

作为“实践”的融合： 后 SSK 视阈下的中国媒体融合研究

曾培伦，张雨

(复旦大学新闻学院，上海 200433)

摘要：媒体融合是我国顶层推动的国家战略工程，也是近年我国新闻传播界关注的重大热点议题。文章以 2013 年习近平总书记在全国宣传思想工作会议上首次提出媒体融合概念为起点，从后科学知识社会学（后 SSK）的理论视角对“融媒十年”的知识生产进行分析。我国近十年的媒体融合研究除了对顶层政策设计进行充分的理论阐释之外，更是一种政府、学界和业界共同参与的“实践”过程，通过结成的知识生产行动者网络，共同完成对西方舶来概念的改造，促成中国媒体融合内涵的确立与拓展，并推动向国家治理领域的研究转向，逐渐厘定“中国媒体融合”这一地方性知识的独特范式，使之成为中国特色新闻学自主知识体系的有机组成部分。

关键词：中国媒体融合；后 SSK；实践

中图分类号：G206.2

文献标识码：A

文章编号：2096-8418 (2024) 03-0015-10

一、问题的提出

回顾近十年的新闻传播学知识生产，“媒体融合”毫无疑问是业界和学界共同关注的重大议题。在 2013 年 8 月 19 日召开的全国宣传思想工作会议上，习近平总书记谈道：“要适应社会信息化持续推进的新情况，加快传统媒体和新兴媒体融合发展。”^[1] 这是“媒体融合”首次在中央高层重要讲话中出现。而随着 2014 年中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过的《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》发布，“中国媒体融合”国家工程的序幕由此拉开，是年也被公认为我国的“媒体融合元年”。

一些学者曾尝试对媒体融合领域的研究进行回顾，但通常将视野拉远至世纪之初。例如栾轶玫的媒体融合 20 年研究综述（2000—2020）^[2]，还有王菲的 15 年综述（2005—2019）^[3]、田维钢等的 23 年综述（1999—2022）^[4] 等。以上文献综述在时间跨度的设置上并不具备独特意义，而且从概念史的角度来看，“媒介融合”与“媒体融合”两种表述在国内研究中也具有不同的研究进路，但以往研究并未对此进行详细区分和对比。

“媒介融合”（Media Convergence）的概念来自 1983 年美国马萨诸塞州理工大学蒲尔的《自由的科技》一书，后在 1999 年被崔保国引入中国^[5]。这一概念主要是从技术创新视角探讨各种媒介呈现出一体化多功能的发展趋势。2005 年，于美国访学的蔡雯介绍了两个美国新闻业的高频概念——作为“利益驱动下的竞争策略”的“融合媒介”（Convergence Media），以及作为“新闻传播业务变革”的“融合新闻”（Convergence Journalism）。^[6] 之后多年的媒介融合研究，也都在此框架中展开，即将媒介融合置于新闻业务及其操作层面，“融合新闻业”成为“媒介融合”的另一个代名词。^[7]

基金项目：国家社科基金一般项目“国家治理现代化进程中全媒体集团创新发展的路径研究”（23BXW024）；国家社科基金重点项目“构建中国新闻业发展新格局的路径创新研究”（22AXW002）。

作者简介：曾培伦，男，讲师，博士；张雨，女，博士研究生。

媒体融合与媒介融合对应的英文皆为 Media Convergence, 在中国的语境中二者虽仅有一字之差, 内涵却完全不同^[8], 其作为一个舶来概念, 在中西理论范式上是不接轨的^[9]。“媒介融合”研究与西方同步, 更关注融合新闻业的操作业务; 而“媒体融合”则在 2013 年之后成为频繁出现在国家领导人政治讲话与政策文件中的专有名词, 有了独特的概念所指。因此, 本文认为关于“媒体融合”的文献回顾应当从 2013 年 8·19 讲话之后的独特政治与行业语境入手。于是引出本文第一个研究问题: 2013 年之后, 我国媒体融合的知识生产呈现出怎样的总体格局和基本特征?

另外, 以上研究综述在肯定了我 国媒体融合领域学术进展的同时, 也提出了缺乏理论建构^[2]、缺乏基础性和规律性研究^[3]、理论视野和历史视野及全球视野上比较欠缺^[4], 对现实关注较多, 具有浓厚的社会关怀意识和宣传意图^[10]等问题, 认为目前的研究过于贴近政策话语, 缺乏反思性、批判性, 产出“应景之作”, 造成知识生产的“虚假繁荣”等^[11]。这便涉及对知识生产的评价问题。于是引出本文第二个研究问题: 该如何评价我国媒体融合十年的知识生产? 中国研究者对媒体融合的理论创新做出了怎样的贡献?

二、理论框架与研究方法

(一) 理论框架: 后科学知识社会学 (后 SSK)

如何看待近十年的媒体融合研究, 实际上是如何看待这一“社会科学知识”十年来的生产过程。20 世纪中叶, 托马斯·库恩的《科学革命的结构》问世之后, 科学哲学领域发生了两个转向。先是主导了“社会学转向”的科学知识社会学 (Sociology of Scientific Knowledge, 简称 SSK), 其将科学视为社会利益的建构, 把科学的人类和社会维度置于首要位置。^[12] SSK 认为社会是某些先验的、确定性的东西, 社会科学家应当像自然科学家一样, 透过混乱与易变的表面, 去揭示“背后隐藏的秩序”^{[12](2)}。但这种思路以“社会决定论”取代传统科学哲学的“自然决定论”, 走向了另一个极端, 于是被称为“走向疯狂解构的一种典范”, 甚至招致“反科学”的骂名。^[13]

随后在 20 世纪 80 年代晚期, 从 SSK 学派中又分化出后科学知识社会学 (后 SSK), 将科学领域的研究从“社会学转向”导向“实践转向”。后 SSK 理论的阵营包括拉图尔的行动者网络理论、皮克林的冲撞理论、林奇的常人方法论等主要流派。后 SSK 理论意图打破“主客二分”的界限, “把科学理解为一种实践过程, 是各种异质文化因素之间相互作用的结果”, 于是“作为知识的科学” (Science-as-Knowledge) 走向了“作为实践的科学” (Science-as-Practice)。^{[12](2)} 正如拉图尔所宣称的, 我们从意味着确定性的“科学” (Science) 转向充满不确定性的“研究” (Study): 科学总是试图尽可能地摆脱意识形态、激情和情感的桎梏, 从而产生客观性; 研究则以此为平台, 以便能使其考察对象通行于世。^[14] 因此, 他用“联盟”“行动者”“网络”来描述科学研究中的人与物, 模糊了社会与自然、社会与技术的差异, 认为科学是“行动中的科学”^{[12](5)}。

对于当下的新闻业来说, 后 SSK 强烈的实践气质高度契合数字化时代的新闻学发展^[15], 拉图尔所提出的“杂合体” (Hybrids) 概念^{[14](2-3)} 也充分印证了媒体融合中技术与人的复杂关系, 推动了杂合体新闻业的兴起^[16]。因此, 本文认为在媒体融合的知识生产方面, 后 SSK 理论拥有充足的解释力和适配性。

自诞生之日起, 媒体融合的内涵和外延就一直处于变动之中, 正如埃斯彭·伊特雷贝格所言, “Media Convergence 是迄今为止最难把握的概念之一”^[17]。起初, 尼葛洛庞蒂将融合指向互联网业、电信业和媒体业的技术性交融, 而后在美国坦帕实验中又代表着传统媒体对新媒体技术的综合性运用, 里奇·高登在业务上将其划分为五种融合层次^[18], 随后克劳斯·延森认为研究重心应当从“作为技术的媒介”转向“作为实践的传播”^[19], 詹金斯更是认为媒体融合是一种技术、产业、文化以及社会领域的变迁, 而这种变迁取决于谁在表达, 以及表达者认为自己在谈论什么^[20]。当场景切回中国, 最近十年的媒体融合工程既是一场由技术革命带来的媒体转型, 更是一场在国家层面谋划和推动的深刻变

革。^[21] 在媒体融合的研究中, 无论是被称作“新闻传播领域的政治映射”^[22] “基于意识形态安全考虑的系统改革”^[23], 还是“官方媒体的现代化转型”, 抑或是呈现的“姿态性融合”^[24] “反向融合”^[25] “双向融合”^[26] “博弈性融合”^[27] 等形态, 甚至化身为“国家治理技术装置”^[28], 其实已经显示出非常复杂的“实践”面向。可见, 国内外学者均将媒体融合的概念置于非常开放的理论空间, 这种研究也正符合拉图尔所描述的后 SSK 的科学实践特征: “热烈的、复杂的、充满冒险的”, 而非“冷冰冰的、直线型的、中立的”^{[14](1)}。

因此, 与以往媒体融合研究回顾不同, 本文试图从后 SSK 的“实践”框架出发, 通过对“媒体融合十年”(2013—2023)的研究文献展开综合性分析, 尝试回答之前所提出的一系列问题, 并着力展现作为“实践”的中国媒体融合研究是如何由包括政界、业界和学界在内的多元行动主体所共同推动的。

(二) 研究方法

本文采用文献计量学方法, 使用知识可视化软件 CiteSpace (版本号 6.2. R6) 对中国知网 CNKI 的相关文献信息进行挖掘分析 (检索时间截至 2023 年 9 月), 同时基于高引论文, 对近十年媒体融合研究中的核心论题以及研究重心变化展开分析。

另外需要说明的是, 根据中央文件精神, 媒体融合工程是“适应媒体格局深刻变化、提升主流媒体传播力公信力影响力的重要举措”(2014 年《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》), 目的是“做大做强主流舆论”(2019 年十九届中央政治局第十二次集体学习), 以及“逐步构建网上网下一体、内宣外宣联动的主流舆论格局”(2020 年《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》)。因此本文的研究范围将限于肩负新闻舆论宣传功能的主要载体——报业和广电业。与之相比, 以图书为主的出版行业文化性更强、新闻性较弱, 根本目的是“满足人民日益增长的学习阅读需求”(2021 年《出版业“十四五”时期发展规划》), 外加出版行业的媒体融合研究体量相对较小, 故不将其纳入本文的分析范围。

三、十年研究概貌：与顶层政策交织演进的媒体融合研究

(一) 媒体/媒介融合研究的总体变迁

1. 以 2013 年为分界点的年度研究分布

本文以中国知网 (CNKI) 数据库中的文献数据作为数据源, 在高级检索中以“媒体融合”或“媒介融合”为题名进行检索, 为保证数据样本获取的完整性, 未对文献的前置年限进行限定。同时, 为提升数据本身的净度, 本文进一步利用人工筛选方式对获取的数据进行清洗, 剔除法律法规、政策文件等非研究文献, 共得到题为“媒介融合”文献 7552 篇, 题为“媒体融合”文献 14436 篇 (如图 1 所示)。

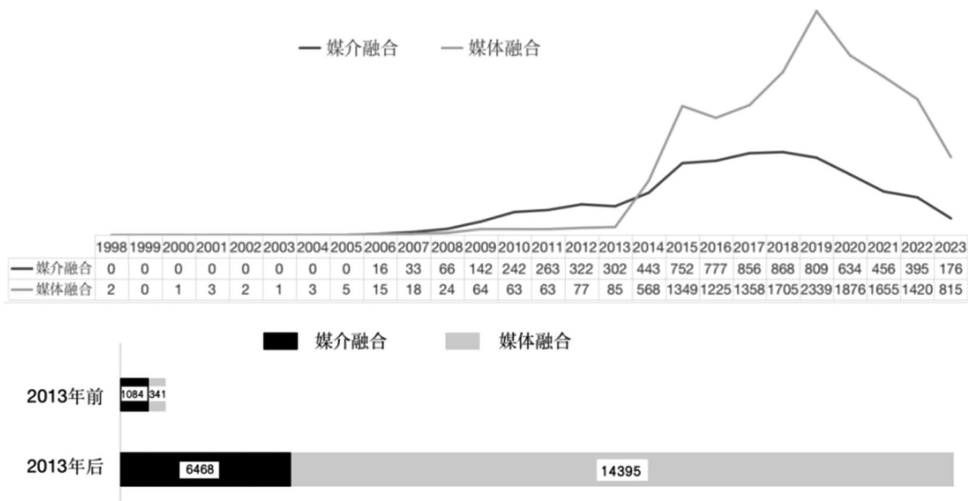


图 1 我国媒介/媒体融合研究文献年表

由图 1 可知,关于“媒介融合”的首篇文章出现在 2006 年,首发年份的发文数量便达 16 篇,彼时正值蔡雯教授从美国引入这一概念;有关“媒体融合”的首篇文章出现在 1998 年,2000—2005 年每年仅有个位数的发文量,2014—2019 年发文数量大幅上升,仅 2019 年发文数量便有 2339 篇。2013 年是重要的分界线,之后的文献是之前的近 15 倍,其中“媒体融合”研究数量拥有绝对优势。可见,2013 年习近平总书记在全国宣传思想工作会议上所正式提出的“媒体融合”概念,以及此后一系列国家战略的实施和媒体融合政策的出台,让“媒体融合”在 Media Convergence 的“译名之争”中胜出,成为我国相关领域研究者的主流表述。

2. 重要政策节点推动融媒十年研究论题迭代

近十年间,中央和各部门推出了一系列媒体融合相关政策,这些政策所涉及的关键词议题也是媒体融合的研究重点。本文在中国知网中搜索近十年“篇名”包含以下四组核心政策议题的文献。

第一组议题“现代传播体系/新型主流媒体/现代传媒集团”共含文献 951 篇;第二组议题“中央厨房/移动优先”共含文献 807 篇;第三组议题“全媒体集团/全媒体传播体系/全媒体工程”共含文献 270 篇;第四组议题“四级融合/四级布局/融媒体中心”共含文献 2916 篇。

通过对照文献年度分布与重要政策文件或中央领导人重要讲话的时间线,形成媒体融合核心政策议题相关文献年度分布图(如图 2 所示)。可以发现,这些核心政策与学术研究呈现出较强的相关性,在政策提出的当年或次年,该议题的研究就发生激增。尤其是 2018 年“县级融媒体中心”相关政策的推出,为沉寂已久的县级媒体研究带来了新鲜的研究对象。在该概念提出的次年即进入研究高峰,并持续至今,成为融媒十年中发表量最大的研究话题。

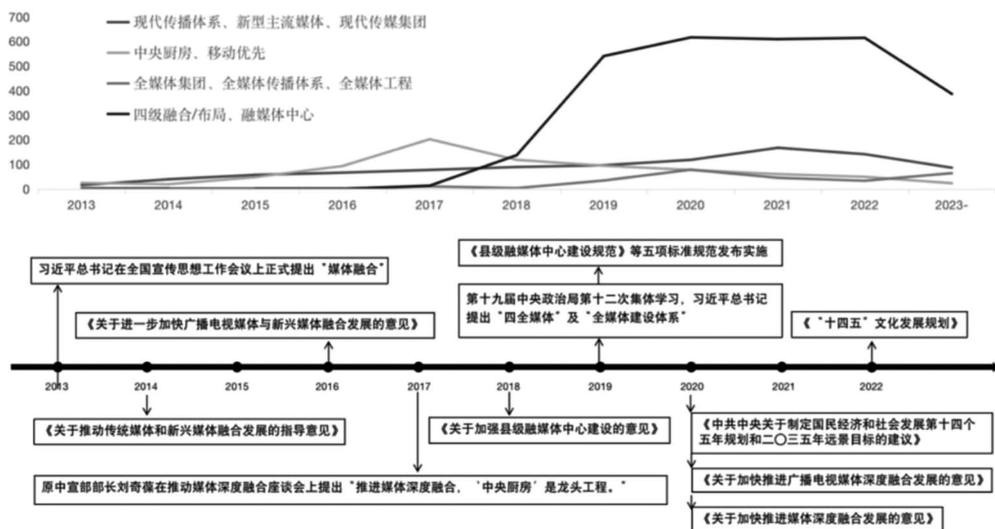


图 2 媒体融合核心政策议题相关文献年度分布图

(二) 媒体/媒介融合核心研究的关键词聚类分析

关键词聚类图谱可以更好地反映关键词投射出来的学术意义。笔者对媒体融合相关研究文献进行了聚类分析,结果显示,Modularity Q 为 0.5589 (大于 0.3), Mean Silhouette 为 0.8286 (大于 0.5),说明可信度较高,聚类主题明确。^[29] 聚类结果显示,“媒体融合”研究主要聚焦于三个方面:其一是媒体融合定位,例如基层治理、乡村振兴等;其二是媒体融合的生产流程再造和实践案例,如中央厨房、全国两会等;其三是媒体融合创新路径,如沉浸传播、创新等词的突现。

四、作为“行动者”的学界与业界:融媒研究的主体构成与聚类

研究者是学术场域中的关键行动者,其中核心作者对知识的产出、扩散以及知识体系的建构与传承起到了重要的联结作用。^[30] 由于媒体融合是学界与业界共同关注的议题,仅选取 CSSCI 期刊可能会

遮蔽业界的经验。^[11]于是,本文按照下载量排序搜索近十年的文献,将题为“媒体融合/媒介融合”文献的TOP200、题为上节四组核心政策关键词文献的TOP50,且发文机构来源为“大学/研究中心/学院/研究所/学会”的认定为学界文献,共计392篇;同时,保持主题不变,将发文机构来源为“电视台/日报/报社/通讯社/融媒体中心/集团/宣传部/公司”的文献认定为业界文献,共计382篇。分别设置节点类型为“合作作者”“机构”和“关键词”,生成合作网络图谱及学业界主题聚类图。

(一) 作者、机构及合作网络分析

发文作者与机构网络图谱显示,该网络共有283个节点,268个连线,网络密度为0.0067。其中胡正荣为国内发文数量最多的作者,发文数量为14篇,黄楚新、曾祥敏、宋建武和朱春阳发文数量分别为11篇、10篇、10篇和9篇,排在第二到第五位。从节点的连接强度以及网络密度来看,合作度较弱。发文机构方面,中国传媒大学、中国人民大学、复旦大学排名前三,发文量分别为92篇、30篇和28篇。另外,人民日报媒体技术股份有限公司发文10篇,中央广播电视总台发文5篇,说明中央级媒体业界专家在融媒知识生产中拥有较高的话语权。不过从整体情况来看,目前研究机构之间的联动合作关系性不足,研究的合作化和集体化程度有待加强。

(二) 研究主题聚类分析

将学业界研究进行主题聚类,按聚类面积(size)从大至小排序,分别筛选出学业界主题聚类的TOP5。学界聚类名称分别为媒体融合、媒介融合、全媒体、主流媒体、舆论引导,业界聚类名称分别为媒体融合、媒介融合、人民日报、传统媒体、全媒体。

对学界和业界所关注的议题进行比较,发现学界更加关注政策中所提出的相关概念,如县级媒体、国家治理、社会治理、舆论引导、四全媒体,而业界则更关注传媒产业、内容生产、中央厨房、两会报道、主流媒体等议题。可以看出,学界更多是从国家政策的角度,从媒体融合将要实现的治理或舆论引导目标方面展开研究;而业界则从自身立场出发,立足于主流媒体的属性,对具体的业务流程革新展开研究,尤其关注两会报道等重大主题宣传议题。

另外,从个案来看,学界关注“澎湃新闻”最多,而业界则有大量研究关注“人民日报”。通过CNKI检索发现,近十年间共有52篇期刊论文和8篇硕士论文以澎湃新闻为融合个案展开研究,而以人民日报为例的则有133篇期刊论文和31篇硕士论文。澎湃新闻之所以被学界关注,是因其率先完成了向新媒体端的“整体转型”,因此具有独特的样本意义,在高引论文中被学界所关注的是“液态新闻”“全员转型与流程再造”以及“时政新闻与社会沟通”等。而人民日报则是作为央媒被中央立为融合转型的“样板”,中央厨房成为全国各级媒体纷纷效仿的对象。2019年1月中共中央政治局就全媒体时代和媒体融合发展举行的第十二次集体学习就在人民日报社进行,彰显了其政治标杆意义。在其个案研究中,高引论文涵盖了“中央厨房”“融媒工作室”“两会报道”“典型人物报道”和“客户端运营”等更微观的实践议题。

总之,融媒十年的知识生产中,学界和业界均为非常关键的“行动者”,并且各自结成相对独立的“网络”展开研究,合作与交叉的情况很少。但是本文在文献查阅过程中也发现,双方的交叉引用情况非常普遍,业界研究从学界研究中汲取理论资源,而学界研究则常引用业界论文所陈述的一线实践案例。与此同时,我国每年还有大量以媒体融合为主题的学术会议、高峰论坛,以及学界专家走进媒体的实地调研、座谈等交流活动,形成了操作经验和理论研究的频繁互鉴。因此,我国媒体融合近十年的研究总体上并未出现重大分歧,在学界和业界的共同努力下形成了理论与实践相互给养的研究进路。

五、“融合内涵”与“治理转向”:作为实践过程的融媒知识生产

在后SSK的理论视野中,知识并不是先验存在的,而是一个实践的过程,我们对于知识生产的认识需要完成从“作为知识的科学”到“作为实践的科学”的转变。媒体融合,正是这样一个充满实践意味的研究领域。从我国媒体融合的整体研究来看,“实践”的特征主要体现在对于媒体融合内涵的争

论与拓展,以及在理论和操作层面从“媒体本位”向“治理本位”的转向。

(一) 媒体融合的内涵之辨

对于媒体融合来说,“何为媒体融合、为何要做媒体融合以及如何做媒体融合”是对其最本质内涵的拷问。

在官方文本中,媒体融合的功能指向非常清晰。这一概念在2013年“全国宣传工作会议”中正式提出,即证明中国媒体融合工程的立足点在于“舆论宣传工作”。2013年底的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》特别指出,要“整合新闻媒体资源,推动传统媒体和新兴媒体融合发展”。紧接着,2014年8月,中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过的《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》指明了媒体融合的功能坐标在于主流媒体,是适应媒体格局深刻变化、提升主流媒体传播力公信力影响力的重要举措。随后,从“十三五”规划、“十四五”规划和2035年远景目标纲要,到全国各省的规划与政府工作报告中,“媒体融合”工程都位列其中。^[31]而从政策文本表述来看,“提升主流媒体影响力”“占领信息传播制高点”“做大做强主流舆论”“正能量是总要求”等,是中国媒体融合国家战略的主要诉求。

与政策框架中对媒体融合的清晰定位不同,在我国媒体融合的早期研究中,学界和业界均承认这一概念的“模糊性”,认为其充满了争议。曾被我国学者作为标杆引入的美国“坦帕模式”最终失败^[32],密苏里大学新闻学院学者坦陈“媒体融合只是一个假设”,国内研究者也质疑媒体融合“是否存在”^[33]。来自业界的陈国权^[34]和学界的邓建国^[35]等还对国内媒体“要不要融合”展开了一番论争。即便是近十年媒体融合已经成为由顶层驱动的国家工程,也有不少学者提出要警惕认知与实践中的“技术膜拜”“唯市场论”与“去语境化”等问题^[36],认为媒体融合是“老套路”^[37]“夹生饭”^[38]。业界媒体高管在传媒类论坛的公开演讲中,以及笔者所参与的一些实地调研中,还有不少业界人士认为媒体融合是“伪命题”^[39]。可见,无论是学界还是业界,在研究中并没有“唯政策”“唯西方样板”,而是让媒体融合的内涵始终处于变动的讨论之中。

通过对文献的爬梳,本文发现在媒体融合内涵的讨论中最重要的同类概念为“转型”。对CNKI近十年学界所刊发的392篇核心论文进行关键词突现分析,结果显示“转型”一词与“媒体/媒介融合”“新媒体”同时突现于2013年,而且突现时间最长,一直持续至2016年。在高引文章中,喻国明在2014年就撰文指出,“媒体融合是媒体转型的一场革命”^[40]。郭全中在2015年的表述则更为直接,认为应变“融合”观念为“转型”观念,变修修补补的“融合”新媒体为彻彻底底地“转型”为新媒体。^[41]十年中,将“融合”与“转型”并置在篇名中讨论的文献高达977篇。直至2023年,还有业界专家表示,“转”比“融”更为迫切,“融”是手段,“转”才是目的。^[42]

而在政策一端,从2014年开始的各类媒体融合政策中却鲜有提及“转型”,直到2020年国家广播电视总局印发的《关于加快推进广播电视媒体深度融合发展的意见》中才将其与“融合”并置,提出“坚持深度融合、整体转型”。可见,无论是学界还是业界,对于媒体融合的内涵认定都与“转型”密切结合在一起,表现出鲜明的“独立于且超前于政策”的特征。而以“转型”为核心的讨论,也让中国的媒体融合从技术中心主义和政策文本刚性中走出,站在更加深远的传媒改革的历史背景下关切我国主流媒体所面临的现实问题。正如丁柏铨所言,传统媒体与新兴媒体融合发展,正是新闻改革的题中应有之义。^[43]

(二) 媒体融合内涵的开放文本式拓展

除了“融合”与“转型”的内涵之争外,我国的融合研究在“中央厨房”和“县级融媒体中心”这两个更加具象的主题方面也呈现出非常明显的“实践”特征。学界和业界的探索让这些概念从政策性的封闭框架,走向了实践性的开放文本(open text),极大地拓展了媒体融合的内涵。

第一,在“中央厨房”方面,从2014年开始人民日报社就进行了先行探索。但2016年陈国权发文认为中央厨房无法实现常态化,提到“人民日报中央厨房仅运行了17次”,业界还因此掀起了一场大

讨论。人民网总裁叶蓁蓁对此解释道: 这仅是“试运行”的次数, 之后就进入了常态运作。^[44] 2017年, 时任中宣部部长刘奇葆强调“中央厨房”在媒体融合中的重要地位, “‘中央厨房’是标配、是媒体融合的龙头工程, 一定要建好用好”^[45], 于是各地开始兴建中央厨房。但2018年的“中央厨房发展报告”指出, 中央厨房比较适合“两会”报道这样的“战役性报道”, 于是“中央厨房”被人诟病为“节庆厨房”^[46]。对于全国遍地开花的建设状态, 搭建了人民日报中央厨房的人民日报媒体技术股份有限公司副总经理何炜认为, “中央厨房”并不一定是流程再造的唯一模式。对于很多媒体来说, 投入巨资来建全媒体平台, “既不可能也无必要”^[47]。

但也正是由于中央厨房的全国铺开, 各级媒体的中央厨房业务实践凝结成不少经验介绍类文章, 打开了中央厨房的多元实践空间。研究指出, 中央厨房的价值并不仅仅是一个技术性实体, 而是作为一种“象征性资源”, 被各媒体赋予媒体融合“改革载体”的全新角色, 以其为“载体”开展了对内对外的多项改革。^[48]从这个意义来讲, 中央厨房的研究是在学界和业界的探索推进下, 逐渐形成远超政策规定性的实践内涵。

第二, 在“县级融媒体中心”方面, 中央亲自部署“时间表”和“路线图”, 并设定“引导群众、服务群众”的功能目标。但顶层设计并不是决定其建设路径的唯一指挥棒。2018年, 中宣部在浙江长兴县召开县级融媒体中心建设现场推进会, 对在全国范围推进县级融媒体中心建设作出部署安排。现场推进会选择在长兴召开, 是因为长兴传媒集团从2011年起就开始了县级融媒体体的探索, 并受到了中央的认可。因此, 这一政策的生成遵循着“地方首创—中央吸纳辐射—地方跟进采纳”的一般过程。研究表明, 县级融媒体中心政策的外部知识源在整体上呈现出“一核多源”的扇状分布结构, 位于扇状结构顶点的长兴是该政策的源创新地。^[49]于是, 长兴成为县级融媒体中心这一概念内涵的重要实践参与者, 其所凝练成的路径与模式也成为该领域的样板。在现场推进会召开后一年内, 长兴传媒集团就以融媒学院为载体拓展对外输出模式, 与全国各地的50多家媒体达成了合作。^[50]截至2021年, 长兴传媒集团每年接待全国各地媒体同行近700批次。^[51]通过CNKI检索发现, 共有305篇媒体融合研究中提到了长兴传媒集团, 而长兴传媒集团的总编辑王晓伟则发表了15篇论文, 并参与众多媒体融合研讨会议和专项访谈, 向全国推介长兴模式。长兴传媒集团的其他管理层及员工也累计发表35篇论文, 从融媒技术、内容生产、财务等方面介绍经验。“长兴经验”成为县级融媒体中心知识生产的重要组成部分。

值得一提的是, 长兴探索虽然推动了对于县级融媒体中心成功经验和理想路径的研究, 也向多地输出了建设模式, 但其所树立的“模式”并未被所有区县所机械地采纳。不少前去长兴调研的业界人士表示, “长兴模式我们学不了”, 于是转而基于自身条件进行适应性改造, 构筑了多种不同的融媒体中心建设及运营模式。^[49]这也形成了从中央政策到地方操作的“多棱镜效应”^[28], 显示出各地对于县级融媒体中心功能定位与外延拓展的不同理解。而这些多元建设模式也通过实地调研等研究方法, 以“某某样板”“某某经验”“某某模式”的形态参与县级融媒体中心知识生产的合力实践之中。

(三) 媒体融合研究的“国家治理转向”

近年来, 中国媒体融合研究出现了明显的“国家治理转向”, 即把媒体融合置于国家治理体系和治理能力现代化的框架中展开讨论。^[2]

这种“治理转向”的政策资源来自2013年党的十八届三中全会, 会议提出“推进国家治理体系和治理能力现代化”的命题, 体现了我国国家执政理念从“管理”到“治理”的重大变化。这一框架在2014年就被学者及时引入媒体融合的研究之中, 朱春阳从“可沟通政府”的角度指出, 我国媒体融合指向的正是“国家治理体系和治理能力现代化建设”^[52]。2018年后, “治理转向”在县级融媒体中心研究方面表现得尤为突出。政策对于县级融媒体中心的功能要求是“引导群众、服务群众”。其中, “引导群众”被对应为基于“媒体本位”的加强主流宣传与舆论引导, 而“服务群众”则与2020年《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》中强调的“要走好全媒体时代群众路线”一道, 在学界和业界的

共同努力下指向了“社会治理”“国家治理”。

在学界研究中,县级融媒体中心被学者们誉为“社会治理与沟通枢纽”^[53]以及“国家治理的技术装置”^[28]等。县级融媒体参与社会治理的实践,具体表现在舆论引导、公共服务、脱贫攻坚、乡村振兴等多个领域。^[11]在业界的研究中,很多“媒体+”业务被研究者纳入“治理”的分析框架之中。例如长兴传媒集团总编辑王晓伟回顾十年发展时就总结了社会治理的多样化实践,认为“县级融媒体中心是基层社会治理的重要抓手”^[54]。浙江日报报业集团社长姜军提出,在推进媒体深度融合时期要“从推进国家治理体系和治理能力现代化的高度谋划媒体融合各项工作”^[55]。过去三年的新冠疫情是对我国基层治理能力的大考,也是各级媒体在治理层面检验媒体融合建设效果的“练兵场”。在此期间,各地县级融媒体中心以其全媒体矩阵为平台,发挥了舆论阵地、服务平台、社区信息枢纽等三个方面的社会治理功能。^[56]通过 CNKI 检索发现,在媒体融合领域关于“战疫”的研究中有 51.6% 的成果来自业界的作者。这些经验总结类论文,不但提供了鲜活的经验材料,同时也是在业务操作和理论归纳两个方面共同锚定了媒体融合的“治理转向”。

这种“治理转向”,不但紧扣“完善和发展中国特色社会主义制度,推进国家治理体系和治理能力现代化”这一我国全面深化改革的总目标,获得了新的政策资源和理论资源,而且为融媒体中心作为一种“技术装置”开拓更多的社会功能奠定了基础,打开了媒体融合发展中“媒体+”的广阔操作空间。

但另一端,在中央和国家部委所发布的一系列推动媒体融合的政策文件中,“治理”其实并不是重点。对近十年媒体融合相关政策的文本词频分析显示,媒体、数据、服务、内容、技术等五个关键词位于前列,而“治理”甚至不在前 20 名。^[57]仅有 2020 年国家广播电视总局印发的《关于加快推进广播电视媒体深度融合发展的意见》中提到了一句:“加快成为服务经济社会治理和发展的‘枢纽’平台。”可以说,媒体融合在政策表述中更多地被置于“事关壮大主流舆论,事关国家长治久安”的舆论与政治安全的框架下,而非“治理”。

如此来看,中国媒体融合的“治理转向”并非是由政策直接引导,而是由学界和业界的齐力实践,为媒体融合增加了新的政策资源,对其实践空间形成了有效的扩展。

六、结语:中国特色新闻学自主知识体系中的媒体融合

以往研究认为,“政令先于实践,实践先于研究”^[3]是中国媒体研究的基本特征,媒体融合研究也常被认为“追政策”“追热点”。诚然,媒体融合工程作为我国顶层驱动的国家战略,的确是在强有力的政策驱动下才能如此高效地完成从中央到区县的四级布局,高烈度的业界变迁也带来了层出不穷的研究问题,这是造成近十年我国媒体融合研究井喷的根本性原因。

但本研究认为,我们在承认“政策驱动”前提的同时,也不能否定学界和业界在此过程中对媒体融合内涵、模式以及未来方向的探索与创新。正如前文所分析的,学界和业界的研究并没有“唯政策”“唯西方模板”,而是通过对系列概念的反复讨论、使用多元方法对一线案例进行分析,并引入了“治理”等可以展开跨学科、跨国界对话的理论资源,从而丰富了融合概念的经验性表征,给政策文本增添了创新性解释,更是为媒体融合建设拓展了政策和操作空间。这些努力,都是这一研究场域的多元行动者一起完成的“实践”过程。其并不是引用和阐释某个确定性的“媒体融合”,而是在研究实践过程中推动“中国媒体融合”的概念理论体系以及操作模式逐渐清晰。

从构建中国特色新闻学自主知识体系的学科体系、学术体系、话语体系高度来审视媒体融合研究,我们或许更能识别融媒十年知识生产的重要意义。与西方的 Media Convergence 这一“全球性知识”相对,中国的媒体融合是一种“地方性知识”。普遍有效性不是科学知识的价值目标,知识的价值在于它在实践中的作用。地方性知识对当地事物拥有外来普遍知识所无法比拟的解释与调节能力,因此其更具有建设性意义。^[58]中国媒体融合,并不是西方在市场与技术二元背景下讨论的 Media Convergence,

而是处于国有传媒系统与新闻宣传工作机制转型、党的舆论宣传工作创新、网络受众信息使用习惯变迁、国家治理现代化建设等多元要素相糅合的“实践场域”。其复杂性和结构性张力已经无法用西方理论模式来解释,从而也拥有了更大的理论探讨空间与实践创新可能。

实践的观点,是马克思主义理论体系的重要组成部分。近十年来,作为“中国实践”的媒体融合研究,正是在政府、学界、业界等多元行动者的共同实践下,完成对西方舶来概念的改造,在中国土壤中为其赋予新的使命,开拓新的内涵。中国媒体融合的未来之路向何处去,在很大程度上也将取决于这一多元行动者网络的研究实践将来如何拓展。正如后SSK学者哈金对马克思实践观念的认同,“我们都认为,重要的不是理解世界,而是改造世界”^[15]。

参考文献:

- [1] 中共中央文献研究室. 习近平关于全面深化改革论述摘编 [M]. 北京: 中央文献出版社, 2014.
- [2] 栾轶玫. 从市场竞争到纳入国家治理体系——中国媒介融合研究20年之语境变迁 [J]. 编辑之友, 2021 (5): 13-25.
- [3] 王菲, 樊向宇. 回顾与反思: 中国媒体融合研究十五年 (2005—2019) [J]. 当代传播, 2020 (5): 10-14+21.
- [4] 田维钢, 温莫寒. 媒介化与结构化: 我国媒体融合研究的知识演进 (1999—2022) [J]. 当代传播, 2023 (2): 17-22+28.
- [5] 崔保国. 技术创新与媒介变革 [J]. 当代传播, 1999 (6): 23-25+33.
- [6] 蔡雯. 新闻传播的变化融合了什么——从美国新闻传播的变化谈起 [J]. 中国记者, 2005 (9): 74-76.
- [7] 黄旦, 李暄. 从业态转向社会形态: 媒介融合再理解 [J]. 现代传播, 2016 (1): 13-20.
- [8] 陈国权. 一字之差 立意有别 [N]. 中国新闻出版广电报, 2016-8-30 (5).
- [9] 曾培伦. 熊彼特创新理论视阈下的中国媒介融合路径危机 [J]. 新闻大学, 2017 (1): 110-115+144.
- [10] 戴利朝, 张晨. 县级融媒体研究的知识地图与学术路径 [J]. 福建师范大学学报, 2023 (2): 129-141.
- [11] 董天策, 陈彦蓉. 县级融媒体的知识生产: 基于文献计量的知识社会学分析 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2022 (5): 43-50+94.
- [12] [美] 安德鲁·皮克林. 作为实践和文化的科学 [M]. 柯文, 伊梅, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2006: 2.
- [13] 蔡仲, 郑玮. 从“社会建构”到“科学实践” [J]. 科学技术与辩证法, 2007 (4): 53-55+109+111.
- [14] [法] 布鲁诺·拉图尔. 我们从未现代过: 对称性人类学论集 [M]. 刘鹏, 安涅思, 译. 苏州: 苏州大学出版社, 2010: 1.
- [15] 姜红, 印心悦. 作为“实践”的新闻——一个后科学知识社会学的视角 [J]. 国际新闻界, 2021 (8): 41-53.
- [16] 姜华, 张涛甫. 传播结构变动中的新闻业及其未来走向 [J]. 中国社会科学, 2021 (8): 185-203+208.
- [17] Ytreberg, E. (2011). Convergence: Essentially confused? *New Media & Society*, 13 (3): 502-508.
- [18] Gordon, R. (2003). Convergence defined, In Kawamoto, K. (eds.). *Digital journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism*. Lanham: Rowman & Littlefield, 57-73.
- [19] [丹麦] 克劳斯·布鲁恩·延森. 媒介融合: 网络传播、大众传播和人际传播的三重维度 [M]. 刘君, 译. 上海: 复旦大学出版社, 2012: 12.
- [20] [美] 亨利·詹金斯. 融合文化: 新媒体和旧媒体的冲突地带 [M]. 杜永明, 译. 北京: 商务印书馆, 2012: 30.
- [21] 人民日报社社长李宝善: 加快构建全媒体传播格局. [EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1648046441178568258&wfr=spider&for=pc>, 2019-10-22.
- [22] 陈昌凤, 杨依军. 意识形态安全与党管媒体原则——中国媒体融合政策之形成与体系建构 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2015 (11): 26-33.
- [23] 张涛甫, 赵静. 媒体融合的政治逻辑——基于意识形态安全的视角 [J]. 新闻与传播研究, 2021 (11): 69-83+127-128.
- [24] 尹连根, 刘晓燕. “姿态性融合”: 中国报业转型的实证研究 [J]. 新闻与传播研究, 2013 (2): 99-112+12.
- [25] 周逵. 反向融合: 中国大陆媒体融合逻辑的另一种诠释 [J]. 新闻记者, 2019 (3): 45-51.
- [26] 刘蒙之, 刘战伟, 李媛媛. 双向融合 殊途同归——主流媒体的互联网化与互联网媒体的主流化 [J]. 中国新闻传播研究, 2020 (2): 17-28.
- [27] 尹连根. 博弈性融合——政务微信传播实践的场域视角 [J]. 国际新闻界, 2020 (2): 100-120.
- [28] 曾培伦, 毛天婵. 技术装置“多棱镜”: 国家治理视阈下的县级融媒体中心建设研究 [J]. 新闻记者, 2020 (6): 3-13.

- [29] 陈悦,等.引文空间分析原理与应用: Citespace 实用指南 [M].北京:科学出版社,2014: 43.
- [30] 高金萍,李庆豪.近 30 年来海外中国共产党形象研究之嬗变——基于 Citespace 可视化知识图谱分析 [J].中国文化研究, 2022 (4): 2-14.
- [31] 黄楚新,许可.2021 传媒业:破局突围 智慧发展 [J].中国报业,2021 (9): 50-51.
- [32] 辜晓进.坦帕模式的失败与融媒分享困境 [J].新闻与写作,2018 (11): 34-40.
- [33] 周建青.对“媒介融合”的质疑 [J].华南理工大学学报(社会科学版),2012 (3): 70-74.
- [34] 陈国权.分化是传媒发展的趋势——“融合论”质疑 [J].新闻记者,2010 (3): 22-25.
- [35] 邓建国.媒介融合:受众注意力分化的解决之道——兼与“反媒介融合论”商榷 [J].新闻记者,2010 (9): 56-60.
- [36] 翟光勇.迷思与批判:媒介融合热背后的冷思考 [J].编辑之友,2016 (9): 53-56+74.
- [37] 李良荣,周宽玮.媒体融合:老套路和新探索 [J].新闻记者,2014 (8): 16-20.
- [38] 彭增军.媒体融合为什么成了夹生饭 [J].新闻记者,2016 (12): 26-29.
- [39] 李佩钰的倔强:反感讨论新旧媒体融合,幸亏没做互联网 [EB/OL].<http://finance.sina.com.cn/hy/20141024/085520630737.shtml>, 2014-10-24.
- [40] 喻国明,姚飞.媒体融合:媒体转型的一场革命 [J].青年记者,2014 (24): 26-28.
- [41] 郭全中.传媒业转型的实践与途径 [J].今传媒,2015 (8): 136-149.
- [42] 杨丹,蒋小康,周媛晖.媒体融合十年:从“深融”到“真转”——关于省级报业融合发展的实践与思考 [J].传媒, 2023 (16): 13-15.
- [43] 丁柏铨.简论新中国 70 年来新闻理论研究主题的演变 [J].新闻大学,2019 (10): 26-45+124.
- [44] 温静,陈浩洲.专访叶蓁蓁人民日报中央厨房建设的台前幕后 [J].电视指南,2018 (11): 16-21.
- [45] 刘奇葆.推进媒体深度融合 打造新型主流媒体 [N].人民日报,2017-1-12.
- [46] 陈国权.中国媒体“中央厨房”发展报告 [J].新闻记者,2018 (1): 50-62.
- [47] 何炜.“中央厨房”——探索融合新闻生产新模式 [J].新闻战线,2016 (17): 68-69.
- [48] 曾培伦,朱春阳.“如何来用”到“用来如何”:中央厨房的“载体化”实践改造面向 [J].新闻界,2018 (8): 10-17 +29.
- [49] 杨志,魏姝.政府考察学习如何影响政策扩散?——以县级融媒体中心政策为例 [J].公共行政评论,2020 (5): 160 -180.
- [50] 县级融媒体中心建设一年间,“长兴模式”取得哪些新进展? [EB/OL].https://www.sohu.com/a/335600197_181884, 2019-08-22.
- [51] 崔忠芳.长兴十年,从全媒体、融媒体走向智媒体——专访长兴县融媒体中心总编辑王晓伟 [J].中国广播影视,2021 (17): 64-69.
- [52] 朱春阳,刘心怡,杨海.如何塑造媒体融合时代的新型主流媒体与现代传播体系? [J].新闻大学,2014 (6): 9-15.
- [53] 张昱辰.从机构融合迈向社会融合:县级融媒体中心发展路径再思考 [J].中国出版,2019 (16): 10-13.
- [54] 王晓伟.新融合 新技术 新打法 新路径——长兴传媒集团媒体融合再探索 [J].中国记者,2023 (8): 49-52.
- [55] 姜军.以系统思维推进媒体深度融合 [J].中国记者,2023 (8): 64-67.
- [56] 周怡靓,曾培伦,张雨.新冠疫情期间区级融媒体中心的治理效能与优化路径——以上海 16 个区融媒体中心微信公众号为例 [J].新闻春秋,2022 (6): 73-82.
- [57] 朱春阳,刘波洋.媒体融合的中国进路:基于政策视角的系统性考察(2014-2023 年) [J].新闻与写作,2023 (11): 12-23.
- [58] 欧阳芸,朱红文,廖正涛.全球化时代中国社会科学的本土化——从地方性知识的视角 [J].兰州学刊,2005 (2): 57-59.