样化叙事，增强用户黏性技术上，要拥抱AI、元宇宙等前沿技术，同时防范其风险机制上，要打破部门壁垒，推动采编流程再造。大会还提出，主流媒体应更加注重年轻受众，开发互动性更强的产品，如游戏化新闻或沉浸式体验，以吸引“Z世代”。中国新媒体大会不仅是行业交流的平台，更是主流媒体融合再出发的起点。正如“一稻一粟”所寓意，每一步创新、每一份努力都将汇聚成推动中国媒体行业向前发展的磅礴力量。未来十年，主流媒体将在技术与内容的双轮驱动下，继续引领舆论、传播文化、服务社会。

原文链接：<https://hz.one/baijia/2024-中国-新媒体大会-2507.html>

PDF链接：<https://hz.one/pdf/2024中国新媒体大会观察：第二个十年，主流媒体融合如何再出发?.pdf>

官方网站：<https://hz.one/>