

## 建构基于技术发展现实的未来想象力

在过往的实践中，我们可以看到，虽然传统媒体在媒介融合上投入了很多资源，但与高速发展的新媒体相比，依然可以说是“效果不彰”，离新型主流媒体还有不小的一段距离。这其中的主因不是我们的传统主流媒介不努力，也不是我们投入的资源少——其实我们现在投入的人力、物力、财力和技术不比那些头部互联网企业差，甚至办公条件比它们还要强。那原因是什么？是对当前的发展形势和我们自己的发展逻辑缺少足够的想象力。

让我们思考这样一个问题：互联网改变了什么？其中之一就是，连接造就了社交网络的崛起，人人都是传播者。它直接导致了如下结果：

一是内容生产者的多元化。过去只有专业媒体作为信息传播的唯一主体，现在不仅有 PGC，也有 OGC、UGC，而且不一定比专业媒体差，很大程度上互联网已经实现了多元主体的话语权力赋能。

二是渠道掌控跟内容生产之间的二元分离。内容生产者过去是掌握渠道的，但今日却不比往昔。现在主流媒介最大的一个痛苦就是渠道越来越不掌握在自己手里，流量越来越不掌握在自己手里，用户在哪儿都已经不知道了。这就是渠道的掌控与内容生产直接的二元分离。

三是全时在线和万物互联造成了大量数据，这些数据能做的事情有很多。其中一个重要的结果，是它所产生的海量数据，通过智能化的采集、处理和算法的加工，造成同样海量的机器新闻写作，通常把它叫作“传感器资讯”。比如 2020 年 7 月份唐山地区的地震速报就不是人写的，而是机器生成的。地震刚发生 30 秒钟，这个新闻已经发出去了，任何人都到不了这个速度。事实上，现在新华社每个月大概有几千条新闻都是机器人写作，有固定的信息来源形成它自动的传感器资讯、传感器新闻。到了 5G 时代，有这么多传感器，能产生各种各样的规模巨大、品类众多的传感器资讯，我们把它叫作机器生产内容，即 MGC。而当机器生产内容这一现象蔚为大观的时候，它就会进一步加剧内容生产主体的多元化。这会产生什么结果？专业媒体生产内容的占比进一步降低。

在当下，在信息海洋的海量内容当中，传统主流媒体所生产的内容可能只占 5% 左右——尽管可能你很重要，但从数量占比的角度来说就很小了。这时，专业媒体就需要考虑，你的专业价值实现是通过给社会直接生产内容，还是通过其他形式？这是一个值得认真严肃思考的重大问题。虽然这种状况看起来好像目前还没有到来，电视机构也好，通讯社、报业机构也好，还在大量产生内容。它们的内容虽然量少，但还相当主流。而且在没有数据的地方，需要挖掘数据的地方，需要做深度的信息统合的地方，主流媒介的重要作用还存在。但是这种类型新闻占比毕竟少之又少，可能只占千分之一、万分之一，大量的新闻都是靠机器或者社会性的非专业生产完成的。

那么，在这种背景之下，一个专业媒体如何发挥社会导引者、舆论引领者的作用？如果你能看到当下的技术逻辑和未来的互联网发展的话，你就会明确：站在前排直接为社会生产内容，恐怕只是未来媒体很小的一个功能；大量的功能是提供某种数据服务、平台服务、规则服务、算法服务。因为数据是王道，平台是王道，规则与创新是王道，算法也是未来传播的王道。要想真正成为未来传播的引领者、掌控者，不抓住这些王道的逻辑怎么行呢？！

概言之，未来传播中，传统主流媒介如果真的想要站在时代的制高点上，成为未来传播的引领者，它的主要职责一定不是让自己参与直接的内容生产的竞争中；而是退回一步，把数据资源、大众的内容生产能力、传播模式的规则化打造、传播版图和边界的创新性扩张、MGC 等等这些东西视为自己的资源，透过我的算法、平台、数据驱动来形成在我的价值观之下对于全社会的一种内容资源的配置。这实际上就是未来专业媒体人应该追逐的时代高度。没有这种建构在基于技术发展现实上的未来想象力，你就无法在未来传播中真正获得不可限量的发展机遇，这就是所谓的关键。

喻国明

北京师范大学新闻传播学院教授、博士生导师