

中國大陸媒體融合政策分析

An Analysis of China's Media Convergence Policy

黃奕維 (Huang, I-Wei)
本刊研究員

壹、前言

中共近年來持續強化推動「媒體融合」(media convergence)，2013年中共18屆3中全會《中共中央關於全面深化改革若干重大問題的決定》提出推動媒體融合發展的重大任務。2014年中共中央印發《關於推動傳統媒體和新興媒體融合發展的指導意見》，提出「要著力打造一批形態多樣、手段先進、具有競爭力的新型主流媒體，建成幾家擁有強大實力和傳播力、公信力、影響力的新型媒體集團，形成立體多樣、融合發展的現代傳播體系」，對新形勢下如何推動媒體融合發展提出明確要求，並做出具體部署。2014年也因此被中國大陸（以下簡稱大陸）稱為「媒體融合元年」。

中共中央總書記習近平多次針對媒體融合發表談話，提出「充分運用新技術新應用創新媒體傳播方式，占領資訊傳播制高點」、「經濟建設是黨的中心工作，意識形態工作是黨的一項極端重要的工作」、「網絡和信息安全牽涉到國家安全和社會穩定」、「提高國家文化軟實力，要努力提高國際話語權。要加強國際傳播能力建設，精心構建對外話語體系，發揮好新興

媒體作用」、「讀者在哪裡，受眾在哪裡，宣傳報導的觸角就要伸向哪裡，宣傳思想工作的著力點和落腳點就要放在哪裡」等指示，¹ 顯示中共高層重視的程度。

去（2017）年下半年舉行的中共第19次全國代表大會，會前中共中央精神文明建設指導委員會印發《關於深化群眾性精神文明創建活動的指導意見》。《意見》指出，加強新聞傳播能力建設，推進傳統媒體與新興媒體深度融合，牢牢把握正確輿論導向，弘揚主旋律，傳播正能量，大力宣傳精神文明建設先進經驗和有效做法。² 而中共中央書記處前書記劉雲山在《人民日報》調研時強調：「要深入學習貫徹習近平總書記系列重要講話精神，牢牢把握正確政治方向和輿論導向，加快推進媒體融合發展，打造具有強大傳播力競爭力的新型主流媒體，為黨的十九大勝利召開營造良好輿論氛圍。」³ 中共積極推動媒體融合的現況、問題及目的，殊值關注。

貳、大陸媒體融合現況觀察

一、中央與地方全力投入媒體資源整合

大陸國家新聞出版廣電總局2016年7月發布《關於進一步加快廣播電視媒體與新興媒體融合發展的意見》（下稱《意見》），提出：「要在堅持正確導向、堅持社會效益優先的前提下，大力推動傳統廣電媒體與新興媒體深度融合、一體共生，儘快實現廣播電視媒體與網絡從簡單相『加』邁向深度相『融』的根本性轉變。」⁴ 依照《意見》分析，當前中共推動網路融

¹ 「關於媒體融合，總書記這樣說」（2016年2月20日），2018年5月10日下載，《新華網》，http://news.xinhuanet.com/politics/2016-02/20/c_128736695.htm。

² 「推進傳統媒體與新興媒體深度融合 傳播網路正能量」（2017年4月6日），2018年5月10日下載，《中共中央網絡安全和資訊化領導小組辦公室》，http://www.cac.gov.cn/2017-04/06/c_1120760503.htm。

³ 「推進媒體融合發展 打造新型主流媒體 為黨的十九大召開營造良好輿論氛圍」（2017年3月23日），2018年5月2日下載，《人民網》，http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2017-03/23/nw.D110000renmrb_20170323_4-01.htm。

⁴ 「關於進一步加快廣播電視媒體與新興媒體融合發展的意見」（2016年7月18日），2018年5月16日下載，《中華人民共和國國家新聞出版廣電總局》，http://www.sarft.gov.cn/art/2016/7/18/art_113_31297.html。

合，係指將廣播、報紙、電視等傳統媒體的權威性，利用微信、微博等新興媒體傳播速度快、受眾廣的特點，在中共的監管下強化訊息的傳播能力。

大陸從中央到地方，各官方媒體在上述中央政策下開始投注大量資源進行媒體融合，以《中央電視臺》為例，「以建設國際一流的新型主流媒體為總目標」，積極推動臺網融合，探索「電視+」與「互聯網+」的結合點，以視頻為重點，以新聞為龍頭，以用戶為中心，以媒體融合工程為依托，打造「智慧融媒體」。初步形成一雲多屏、一體發展的技術戰略布局，實現移動化、互動化、視頻化傳播手段和全球網路覆蓋。2016年底，《中國國際電視臺（中國環球電視網）》開播，這是《中央電視臺》整合全臺新聞資源、適應融合發展趨勢成立的一個新的國際傳播機構和平臺。⁵

此外，《人民日報》整合十餘個業務部門和媒體人員，組成「中央廚房」，改革採編部門設置，再造採編發流程，實現「全媒體報導，全天候推送，全球化傳播」；⁶《新華網》自 2016 年 5 月 1 日起啟用新型新聞服務平臺《新華全媒》(<http://home.xinhua-news.com/>)，除整合既有的多媒體數據庫、新華社供稿網站功能外，增加：RSS、API 等對接功能、多媒體關聯呈現、全媒體檢索（可按照語言、地區、字數、圖片、影片進行分類查詢）、線上互動等功能；⁷廣州日報報業集團整合夜編新聞中心、全媒體新聞中心、數字新聞實驗室等部門成立「中央編輯部」；湖南的《瀟湘晨報》《長株潭報》《法制週報》和《當代商報》整合成為《湖南日報報業集團有限公司》；《湖南廣電》、《芒果傳媒》、《教育臺》重組為《湖南廣播影視集團》。⁸

二、發布《中國媒體融合傳播指數報告》剖析現況

大陸《人民網》研究院在 2016 年 12 月首次發布《中國媒體融合傳

⁵ 「掌握輿論戰場主動權 習近平要求三維度打造媒體新旗艦」(2017年2月18日)，2018年5月15日下載，《央視網》，<http://news.cctv.com/2017/02/18/ARTIrssoCDDYTlbTLWNRWp2ii170218.shtml>。

⁶ 黃楚新、王丹，「2014-2015 中國媒體融合發展狀況、問題與趨勢」，現代傳播（北京），第 38 卷 5 期（2016 年），頁 132。

⁷ 「公鑒：關於『新華全媒』新聞服務平臺上線的公告」(2017年5月4日)，2018年5月16日下載，《國際日報》，<http://www.chinesetoday.com/big/article/1188348>。

⁸ 黃楚新、王丹，「2014-2015 中國媒體融合發展狀況、問題與趨勢」。

播指數報告》，透過對大陸報紙、雜誌、電視、廣播等媒體在多種管道的傳播力進行評估，推出四類媒體的融合傳播榜單，並對大陸內部媒體融合傳播的發展現狀、特點進行分析。要點可以歸納為「中央官媒帶頭推動媒體融合，期望產生外溢效果」、「沿海地區媒體融合進展快速，帶動中西部地區發展」、「傳統媒體逐漸式微，但傳播力和公信力仍不容小覷」、「手持裝置成為媒體融合傳播的主戰場」、「媒體熱中創辦自有APP，傳播力和影響力仍待提升」等五項。⁹而今（2018）年再度發布《2017 媒體融合傳播指數報告》，提出包括「融合傳播效力有待增強」、「傳播水準大幅提昇，但呈現各媒體落差大的『一九』分化現象」、「傳統媒體流量衰弱，微信、微博平穩發展」等要點。¹⁰相關內容對瞭解大陸媒體融合現況極有參考價值。

參、大陸推動媒體融合政策意涵分析

一、官媒作為媒體融合主幹，強化宣傳能量

據統計，大陸使用移動裝置接收新聞訊息的用戶超過 5 億，占上網總人總數的 70% 以上。近年來，從中央到地方，各主要新聞單位都致力於發展相關媒體融合的路徑，包括：新聞用戶端、微博帳號、微信公眾號、手機報、移動電視、網路電臺等，中共希望利用傳統媒體與新興媒體優勢互補、建立多媒體傳播矩陣，集中發布資訊，全視角全方位傳播，從而達到轟炸式的傳播效果和最大程度到達用戶的推廣效果。¹¹以往一些新聞單位的媒體融合發展重技術創新和資金投入、輕體制機制創新；對使用者需求、新舊媒體融合的認知和掌握無法深入，尚未實現分眾化、差異化傳播。因此中共近來十分關切如何創新體制機制，更好地吸納資本、吸引人

⁹ 「人民網總編輯余清清楚發布《2016 媒體融合傳播指數報告》」（2016 年 12 月 15 日），2018 年 5 月 15 日下載，《人民網》，<http://media.people.com.cn/BIG5/n1/2016/1215/c120837-28952077.html>。

¹⁰ 「2017 媒體融合傳播指數報告發布」（2018 年 4 月 2 日），2018 年 7 月 25 日下載，《人民網》，<http://media.people.com.cn/n1/2018/0402/c14677-29901624.html>。

¹¹ 郭之文，「媒體融合的政策導向與現實路徑」，《媒體觀察》（南京），2016 年第 9 期，頁 24-26。

才，構建管理扁平化、功能集中化、產品全媒化的融合發展體制機制。

在中共媒體融合發展的策略中，需要一批新型主流媒體擔負起新聞輿論工作的主導和篩選，因此將官方媒體轉型擴充，成為達成此目標的重點工作。新型主流媒體一方面是以傳播中共中央聲音、凝聚社會共識為目標的事業型媒體，另一方面也是以市場方式配置資源的產業型媒體。而在對外宣傳上，包括《人民日報》、《新華社》等官媒均已開設臉書（Facebook）帳號，顯示大陸推動媒體融合的策略，並非僅侷限於對內，而是開始針對不同的使用者，利用國際上慣用的媒介進行宣傳。短期希望塑造對中共、對習近平有利的氣氛，長期則希望改善國家形象，強化人民對中共的認同與向心力。

二、媒體融合政策配合法治建設，完善訊息控制手段

中共防火牆的設置，嚴厲的新聞管制，大陸民眾語言的障礙，使得大多數大陸人的資訊攝取量不足。也讓部分被稱為「搬運號」的新媒體有機可趁，發布許多真假難辨的訊息，而部分對中共不利的言論也衝擊執政的正當性。¹²

中共「中共中央網絡安全和信息化領導小組辦公室」曾明確表示打造媒體融合中心（又稱「中央廚房」）的功能之一為監測傳播效果並進行反饋。¹³《人民日報》副總編輯盧新寧亦表示，「媒體融合的依托之一，就是輿情監測和融合傳播評估業務」，《人民網》更設立輿情監測室，員工達三百多名，其中輿情分析師近百人，主要業務為確定新聞選題、評估傳播效果、輿情監測。¹⁴目前設有「中央廚房」的大陸媒體包括：《人民日報》中央廚房、《新華社》全媒體報導中心、《央視》融媒體編輯部、《中國廣播》

¹² 「大陸新媒體『搬運號』有益還是有害？」（2017年3月25日），2018年5月16日下載，《新唐人》，<http://www.ntdtv.com.tw/b5/20170325/video/193020.html?%E5%A4%A7%E9%99%B8%E6%96%B0%E5%AA%92%E9%AB%94%E3%80%8C%E6%90%AC%E9%81%8B%E8%99%9F%E3%80%8D%20%E6%9C%89%E7%9B%8A%E9%82%84%E6%98%AF%E6%9C%89%E5%AE%B3%EF%BC%9F>。

¹³ 「走出『中央廚房』三大認識誤區」（2017年4月27日），2018年5月11日下載，《中共中央網絡安全和資訊化領導小組辦公室》，http://www.cac.gov.cn/2017-04/27/c_1120882717.htm。

¹⁴ 盧新寧，「人民日報社副總編輯盧新寧—這個時代，傳統媒體是什麼？能做什麼？」（2017年2月3日），2018年5月11日下載，《人民網》，<http://yuqing.people.com.cn/n1/2017/0203/c209043-29056240.html>。

雲平臺、《經濟日報》中央廚房全媒體中心、《光明報》融媒體中心、《中國青年報》融媒小廚、《解放軍報》中央廚房、津雲中央廚房、《西安廣播電視臺》中央廚房、《湖北廣電集團》長江雲、《廣西日報社》廣西雲、《江西日報》贛鄱雲、《浙江日報》報業集團中央廚房、《南方報業傳媒集團》中央廚房、《廣州日報》報業集團中央廚房、《大象融媒體集團》中央廚房—新聞島、《珠海報業集團》融媒體指揮中心、《蘇州日報》報業集團中央廚房、《河南日報》報業集團、《重慶日報》報業集團兩級中央廚房。¹⁵

中共推動媒體融合工作，搭配《網絡安全法》，以及《網絡產品和服務安全審查辦法》、《個人信息和重要數據出境安全評估辦法》，一方面主導人民能接受到的訊息，一方面則透過法律手段對個人、網路公司團體嚴格的管控。希望全面控制人民取得資訊的管道，以及取得何種資訊，進而利用媒體此一政治社會化的重要媒介，影響人民的思想。

三、利用新媒體傳播優勢，建立資訊「中央廚房」

媒體融合定義眾多，¹⁶ 從大陸官方的文件、領導人講話，以及前述《中國媒體融合傳播指數報告》顯示，大陸推動媒體融合，充其量只能說是「媒體拓展」（例如傳統媒體透過開通新媒體而拓展新的媒體平臺，為此普遍開設網站，開通微博、微信、用戶端）或「媒介互通」（例如新媒體和傳統媒體相互引用、轉載資訊、互動），傳統媒體與新媒體各有不同的受眾、傳播形式、傳播內容、各有優劣勢，前述《中國媒體融合傳播指數報告》也印證了傳統媒體仍保持一定的權威性，無法隨意被取代，因此也出現大陸推動「媒體融合」是一個偽命題、偽操作的質疑。¹⁷ 研判大陸推動媒體融合，目的在於利用新媒體的傳播優勢，透過建立有「信息航

¹⁵ 「各媒體『中央廚房』建設一覽表」，2018年7月25日下載，《人民網》，<http://media.people.com.cn/BIG5/143237/413637/index.html>。

¹⁶ 大致可以歸納為一切媒介及其有關要素的結合、彙聚甚至融合，不僅包括媒介形態的融合，還包括媒介功能、傳播手段、所有權、組織結構等要素的融合。也就是說，媒體融合是訊息傳輸管道的多元化下的新作業模式，是把報紙、電視臺、電臺等傳統媒體，與網路、手機、手持智慧終端機等新興媒體傳播通道有效結合起來，資源分享，集中處理，衍生出不同形式的資訊產品，然後通過不同的平臺傳播給受眾。

¹⁷ 信險峰，「媒體融合的真偽之辨」，《南方電視學刊（廣東）》，2016年第3期，頁55-58。

母」之稱的「中央廚房」，¹⁸ 層層把關、控制在新媒體上流通的訊息內容及數量。

四、融合狀況不如預期，網路亂象叢生

大陸官方積極發布有關媒體融合的文件，官員也針對相關議題發表看法，除表示大陸對媒體融合的重視外，目前的媒體融合狀態，沒有達到原有的預期，也是重要原因。

從目前大陸廣播電視臺與網路媒體融合的現狀來看，融合出來的「IPTV」、「CUTV」、「網絡電臺」、「網絡電視臺」數量龐大，但不論在規模、影響力、點擊數都很微弱，電臺營收也無法自給自足，網路臺的組成人員大部分屬於外聘人員或臨時人員。¹⁹ 網路電臺反而造成了許多「直播」、「網紅」的亂象，²⁰ 雖然部分的「網紅」刺激了一定的商機，但對社會風氣也造成不小的衝擊。而地方其他的傳統媒體，雖然也都號稱在推動「媒體融合」，但對於如何真正將網際網路思維運用到自己的營運和節目中，如何真正和最大程度地實現電臺與聽眾、電視與觀眾、網路與用戶的全面互動，如何在保障社會效益的同時不斷強化經濟效益（首先是減緩經濟效益下降的速度，遏制廣告經營下滑的態勢，然後在此基礎上實現經濟效益的有所提升），以及挽留住現有人才、新引進懂技術懂網路的專業人才，這些都是當前大陸地方傳統媒體面臨的巨大問題。

五、既有體制可能不利媒體融合發展

在管理制度上，對傳統媒體與新媒體的雙重管理標準，使傳統媒體具有運營規則優勢；在股權結構上，傳統媒體或是國有事業單位資產或者轉企改制（事業單位轉為企業）後依舊獨大，難以成為真正的市場主體，接受市場的考驗。同時國家也會在財政資金和專案規劃上給予傳統媒體優待，制度傾斜於傳統媒體，營造出不公平的市場競爭環境。

屬地管理制度使傳統媒體存在區域化分割和行業化分割的體制性制

¹⁸ 「走出『中央廚房』三大認識誤區」。

¹⁹ 郭之文，「媒體融合的政策導向與現實路徑」，2018年5月16日下載，《傳媒觀察》，<http://cmgc.jschina.com.cn/system/2016/10/25/029892982.shtml>。

²⁰ 包括直播情色、危險行為等。

約，媒體資源過於分散，難以集中。媒體融合的前提是開放，只有實現資源分享的第一步，才有機會透過實現合作，促成融合發展。目前，屬地化的管理制度使各地方媒體單獨發展，探索改革之路較為艱難。各地方媒體集團力量較小，真正需要的是通過聯合以截長補短，同時各自學習成功經驗。儘管一些先行媒體集團已在集團間合作的領域進行相關嘗試，但是囿於屬地制度的限制，跨地區的合作模式還不成熟。

此外，新聞審批制度在時間效率上會與新媒體的特性相衝突。而傳統媒體制度影響下產生的政企不分、採編與經營不分、資本運作限制等都會對傳統媒體與新媒體融合發展造成阻礙。²¹

肆、結語

習近平 2016 年巡視 3 大黨媒《人民日報》、《中央電視》和《新華社》，要求官媒永遠「跟黨走」，要「姓黨」，並提出提出「高舉旗幟、引領導向，圍繞中心、服務大局，團結人民、鼓舞士氣，成風化人、凝心聚力，澄清謬誤、明辨是非，連接中外、溝通世界」48 個字指導方針，而《人民日報海外版》微信帳號「俠客島」隨即發文表示，當前大陸有兩個輿論場，即官方輿論場和民間輿論場，兩者產生對立，可能動搖統治基礎。「俠客島」並以集團軍形容傳統媒體，以游擊隊比喻網路民間輿論，由於網路民間媒體不斷衝擊傳統媒體機構，資訊多元化，傳播碎片化，「集團軍反倒幹不過游擊隊，這是傳統媒體的一個危機」。文中認為，兩個輿論場問題，「原因就在於我們傳播機構的話語世界與老百姓的個體經驗世界產生了偏差，甚至非常嚴重的對立」，「兩個輿論場的對立，如果長此下去，消解的是執政合法性，動搖的是黨本、國本」。²² 顯示大陸意識到民間輿論已經逐漸脫離中共控制的範圍，欲有所整頓。然而如前述分析，媒體融合需長期、完善的規劃，亦必須客觀環境的配合，大陸是否真能成功推動媒體融合，仍待觀察。

²¹ 黃楚新、王丹，「2014-2015 中國媒體融合發展狀況、問題與趨勢」。

²² 「官媒微信承認『兩個輿論場』將動搖黨本」（2016 年 2 月 21 日），2018 年 5 月 16 日下載，《蘋果日報》，<http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20160221/800221/>。