**深刻认识把握省级广电媒体深度融合的三重逻辑**

**摘 要：推进媒体深度融合是时代所向、大势所趋。作为主流媒体的中坚力量，省级广电媒体要深入学习贯彻党的十九届六中全会精神，从全会精神中找观点、找原则、找方法、找路径，加快融合转型步伐。要深刻认识把握从怎么看、怎么办到怎么干的认识逻辑、方法逻辑和实践逻辑。从认识逻辑深刻把握媒体深度融合的实质，从方法逻辑遵循媒体深度融合的思维原则，从实践逻辑锚定媒体深度融合的操作路径，着力建设区域骨干新型主流媒体，不断扩大主流价值影响力版图。**

**关键词：媒体深度融合；广电媒体；自我革命；效果为标**

**党的十九届六中全会全面总结党的百年奋斗重大成就和历史经验，深刻揭示了“过去我们为什么能够成功、未来我们怎样才能继续成功”重大规律。全会还对党的意识形态工作、宣传思想文化工作、新闻舆论工作等进行了总结部署，对于省级广电媒体践行初心使命尤其是正在推进中的媒体深度融合工作具有重大现实指导意义。**

**党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视媒体融合工作，作出了加快传统媒体和新兴媒体融合发展的战略部署，将其上升为国家战略。习近平总书记多次亲自部署媒体融合发展。党的十九届六中全会审议通过的《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》（以下简称《决议》）提出，“高度重视传播手段建设和创新，推动媒体融合发展，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力”①。将推动媒体融合发展工作写入党的决议，足以看出其分量和重要程度。**

**媒体融合是时代所向、大势所趋。做好新形势下媒体深度融合转型变革是一个认识问题，更是一个发展问题。作为主流媒体的中坚力量，省级广电媒体要深入学习贯彻党的十九届六中全会精神，从全会精神中找观点、找原则、找方法、找路径，融会贯通好“坚持党的领导”“坚持开拓创新”“坚持自我革命”等党经过长期实践积累的宝贵经验。要深刻认识把握好从怎么看、怎么办到怎么干的认识逻辑、方法逻辑和实践逻辑。三重逻辑之间紧密联系、相辅相成、相互贯通、相互促进，共同构筑媒体融合变革的大逻辑。在这种逻辑思维引领下，省级广电媒体要按下推进媒体深度融合的快进键，着力建设区域骨干新型主流媒体，让党的声音传得更开、传得更广、传得更深入。**

**一、怎么看：从认识逻辑深刻把握媒体深度融合的实质**

**认识的高度往往决定着实践的程度。要想在实践层面取得新进展、实现新跨越，首先要提升思想认识。党的十九届六中全会提出，“全党要牢记中国共产党是什么、要干什么这个根本问题”②。忠诚践行初心使命，对于主流媒体而言，首要任务就是要深刻理解把握主流媒体是什么、要干什么这个根本问题。省级广电媒体在党的新闻舆论工作中有着特殊地位，肩负着传递党的声音、服务本省发展、满足受众需求、引领区域媒体融合转型等重大使命。在此认识基础之上，再去认知把握新形势下深度融合变革的重大现实意义，方能登高望远、续写更多荣光。**

**（一）要站在政治高度强化认识**

**《决议》提出，“意识形态工作是为国家立心、为民族立魂的工作”③，意识形态工作具有极端重要性，新闻舆论工作又是最前沿、最直接、最有影响力的意识形态工作，直接服务于党的工作全局。互联网技术发展重塑着传媒生态，再造着用户获取信息的习惯，也重构着新闻的生产方式和传播方式。信息无处不在、无所不及、无人不用，导致舆论生态、媒体格局和传播方式深刻变化，新闻舆论工作面临极大挑战。在这一时代背景下，党中央持续加码媒体融合工作，既是遵循新闻传播规律、适应舆论生态环境的必然要求，更是维护意识形态安全、推进国家治理体系和治理能力现代化的现实任务。广电媒体要树立大局意识，从政治高度认识媒体深度融合变革，将其作为关系自身前途命运的战略工程、生命工程，融入国家改革发展全局，勇担职责使命。**

**（二）要从经济社会发展基本规律视角深刻认识把握**

**“生产关系一定要适合生产力发展状况”规律是马克思主义的一个基本观点。全媒体时代，媒体生产力的三要素——媒体生产者、生产资料或生产工具、媒体内容生产对象等都发生了显著改变。这是一个“人人都有麦克风”的时代，也是一个媒介即讯息的时代，网络无处不在、无所不有，万物互联、万物皆媒，讯息越来越呈现泛在化趋势。技术的飞跃进步，传媒领域生产力的巨大变化，必然要求传统主流媒体进行生产关系重构，以适应生产力的飞速发展，这就是推进媒体深度融合的哲学认知逻辑。新技术代表着先进生产力，它重塑着媒体的组织形态、生产流程和运作机制。广电媒体必须要厘清媒体融合层面的生产力与生产关系，积极拥抱新技术，实现广播电视迭代升级、整体转型，不断提升融合变革的成效。**

**（三）要拿出自我革命的勇气凝聚共识**

**党的十九届六中全会把“坚持自我革命”概括为党百年奋斗的十条历史经验之一，强调全党必须铭记常怀远虑、居安思危、刀刃向内、刮骨疗毒。对于省级广电媒体融合转型而言，这一历史经验更具深刻现实意义。媒体融合是一项全方位的改革实践，更是一场媒体人思维方式和运营理念的革命，是主流媒体紧跟时代、促进肌体健康、锻造发展活力的主动抉择。全媒体时代，技术发展迭变一日千里，媒体生态格局正在发生剧烈变化。媒体深度融合变革是传统主流媒体不容回避的自我革命。加速媒体融合这场自我革命，最根本的就是要坚持党的领导，打破思想认知壁垒，开展流程再造，凝聚全员共识，敢于刀刃向内，持续深化改革，坚持开拓创新，不断激发激活主流媒体自身的活力、动力和潜力，推进融合变革向纵深推进。**

**二、怎么办：从方法逻辑遵循推进媒体深度融合的思维原则**

**《决议》提出，“用马克思主义的立场、观点、方法观察时代、把握时代、引领时代，不断深化对共产党执政规律、社会主义建设规律、人类社会发展规律的认识”④。遵循规律、把握原则、精准施策、推动发展，是我们做好工作的基本方法逻辑，也是广电媒体推进融合转型的基本原则遵循。要在理念和思路、内容和技术等方面进行协同创新，实现整体转型升级。要切实遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，准确把握几大思维方式。**

**（一）坚持正确政治方向**

**全媒体时代，媒体的传播生态和传播格局发生了深刻变化，国家意识形态安全面临很多新的挑战。习近平总书记强调，“要旗帜鲜明坚持正确的政治方向、舆论导向、价值取向”⑤。广电媒体要坚持党管媒体的大原则，一以贯之把握正确政治方向，不能以经济效益取代社会效益，不能以技术取向淡化价值取向，强化正能量引领，服务党和国家工作大局。只有坚持这一前提，媒体深度融合发展才能行稳致远、赢得更好发展，守住主流媒体阵地。**

**（二）坚持互联网思维**

**《决议》提出，“过不了互联网这一关就过不了长期执政这一关”⑥，习近平总书记也强调，要“使互联网这个最大变量变成事业发展的最大增量”⑦。互联网尤其是移动互联网的发展，极大改变了人们的信息获取习惯，带来传播格局的深刻变革，给新闻舆论工作带来严峻挑战。媒体深度融合，归根结底是人的融合，也服务于人。对媒体而言，人在哪里，工作的重点就在哪里，传播学千规律万规律，信息能有效抵达受众是第一定律。当前，受众向互联网、移动互联网转移的趋势日益鲜明，广电媒体要把用户思维渗入媒体融合的每一根神经，满足用户多样化、个性化的信息需求，用互联网思维在形式上做增量，在表达上找变量，在联和通上做文章，最终守住正确舆论导向的常量。**

**（三）坚持一体化发展思维**

**习近平总书记指出，“传统媒体和新兴媒体不是取代关系，而是迭代关系；不是谁主谁次，而是此长彼长；不是谁强谁弱，而是优势互补”，“要坚持一体化发展方向，加快从相加阶段迈向相融阶段”。⑧这一论述包含着深刻的辩证思维和系统思维，为媒体深度融合指明了方向。广电媒体一方面要坚持移动优先策略，通过优化流程、再造平台，实现内容、技术、终端和管理的共融互通，催化融合质变，放大一体效能；另一方面要坚持内容为王，内容永远是根本，也是广电媒体的优势所在，要推进内容生产供给侧结构性改革，把稳新时代广电主流媒体导向为魂、移动为先、内容为王、创新为要的舵盘。**

**（四）坚持超前思维**

**从铅与火到光与电，再到数与网，科学技术对人类信息传播体系的发展变迁起着引领支撑作用，媒体的融合发展变革也源于技术变革。当今时代，以5G、云计算、大数据、区块链、人工智能等为代表的信息技术集群正在引领媒体生态进入剧烈变革期。有学者曾统计，一个新的传播介质普及到 5000 万人，收音机用的时间是38年，电视用的时间是13年，互联网用的时间是4年，微博用的时间是 14个月，微信用的时间是10 个月。⑨数据显示，截至2020年12月，我国短视频用户规模达8.73亿人，比2020年3月底增加了5500万人，实现5500万人的增长仅用了9个月。⑩这是一个技术飞速迭代的时代，它也为媒体转型变革提供了更大机遇，让过去看似不可能的事情变成可能。风物长宜放眼量。广电媒体理应时刻保持居安思危意识，保持长远战略眼光和超前思维，不断跟进和探索新技术应用和创新，以先进技术为引领，提升媒体融合转型新成效。**

**三、怎么干：从实践逻辑锚定媒体深度融合的操作路径**

**《决议》提出，“只要我们顺应时代潮流，回应人民要求，勇于推进改革，准确识变、科学应变、主动求变，永不僵化、永不停滞，就一定能够创造出更多令人刮目相看的人间奇迹”⑪。媒体融合的本质就是改革，就是一场自我革命。全面深化改革是建设新型主流媒体的牛鼻子，不改革无出路，不改革难生存，不改革没发展，不改革无前景。近年来，广电媒体深入贯彻党中央决策部署，建设新型主流媒体取得了一定成效。同时我们更要看到，省级广电媒体正处于整体转型的深度调整关键期、全媒体影响力竞争力重要培育期，改革的体制性障碍和机制性梗阻依然突出，发展很不平衡，许多广电媒体历史包袱沉重，优势没能得到充分释放，总体看离党中央的目标要求还有较大差距。省级广电媒体要顺应时代潮流，遵循实践发展逻辑，勇于推进集成化改革，不断开创高质量发展新局面。**

**（一）效果为标，不断深化内容生产、流程、技术的优化变革**

**用效果标准检验内容生产传播成效。能否充分满足用户需求、连接用户、聚拢用户，是检验评价媒体融合成效的重要尺度标准，而媒体融合效果取决于内容生产，取决于媒体传播的有效性。习近平总书记指出，“内容创新、形式创新、手段创新都重要，但内容创新是根本的”⑫。全媒体时代，舆论场上的声音更加多元，用户的需求更加多样，传播渠道场域更加丰富，传统主流媒体内容传播面临着传而不信、传而非需、传而声稀等诸多挑战。内容信息只有被用户接受才是有效传播，进而形成传播力。好内容可以跨平台传播，好内容能自带流量，好内容能构成入口。广电媒体要强化效果意识，以高质量有效传播来引领内容生产，做好内容的供给侧改革。要始终保持战略定力，守好种好自己的责任田，坚持内容为王，让正能量成为大流量，让大流量澎湃正能量，从“量”的积累向“质”的飞跃转变，从聚流量向聚人心跨越，以内容优势赢得传播效果质变，提升传播力和影响力，发挥好舆论场上的“压舱石”作用，占据主流价值的传播制高点。**

**用效果标准倒推流程重塑。全媒体时代，主流媒体的传播空间场域被彻底打破，传播话语权优势被蚕食，传统的内容生产单向循环闭环系统已经不适应发展需要。广电媒体要以实现高质量有效传播为导向引领，通过深化改革，合理配置优势资源，精准调动各环节传播要素，提升传播效能。要以更大气魄做好融媒体中心建设，将原来的“几张皮”转变为“一盘棋”，形成集约高效的内容生产传播体系。经过改革创新，当前，央媒和一些省级广电媒体已构建起“一次采集、多种生成、全媒发布”的融媒体生产模式，突破了“单向生产”思维，建立起融合传播链条，激发了生产要素活力，使媒体传播效能得到充分释放，让主力军全面挺进互联网主战场。2021年10月份，东方卫视还提出“全台、全屏、全案、全域”的“四个全”发展理念，强调全台资源高效协同、全屏渠道全面联动、全案策划精准研发、全域覆盖全球传播，把媒体融合转型推向纵深。**

**用效果导向引领技术变革。打造新型主流媒体的方向就是要建设“全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体”，这一过程中，需要技术作为“催化剂”，用新技术赋能新内容、新形式、新表达、新传播。而技术变革应用的最终目标是“全效媒体”建设，用代表先进生产力的信息技术引领优化原有的生产关系，提升媒体的传播效能。新技术加持下的优质内容生产是提升媒体传播力的有效手段。2021年全国两会期间，湖南广电、山东广电等省级广电媒体通过VR等技术应用，打造720度沉浸式“云会场”，为受众带来全新视听体验的同时，也创新扩大了正能量宣传。当前，主流媒体的主流价值传播迫切需要创新引领、提质增效。短视频已成为媒体融合传播的重要赛道，正演化为大众传播的重要方式。2020年下半年起，吉林广电把短视频作为主题主线宣传的创新引擎，推出了脱贫攻坚短视频系列节目，打造了一大批高品质融媒体产品，大屏小屏融合互动，正能量和大流量合而为一，彰显了主流媒体的价值力量。**

**（二）移动优先，不断深化传播方式融合变革**

**第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2021年6月，我国网民规模达10.11亿，较2020年12月增长2175万。其中，手机网民规模达10.07亿，较2020年12月增长2092万，网民使用手机上网的比例达99.6%。互联网移动端已成为人们获取讯息的主渠道，舆论主战场已经发生根本性转移。深刻洞察这一趋势，习近平总书记指出，“要坚持移动优先策略，建设好自己的移动传播平台，管好用好商业化、社会化的互联网平台，让主流媒体借助移动传播，牢牢占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的制高点”⑬。全媒体时代，省级广电媒体推动融合变革的载体是平台，没有连接广大用户的平台，就像农民没有耕地。平台打造是实施移动优先策略的基石，是建成新型主流媒体的关键一步。**

**技术创新正在引领媒体融合变革跑出加速度。云平台、数据中台、客户端等新型媒体平台建设标志着媒体内容生产组织模式的重大转型，形成了融合传播新格局。广电媒体要深化平台思维，集中力量打造自主可控的新型传播平台。北京、上海、天津、江苏、浙江、广东、山东、湖南、四川等地省级广电媒体都集全台之力打造了强大的客户端平台，有的还把触角延伸到全国，做成全国性平台，加速融合转型步伐。二三线省级广电媒体可以发挥好地域资源优势，从实际出发，深耕本土，打造区域骨干型客户端平台，赢得错位竞争，也是不错的路径选择。在做好自有平台的同时，省级广电媒体也要运用好“借船出海”策略，广泛与抖音、快手等互联网商业平台合作，布局构建新媒体平台矩阵，形成不同平台间的有效互动、优势互补。**

**构筑起强有力的新型媒体平台，让融合传播、移动优先策略成为可能，广电主流媒体大小屏加持互动的优势得以有效发挥。2021年9月25日，围绕孟晚舟回国事件，中央广播电视总台进行了全程、全渠道、覆盖式报道。仅25日当天，央视新闻客户端全网首发17条快讯，19个话题登上热搜，话题阅读量9.8亿次。中国广视索福瑞媒介研究提供的收视数据显示，经过新媒体端预热，央视新闻频道当天收视率明显高于平时，到21:40飞机落地，收视率瞬间冲高，整个直播过程40分钟左右，时段收视率同比提升了将近6倍，新媒体端对大屏端的反哺和引流效果显著。“四川观察”“触电新闻”“大象新闻”等多家省级广电媒体的新媒体平台也展现出高度的敏锐性，借热点新闻事件提升影响力。在这一过程中，全国广电媒体贡献了一场教科书式的融媒传播案例。**

**（三）产业为用，以服务变革构筑广电媒体新生态**

**习近平总书记指出，“要把我们掌握的社会思想文化公共资源、社会治理大数据、政策制定权的制度优势转化为巩固壮大主流思想舆论的综合优势”⑭。这一重要论述为省级广电媒体的服务变革、产业规制变革指明了方向。随着5G、人工智能、大数据、区块链等新技术的深入应用，智能化媒体时代已经到来，推动媒体深度融合要由媒体内部变革的“小融合”向着与社会千百行业间的“大融合”转场，只有这样，发展前景才会更加广阔。广电媒体建设具有强大竞争力的新型主流媒体，就必须有效解决自我造血能力弱的问题，要用“新闻+政务服务商务”新型发展模式逐渐取代“内容+广告”的传统生产模式，在服务政府、服务社会、服务百姓中找到自己的定位和价值，推进国家治理体系和治理能力现代化。武汉新冠肺炎疫情发生后，湖北广电“长江云”融媒体平台联合相关部门推出在线义诊服务，超过6500名患者通过平台得到救治帮助；上海广电与上海教育部门合作打造“上海市空中课堂”服务品牌，针对不同年级、不同学科精准施教，广受好评。这些社会化服务在扩大自身影响力的同时，也积累连接起更多用户资源。**

**面对新的媒体发展生态，广电媒体要改变传统的内容生产逻辑和运营逻辑，在人的融合、要素的重新配置、业务流程的重构等方面进行协同创新。当前，广电媒体正在积极探索各种商务运营模式，推出广电+电商直播、广电+文旅、广电+教育等变现模式，聚合资源，跨界融合。尤其是以广电MCN表现最为突出、发展最为迅猛，让广电主流媒体的价值输出和影响力向着更加社交化、产业化、纵深化、机构化迈进，成为增强自身造血功能的优势赛道。以山东广电的闪电MCN——Lightning TV为例，短短两年间，其旗下账号短视频内容累计播放量突破1658亿次，点赞量达39亿次，粉丝量超过8712万，在全国处于领跑地位。其成功经验是，通过布局体量庞大、运营扎实、专业权威的新闻垂直类媒体账号，垂直深耕正能量内容，建设协同运营团队，在这一基础之上，再谋商业变现。这也为省级广电媒体发展MCN业务提供了经验借鉴。**

**（四）以人为本，通过深化体制机制改革激发媒体活力**

**人是生产力中最活跃的要素。传统媒体与新兴媒体的融合，关键是人的融合，体制机制变革的目标成效要以激活用好人的要素为基本导向。一是坚持以用户为中心。全媒体时代，传播的基础逻辑发生了根本改变，它已突破了原有主体尺度，由传统点对面的传播变成点对点的传播，演变成“全员媒体”。媒体融合变革要融入用户思维，强化与用户的连接，提升用户参与度，增强用户黏性，进而形成广电媒体的产品意识、服务观念。二是坚持人格化引领。当今媒体生态变革日新月异，传播语境发生鲜明改变，媒体人格化趋势越发明显。主流媒体更加需要坚持以用户为本，增进与用户的情感化沟通，做有态度、有品位、有格调、有正向价值观的媒体，实现价值引领。以中央广播电视总台新媒体产品《主播说联播》为例，自2019年7月推出以来，迅速在全网走红，成为现象级融媒体品牌。究其原因，就是发挥了人格化引领优势，放大新闻主播的人格化叙事，提升与用户的共情互动能力，这恰恰是各级广电媒体的优势所在。三是坚持技术队伍重塑。忽视技术驱动，媒体融合就缺乏动力支撑，转型变革就是纸上谈兵。技术最终要靠技术人才来掌握和运营，缺乏技术人才一直是媒体深度融合变革的瓶颈。广电媒体要创新体制机制，大力引进培养一批懂媒体的技术人、懂融合的技术人、懂技术的媒体人三类复合型人才。四是壮大生产创作队伍。当下，主流媒体既有的采编流程、生产方式、生产体系等已经不适应全媒体发展要求。一方面需要广电媒体创新体制机制，建设全媒体人才团队，探索实施首席制、项目制、融媒体工作室等制度，构建新型采编流程和组织架构；另一方面，要秉持“开门办台”理念，海纳百川，联合融合，创新内容生产方式，引入用户生产主体，走好全媒体时代的群众路线，加快深度融合转型步伐。**

**“事者，生于虑，成于务，失于傲。”⑮作为主流媒体的一项战略工程，媒体融合变革还在磨合、嫁接、孕育之中。磨合就会擦出火花，嫁接总有伤痕，孕育难免阵痛。加快推进媒体深度融合是主流媒体深入学习贯彻党的十九届六中全会精神的题中应有之义，要把握执行好媒体深度融合的认识逻辑、方法逻辑、实践逻辑，初心如磐，使命在肩，锐意改革，开拓创新，加快建设新型主流媒体，不断扩大主流价值影响力版图。**

注释：

**①③④⑥⑪《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》（2021年11月11日中国共产党第十九届中央委员会第六次全体会议通过），《人民日报》2021年11月17日。**

**②《中共十九届六中全会在京举行》，《人民日报》2021年11月12日。**

**⑤⑧ ⑬⑭习近平：《论党的宣传思想工作》，第301页，第354～355页，第355页，第356页，中央文献出版社2020年版。**

**⑦《习近平在全国宣传思想工作会议上强调 举旗帜聚民心育新人兴文化展形象 更好完成新形势下宣传思想工作使命任务》，《人民日报》2021年11月17日。**

**⑨卢新宁：《媒体融合如何“合而为一”——2018媒体融合发展论坛上的主旨演讲》，http://media.people.com.cn/n1/2018/0910/c40606-30283544.html**

**⑩《CNNIC发布第47次〈中国互联网络发展状况统计报告〉》，http://www.cac.gov.cn/2021-02/03/c\_1613923422728645.htm**

**⑫《习近平在视察解放军报社时强调 坚持军报姓党坚持强军为本坚持创新为要 为实现中国梦强军梦提供思想舆论支持》，《人民日报》2015年12月26日。**

**⑮习近平：《在庆祝改革开放40周年大会上的讲话》，http://cpc.people.com.cn/n1/2018/1218/c64094-30474794.html**