

# 5G 赋能时刻：全媒体，全素养

曾静平 王友良

**摘 要：**5G 时刻赋予了中国媒体融合向纵深发展更加强劲的技术驱动力，政府管理机构因此有了更多的媒体融合发展选择路径和媒体融合发展模式。以“全程媒体、全员媒体、全息媒体、全效媒体”为国家传播战略的全媒体传播，在 5G 时刻为发出中国声音、传播中国文化全速起锚远征，是具有中国特色的新闻传播理论与实践的重要内容。洞悉 5G 时刻中国媒体融合向纵深发展进程中全媒体传播舆论的生态，明确 5G 时刻全媒体传播的基本规律和全素养要求，是习近平总书记“构建全媒体传播格局”之“移动为先”“创新为要”的具体行动，是树立中国风范、传播中国文化、张扬中国主张的稳健基石，是提高全媒体传播效能的必然要求。以高水准、严要求之全媒体素养来武装新时期的中国全媒体梯队，带动“全员媒体”之广大公民树立全媒体传播意识，成为当下与未来很长时间内中国新闻传播理论创新与实践探知的战略抉择。

**关键词：**5G 赋能；媒体融合；全媒体传播；全素养

**作者简介：**曾静平，男，教授。（《未来传播（浙江传媒学院学报）》编辑部，浙江 杭州，310018）

王友良，男，副教授。（浙江传媒学院 国际文化传播学院，浙江 杭州，310018）

**中图分类号：**G206.2

**文献标识码：**A

**文章编号：**2096-8418 (2020) 02-0002-07

“媒介素养”是一个长时间不断发酵的热搜词，与之相关的“媒体素养”“纸媒素养”“广播电视素养”“网络媒体素养”和“新媒体素养”等论文著作研究成果陆续刊载面世，从各个维度与角度提出了提高各种媒介素养的观念、观点。

随着 5G 赋能全媒体时代的到来，全媒体传播语境下的“全素养”培育被提上了议事日程。全媒体素养既承载着既往种种媒介素养的基本内核，又集中荟萃了全程媒体素养、全员媒体素养、全息媒体素养和全效媒体素养的全部精髓要义，是传统媒体素养和新兴媒体素养的大集成、大立体、大综合，并重新植入了各自不同的时代元素，被赋予了时代素养使命。

明确提出建设与培育 5G 时刻全媒体素养这一全新命题，是对标中国迈向社会主义新时代征程中日益走向世界舞台中心，树立中国风范、传播中国文化、张扬中国主张的稳健基石，是中国媒体融合向纵深发展进程中整个行业链条、产业链条及各个环节的基础信条，是为满足新时期人民日益增长的美好生活需要和中国新闻传播技术创新理论创新的作为与担当。

## 一、全媒体时代呼唤“全素养”

全媒体指的是 5G 驱动下的信息通畅、便捷与传播大集成，是报纸、广播、电视、音像、电影、图书、杂志、网络、电信、卫星通讯、现实技术（虚拟现实 VR、增强现实 AR、混合现实 MR）、直播、短视频等传统媒体、新兴媒体和智能媒体的全信息综合化、立体化、一体化，具体表现为全新舆论生态下的全员媒体、全程媒体、全息媒体和全效媒体之无处不在、无所不能、无所不及甚至无人不用。

全媒体是新闻传播媒体顺应时代变迁的自然变化升级，是镌刻着中国印记、中国标符的传统媒体和新兴媒体在新技术新网络新空间的有机“合体”，是中国新闻传播理论与实践在中国社会全面迈向复兴之路的应时应景，是广大民众能够最大程度行使“公民记者”权责，指点江山、激扬文字，并创造与再造时代标签文化的重要平台。

全媒体时代呼唤，“全素养”意味着媒介素养的全飞跃。“全素养”既包括全媒体之“全员”的“四个看齐”：技术素养、语词素养、符号素养、组合素养，包括全媒体之“全程”的传者素养、受者素养、互动素养、联动素养，也包括了“全员”“全程”之对各种资讯信息（全息）甄别、采编、拍摄、录制、发送。全媒体淡化与破拆了传统媒体和新兴媒体间的边界，5G 赋能使传统媒体“老树新花”，令新兴媒体“如虎添翼”，5G 赋能使电信通讯行业的媒体地位日益显现。总览 5G 赋能的全媒体发展背景与发展变局，有助于更加明确而清晰认识到全媒体时代“全员、全程、全息”的全素养营造的重要性和紧迫性，有助于全媒体素养构成和全媒体素养建构等基础性问题的破解，胜任现代媒体融合向纵深发展征程中的全媒体思维、全媒体技术、全媒体传播的发展节律。

### （一）全媒体淡化与破拆传统媒体和新兴媒体间的边界

中国媒体融合向纵深发展，在超级计算机技术、人工智能技术、5G 网络技术、量子通讯技术等共同叠加效应下顺利推进，传统媒体、新兴媒体和智能媒体的边界壁垒逐渐模糊，不少门槛一夜之间被完全拆解。我国传统媒体受限于体制机制、传播渠道和传播形式等的约束，发展规模与未来空间相当有限，传播技术相对单一落后，受众吸引力和忠诚度日渐衰减，与新兴智能媒体的强势相比，差距正在拉大。传统媒体的发展瓶颈是没有专门服务于用户的实际需求，未充分挖掘其“在地性”潜质。

随着传统媒体、新兴媒体和智能媒体组构而成的全媒体时代到来，新时期的舆论传播生态发生了根本性变局，具有标志性意义的新型主流媒体，如由国内新华社、人民日报和中央广播电视总台等国家级传统主流媒体转型而来的新华网、人民网和中国网络电视台全新亮相，和以“BAT”（百度、阿里巴巴、腾讯）企业为代表的纯粹化新兴媒体相映生辉，5G 时代正进一步促进现实社会生活向虚拟社会生活方向转移。<sup>[1]</sup>在 5G 赋能的全媒体时代，需要更具专业分工的“在地性”资源与力量的协同和参与，促使传统媒体更快推动网络化建设进程，使 AR 电子报纸、网上广播、互联网电视和智能电视等新兴媒体兴旺发达，尝试通过新技术延展媒体的容量与深度，为新兴载体场域下的新兴受众创造全新的传播内容和体验感受。

随着媒体平台、媒体工具和媒体特性的融入化、智能化、一体化，传统媒体与新兴媒体智能媒体的边界正在消融，开始相互融合形成统一体，推动传统媒体与新兴媒体智能媒体的整体自我进化与升级迭代。5G 网络 and 智能技术促成多设备智能互联、超密度网络、超可靠通信等新概念的产生，通过集成多种无线接入技术，以体验式为主满足用户的实际需求。

### （二）5G 赋能使传统媒体“老树新花”，令新兴媒体“如虎添翼”

5G 赋能让传统媒体与新兴媒体各展新姿各领风骚。中国主导的 5G 技术，给中国媒体行业带来前所未有的媒介思维变化、媒介形态变化、内容服务变化、产业应用变化和监管模式变化等多个方面的革命性变革。<sup>[2]</sup>一是传统媒体呈现动态化交互式媒体形态，如媒体内容从平面视频节目发展到沉浸式体验的实时互动直播；二是个性化内容服务，借助 5G 网络架构和分布式缓存技术，内容更易定制，个性化推送精准且高效，为采、编、导、播等业务提供可靠的移动宽带技术和信息通信平台；三是 5G 广泛用于物联网和车联网，传统媒体从居家、商场、宾馆渗透到移动、广域、大尺度分发场合；四是内容更易管控，5G 网络切片与边缘计算功能为媒体提供专用资源，尤其对网络自媒体的内容监管更加到位。5G 给传统媒体发展带来良机，使传统媒体能够做到扬长避短，继续发挥其文明传承和社会逻辑洞察的独特优势。<sup>[3]</sup>传统媒体还可以强化开放协同发展中的定位、协调与合作优势，积极找寻价值创造的关键节点。随着 5G 的到来，BAT 平台提供的流量资源变得越来越“廉价”，获取用户的成本大大降低，传统媒体可以利用自身端口获得“私域流量（用户）”的低成本，加强用户群精准管理，积极融入新兴

媒体智能媒体行列，沉淀和积攒更多的忠实目标用户。

### （三）5G 赋能使电信通讯行业的媒体地位日益显现

当下，全球化“三网融合”浪潮不可遏阻，中国 5G 技术规模化商用全面展开，电信通信与传统广播电视的边界逐渐消弭，新的更大规模的电信传播产品、电信传播形式正破壳而出。在中国大力推进媒介融合向纵深发展、推动构建人类网络空间命运共同体的历史时刻，又适逢中国机构改革拆除横亘与电信通信和广播电视的“篱笆”的良好机遇，摆正电信通讯传播既有也应有的“宣传地位”“媒体地位”，确立电信传播理论在大众传播体系中的本我地位，为电信通讯传播理论与实践正名，赋予我国电信通讯行业与传统媒体行业一样的“媒体地位”，既给予其新闻采访权，也按照新闻传播机构的管理模式实施“把关人制度”，充当起推动媒体融合向纵深发展、建设全媒体的重要力量，与纷至沓来的“智能传播”“量子传播”“超算传播”“超智传播”等新兴传播理论勾连映合，创构出新时期中国特色“新大众传播”理论的大致框架。

中国 5G 牌照发放，释放出电信通信行业从信息传播幕后走向信息传播前台的强大信号，“电信传播”之概念与内涵为越来越多人所理解与接受，形成与大众传播并驾齐驱的竞合态势，电信传播纳入大众传播体系瓜熟蒂落、水到渠成，电信传播、智能传播、全媒体传播共同汇聚而成的“新大众传播”在更大范围、更深层次开展了实践应用。按照经典传播学理论的概念，大众传播是由专业化的传播机构，运用复杂的技术手段，面向不定量多数的受众，进行的大面积传播活动。根据这一概念，当下活跃着的各类电信传播现象全部可以“对号入座”。如果说大众传播是高扬主旋律、实现国家政权“意识形态”的重要手段，带着深深的“权力”印痕，具有明确意义的“喉舌”功能。那么，电信通讯传播则是一个权力机构“喉舌”与普通百姓“自媒体”缠绕其中的多面体，既带有政府机构的权力和权威，在应急事件和危机传播中大显身手。同时，电信通讯传播又是电信通信行业技术创新与理论创新的有机融合，具有浓重的市场经济印迹，是普通百姓畅所欲言的传播殿堂，并有着极为巨大的产业规模和无可限量的未来空间。

## 二、全员媒体素养：全员公民记者与全员媒体管理

全媒体时代铸造出全员公民记者，呼唤全媒体体系的全员媒体管理新样式，而“全员”共同参与理念是全员媒体素养的基础与根本所在。从全媒体发展进程考察，“全员”顺应受众参与社会事务的需要，“全程”是为全员有效参与所实施的传播范围。在 5G 赋能的现代新兴媒介生态下，每个人、每种智能终端都是作为传播主体的自媒体，“全员”在信息选择、传播中越来越主动，这就要求全媒体机构既要发挥“全员”作为公民记者的积极性主动性和创造力、再造力，推动更多“全员”参与媒体传播活动，又要激发全媒体内部全体员工的热情，共同参与全媒体传播各环节工作实践。

当前，全程素养、全员素养存在诸多不足。一是传统媒体员工在融入全媒体体系中，难以彻底转变采编流程并重构观念，技术尚有局限性；二是一些表面化结构化的全媒体机构未提升“全员”的参与度，因技术能力低，未能充分满足用户需求，缺乏激励“全员”参与的措施和手段；三是还有传统媒体难以把握技术的迭代动态，未合理平衡新旧媒体智能媒体之间的关系，在传播效果上顾此失彼，未取得社会效益和经济效益的双丰收，或在舆论引导和服务能力上有失权衡等。

### （一）强化全媒体传播舆论生态意识

全媒体传播舆论生态意识，指的是传播者或决策者针对传统媒体再定位、新兴媒体应用拓展、全媒体的舆论引导、受众服务、社会效应与商业效益等方面所营造的社会共识或趋同态度。强化全媒体传播的舆论生态意识，就是要按照“加快推动媒体融合发展，构建全媒体传播格局”的要求，培养和练就基于传统媒体优势的传播能力、移动互联网技术驱动的传播能力、引导受众向上向善的舆论向心力、满足受众需求的务实能力和实现社会效益、经济效益双赢格局的超前魄力。传统媒体应基于 5G 网络和人工智能技术，通过新兴媒体平台，积极传播充满正能量的社会价值观和新闻事件，不断创新表达形



式，激活传统媒体信息生产的创造力。

### （二）深入挖掘新兴媒体的独特传播潜质

新兴媒体应时刻关注最前沿的技术和终端，树立“互联网+跨界”思维意识，充分掌握新兴媒体、新技术的应用渠道。传统媒体和新兴媒体智能媒体应协调合作，共同建构政府指导下的全媒体传播大格局。利用5G网络技术进行智慧政府、智慧城市建设，以5G手机为主要载体服务受众，打造特色化“公共管理+用户服务”全媒体运营平台，采取免费为主、专业项目收费的“公益+商业”双向模式，以大数据公益性服务来反哺经济社会。全媒体机构通过自身过硬的技术、良好的社会声誉和忠实的目标用户群，一方面帮助政府部门或公益组织服务好社会民众，实现社会治理体系现代化，另一方面尽力争取政府的信任和支持，赢得社会知名度，筹得适量的风投资金或政府投资，实现自我发展自我壮大。

### （三）“全员”引导凝聚正义性舆论向心力、务实作为以满足受众实际需求

根据习近平总书记的指示，“要坚持移动优先策略，让主流媒体借助移动传播，牢牢占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的传播制高点”。根据5G技术的发展现状和未来趋势，我国全媒体行业应明确打造中国特色的互联互通、传播正能量的平台，建构全媒体独领风骚的战略格局，在国家政务治理体系和社会生产生活中发挥最大平台优势，为服务中央、地方政府和人民群众做出应有的贡献。

中央及部委级别的全媒体机构应朝着“打造国际一流全媒体传播平台”目标推进，树立舍我其谁、永立潮头的国际竞争意识；省级及直辖市全媒体行业，应整合现有资源，对准“建立国家新一代全媒体传播平台”目标不断改革创新，通过5G和人工智能的技术赋能，服务地方政府的政务建设，为省级或直辖市的民众当好“店小二”。地市级和县域全媒体行业应本着量力而行、先行先试的原则，在技术上应依托中央或省级平台的支持，在业务上要夯实内涵发展、注重品牌建设。

### （四）实现社会效益和经济效益双赢格局的超前魄力

目前，我国传统媒体生产的信息除自身平台发布之外，主要通过商业新媒体平台对外传播。传统媒体主要是为了扩大信息传播的影响力，突破线下时空的局限。传统媒体已建或在建的自主网站、移动客户端和微信公众号，有助于自身走向商业网络平台的道路。要实现社会效益和经济效益双赢格局，传播者需坚持“做大做强主流舆论，巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础”底线原则。传统媒体应掌握舆论场的主动权和主导权，与主流新媒体积极合作、取长补短、相依共生。我国全媒体产业肩负政治使命，是政府治理国家的代言人，在5G网络环境下这种职责将不断加强。传统媒体及其网站平台和担负公共信息分发、通讯、社交、电商、本地服务等功能的商业网络平台构成我国全媒体传播舆论生态的关键性节点，影响着我国未来媒体的发展方向。

全程素养与全员素养一以贯之，是“全员”在全媒体大格局全过程的“全程”思维意识和“全程”修为操守，即看待和掌握全媒体传播时空属性及功能的认知与态度。基于5G网络的全程媒体素养首先要有全程思维意识。5G带来移动互联网和物联网的巨变，万物互联引发万物皆媒。人类社会媒体无限延伸，既包括报纸、广播、电视等传统媒体和新闻网、社交平台等新兴媒体，又包括万物互联的所有节点、人、物都是生产、传播信息的媒介。只有树立全程思维意识具备全程素养，才能把握5G媒体传播的全细节和全过程。提供信息安全的端到端服务，需要全员全程整个体系、整个流程的安全，意味着全员全程高度的使命感、责任心和道德意识。全程思维意识还包含全局视野，全面把握传统媒体、新兴媒体和智能媒体的优势与不足，树立对传统媒体、新兴媒体和智能媒体进行全媒介、全过程的动态评估意识，既要传统媒体大众化传播效果进行考量，也要对专业新媒体网络传播效果进行评价。

## 三、全息媒体素养：职场素养、技术素养和伦理素养

全息媒体素养，指的是全媒体之“全员”在“全程”传播活动中利用最高端最先进的全部信息传

播技术手段、信息传播媒介形态、信息传播媒介终端实现全幅式、立体式传播的基本业务能力和职业水平,大致可以区隔为全媒体职场素养、全媒体技术素养和全媒体伦理素养。

职场素养指传播者和受众均应具备的全息技术和全息媒体知识,即通晓文字、图片、音频、视频等多元媒体形态和全息技术。全媒体伦理素养是传播者在全息媒体传播中的道德底线,全媒体的核心价值是致力于社会共识的达成,实现各种社会力量共同的利益诉求,而非脱离于社会现实进行纯粹的“艺术加工”。全媒体传播给受众的是一个共同的美好世界,媒体呈现世界的初衷是共同利益,是基于社会个体与群体的共识来维持社会伦理秩序。共识追求与技术伦理规则的遵循,是全媒体呈现世界的终极目标。传播者与受众因全媒体的特质才达成潜在的伦理共识,而不是加剧社会的分歧和撕裂。人们对美好世界的追求源自对社会发展中积极事物或事件的呈现,以此来温暖人心,形成良好社会伦理风尚,推动社会向善向好发展,坚持全媒体伦理原则,致力于媒介公信力的培育,完成呈现全媒体传播真正价值的道德使命。

### (一) 积极培植全媒体技术基因

全媒体技术基因是“全息”的内核,是全媒体传播在浩瀚无垠的天空中飞翔的“翅膀”。首先,全媒体之“全员”需全面提升5G领域和人工智能方面的专业技术水平,从根本上弄清楚5G技术、超级计算、云技术、物联网、人工智能与新闻传播的内在逻辑关系。5G技术使数据传输速率提升100倍,网络超级连接功能得到显著加强,万物互联的智能世界日益成型,超高速的下载接入速率令“全员”体验产生实质性变化,超低时延性可以创造更便利的生产与生活场景,无限容量、无限畅想的体验时代、创意时代正在到来。

### (二) 基于5G传输通道的全媒体传播和全媒体传播专业技能

全媒体的出现使得信息由定量、适度传播演变为海量过载全域发送,由一点对多点的单向传播转变为多点对多点的链式传播和强互动病毒式传播,由精英传播变为大众传播、精准传播。用户的规模、类型和层次变得庞大而多样,用户获取系统精准推送的高质量信息,全媒体技术使用户更积极认知世界、主动参与社交活动和自由表达感受,人机协调和机脑融合的智能技术将实现人脑功能和类人脑技术的互通互融。传播者应洞察现代科技的新动态,掌握全媒体和5G技术应用实践的新特征,积极探索全媒体与5G结合的新模式。5G网络传播要求全时空、全现实、全连接和全媒介等元素,人类可实现VR、AR和MR等全息沉浸式交互体验,超高清4K和超超高清8K视频技术使用户观赏更清晰,5G实现人与虚拟世界更迅速的衔接,现实世界与虚拟世界之间的界线逐渐模糊,传播者把握了5G技术,就是把握了全媒体发展的关键抓手。<sup>[4]</sup>

### (三) 洞察5G、人工智能、大数据、云计算、区块链和全媒体融合发展的技术动态

互联网使信息传播的成本大大降低,人们社交范围得以拓展,以5G为代表的现代技术加快了全媒体传播进程,5G技术提供更通畅的宽带、更迅捷的网速、更直接的体验,大大拓展了信息传播的广度、深度和效度。区块链技术与全媒体的融合将根本性颠覆现代传播理念,彻底改变信息传播的生成机制、传达机制和激励机制,用户数字资产和用户隐私将得到增值和保护,假新闻等失范现象得以根除。5G与人工智能的结合使无线接入网超越管道角色,成为一个泛化平台。云计算加快了边缘计算,使效益猛增,多源数据和复杂算法成为网络化、扁平化后各个节点的赋权者和赋能者,信息传递更加短程化,人与族群建构更加分散化,传播更加直接、效益化,全媒体政治、经济和文化的传播力更为凸显。

## 四、全效媒体素养:传播节点效能的全面提升

全媒体传播之“全效”涉及到全媒体功能效率的融入化、立体化、综合化、全面化、优质化和品牌化,侧重于传播组织、传播机构、传播个体对传播节点进行全方位的效能效率提升,把目标用户最大化、最优化,转化为实际受众,提高全媒体传播内容和传播质量。5G赋能媒介融合背景下的全媒体传播,每个“全员”都是全媒体传播支链上的一个个节点,节点传播具有体现自我价值、营造和谐氛

围、表现世界、有效互动、满足受众需求等功能。<sup>[5]</sup> 全媒体传播支链上的诸多个体节点，包括了“全员”的性别、职业、年龄、兴趣等属性，信息在两个节点间流动的前提是信息价值，信息价值取决于信息被转发或评论的频率。从理论上来说，每个“全员”都是传播中的关键节点，“全员”自身属性及其所在网络地位或作用的差异，使得他在信息传播过程中的作用截然不同，信息内容的网络流动呈现不均衡性，流向集中的那些节点成为网络关键节点，如自媒体的大V节点、商业平台的网红节点和专业网络的权威节点等。

### （一）具备全员全程全息为全效服务的基本能力

为了“全员”实现“全效”的综合素质，需要掌握通讯领域里处于在线状态的终端设备的技术知识，了解互联网浏览、内容转发、自主评价、有效互动的传统交际模式，通晓每个用户既是节点实体，又是节点内容，既创造性激活节点，又与其他节点互动生产、传播信息的智能交际模式。全媒体传播节点要实现更高效率，“全员”需要基于5G、大数据和人工智能等技术，加快生产信息的速度、全流程提升传播内容的效果、全方位改进全媒体的传播功能，充分发挥全媒体内容、信息、社交、服务等全套功能，既要有基于传统媒体的传播能力，又要有基于移动互联网的现代传播意识，既要有引导社会舆论的责任心，又要有为用户服务的公仆态度。

全媒体“全员”还应有实现各种场景效果的“全效”素养，实现全媒体理想的社会功能。随着5G网络技术的发展，“全员”成为全媒体传播的决定因素，关键节点传播呈现简洁、口语强、网群术语多、情感和感受突出等特点。关键节点聚合力主要源自用户偏好性选择行为，关键节点间的密度越高，受众关注度就越高，影响力也就越大。因此，“全员”不能仅仅担当群体传播的一般节点，而应成为关键节点，要有强大的聚合力，产生广泛的影响力。只有成为受众密切关注和主动连接的关键节点，传播者才能成为网络传播的主要渠道，形成“病毒式”扩散的源发地，从而在全媒体传播生态中起到主导作用。作为全媒体传播生态关键节点的“全员”，应充分发挥自身的能动性 with 引领作用，广泛参与全媒体的全方位传播活动，呈现自身正面的社会形象。

### （二）提升全媒体传播技术水平

对于传播者来说，积极培植技术基因，为全媒体传播插上技术之翼。首先，传播者需提升5G和人工智能方面的专业技术水平。从长远来看，5G和人工智能是现代媒体传播发展的关键因素。5G具有高速率、高可靠、低时延、低功耗等特点，具有超级连接能力，是支持多个逻辑切片的原生平台，为媒体行业提供相互隔离的不同5G网络切片。这种端到端的网络切片将是实现5G全媒体行业数字化的支柱型技术。基于端到端网络切片技术，运营商就可以按需生成逻辑切片，实现更快的网络定制和适时的调优改进。5G技术使数据传输速率提升100倍，网络超级连接功能得到显著加强，万物互联的智能世界日益成型。5G的G比特级超高的接入速率令用户体验产生实质性变化，意味着无限容量体验时代的到来，5G的超低时延性可以创造更便利的生产、生活场景。5G技术超低能耗使网络接入容量大大增强、也保障平台强大的续航能力。因此，传播者需紧跟5G技术进步的步伐，使全媒体传播完成“人—人、人—物、物—物”传播的历史使命。传播者还应把握5G网络传播的安全技术。5G网络切片是相对独立的自治系统，端到端的网络切片的安全保障是5G独特的技术创新，5G技术可以针对媒体特定需求进行端到端应用的可信安全适配。这种经过“云管端”协同的顶层设计及生态构筑而成的网络切片既满足媒体行业的具体需求，又客观促进全媒体传播市场的迭代升级。

全媒体传播的崭新机制，要求“全员”必须具有基于5G的全媒体传播专业技能。全媒体传播的出现，使得信息由定量、适度传播演变为海量过载、广域发送，由一点对多点的单向传播，转变为多点对多点的链式传播和强互动病毒式传播，由精英传播变为大众传播。用户的规模、类型和层次变得庞大而多样，用户获取系统精准推送的高质量信息，全媒体技术使用户更积极认知世界、主动参与社交活动和自由表达感受，人机协调和机脑融合的智能技术将实现人脑功能和类人脑技术的互通互融。“全员”应洞察现代科技的新动态，掌握全媒体和5G技术应用实践的新特征，积极探索全媒体与5G结合



的新模式。

### （三）练就全能、全程、全效型职场技能

5G 赋能的全媒体传播，从智能终端融合、智能渠道融合、智能平台融合到智能云融合，传统媒体、新兴媒体和智能媒体新、旧媒体在资源、内容、技术、运营、产业和管理等方面走向高度共享融合，智能手机、平板电脑和可穿戴设备等正在多屏共存。传播者必须重视全媒体跨屏传播的无缝对接和表现形式的差异性等情况，通过终端融合打造多态化传播模式。

要练就全能型职场技能，传播者应认清传统技术和新兴技术的迭代升级状态，淬炼全媒体职场的过硬技艺。随着 5G 技术的商用和 5G 智能终端的陆续面市，全息媒体将进一步促进信息来源、传播对象和应用技术的多元化，塑造多向传播的新格局，改写媒介舆论生态和传播话语权的结构版图。从内部技术更新看，传统媒体在受众信任度上的衰减，引发传播话语权在媒体结构框架上的重新调整，用户的信任度、粘合度和传播话语权等随之发生移位。

为了实现全媒体传播之“全程全息”的“全效”，“全员”务须淬炼全能型、全程型、全息型的全媒体职场技能，以强化全媒体传播全过程、全时效、全员参与的新型传播功效。全程型职场技能要求传播者敢于突破媒体传播的时空界限，强化全过程、全时效、全员参与的全程全员功效。全程媒体始终关注传播内容与受众需求的吻合性，保持信息的断点持续接收。在 Web3.0 时代，人们通过微博、微信、抖音等社交平台自由发布信息，可以全天候、全空域、分散式获得经过智能过滤的精准信息。在传统媒体转型和新媒体扩张的背景下，5G 技术和人工智能等新兴技术使无人机摄录、机器人撰稿、机器人主播、虚拟现实和增强现实等不断向全程媒体行业渗透，使得智能化信息采集、智能化信息加工、智能化传播与智能化交互主体逐渐泛化，大大拓展全程媒体传播空间，生活、娱乐、企业和政务等全程媒体增长迅速，呈现内容多样、功能异质、服务定制、领域细分等表征。

全媒体之“全员”要顺应全程媒介技术的发展要求，更新自身知识结构，加强全程职场涵养的培育。全程媒体可激活垂直细分领域的传播活力，引导服务化、商业化平台健康发展，充分发挥内容、关系、服务、场景等要素的内在潜力，通过社群化、服务化、电商化转型实现“脱媒化”的发展新要求。针对金融、环境、气象、交通等数据密集型的企业和机构正承担“脱媒化”传播角色，全媒体之“全员”应密切关注这一新情况，厘清脱媒组织的类型和传播特质，从自身转型或全程媒介技术提升出发，汲取脱媒企业或机构的发展经验，不断壮大组织实力。<sup>[6]</sup>

全效媒体的发展重心在于跨渠道、跨平台的整合运营，通过全效媒体矩阵构建，打通内容生产、渠道传播、用户交互、全效连接的闭环体系，这就要求全媒体之“全员”要精通 5G 技术和全效媒体的综合整合功能。

综上，全媒体传播是中外新闻传播历史上的革命性史诗性事件，也是全媒体之“全员”既不忘初心，又洗心革面继续前行的时代新篇。全媒体是传统媒体、新兴媒体、智能媒体之集大成者，全素养则是传统媒体素养、新兴媒体素养、智能媒体素养之综合。全媒体呼唤全素养，惟有全媒体之“全员”在“全程”“全息”实践中不断提升全素养，才能够最大程度发挥出全媒体之“全效”，以全素养谱写全媒体传播新华章，成为中国特色全媒体传播理论体系创建、创新与实践前行征程中的重要亮色。

### 参考文献：

- [1] 程明，战令琦. 传统媒体的“解构”与新媒体的“解读”[J]. 今传媒，2017（2）.
- [2] 戴竺芯. 5G 使传统媒体变革走向更深远 [N]. 华西都市报，2019-04-29.
- [3] 喻国明. 5G 时代传统媒体发展的机遇和要义 [J]. 新闻与写作，2019（3）.
- [4] 胡正荣. 技术、传播、价值，从 5G 等技术到来看社会重构与价值重塑 [J]. 人民论坛，2019（11）.
- [5] 张伯明. 人的整体性延伸的传播形态——节点传播 [J]. 现代传播，2014（5）.
- [6] 向安玲，沈阳. 全息、全知、全能——未来媒体发展趋势探析 [J]. 中国出版，2016（2）.