

2018

CHINA JOURNALISM AND  
COMMUNICATION JOURNAL

# 中国新闻 传播研究

中国电视60年

高晓虹◎主编 刘宏 赵淑萍  
曾祥敏◎副主编

中国传媒大学出版社



2018

CHINA JOURNALISM AND  
COMMUNICATION JOURNAL

# 中国新闻 传播研究

中国电视60年

高晓虹◎主编

刘宏 赵淑萍

曾祥敏◎副主编

中国传媒大学 出版社  
·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

中国新闻传播研究. 中国电视 60 年 / 高晓虹主编. --北京: 中国传媒大学出版社, 2019. 5  
ISBN 978-7-5657-2469-5

I. ①中… II. ①高… III. ①新闻学—传播学—研究—中国 IV. ①G219. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 057860 号

中国新闻传播研究：中国电视 60 年

ZHONGGUO XINWEN CHUANBO YANJIU: ZHONGGUO DIANSHI 60 NIAN

---

主 编 高晓虹  
副 主 编 刘 宏 赵淑萍 曾祥敏  
策划编辑 王雁来  
责任编辑 王雁来  
封面设计 拓美设计  
责任印制 阳金洲

---

出版发行 中国传媒大学出版社  
社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024  
电 话 86-10-65450528 65450532 传真: 65779405  
网 址 <http://www.cucp.com.cn>  
经 销 全国新华书店

---

印 刷 北京玺诚印务有限公司  
开 本 787mm×1092mm 1/16  
印 张 15.75  
字 数 296 千字  
版 次 2019 年 5 月第 1 版  
印 次 2019 年 5 月第 1 次印刷

---

书 号 ISBN 978-7-5657-2469-5/G·2469 定 价 68.00 元

---

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

## 编委会名单

**特邀编委：**王君超（清华大学）、支庭荣（暨南大学）、石长顺（华中科技大学）

（按姓氏笔画排序）

刘鹏（《新闻记者》杂志社）、苏宏元（华南理工大学）、李喜根（香港城市大学）

张涛甫（复旦大学）、陆绍阳（北京大学）、陈富清（《中国广播电视学刊》杂志社）

罗以澄（武汉大学）、周勇（中国人民大学）、周树华（美国阿拉巴马大学）

胡智锋（北京师范大学）、胡翼青（南京大学）、隋岩（中国传媒大学）

董庆文（美国太平洋大学）

**主 编：**高晓虹

**副 主 编：**刘宏、赵淑萍、曾祥敏

**编 委 会：**何苏六、王晓红、吴敏苏、崔林、顾洁、叶明睿、徐培喜、陈欣钢、涂凌波、赵希婧、程素琴

**编辑部主任：**赵淑萍

**本期执行编委：**陈欣钢、涂凌波、赵希婧

# 目录 >>>> CONTENTS

## 人物对话

共享与共赢:湖北“长江云”媒体融合转型的坚守与创新

——张建红副台长访谈录

顾洁 史劭翔 / 3

## 国际传播

新时代国家形象塑造及全球传播路径反思

郭可 王宁 / 15

“一带一路”电视新闻报道的话语建构分析

孙振虎 付明丽 / 27

感知的议程设置效果:媒介对美国人涉华认知的影响研究

苏林森 / 43

反西方中心论的角力:跨文化传播语境下的媒介体制比较

徐天博 靳雪莲 / 60

## 视听传播

时政新闻报道融合创新探究

——基于2018年全国“两会”移动可视化产品的分析

曾祥敏 刘日亮 魏弘毅 / 75

声音与地方感知:城市形象片中的听觉风景

周叶飞 / 91

机械复制时代摄影术对资本主义意识形态的形塑

——一种媒介唯物主义的尝试

秦瑜明 高鹏宇 / 100

移动收视环境下品牌法治栏目的渠道建设与内容生产

杨凤娇 孟伟 / 113

## 新媒体研究

- 网络直播行为法理学考察 马立新 何源堃 / 127
- 网络传播中“情绪设置”的同质效应与传导研究 徐翔 阳恬 / 144
- 说服效应与知晓效应  
——网络口碑影响中国电影票房的实证研究 池建宇 骆子珩 / 156

## 青年视点

- 搜索引擎的操纵效应:内部机制、外部效应与社交关系机制 方师师 / 175
- 乡村人际关系和文化秩序的再生产  
——基于陕西关中庙会微信群的民族志考察 沙 垚 / 188
- 大学生群体的社交媒体使用与在线话语参与 楚亚杰 / 201
- Social Media Use and Political Participation in Rural China: A Case Study  
Xuan Tang Yang Zhou / 216

## 书评

- 中国动画的文化谱系与视觉批判 夏清泉 刘小霞 / 241
- Animating Chinese Animation in Visual History on Chinese Animation, Creative Industries, and Digital Culture Belinda Qian He / 244



## 人物对话

共享与共赢：湖北“长江云”媒体融合转型的坚守与创新

——张建红副台长访谈录

顾 洁 史劭翔



## 共享与共赢：湖北“长江云”媒体融合转型的坚守与创新

——张建红副台长访谈录

**Mutual Benefit and All-win: Holding Fast to and Innovating Media  
Convergence of “Changjiang Cloud” of Hubei TV**

—An Interview with Vice President of Hubei TV Zhang Jianhong

◎ 顾 洁 史劲翔

Gu Jie Shi Shaoxiang

### 【编者按】

张建红：高级记者，享受国务院政府特殊津贴专家。

湖北广播电视台党委委员、副台长，兼任湖北长江云新媒体集团董事长、总经理。

历任宜昌电视台总编辑、湖北有线电视台副总编辑、湖北电视公共频道总监、湖北经视总监。

多年来，张建红扎根湖北省广电事业，是第一次全国电视改革的弄潮者、媒体融合转型的探索者。著有《电视散论》《电视策划》《公共电视》等多部专著，主持原广电总局社科项目“省级广电新型媒体发展路径研究”等多个媒体融合课题，《记者镜前采访的潜在形象》《论纪实中的抒情》等近20篇论文在国家核心期刊发表，策划和组织实施的“送农民工兄弟姐妹回家”“春满楚天湖北地方春节晚会展播”“感动湖北”等活动形成品牌效应，有多部作品先后获得了中国新闻奖、中国广播影视奖等国家和省级大奖。她提出和倡导的“大民生”理念受到广泛关注，主持和组织实施的“长江云”平台建设在全国推广。

“长江云”是全国首个将舆论引导与意识形态管理、政务信息公开、社会治理和智慧民生服务三者融为一体的“新闻+政务+服务”的新媒体平台。本次访谈张建红副台长，以传统媒体融合转型为背景，结合转型升级过程中面临的挑战和问题，旨在梳理“长江云”的运行思路，总结“长江云”的成功经验，主要围绕“长江云”的整体定位与特色、体制与机制、内容与产品、技术与平台等问题展开。以下为访谈的主要内容。

## 一、“长江云”的整体定位与特色

问:目前,国内从中央到地方各级传统媒体都在尝试融合转型,您觉得和国内其他主流媒体相比,“长江云”在媒体融合实践上最主要的特色是什么?

答:如果说“长江云”有什么特别之处的话,我觉得它最有价值的地方在于回应了我们国家传统媒体转型升级过程中在意识形态领域面临的一些挑战和问题,也就是说“长江云”把主流媒体的“党媒”属性提升到了一个新的高度。

首先,“长江云”快速地在新媒体领域占据了一席之地。应当说,在新媒体领域传统媒体在相当长的一段时间里是缺位的。但是,习总书记说,“人在哪儿,舆论斗争的主战场就应当在哪儿”。实际上,“长江云”在 2015 年刚启动的时候,整个湖北省大概只有一到两个主流媒体拥有自己的客户端,很多地方都是一片空白。“长江云”省市县三级覆盖互联互通的做法,在全国范围内较早推进了县级融媒体中心建设,全省涌现了一批多样化探索和生动实践案例。

其次,“长江云”也回应了当下我们信息传播领域面临的信息权威性和真实性问题。我们感觉到现在当互联网或自媒体中信息鱼龙混杂的时候,当传播渠道不再稀缺甚至过剩的时候,信息传播领域有没有权威的发声就显得十分重要。

最后,“长江云”还回应了当前新闻传播业务领域中信息管理质量的问题。对于一些重要的新闻以及老百姓急需知道的新闻,“长江云”可以凭借技术的优势做到快速传播;而对于一些有害的信息,又可以通过一键部署做到及时有效的管理。在当前的媒体环境下,如果媒体技术平台的钥匙不掌握在自己手里的话,国家的信息安全就无从谈起。所以,我觉得“长江云”是站在意识形态管理的高度,甚至是站在国家信息安全顶层设计这样的高度去践行媒体融合转型的。所以,与其他媒体的融合转型相比,“长江云”的站位是不一样的。

问:“长江云”现在的定位主要集中于新闻、政务和生活服务三个方面,那么“长江云”目前有没有制订下一步的发展计划?未来还准备在哪些方面进行拓展呢?

答:“长江云”整体的发展规划其实是第一步做产品,第二步做平台,第三步做生态。我们最近举办了一个“长江云”共享大会,就是希望把“生态”的理念做起来。这个“生态”实际上就是要把媒体与媒体之间的壁垒,包括传统媒体和新媒体之间、地域之间的壁垒,以及层级之间的壁垒在“长江云”这个平台上打破。

从地域之间的壁垒来说,比如说我们湖北恩施的新媒体技术这块做得就很有特色,他们也有一些很好的融媒体产品。那么,我们就希望这些技术和产品可以依托于“长江云”平台向全省甚至全国推广。按照我们对“生态”理念的设想,如果各地区、各层级的编辑记者都能够在“长江云”平台上生产、编辑和发布新闻的话,那么可能远在竹山县的一个小记者都有机会成为全省知名的记者。

当前,县市融媒体中心建设在全国展开,面对央媒和各省市齐追发力,保持“长江云”建设的领先性和独特性面临严峻挑战。我们将扎实推进“长江云”的升级,高度参与全省乃至全国县级融媒体中心建设工作。

## 二、“长江云”的体制与机制

问:“长江云”在体制机制改革上有哪些特色?

答:“长江云”能够做到今天这样的规模和水平,除了顶层设计以外,我觉得我们实际上还创造出了一个“湖北模式”。简单地说,就是一种“共享”和“共赢”的模式。

所谓“共享”模式,实际上就是一个统分结合的共享机制。从“统”的角度来看,在“长江云”的建设过程中,省广电主要负责顶层设计和基础平台搭建,例如“长江云”技术平台的搭建以及客户端的统一规划和制作。虽然我们最终建立了117个客户端,但是大家的技术和服务都是一样的,这就有利于统一的管理,同时也节约了人力和技术成本。之后,我们把全省117个客户端都建成上线,光资金投入就将近一亿元人民币。可以想象,如果让各州县自己负责建设,资金首先就是一个大问题。

但是,我们又把每个客户端的管理和运营交给了当地,这就是一个“分”的过程。我们先是和湖北省各地领导做了大量的沟通工作,向他们推介“长江云”,所以各地的领导都很支持,几乎每个市县都成立了协调领导小组,专门负责“长江云”的建设和推广。之后,又为全省各地宣传部门组织了两万多人次的培训。在此基础上,我们将平台管理的“钥匙”直接交给当地,交钥匙工程在全省16个市州一次性全部完成。除了平台共享以外,“长江云”的很多经营牌照我们也进行了共享,还通过“云稿库”对新闻资源进行了共享。未来如果可以进一步打破行政壁垒,那么“长江云”的移动采编系统也是可以共享的,全省所有的记者都可以在这个系统上用手机采访、编辑、审稿,甚至播出。

当然,我们这种以“共享”为特点的平台搭建和管理运营模式单靠行政命令是不可能完全落到实处的。之所以各地政府和媒体部门都积极地配合“长江云”的建设,我觉

得还因为有一个“共赢”的机制。也就是说,各地政府都切切实实地感受到了“长江云”带给他们的益处。具体而言,在“长江云”的设计和建设进程中,我们把主流媒体的党媒基因和与时俱进的互联网市场基因做了很好的融合与嫁接。

实际上,对于我们国家的各级政府而言,提升政务管理的效率和群众满意度是一个不小的挑战。那么,我们就利用我们在技术和内容方面的优势帮助各级政府部门通过各种方式和手段加大电子政务建设的力度,从而紧跟互联网时代的步伐。比如,最近我们给湖北省纪委开发了一个客户端,仅仅三个月的时间该客户端就积累了近 140 万用户。这个客户端实际上是一个学习共享平台,通过这个平台可以实现全省纪委部门工作人员的在线考试。目前,同时在线考试人数最高已经达到了 20 万。可以想象,以前没有这样一个客户端的时候,同时组织 20 多万人的考试几乎是不可能的。目前,湖北全省跟政务相关的客户端以及相关的政务资源都依托于“长江云”平台进行建设,“长江云”会统一进行技术支持和服务,这样就为各级政府减轻了很多负担。

所以,“长江云”真正地做到了想政府之所想,想媒体之所想。面临新媒体时代的挑战,当大家都在彷徨有没有力量去面对挑战之时,“长江云”主动站出来跟大家一起应对,给大家一种帮助、服务或者说一种力量。所以,在“长江云”的大力帮助和推动之下,各级政府和媒体逐渐变得强大起来。于是,来自顶层的认可和支撑也变得顺理成章,对“长江云”的支撑或者说是行政推动也变得更加自觉和主动。

所以,总结起来,如果说“长江云”在体制机制革新上有什么突出特点的话,就是它完美地融合了四大要素,也就是政府的主体责任感和行政推动、主流媒体的党媒基因、互联网的市场和共享基因,以及新的技术。

问:您觉得这种“湖北模式”可以向全国其他省级广电媒体进行推广吗?

答:我觉得“长江云”的最大特色恰恰就在于我们这个模式对于全国来说是可以复制的,而且这也在实践中得到了证明。例如,陕西的“丝路云”,山西的“媒体智慧云”,还有天津的“津云”都是按照这个模式建设的。当然,全国很多省级广电都做得很有特色,比如湖南芒果 TV 也做得很好,但是实际上他们是不可复制的。因为湖南广电的成功主要依托于他们在内容和资金上的优势,这些资源优势很多传统媒体是难以比拟的。

但是,湖北台在媒体融合转型上创新了一种模式。这种模式从本质上来说并不依赖于某一种内容。因为如果你局限于某一类型的内容,老百姓也不一定爱看,这样就很被动了。而且内容上的特色和优势也很难做到大面积的推广。而“长江云”模式是在体制机制方面做文章,通过技术平台的搭建和内容管理模式的更新为全省各级媒体

搭建了一个平台,这个平台可以充分释放传统媒体在内容生产和经营创收方面的活力,从而使他们在面对新媒体时代的挑战时更加具有竞争力。

“长江云”平台的整体设计方案有 271 页,对每一个功能模块制定了相应的标准,它保证了平台建设的规范、有序、可互联和可持续。全国县级融媒体中心建设的省级平台建设标准就是以“长江云”技术标准为基础制定的。原国家广播电视总局科技司和全国广播电影电视标准化技术委员会 2017 年 11 月在北京组织召开广播电视行业标准《县级融媒体中心建设规范》和《支撑县级融媒体中心省级平台规范要求》审查会,审查委员会专家一致同意两部标准通过审查,高度认可县级融媒体中心建设“一省一平台”建设的可操作性。

在我看来,这个模式之所以获得了成功,而且之所以能够进行复制和推广,最根本的原因在于思维的转换。思维转换说难也难,但是说容易也很容易。因为它的成本很低,所以很容易进行复制和推广。什么是传统思维呢?比如,在“长江云”平台的搭建和推广过程中,是不是首先考虑和地市级媒体签订协议?使用我的客户端是不是得先给钱?这实际上就是传统的思维!但是,我前面已经讲过了,我们从一开始就彻底颠覆了这个传统思维。湖北广电在推广“长江云”的时候就本着让利的思维。我们把客户端的运营权都给你,而且我们还将财政经费共享。更为关键的是,客户端的广告、直播收入等我们并没有全部回收,而是通过建立运营合作体的方式带领大家一起经营,一起创收和盈利。

举例说明,在具体的广告经营模式上,我们现在是让大家把各自广告资源中的 50%拿出来,这 50%的资源可以依托于整个“长江云”平台资源一起销售。以前地市级媒体只依托于本地市场的话,广告资源和客户市场是十分受局限的。而现在登上“长江云”这个大平台以后,原先只有几万人的用户市场可能一下子就扩大到了几千万人。

所以我们这种模式比较独特。很多同行评价说,“湖北模式”最大的成功就在于超越了一种小我的东西,从而有了一种大格局和大胸怀!这也可以说是互联网思维的精髓,通过“共享共赢”的精神先去发展用户和占领市场,而不是一上来就纠结于一时一地、一寸一土的得失。这种“共享共赢”模式本质上就是把传统的行政和党媒基因与互联网和市场基因进行有机融合,所以说是两只手而不是一只手,一只手肯定做不成。那么,反过来说,这样一种模式,体制外的互联网企业想单靠自己的力量肯定又做不成,所以湖北广电实质上也是做了别的互联网企业所不能做的事情,这也正是“湖北模式”的独特性所在。

### 三、“长江云”的内容与产品

问:现在国内很多媒体所尝试的融合转型都包含政务服务、生活服务以及传统意义上的节目内容生产这几部分。“长江云”是如何打通与衔接这些不同的功能与平台的?

答:前面我讲过了,“长江云”在体制机制建设上最大的特色是“共享共赢”模式。通过技术平台的构架和管理模式的革新,“长江云”真正实现了全省各级政府和媒体共享共赢、统分结合的运作管理模式。那么,这一理念实际上在内容生产层面也得到了很好的体现和执行。

例如,为了加强“长江云”各级平台在内容生产和发布上的统一管理 with 协调,我们成立了一个运营协作体,专门负责媒体内容和大型活动的统一策划和管理。例如,近年来我们搞了一系列依托于“长江云”的全平台电视直播,取得了不错的成绩和效果。实际上,我们这个直播主打的也是“共享共赢”特色。比如,襄阳市举办诸葛亮文化节,全省所有的“长江云”平台都来助力,一起进行直播。这样一来,媒体内容就得到了最大限度的利用,影响力和受众覆盖面都得到了有效提升。目前,这种全平台“共享”直播已经有了很多成功的案例。例如,全国“两会”期间习总书记与湖北省代表团进行座谈的时候,“长江云”117 个客户端同时进行直播,这实际上就形成了内容生产上的“共振”,媒体内容的规模性和权威性就得到了充分释放。在这次直播中,我们还对节目的开机页面进行了统一,117 个客户端使用同一个开机页面,十分震撼。这次直播也得到了中宣部的肯定,在全国“两会”期间发布的《新闻阅评》中专门向全国推广了这个案例。这充分证明了“长江云”这种共享共赢、统分结合的模式无论在体制机制还是内容生产层面都是成功的。

为了有效提升大家在这个运营协助体里的积极性,我们还实行了虚拟积分制。打个比方,就是先给每个单位一千分。你若有活动需要直播就可以用积分来购买大家的服务。比如,襄阳的那场直播就拿出了一定的积分让云上系列客户端共同直播,下一次,其他地方做什么活动需要大家来支持的话,襄阳也会积极参与,赚取积分,所以这种模式其实就是一种模拟的市场经济,不但优化了资源配置,也调动了各个单位的积极性。更重要的是,地域的边界会慢慢消失,真正融为一体。

问:目前,国内很多媒体都把政务服务作为整个融合战略中很重要的一个组成部分,而政务服务也可以说是“长江云”的一个品牌,您怎么看待这个现象?

答：政务服务确实是“长江云”最重要的组成部分，甚至可以说是整个平台实现良性运转的突破口。“长江云”平台除汇聚、呈现省市县三级“两微一端”政务信息外，还根据国务院关于政务信息公开的政策性要求，研发了贯穿省市县三级的“政务大厅”。目前，全省三级党政部门已经有 2 220 家入驻“长江云”，打通公积金等 58 类 152 项政务服务接口，成为网民口袋里的一个办事窗口。“长江云”平台还研发了移动网络问政平台“民声”，老百姓通过手机“一键问政”，相关部门就可以在后台打通联办，限时办理。

我觉得将政务服务纳入主流媒体的融合转型中可以说是新媒体时代传统主流媒体做好新闻宣传的内在要求和必然趋势，政务和新闻的叠加是有先天基因的，而新媒体技术的助力又为这种基因间的最终融合创造了条件。在传统媒体时代，由于传播渠道较为单一，不管是政府部门还是商业单位的信息发布都必须通过主流媒体，但是在新媒体时代，自媒体也具有信息发布的功能，所以传统媒体的客户实际上被分流了。此时就出现了一个自然选择和淘汰的过程，那些天然和你有亲近关系的合作者就自然而然地被保留了下来。

所以，“长江云”实际上是创新了一种融合模式。以前我们做的融合基本上都是把传统的报纸广电内容生产部门与新媒体部门融合，本质上还是一种内部的融合。而“长江云”开创的融合模式不但有内部融合，还有外部的融合，是一种跨界的融合。这种政务与新闻之间的跨界融合是有内在基础和优势的，所以是一种必然趋势。

首先，政府部门可以给媒体提供资金上的支持，这对传统媒体的融合转型十分重要。其次，在新媒体环境下政务其实是一个很重要的风口，政务部门的新媒体平台都是自带流量的，因为人们对此有巨大的需求。例如，现在汽车这么普及，人们都需要通过政务新媒体平台查违章记录和缴纳罚款。这个政务市场就比传统的新闻市场大很多。再次，政务信息建设是有门槛的，而这个门槛实际上只有新闻媒体可以跨越。因此，在某种意义上，与政务的融合成为新闻媒体的独家资源和优势。相反，现在也有很多媒体去做电商。相比于政务，电商的门槛要低得多，所以面临的竞争也大得多。据我观察，做电商的媒体实际上都面临着不小的困难。最后，媒体从事信息服务是有专业优势的，这就与政务部门的流量优势很好地嫁接到一起。这其实也给“长江云”提供了一个机会！

而从新闻报道的外部环境来看，在新媒体时代，传统媒体做新闻面临的挑战越来越多。现在互联网大鳄都在做新闻，有了腾讯新闻和今日头条这些平台以后，传统媒体做新闻的生存空间就越来越受到挤压。但是，对于受众来说，如果你不但能让他们

了解新闻信息还能帮助他们解决生活中的实际问题，这就具有独家优势！所以，现在传统媒体在媒体融合环境下做新闻实际上应当做的是信息服务，也就是说不是通过信息带动流量，而是通过服务带动流量。

我想强调的很重要的一点是，政务和新闻的结合还可以让政府部门的政务工作借鉴新闻内容生产的思维 and 理念。比如，采用直播的形式向公众公开政务工作。对政务办事窗口进行直播，可以让老百姓看到每个窗口工作人员的工作状态，这对工作人员的服务态度和工作效率是有效的监督和督促。

问：作为“长江云”的三大特色功能和版块之一，新闻报道是如何在“长江云”平台上体现“融合”精神的？

答：对于主流媒体来说，新闻永远是最重要的阵地，尤其是在新媒体时代，做好新闻舆论工作更是重中之重。那么，对于“长江云”平台而言，新闻报道的“融合”主要体现在通过体制机制和技术平台的革新重构新闻报道的生产流程，把人力资源和机构进行重新融合。实际上，从实体的层面来看，我们并没有一个融合了广播、电视和新媒体等各个部门的大新闻中心，现在各个频道或者是部门彼此之间还是相对独立的。但是，在技术和报道流程层面，移动采编系统出现后，我们的记者人手一套，对于很多外采新闻，记者就可以第一时间通过这个系统实现新闻的“移动化”报道。这就是一种新媒体的新闻生产方式。

同样的，通过云上系列新闻客户端，全省各地的新闻素材和资源可以在第一时间实现共享。而对于一些重大的新闻事件，我们甚至可以直接开设一个定制频道，所有客户端进行同步转发。因此，从新闻宣传的角度或者说宣传主阵地的层级来说，“长江云”平台的优势就体现出来了。

现在全国很多媒体都在搞“中央厨房”，但其中不少都流于表面形式。也就是每天开一个编前会，但技术和数据系统可能一年都启动不了几次。而对于“长江云”来说，我们除了这些技术和采编系统每天都在使用以外，更多的是在新闻采编流程和用人管理制度上做文章。比如，我们的总编室目前已经真正做到对各个频道或是频率进行统一调度和指挥。再比如，在用人激励机制方面，我们将全台记者的绩效与“长江云”发稿量挂钩，强调移动优先，进行首发和点击量考核，而且这个绩效是直接体现在记者的账户上的。那么，这个形式就能有效地提升记者工作的积极性。

#### 四、“长江云”的技术与平台

问：“长江云”技术与平台的建设有哪些主要特点？

答：“长江云”平台在技术上主要有两大特色。第一，我们强调技术平台的后台贯通。实际上，“长江云”所有的终端产品都共享一个技术后台。这样我们就可以大规模、低成本地快速定制各个地市的客户端，实现“长江云”的快速生长。在整个建设过程中，我们三个月就完成了试点，只花了五个月就建成省市县三级 117 个客户端，组建了 117 支运营团队，2 000 多名联合报道团队。

此外，因为打通了后台，来自湖北全省媒体和党政部门的新闻信息就会集中到我们的云后台，于是全省 100 多家媒体机构就可以共享我们“中央厨房”的新闻信息资源，最终实现全省所有终端的全覆盖，包括广播电视、报纸网站、手机、微博、微信以及客户端等。现在，“长江云”平台已经接入两微一端以及头条号等各类产品 8 112 个，省市县政务单位 2 220 家。

第二，我们的技术平台实现了对信息和舆情管理的全平台一键部署和一键处置管控。因为“长江云”的所有终端都基于共享的技术，所以我们就能够实现敏感信息的快速筛选，进而有针对性地进行快速处置。

因此，“长江云”技术平台的建设模式可以总结为“统一建设，分级运营，前端独立，后台打通”。也就是说，在整个平台建设过程中，全省环境是上下一体的，实现了全省合力共建以及产品和技术的共享，极大地解决了地市发展新媒体在资源资金方面的短板问题。

问：“长江云”技术与平台的建设对于媒体融合转型有着怎样的借鉴意义？

答：“长江云”在体制机制、内容产品方面的特色和成功实际上都是以技术和平台为基础的。而“长江云”技术平台的最大特色可以总结为技术体系的标准化和开放性。所谓“开放性”，指的是在整个技术平台体系搭建过程中不搞闭门造车，而是让更多的网络技术厂商参与到“长江云”平台的技术研发工作中，支撑平台各模块的快速迭代。目前，“长江云”平台除了在北京和武汉的自有研发团队 200 多人外，还与亚信、腾讯、百度、阿里等互联网公司达成了技术合作，并吸引了包括斗鱼等数十个互联网团队的技术支撑。

所谓“标准化”，指的是我们将全省各个平台的技术体系和标准进行了统一，也就是说通过一种技术共享的模式不但大大提升了前期平台搭建和推广的速度，而且还有效保障了后期云平台的服务水平。实际上，在“长江云”平台建设之前，湖北省也有少量的一些县市建设过自己的客户端。他们基本采用的还是传统的招标采购模式，乙方提供的技术服务不仅费用高，而且存在不提供整体解决方案、迭代升级另行收费、软件升级不及时、服务响应流程长等弊端。此外，受限于经费等问题，地市媒体拥有自