

全媒体时代主流媒体系统性变革的演进逻辑、实践样态与优化路径

周怿培

浙江日报报业集团, 浙报 - 复旦联合博士后工作站, 浙江 杭州

收稿日期: 2026年1月11日; 录用日期: 2026年2月4日; 发布日期: 2026年2月14日

摘要

2024年党的二十届三中全会首次提出“推进主流媒体系统性变革”，标志着我国媒体融合从战术层面跃升至战略层面，进入全域重塑的历史新阶段。本文以制度同构理论、媒介场域理论等为分析框架，将“系统性变革”从政策话语转化为学术话语，在系统梳理媒体融合十年政策演进与实践历程的基础上，深度阐释其核心内涵、深层逻辑与实践导向。通过剖析央媒及多家地方媒体的创新实践，提炼其成功经验；同时结合当前主流媒体面临的各种问题与困境，提出针对性的优化路径，以期为主流媒体构建全媒体传播体系、打造具有强大传播力、引导力、影响力、公信力的新型主流媒体提供理论参考与实践借鉴。

关键词

主流媒体, 系统性变革, 媒体融合, 全媒体传播体系

Evolutionary Logic, Practical Patterns and Optimization Pathways of Systematic Transformation of Mainstream Media in the All-Media Era

Yipei Zhou

Zhejiang Daily Press Group-Fudan University Joint Postdoctoral Research Station, Zhejiang Daily Press Group, Hangzhou Zhejiang

Received: January 11, 2026; accepted: February 4, 2026; published: February 14, 2026

Abstract

In 2024, the Third Plenary Session of the 20th Central Committee of the Communist Party of China

文章引用: 周怿培. 全媒体时代主流媒体系统性变革的演进逻辑、实践样态与优化路径[J]. 新闻传播科学, 2026, 14(2): 174-182. DOI: 10.12677/jc.2026.142056

(CPC) first put forward the initiative of “promoting systematic transformation of mainstream media”, marking that media convergence in China has advanced from a tactical level to a strategic level and entered a new historical stage of comprehensive restructuring. Employing theoretical frameworks such as institutional isomorphism theory and media field theory, this paper transforms the policy discourse of “systematic transformation” into academic discourse. Based on a systematic review of the decade-long policy evolution and practical progress of media convergence, it conducts an in-depth interpretation of its core connotations, underlying logic, and practical orientations. By analyzing innovative practices of central media outlets and multiple local media organizations, the study extracts their successful experiences. Meanwhile, addressing various challenges and predicaments confronting mainstream media today, it proposes targeted optimization pathways, aiming to provide theoretical references and practical insights for mainstream media to construct an all-media communication system and develop new-type mainstream media with strong communication power, guidance capability, influence, and credibility.

Keywords

Mainstream Media, Systematic Transformation, Media Convergence, All-Media Communication System

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 研究背景与研究意义

1.1. 研究背景

媒体融合是传统媒体应对数字化浪潮、实现转型发展的必由之路。2014年8月18日，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，标志着媒体融合正式上升为国家战略。此后十年间，从中央到地方，从顶层设计到基层实践，媒体融合经历了从“相加”到“相融”、从“融合”到“深度融合”的渐进式发展历程[1]。

2020年，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》，明确提出主流媒体要“建成几家拥有强大实力和传播力、引导力、影响力、公信力的新型主流媒体”，要“打造自主可控、技术先进、特色鲜明、具有强大传播力影响力竞争力的终端平台”[2]。2024年，党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》首次以“系统性变革”定位主流媒体改革方向，强调“构建适应全媒体生产传播工作机制和评价体系”，推动媒体融合从局部调整转向全要素、全链条的整体性重塑[3]。

与此同时，人工智能、大数据、云计算、5G等新技术的快速发展，为主流媒体系统性变革提供了前所未有的技术支撑，也对媒体的内容生产、传播方式、组织架构、人才队伍等提出了全新要求。

1.2. 研究意义

从理论层面看，“系统性变革”突破了传统“媒体融合”的概念边界，强调改革的整体性、协同性与纵深性，涵盖顶层设计与基层实践、内容生产与技术应用、组织架构与人才培养等多个维度[1]深入剖析其内涵与路径，不仅有助于丰富媒体融合理论体系，更能为构建中国特色全媒体传播理论提供学理支撑。中国社会科学院新闻与传播研究所2025年发布的《中国全媒体传播体系建设发展报告》指出，对主

流媒体系统性变革的研究是破解当前媒体融合“深水区”难题的核心议题,具有重要的理论创新价值[4]。

从实践层面看,当前主流媒体在融合发展中仍面临体制机制不顺、技术应用不深、人才结构失衡等突出问题。系统梳理央媒与地方媒体的成功经验,结合最新行业动态分析现实挑战,提出针对性对策,对指导各级主流媒体深化改革、加快转型具有重要现实意义。尤其是在培育媒体新质生产力、提升国际传播能力的时代要求下,相关研究更具实践指导价值。

2. 媒体系统性变革的政策内涵与实践导向

2.1. 政策演进脉络

回顾媒体融合十年的政策演进,可清晰梳理出从“融合发展”到“深度融合”再到“系统性变革”的递进逻辑[1] 2014年《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》开启顶层设计,强调“传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展”;2019年习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习时提出“推动媒体融合向纵深发展”,明确全媒体传播体系建设的战略目标;2020年《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》进一步界定“一体化发展”“全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体”等核心要求;2024年党的二十届三中全会提出“推进主流媒体系统性变革”,将媒体改革提升至服务中国式现代化的战略高度。

这一政策演进体现了党中央对媒体发展规律的深刻把握:从初期的“形态融合”到中期的“功能融合”,再到当前的“系统重塑”,政策导向始终紧扣技术发展趋势与国家治理需求,意味着媒体融合不再是局部的、碎片化的调整,而是涉及体制机制、内容生产、技术应用、平台建设、人才队伍等全要素、全链条的整体性重塑[1]。

2.2. 理论视角下的系统性变革阐释

将“系统性变革”置于宏观理论视野下审视,可深化对其内在逻辑与深层动因的理解。从制度同构理论来看,新制度主义指出组织受制度压力会呈现趋同的“制度同构”现象[5],DiMaggio与Powell划分的三类同构在媒体融合中交织,过度趋同易致“形式融合”优于实质,系统性变革旨在打破路径依赖、转向效能提升。媒介场域理论则揭示,新闻场域存在资本与逻辑张力[6],系统性变革核心是重构资本配置与权力关系,在流量与价值间寻求平衡。立足平台资本主义视角[7],系统性变革是主流媒体对平台逻辑的双重回应,既借鉴平台化思维,又警惕依附风险,其“造船”与“借船”的辩证,本质是争夺数据主权与传播主动权的战略选择。

2.3. 系统性变革的核心内涵

“推进主流媒体系统性变革”的政策内涵可从五个维度深入理解:

第一,体制机制的系统性重构。打破传统媒体与新媒体“两张皮”运行模式,建立适应全媒体生产传播的组织架构、管理体制和运行机制,推动采编流程再造,实现“一次采集、多种生成、多元传播”的生产模式。

第二,内容生产的系统性升级。坚持“内容为王”,创新话语体系与表达方式,平衡重大主题报道的“硬传播”与贴近用户的“软表达”,通过优质内容供给提升“四力”。

第三,技术应用的系统性赋能。以人工智能、大数据、5G等新技术为核心驱动力,推动内容生产智能化、传播分发精准化、用户服务个性化,实现技术与业务场景的深度融合。

第四,平台建设的系统性布局。打造自主可控的新媒体平台矩阵,以移动客户端为核心,实现自有平台深耕与商业平台借力的有机结合。

第五,评价体系的系统性完善。建立涵盖传播力、引导力、影响力、公信力的多维度评价体系,推动从“以内容为中心”向“以效果为导向”的理念转变。

2.4. 实践导向

系统性变革的实践导向可概括为“三个转变”:

一是从“相加”思维向“相融”思维转变。并非简单移植传统媒体内容,而是依据互联网传播规律重构内容形态、生产流程与传播策略,实现媒介资源的深度整合。

二是从“媒体本位”向“用户本位”转变。从“以传播者为中心”转向“以用户为中心”,通过数据分析精准把握用户需求,提供个性化、精准化的内容与服务。

三是从“单一传播”向“融合服务”转变。拓展“新闻+政务服务商务”模式,将新闻传播与政务服务、公共服务、生活服务有机结合,增强用户黏性与社会影响力,这一转变是主流媒体提升可持续发展能力的关键路径,也是媒体服务国家治理的重要体现。

3. 主流媒体系统性变革的成功经验

媒体融合十年间,从中央媒体到地方媒体,涌现出一批探索融合发展新业态、新模式的成功案例,积累了宝贵的实践经验。

3.1. 新华社:技术创新驱动全媒体转型

新华社作为国家通讯社,始终引领媒体融合潮流。2014年推出“新华社发布”客户端(后更名为“新华社”客户端),截至2025年,已迭代至V11.0版本,全方位整合新媒体技术。

内容创新方面,依托全球新闻采集网络,推动内容生态向年轻态转型,2021年推出的青春版客户端成为央媒年轻态表达的标杆。2024年以来,进一步强化“用户共创”内容模式,通过“全民拍”“问·证”平台汇聚用户智慧,形成多元内容生态。

技术赋能方面,2024~2025年升级“采编助手”“新华较真”“新华妙笔”等智能工具,实现内容生产“快省准”与安全审核智能化;最新版客户端集成数字人SDK与大模型交互功能,探索“人机协同”新闻生产新模式[8]。

用户运营方面,新华社客户端强化社交属性,打造全新的媒体生态。“全民拍”功能为用户参与社会治理提供便捷途径,“问·证”互动平台形成“网民提问+记者回答”的良性循环,践行网上群众路线。

3.2. 中央广播电视总台:多元融合构建传播新生态

持续深化“台网并重、先网后台、移动优先”战略,形成以央视新闻、央视频、云听为核心,200余个百万级账号协同发力的传播矩阵。

话语创新方面,贴“Z世代”审美,推出Vlog时政报道、轻量化“小叙事”等形式,培育朱广权等“网红主持人”,实现主流话语破圈;通过“青年创作者计划”吸纳年轻群体,扩大主流舆论的传播阵地,通过小切口展现大主题,能够有效为宏大叙事、主流价值、国家话语返魅[9]。

多元合作方面,与华为、阿里、腾讯等企业深化“混合云平台”与人工智能联合实验室建设,2024年与腾讯升级“5G新媒体平台”合作,实现央视频用户量同比增长40%;探索“媒体+电商”“媒体+社交”等模式,2024年直播带货公益助农销售额超20亿元。

技术创新方面,深化“5G+4K/8K+AI”战略,2025年发布的《人工智能发展白皮书(2025版)》明确“央视视听媒体大模型2.0”建设目标[10],实现智能字幕生成、语音合成等技术在制播全流程的深度应

用；“CMG 媒体云”支持多语种内容一体化生产，服务全球 190 多个国家和地区的传播需求。

3.3. 人民日报社：平台建设筑牢主流舆论主阵地

人民日报社积极践行“移动优先”战略，构建覆盖微博、微信、客户端、抖音等多平台的新媒体矩阵，截至 2024 年底，新媒体覆盖用户超 8 亿。人民日报客户端下载量突破 3 亿次，持续领跑主流媒体客户端[11]。

开放性与权威性并重。2018 年推出的“人民号”平台，截至 2024 年已聚合 3 万多个优质账号，通过严格审核机制(通过率保持在 10%以内)保障内容质量，实现权威性与开放性的平衡。2024 年新增“政务号专属服务”功能，成为各级政府政务公开的核心平台[11]。

新闻与服务融合。深化“新闻 + 政务服务商务”模式，新冠疫情期间的“新冠肺炎求助者平台”累计帮助 1.2 万名患者获得救治[11]；连续多年在清明节期间推出“寻找英雄”“为烈士寻亲”活动；“人民号”构建的四级政务账号网络，实现政务服务“一键直达”。

内容与技术融通。“人民日报创作大脑”升级至 3.0 版本，整合 AI 写作、三维建模、VR 等技术，2024 年推出的“复兴大道 100 号”线上沉浸式展馆，累计访问量超 5 亿次。

3.4. 浙报集团：数字化改革探索省域融合新路径

作为全国首家媒体经营性资产整体上市的省级报业集团，浙报集团通过“三端合一”“融媒通”平台等创新实践，构建省域主流舆论传播新格局。

“三端合一”打造省级传播旗舰。2023 年整合浙江新闻、天目新闻、小时新闻推出“潮新闻”客户端，截至 2025 年底，全网粉丝量超 1.45 亿，客户端下载量达 6800 万，传播力影响力排名居省级主流媒体前列。其“深耕浙江、解读中国、影响世界”的定位，实现了区域传播与全国影响的有机统一[12][13]。

数字化协同平台赋能省域传播，“融媒通”应用联盟协同 1358 家媒体与非媒体单位，素材共享量达 12 亿条，检索效率提升 10 倍以上；“传播大脑”科技公司研发的“党媒算法”，成为主流媒体正能量传播的核心引擎[13]。

国际传播能力建设方面，2024 年 5 月成立的浙江省国际传播中心，在海外设立多个联络站，与多个国家的主流媒体建立合作关系；海外社交平台主账号月粉丝持续涨粉，多条创意短视频播放量超百万，对国际传播骨干进行专题培训，启动 ZICC 伙伴创作者计划，选拔培养一批骨干力量。

3.5. 上海报业集团：内容优势驱动“破圈”发展

2013 年整合成立的上海报业集团，截至 2024 年底，新媒体覆盖用户达 11 亿，新媒体业务收入占媒体主业收入比重提升至 75.3%，上观、澎湃、界面·财联社稳居国内同类媒体头部阵列[14]。

澎湃新闻作为传统媒体转型标杆，坚持“内容为王”，拥有超过 400 名专业记者编辑[15]，形成独特的深度报道风格。2023~2024 年，新增“数据新闻实验室”“调查报道中心”等栏目，产出《中国乡村振兴发展报告(2024)》等一批重磅作品，荣获国内外奖项 40 余项。其“理想与情怀”的品牌价值，使其在商业平台竞争中保持核心优势。

3.6. 四川日报报业集团：智媒技术引领融合发展

四川日报报业集团坚持互联网思维，将优质资源向移动端倾斜，拥有川观新闻、封面新闻等 7 个客户端，四川在线等 8 个新闻网站，华西手机报等 2 个手机报及百余个第三方平台账号，传播力居全国省级党报集团第一方阵。

技术驱动方面，封面新闻作为“国家文化和科技融合示范基地”，形成“传媒公司 + 科技公司”的

双轮驱动模式。2024~2025 年，封面新闻的技术支持系统封巢智媒体系统在 2017 年上线，从最初的 4 个子系统，逐步发展增加至 12 个子系统，2025 年推出 6.0 版本，接入 DeepSeek 大模型能力[16]。

价值引领内容生产方面，“灵知”主流媒体算法深耕内容生产、审核、分发、传播四大核心应用场景，实现了内容价值与数据价值并存；封面新闻 10.0 版本上线的 AI 新闻图谱功能，为用户提供了智能工具，真正实现“千人千面”[16]。

4. 主流媒体系统性变革面临的问题与挑战

尽管主流媒体融合发展成效显著，但距离建成新型主流媒体的目标仍有差距，更需警惕的是，部分媒体陷入了“为融合而融合”的形式主义陷阱，呈现出“伪融合”特征。结合最新研究与实践，当前主要面临以下问题：

4.1. “伪融合”现象与形式主义陷阱

很多媒体融合面临“合而不融”的结构性深层困境。传统媒体与新媒体虽在形式上实现组织合并，但理念、流程与机制层面仍存在割裂。部分媒体聚焦“中央厨房”等硬件建设，却未真正打通采编协同流程；虽设立新媒体部门，却仅承担传统内容的搬运职能；引进新技术系统，最终沦为闲置的“面子工程”[17]。这种“物理整合”而非“化学融合”的现象，徒耗大量资源却未达成预期融合效能。

媒体融合十年历程中，转型失败的案例亦具重要警示意义。部分地方媒体盲目追捧热点概念，频繁更迭转型口号，战略方向摇摆不定，导致基层疲于应付。一些媒体过度依赖外部技术供应商，未着力培育自主技术能力，一旦合作终止便陷入发展困境。另有媒体在流量导向下偏离主业，将大量采编资源投向地面营销、直播电商等非主业领域，“每天忙得热火朝天，但与新闻主业渐行渐远”[18]。这些案例警示，媒体融合需回归“以优质内容凝聚用户”的本质逻辑。

4.2. 体制机制障碍尚未根本破除

采编与经营“两张皮”现象仍较突出，部分媒体传统部门与新媒体部门各自为政，资源配置分散，协同效应不足。传统事业单位管理体制与市场化运营机制的张力，制约了媒体活力释放。

考核评价体系不够科学，现行体系仍偏重发稿量、版面数等传统指标，对新媒体传播效果、用户黏性、社会影响力等维度的评价不够全面，以效果为导向的评价体系尚未完全建立。

人才激励机制灵活性不足，传统薪酬体系与晋升通道难以吸引和留住新媒体、技术研发等领域的优质人才，“双通道”晋升机制在多数媒体尚未落地，人才流失问题突出。

4.3. 技术应用存在“表层化”与“依赖性”双重困境

技术与业务场景融合不深，部分媒体新技术应用停留在“展示性”层面，AI 技术多集中于图文生成、语音合成等基础环节，在深度报道、舆情分析、个性化推送等核心场景的应用不足。

自主技术能力薄弱，多数媒体技术研发依赖互联网企业，缺乏自主可控的核心技术与算法模型，在数据资产安全、传播主动权等方面存在风险。

“算法主导、流量至上”的风险凸显，部分媒体过度迎合算法逻辑，导致“标题党”“浅阅读”现象抬头，优质深度内容被边缘化，与主流价值定位形成冲突。更深层的问题在于：当主流媒体将传播阵地过度倚重第三方平台时，实质上是将舆论引导的主动权拱手相让，与系统性变革“自主可控”的目标形成悖论。

4.4. 平台化发展存在“层级断层”与“生态失衡”问题

省级以下媒体融合滞后，市县级媒体普遍面临资金短缺、技术落后、人才匮乏的困境，全媒体传播

体系在基层存在“断层风险”，难以形成上下联动的传播合力。

省域协同机制不完善，尽管浙报集团等探索了“融媒共享联盟”模式，但跨区域、跨部门的内容协同、素材共享、线索流转效率仍有待提升，数据壁垒尚未完全打破。

自主平台用户黏性不足，主流媒体自建客户端普遍存在活跃度低、留存率不高的问题，与商业平台在用户体验、功能设计、个性化服务等方面存在差距。

平台资源分散浪费，各主流媒体纷纷打造自主平台，导致重复建设、资源分散，缺乏有效的协同机制，难以形成规模效应。

4.5. 国际传播能力存在“话语隔阂”与“体系薄弱”短板

在“讲好中国故事、传播好中国声音”的时代要求下，主流媒体国际传播能力建设仍存在短板。话语体系与国际传播格局存在差异，“中国叙事”的感召力与跨文化传播适配性不足，部分内容难以被海外受众理解和接受。

地方国际传播体系尚处起步阶段，除浙江省国际传播中心等少数案例外，省级以下媒体的国际传播意识和能力薄弱，机制建设、人才储备、渠道拓展均需加强。

海外传播运营能力不足，海外社交平台内容创作缺乏系统性方法论，爆款内容持续产出能力弱，协同账号管理激励机制不成熟，与海外媒体、侨胞的合作网络有待深化。

5. 深化主流媒体系统性变革的对策建议

5.1. 深化体制机制改革，激发内生动力

推进人事制度的“双轨并轨”改革。针对编制双轨制的深层矛盾，可借鉴部分媒体的改革经验，探索“老人老办法、新人新办法”的渐进式改革路径。对于新进人员，统一实行聘用制管理，建立与市场接轨的薪酬体系；对于存量事业编制人员，在保障基本待遇的前提下，通过绩效浮动薪酬激发工作积极性。更为关键的是，要打破身份壁垒，建立以能力和贡献为导向的晋升通道，让不同编制身份的员工在同一赛道上公平竞争。

建立“基础薪酬 + 绩效激励 + 项目分成”的复合薪酬模式。借鉴互联网企业的激励机制，将薪酬结构从固定为主转向弹性为主。基础薪酬保障基本生活，绩效激励与新媒体传播效果挂钩(如阅读量、互动率、转化率等)，项目分成则针对爆款产品、重大活动报道等给予团队专项奖励。对于技术骨干和稀缺人才，可探索协议工资制、年薪制等灵活形式，增强对市场化人才的吸引力。

完善效果导向的多维评价体系。建立涵盖传播力、引导力、影响力、公信力等维度的科学评价指标体系，将新媒体传播效果与社会效益纳入绩效考核。引入第三方评估机制，避免自说自话。注重质量与效果的统一，对“唯流量论”倾向予以纠偏。

5.2. 构建技术共享生态，弥合数字鸿沟

推广“省级统建、市县共用”的 SaaS 模式。针对中小媒体技术投入不足的困境，可借鉴浙报集团“天目蓝云”、湖南红网“红网云”等省级技术平台的经验，由省级媒体集团牵头建设融媒体云平台，以 SaaS (软件即服务)模式向市县级媒体提供技术支撑^{[19] [20]}。这一模式的核心优势在于：市县媒体无需承担高昂的技术研发和运维成本，只需按需付费使用云端服务，即可获得与省级媒体同等水平的技术能力。同时，省级平台可通过规模效应摊薄成本，形成可持续的商业模式。

建立技术共享联盟与开源生态。主流媒体可联合组建技术共享联盟，将通用性技术组件(如智能审核系统、数据分析工具、用户画像引擎等)开放共享，避免重复研发。对于具有公共属性的基础技术(如内容

安全审核、主流算法推荐等),可探索由行业协会牵头开发,形成行业公共技术底座。

深化与科技企业的战略合作。在保持“自主可控”底线的前提下,主流媒体应务实看待与科技企业的合作关系。可采取“核心自主、周边外包”的策略:将涉及内容安全、数据资产、用户运营等核心能力逐步内化,同时将基础设施、通用工具等非核心环节通过采购或合作方式解决,以有限资源聚焦关键领域。

5.3. 强化平台建设,构建全媒体传播体系

做强做优自主可控平台,集中优质资源打造具有核心竞争力的拳头产品,聚焦用户需求持续优化自有客户端的功能设计、界面体验与内容供给。深化“新闻+政务服务商务”融合模式,拓展政务办理、民生服务、文化消费等多元化应用场景,将平台打造为兼具信息传播与服务功能的综合性入口,提升用户黏性与使用频次。

加强央地协同联动,建立中央媒体与地方媒体之间常态化的内容共享、技术支援、人才交流机制,通过资源下沉、技术输出、经验分享等方式,帮助省级以下媒体突破资金、技术、人才等发展瓶颈。搭建全国性的内容传播与资源共享网络,形成上下联动、协同发力的传播格局。

优化平台生态布局,在深耕自有平台建设的同时,主动适应传播规律,善用商业社交平台、短视频平台、直播平台的流量优势与渠道资源,实现“借船出海”扩大传播覆盖面。探索主流媒体之间的平台协作机制,推动跨媒体、跨区域的资源整合与优势互补,避免重复建设与资源分散,形成集约高效的全媒体传播合力。

5.4. 创新话语体系,提升传播效能

推进话语方式年轻化转型,精准把握移动互联网传播规律与“Z世代”等年轻受众的认知习惯、审美偏好,打破传统话语表达的刻板印象。广泛运用Vlog、短视频、互动直播、虚拟场景体验等年轻群体喜闻乐见的传播形式,采用轻量化“小叙事”、故事化表达等方式,让宏大主题报道更具温度与感染力,实现“硬话题”的“软着陆”。

强化用户连接和互动参与,构建开放包容的内容生态,搭建优质创作者入驻平台,吸引专业机构、行业达人、普通用户等多元主体参与内容创作与传播。完善用户互动机制,优化留言评论、话题讨论、民意征集等互动功能,探索“网民提问+记者回应”“用户共创内容”等互动模式,增强用户的参与感、归属感与认同感。

提升国际传播能力,加强多语种、多形态的国际传播内容生产,针对不同国家和地区的受众特点定制传播内容,打造符合海外受众接受习惯的话语表达体系。培养兼具跨文化沟通能力、国际视野与专业素养的国际传播人才,深化与海外主流媒体、华文媒体、海外侨胞、国际组织的合作,搭建多元化的国际传播网络,提升“中国叙事”的亲和力与感召力。

5.5. 坚守价值底线,彰显责任担当

始终坚持正确的政治方向和舆论导向,把党性原则贯穿于媒体运营的各方面、全过程,牢牢把握意识形态工作领导权。无论传播平台、技术手段如何变革,始终坚守主流价值观,弘扬主旋律,传播正能量,在重大公共事件、社会热点问题上主动发声、权威解读,发挥舆论引导主力军作用。

坚持“内容为王”的根本原则,深刻认识技术赋能与平台建设的最终目的是为优质内容的传播服务,在追求传播效果的同时,始终坚守新闻专业主义精神,注重内容的思想深度、事实准确性与人文温度。摒弃“流量至上”的错误倾向,聚焦时代主题、社会热点、民生关切,推出更多有思想、有品质、有分量的精品力作,以优质内容赢得受众信任与社会认可。

积极承担社会责任,充分发挥主流媒体的公共服务功能,在重大突发事件中及时发布权威信息、澄清不实传言、凝聚社会共识。探索媒体公益服务新模式,主动对接乡村振兴、社会治理、公益慈善等国家战略与民生需求,通过新闻报道、公益活动、服务平台搭建等方式,践行媒体的社会责任与使命担当,增强主流媒体的社会影响力与公信力。

6. 结语

从“媒体融合”到“系统性变革”,标志着主流媒体改革进入全域重塑的新阶段。面对复杂多变的传播格局与日新月异的技术革命,主流媒体必须以系统思维统筹全局,以改革精神破解难题,以创新意识引领发展。在体制机制上求突破,在技术应用上求深化,在平台建设上求协同,在内容传播上求实效,才能真正建成具有强大凝聚力和引领力的新型主流媒体,在全媒体时代担负起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务,为推进中国式现代化提供强大的舆论支撑。

参考文献

- [1] 喻国明, 耿晓梦. 从“媒体融合”到“系统性变革”——主流媒体传播调适的中观思考[J]. 新闻与传播研究, 2024(10): 5-18.
- [2] 关于加快推进媒体深度融合发展的意见[N]. 人民日报, 2020-09-27(1).
- [3] 中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定[N]. 人民日报, 2024-07-22(001).
- [4] 中国社会科学院新闻与传播研究所. 新媒体蓝皮书: 中国新媒体发展报告(2025) [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2025.
- [5] DiMaggio, P.J. and Powell, W.W. (1983) The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48, 147-160. <https://doi.org/10.2307/2095101>
- [6] 布尔迪厄. 关于电视[M]. 许钧, 译. 沈阳: 辽宁教育出版社, 2000.
- [7] Srnicek, N. (2017) Platform Capitalism. Polity Press.
- [8] 齐慧杰, 胡国香, 唐颢宸, 聂毅, 王晶晶. 自主可控平台赋能建设国际一流新型全媒体机构——以新华社客户端为例[J]. 新闻战线, 2023(4): 18-22.
- [9] 沙晓羽, 王艺璇, 全会. 主流媒体 Vlog 报道的话语创新——以中央广播电视总台《大国外交最前线》为例[J]. 传媒, 2023(10): 45-47.
- [10] 中央广播电视总台技术局. 揭牌!中央广播电视总台人工智能大楼启用[R/OL]. <https://www.cctv.cn/2025/02/28/ARTIag2AgSIgSB0HcOoRpT3E250228.shtml>, 2025-02-28.
- [11] 丁伟, 刘晓鹏, 朱利, 张世悬. 新时代 新征程 新担当——人民日报新媒体 10 年发展的实践与思考[J]. 新闻战线, 2022(19): 14-19.
- [12] 王水明, 金春华. 挺进融合深水区, 塑造党媒舆论传播新格局[J]. 新闻战线, 2023(7): 34-38.
- [13] 姜军. 以真融深融技融探路系统性变革[J]. 新闻战线, 2026(1): 7-9.
- [14] 张涛甫. 上报十年, 新型主流媒体集团融合改革的头部样本[R/OL]. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_25058815, 2023-10-26.
- [15] 郭全中, 张金熠熠. 澎湃新闻十年: 以系统性变革打造自主可控平台的典型样本[J]. 传媒, 2024(18): 18-19.
- [16] 曹峰, 程悦. 探索智媒体技术进阶之路——以封面传媒科技封巢智媒体系统为例[J]. 中国报业, 2025(10): 18-21.
- [17] 朱鸿军. 走出结构性困境: 媒体融合深层次路径探寻的一种思路[J]. 新闻记者, 2019(3): 39-44.
- [18] 向志强, 何文君. 中国报业亟待走出“合而不融”困境[J]. 青年记者, 2015(12): 5.
- [19] 中国报业亟待走出“合而不融”困境[N]. 光明日报, 2015-04-04(06).
- [20] 石鹏飞. 省级技术平台如何赋能县级融媒体中心?——来自 33 个案例的调研报告[J]. 中国记者, 2025(8): 98-101.