

# 政治逻辑、技术逻辑与市场逻辑： 论习近平的媒体融合发展思想

林如鹏 汤景泰

**内容提要** 推动媒体融合发展是习近平关于媒体创新思想的新发展。习近平关于媒体融合发展的系列重要讲话，系统阐述了融合发展的政治逻辑、技术逻辑与市场逻辑。从政治逻辑来看，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，既是做好意识形态工作的战略要求，也是壮大主流舆论的紧迫任务；从新媒体发展的技术逻辑来看，新闻产品需要从相加走向相融，最终创造真正体现互联网特质的融合型新闻产品，并且传媒管理与新闻生产的体制机制也需要随之变革；从市场逻辑来看，融合发展需要把市场作为重要的资源配置手段，并且发展成果要能够经得起市场的考验。

**关键词** 媒体融合发展 意识形态 政治逻辑 技术逻辑 市场逻辑

推动传统媒体和新兴媒体融合发展，是党中央着眼巩固宣传思想文化阵地、壮大主流思想舆论作出的重大战略部署。在2013年党的十八届三中全会上，“推动传统媒体与新兴媒体融合发展”写入了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》。2014年8月18日，习近平主持召开了中央全面深化改革领导小组第四次会议，通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。

推动媒体融合发展是习近平关于媒体创新思想的新发展。一直以来，他高度重视媒体创新报道。早在2004年，习近平在《努力提高新闻质量和水平》一文中就指出：新闻媒体要“坚持贴近实际、贴近生活、贴近群众……要更多地采用群众喜闻乐见的形式，不断增强新闻宣传的生动性、可看性，努力提高新闻宣传的质量和水平”。<sup>[1]</sup>2006年1月，习近平在看望人民日报社和新华社驻浙江编辑记者时的谈话中又强调“新闻宣传是否善于创新，是否能够做到常做常新，是其发展壮大、保持强大生命力的关键。”<sup>[2]</sup>

2013年8月19日，习近平在全国宣传思想工作会议上首次公开提到了关于媒体融合的想法与概念。他说“要适应社会信息化持续推进的新情况，加快传统媒体和新兴媒体融合发展，充分运用新技术新应用创新媒体传播方式，占领信息传播制高点。”<sup>[3]</sup>此后，习近平在中央全面深化改革领导小组第四次会议上，在对解放军报、

人民日报、新华社、中央电视台等中央主要媒体的调研中，在党的新闻舆论工作座谈会上等多个场合，均对媒体融合发展做了重要指示。习近平关于媒体融合发展的系列重要讲话，从政治逻辑、技术逻辑与市场逻辑等维度对媒体融合发展问题做了辩证剖析，体现了中国共产党对新媒体发展规律的深入理解，表明了中国共产党在新的媒体发展趋势下主动应对时代发展挑战的决心与信心。

## 一、媒体融合发展事关意识形态工作主动权和话语权

习近平深刻指出，能否做好意识形态工作，事关党的前途命运，事关国家长治久安，事关民族凝聚力和向心力。在2013年全国宣传思想工作会议上，他提醒道：“如果我们党过不了互联网和新兴媒体这一关，可能就过不了长期执政这一关。”<sup>[4]</sup>在2016年新闻舆论工作座谈会上，他又强调指出，要主动借助新媒体传播优势，完善运用体制机制，打通并用好同群众信息交流的新渠道。<sup>[5]</sup>可以说，媒体融合发展是一项重大而深刻的变革，事关中国共产党能否牢牢掌握意识形态工作的主动权与话语权。由此也说明，习近平推动媒体融合发展的思想主要遵循政治逻辑来展开。所谓政治逻辑，意指认识媒体融合发展不能只是从业务问题维度来认识，更重要的是从政治价值的维度高度重视媒体融合发展战略，并以能否有利于掌握意识形态话语权、壮大主流思想舆论作为媒体融合发展效果的根本标准。

### （一）媒体融合发展事关意识形态工作主动权和话语权

#### 1. 推动媒体融合发展，是掌握舆论主导权、占领传播至高点的必由之路

从舆论生态变化看，由于全球化浪潮与中国社会的转型，中国的舆论场域本已聚集了相当复杂的利益群体。而随着移动宽带互联网的发展，基于地理位置、APP应用等形成的社会群体分化更加复杂。再加上微博、微信等社交工具的快速推广，各类新闻客户端的普遍应用，使得网民成为各类互联网应用工具主导下的一个专门化群体。这种社交形态和信息获取特征，显著强化了互联网用户的群体化特征。不仅如此，因互联网的赋权，这些多元化的主体迅速具有了强烈的参与意识，特别在广受关注的突发事件中，围绕议程设置主导权形成了激烈的竞争态势，传统媒体的舆论引导能力面临严峻挑战。可以说，传统媒体已经到了一个革新图存的重要关口。

鉴于这种严峻形势，2013年8月19日，习近平在全国宣传思想工作会议上说：“根据形势发展需要，我看要把网上舆论工作作为宣传思想工作的重中之重来抓。宣传思想工作是要做人的工作的，人在哪儿重点就应该在哪儿。很多人特别是年轻人基本不看传统媒体，大部分信息都从网上获取。必须正视这个事实，加大力量投入，尽快掌握这个舆论战场上的主动权，不能被边缘化了。”<sup>[6]</sup>这一论断饱含着对当下媒介生态与舆论生态的清醒认识。

#### 2. 推动媒体融合发展，是加强国际传播能力建设的必由之路

作为一个谋求更大发展的国家，中国需要进一步加强同世界的联系和沟通，争

取较好的外部环境，塑造良好的国家形象。这些也要求中国新闻传媒及时、有效地对各种国内外的重要事件做出反应，在对国际性重大事件的报道中发出中国的声音，尽可能争取国际传播话语权。新的世界媒体格局为广大发展中国家的传媒业改变以往落后状况，实现跨越式发展提供了难得的历史机遇。“世界传媒业的发展历程说明，媒体格局的变化是技术、市场和制度合力作用的结果。是以数字技术为代表的现代传播技术为传媒市场的扩展提供了物质手段；传媒市场的需求又是催生传播技术更新发展的原动力；而相应的制度安排则是保证技术和市场发挥作用，取得效果的必要条件。”<sup>[7]</sup>基于这一规律，如何利用新媒体的力量，加强我国的国际传播能力建设就成为一项重要而紧迫的战略任务。

3. 推动媒体融合发展，是传统媒体在数字革命冲击下提升整体实力和核心竞争力的必由之路

主流媒体的核心竞争力直接影响媒体的社会效益和经济效益，不具备这种能力或这种能力相对较弱的媒体，在竞争中就居于劣势，就会失去受众，经济效益和社会效益的实现也就无从谈起。随着媒体竞争日趋激烈，培育和保持我国传统主流媒体的核心竞争力具有重要的现实意义。当前，新媒体技术的裂变式发展，造成了媒体格局的深刻调整。新闻生产的内容和结构、接收终端的形态和功能、受众的心理和习惯，都在发生革命性变化。用户接受信息的渠道和数量都变得空前丰富，一般性资讯已经不再稀缺，内容的重心开始从生产向消费转移。以前是“媒体传播，受众接受”，内容生产者占主导地位，而现在整体趋势逐渐转变为“用户选择、媒体提供”，内容消费者开始占主导地位。在这种背景下，传统媒体的受众规模不断缩小，生存空间被挤压，广告份额逐渐下降，有的甚至沦为微博、微信的“印刷体”。对于处境两难的传统媒体而言，“积极转型、加速融合”的革新之道已是势在必行。

(二) 着眼巩固宣传思想文化阵地、壮大主流思想舆论，推动媒体融合发展

“不谋全局者不足谋一域，不谋万世者不足谋一时。”找准媒体融合发展工作切入点和着力点，就是要根据舆论生态的变化，着眼巩固宣传思想文化阵地、壮大主流思想舆论，推动媒体融合发展。

1. 着眼巩固宣传思想文化阵地，推动媒体融合发展

主流舆论在哪里，当下媒介变革的路就应该通向哪里。各类新媒体已经成为社会生活中表达民意、畅通民情、汇聚民智的重要渠道，因此要善于运用全媒体多样化的传播平台，用好微博、微信、微视、微电影、手机客户端等载体及分众化平台，丰富传播形态和传播样式，巩固宣传思想文化的新媒体阵地，构建宣传思想文化工作的“微时代”，扩大宣传思想文化工作的覆盖面。

为应对全球传媒格局发生的深刻变化，中央主要媒体作为主流舆论的中坚，是媒体融合发展的排头兵。在推进媒体融合发展过程中，中央主要媒体要勇当龙头，以重点项目为突破口，将传统媒体与新媒体协同起来，把主流媒体的内容权威优势和

新媒体平台的传播优势结合起来，打造形态多样、手段先进、具有国际竞争力的新型主流媒体和新型主流媒体集团，整体提高我国新闻传播业的舆论影响力和公信力。

巩固和壮大宣传舆论阵地，这是党的新闻工作者的职责所在。如果面对新形势、新挑战无计可施、束手无策，甚至守不住、丢阵地，那就是失职。面对新的舆论环境，必须坚持守土有责，守土负责，守土尽责，以变应变，在创新中掌握主动权、主导权。习近平反复强调“现在，媒体格局、舆论生态、受众对象、传播技术都在发生深刻变化，特别是互联网正在媒体领域催发一场前所未有的变革。读者在哪里，受众在哪里，宣传报道的触角就要伸向哪里，宣传思想工作的着力点和落脚点就要放在哪里。”<sup>[8]</sup>

## 2. 着眼壮大主流思想舆论，推动媒体融合发展

中华民族的伟大复兴，需要凝聚 13 亿人的奋进力量。在全面建成小康社会、实现中国梦的新航程上，在媒体转型的时代，利用多种媒体表现形式唱响时代主旋律的多声部，才能汇聚起推动改革发展的强大能量。特别是要通过重头报道、社论评论、系列访谈等形式，以多媒体、多终端、多语种和全时段、全方位、全领域，深入宣讲习近平关于改革发展稳定、内政外交国防、治党治国治军等各领域各方面的基本观点和科学内涵，深入宣传阐释“四个全面”战略布局，深化中国特色社会主义和习近平关于中国梦的重要论述学习宣传教育，深入开展爱国主义教育、群众性精神文明创建、学雷锋志愿服务、推进诚信建设制度化等实践活动，引导人们自觉践行社会主义核心价值观。近年来如“感动中国”“大国工匠”“全国道德模范”“全国优秀县委书记”表彰、“寻找最美乡村教师”等一系列的“暖新闻”在网络上的影响力大幅增加，体制内媒体微博和政务微博及时主动发声，一些互联网企业的法治意识、社会责任意识也在不断增强。网上网下“同频共振”，极大地激发了网络舆论积极向善的“正能量”。

推动媒体融合发展，壮大主流思想舆论，要让网络空间晴朗起来。习近平强调：“要创新改进网上宣传，运用网络传播规律，弘扬主旋律，激发正能量，大力培育和践行社会主义核心价值观，把握好网上舆论引导的时、度、效，使网络空间晴朗起来。”<sup>[9]</sup> 依法治理网络空间，要严厉打击网络谣言、网络诈骗、电骚扰、网络黄赌毒等低俗内容与暴戾之气，维护公民合法权益。

习近平在全国宣传思想工作会议讲话中强调，宣传思想工作的环境、对象、范围、方式发生了很大变化，但宣传思想工作的根本任务没有变，也不能变。“宣传思想工作就是要巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位，巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础”。<sup>[10]</sup> 这是中国共产党从坚持和发展中国特色社会主义的战略全局出发，对宣传思想文化工作根本任务最集中最鲜明的概括。“两个巩固”的根本任务，为我们在新的历史起点上开创媒体融合发展的新局面，确定了原则、指明了方向。

## 二、融合发展关键在融为一体，合而为一

从媒体技术逻辑的演进来看，在一种新媒体技术发展初期，人们总是习惯于运用传统媒体养成的观念与方式来加以利用，但随着对新媒体技术特性与本质认识的加深，最终会在融合传统信息内容的基础上创造出全新的信息内容载体与平台，并进而形成新的新闻生产模式与机制。正是基于这种技术发展逻辑，习近平在2016年新闻舆论工作座谈会上指出，从总体来看，媒体融合发展还很不平衡，有的是“+互联网”，而不是“互联网+”，只是将传统媒体和新媒体作简单嫁接，没有实现融合发展。融合发展关键在融为一体、合而为一。要尽快从相“加”阶段迈向相“融”阶段，从“你是你，我是我”变成“你中有我，我中有你”，进而变成“你就是我、我就是你”，着力打造一批新型主流媒体。<sup>[11]</sup>

### （一）树立一体化发展观念，变成“你就是我、我就是你”

一体化发展，是媒体融合的内在要求和基本方向。从媒介发展史的演进可以看出，传统媒体和新媒体并不总是简单的此消彼长，而是在一定条件下会在平台、内容、生产机制等层面进行逐步融合。例如我国传统媒体发展新媒体，经历了三个基本阶段，一是大力发展网络版，进而建设网站；二是在网站基础上发展两微一端，寻求互动发展；三是通过新闻生产机制和多领域的拓展，来寻求与新兴媒体的融合发展。目前，第三步的探索正在深入开展，并取得了较好效果。例如，在全国两会宣传报道中，中央主要媒体加强互动融合，通过网站、微博、微信、客户端等，立体化、互动式、全天候传播两会信息，发出主流声音，成为融合发展的一次大探索。但总体来看，多数传统媒体业务与新媒体业务还是各行其是，没有充分发挥整合优势。因此，要树立传统媒体和新兴媒体一体化发展的理念，在统一的信息平台基础上，整合各种生产要素与外部资源，实现平台终端、信息资源与技术人才的开放共享，从而形成一体化的组织结构和管理体制，最终达到“你中有我、我中有你”的目标。

### （二）强化互联网思维，从相加走向相融

互联网思维是在移动互联网、大数据、云计算等科技不断发展的背景下，对市场、用户、产品、企业价值链乃至对整个商业生态进行重新审视的思考方式。尽管其定义至今众说纷纭，但其基本旨归在于生产力决定生产关系，互联网技术特征在一定程度上也会影响到其在商业层面的逻辑，因而不能僵化地用传统思维去运营基于互联网的产品。推动媒体融合发展，很重要的就是要充分运用网络技术手段去改造传统媒体，这就要求我们必须用全新的互联网思维，来谋划和推进各项工作。在业界，用传统媒体思维指导新媒体生产仍然相当普遍。用办报纸的思维办网站，称为“报网互动”；用办电台、电视台的方法办网站，称为“台网互动”。因此在媒体融合的幌子下，形成了“一鸡四吃”的模式：一条文字新闻+一段视频+一段音

频 + 一些图片，“全媒体新闻”“全能记者”的说法也应运而生。但整个新闻生产的流程走完，形式虽然丰富，新闻的核心信息量却并没有增加，即出现了“1 + 1 + 1 + 1 = 1”的现象。复旦大学教授李良荣认为，这种方式“做到的只是叠加新闻，而非融合新闻”。<sup>[12]</sup>

因此，要适应新媒体互动传播的特点，以互动为内核，改变垂直传播的观念与方式，从水平传播角度，在与用户的互动中创造新内容。要适应新兴媒体平台开放共享的特点，在全球化视野中，提升全球资源配置能力，做大做强自身品牌。

#### （三）增强借力发展意识，参与进去，深入进去，运用起来

渠道制胜是媒体融合发展过程中，众多媒体达成的共识。随着新媒体的不断涌现，全媒体自然成为传统媒体控制渠道、拓展影响力的普遍性战略选择。目前从世界互联网发展的基本格局来看，已经形成了比较稳固的垄断格局。Twitter、Facebook、新浪微博、腾讯微信等已经分别在国内外占据了人们移动社交的入口。因此，布局新媒体，既要“造船出海”，打造各类新媒体客户端；也应该“借船出海”，在社交平台上安营扎寨，打造较为齐备的全媒体传播渠道，实现更好更快发展。

#### （四）改善对新媒体的管理

由于新媒体发展迅猛，传播规律特殊。目前，世界各国都在探索新媒体的管理机制与手段。在现阶段而言，对新媒体，要加强内容监管，同时特别注意建立健全新媒体平台上的舆情收集反馈机制，在分析研判的基础上，有针对性地研究解决问题的措施。不仅如此，还要依据社会治理理念，引导新媒体加强行业自律，自觉落实主体责任。此外，也要引导广大网民遵守互联网秩序，共同参与营造风清气正的网络环境。

强化互联网思维与一体化发展理念，提升借力发展意识和改善对新媒体的管理，目的是通过理念的革新，来推动各种媒介资源、生产要素有效整合，推动信息内容、技术应用、平台终端、人才队伍共享融通。

### 三、坚持以先进技术为支撑、内容建设为根本，推动深度融合

推动传统媒体与新兴媒体的融合发展是一个系统工程。在市场经济的大环境下，要想真正推动媒体融合发展，壮大主流舆论阵地，需要遵从市场逻辑，让市场成为传媒转型资源配置的重要手段，并且最终要接受市场的检验。因此，习近平指出，应“坚持先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合”。<sup>[13]</sup>这就需要在深入把握媒体技术、新闻内容与信息生产机制等复杂关系的基础上，进一步增强媒体的核心竞争力，扩展题材的深度广度，创新产品形态和可视化的叙述方式，以优质内容提升关注度，从而让媒体融合发展的成果经得起市场的检验，并借助市场机制从根本上提升舆论影响力和引领力。

### （一）以新技术新应用为支撑，引领和推动媒体融合发展

科学技术是第一生产力。现代科技的加速发展，推动新闻传播渠道与内容的根本革新。新兴媒体诞生和发展的过程，实际上就是互联网技术和信息内容相互结合与发展的过程。技术与内容互相影响、互相驱动，共同构成了核心竞争力的基本内涵。融合发展要实现关键性突破，就是利用移动化、社交化、视频化的网络传播趋势，创造出新的信息产品形态。大数据和云计算是当前具有代表性的两种新技术，这两种技术的发展和运用深刻影响着社会生产生活，为创新新闻生产方式开辟了广阔空间。

第一，实施数据驱动战略，创新融合新闻产品形态。在媒体融合发展过程中，要重视和利用好大数据技术，实施数据驱动战略，优化媒体内容制作、存储、分发流程，提升数据新闻生产能力，为内容生产和传播提供强大支撑。这就需要一方面利用好传统媒体积累的各项历史数据，如报道内容、采编线索、专家领导等，另一方面要积极拓展数据来源，从社交媒体、电商、各种开放数据资源上挖掘财富。

第二，利用云技术，创新移动互联网时代的新闻生产机制。移动互联网已经迅速普及，智能手机、平板电脑等移动终端已成为人们上网的主要终端。新闻生产也要适应这种趋势，在实施数据驱动战略基础上，打造基于云平台的新闻采编系统，创新移动互联网时代的新闻生产机制，重构新闻采编生产流程，升级采编系统，建立统一指挥调度的多媒体采编平台，实现新闻信息一次采集、多种生成、多元传播和历史积累。

目前，早有传统媒体嗅到了数据驱动和移动采编的机遇，或是在数据新闻方面勇于探索，或是探索移动互联环境下的新闻采编。例如，2014年初，央视新闻调用百度大数据，接连推出“据说春运”“据说春节”特别节目，运用数据可视化技术播报新闻。这些颇具创新的实践，赢得了学界、业界与观众的一片叫好。再如南方都市报的采编管理指挥平台是一款针对媒体特定需求开发的专业工作系统，它结合了传统办公自动化系统的严谨性，借鉴了通用型的办公移动产品（钉钉、纷享科技、微信企业版）的灵活性，支持多端多平台互动，包含手机版（基于iOS\ Android系统）和网页版。能够有效地帮助解决现今采编移动互联与即时通讯等问题。该系统不仅可以解决困扰采编工作流程化管控难的问题，也能够提供适度的灵活性。通过移动终端应用可以起到提高采编工作效率、实现扁平化管理和整体流程把控的作用，全面提升了采编速度、管理质量、快速反应能力和实现了降低成本的目标。

第三，要把核心技术掌握在自己手中。“把核心技术掌握在自己手中”，这是习近平的谆谆告诫。新媒体领域就是一个无形的竞技场，核心技术如果不在自己手里，随时会有不测之虞。在这个方面，新华社做出了榜样。作为国家通讯社自主掌控的新媒体传播平台，“新华社发布”党政客户端集群在内容上实行分级发布管控，确保风险可控，效果可期，并按照“移动化、可视化、智能化”的目标，不断提升用户体验，真正成为地方党委政府开展移动政务的新媒体载体，各地群众便捷获取信息

服务的新媒体平台。

不可忽略的是，信息网络技术发展日新月异，更新换代的周期越来越短，比如4G技术已经普遍应用，柔性电子纸、可穿戴设备、5G技术、VR、AR等正在迅猛发展之中，这将会带来信息传播新的变革。我们必须紧盯技术前沿，瞄准发展趋势，不断以新技术新应用引领和推动媒体融合发展。

## （二）以内容建设为根本，增强核心竞争力

对于新闻媒体来说，内容永远是根本。2015年12月25日，在视察解放军报社时，习近平强调说“对新闻媒体来说，内容创新、形式创新、手段创新都重要，但内容创新是根本的。”<sup>[14]</sup>推动媒体融合发展，在强调技术引领和驱动的同时，必须在“内容为王”的原则上，坚持专业权威，从新闻传播向信息服务拓展，以内容优势赢得发展优势。

第一，坚持内容为王，在品质上追求导向正确、专业权威。在“人人都有麦克风”的时代，信息稀缺的时代虽然早已过去，但思想深刻、观点深入、主张客观、能为用户提供独特价值的专业优质内容依然稀缺。在内容生产方面，传统媒体拥有独特的优势。专业化的采编队伍、权威的信息来源、严谨的采编流程，具备专业权威的内容生产优势，这才是传统媒体的核心竞争力。媒体融合发展，应该充分发挥这种优势，加强信息资源的挖掘和加工，提炼深耕内容，推出主题深刻、观点鲜明的深度报道、调查性报道和评论，以专业的力量形成强大的思想引领。如上海报业集团推出的新媒体项目“上海观察”融合传统党报的采编资源和组织资源优势，在内容上强调精、深、独，原创和独家内容比例在90%以上，形成了“聚焦上海、深度评析”的内容特色。

第二，打造信息平台，从新闻传播向信息服务拓展。在媒体融合发展的背景下，新闻内容还要适应新媒体传播的特点。在大众传播时代，由于传播技术的限制，传统媒体依据各自不同的传播媒介为受众提供界限分明的产品。但随着媒体融合发展的深入拓展，在这种融合而成的大传播格局下，“泛媒体化”就成为发展的必然趋势。而在泛媒体传播中，特别值得重视的是平台化。在媒体融合发展的大趋势下，对于使用者而言，其需求就是通过同一个平台来实现对各类信息的所有需求。此外，从大产业的角度来看，媒体融合发展是媒介产业在数字化技术下产业的必然演化形态，是与信息生产、信息传播、信息应用相关的多个产业以媒介产业为向心、以“融合”为生产方式的新型信息生产形态。基于新媒体传播的这些特点，提升信息产品的质量，在媒体融合发展中要以用户为中心，围绕用户的资讯、实用、社交和娱乐等需求，推出多样态的信息产品，同时要在叙事方式上实现多模态化和可视化。

目前，已有不少媒体推出了一系列为各界叫好的融合新闻产品。例如，2013年10月，名为“复兴路上”的用户在优酷网发布时长5分多钟的《领导人是怎样炼成的》短片，用动漫的形式讲述了中国领导人的选拔过程，把我们的领导人以卡通人



物的形象展现在公众面前，短短几天点击量超过 1000 万次。2014 年 3 月 23 日，新华社推出的“面向未来的赶考”大型集成报道，更是堪称榜样。该报道以新华社原社长李从军领衔采写的长篇通讯《面向未来的赶考——习近平总书记指导河北省党的群众路线教育实践活动回访记》为蓝本，通过新媒体各要素集成化展示和新媒体传播渠道，实现高端政治新闻的新媒体化和网络碎片化阅读的契合整理，开创了重大政治性主题报道的新模式。

### （三）以机制创新为动力，为融合发展提供坚实保障

媒体融合发展打破了信息生产和传播的权力格局，这就要求在经营管理上尊重各方利益需求，同时适应新媒体开放性的特点，改变传统单一主体封闭控制的经营管理方式，向着开放共享的经营管理模式转变。2013 年 11 月 16 日，《人民日报》发表习近平《关于〈中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定〉的说明》。习近平指出：“从实践看，面对互联网技术和应用飞速发展，现行管理体制存在明显弊端，主要是多头管理、职能交叉、权责不一、效率不高。同时，随着互联网媒体属性越来越强，网上媒体管理和产业管理远远跟不上形势发展变化。特别是面对传播快、影响大、覆盖广、社会动员能力强的微博、微信等社交网络和即时通信工具用户的快速增长，如何加强网络法制建设和舆论引导，确保网络信息传播秩序和国家安全、社会稳定，已经成为摆在我们面前的现实突出问题。”<sup>[15]</sup>

因此，推动媒体融合发展，既需要技术驱动与内容创新，也需要对组织结构和管理体制机制进行调整和完善。习近平多次强调“要一手抓融合，一手抓管理，确保融合发展沿着正确方向推进。”<sup>[16]</sup>中央《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》也指出，“理顺管理体制，破除制约媒体融合发展的机制体制壁垒，提高管理科学化水平。完善媒体管理制度，对网上网下、不同业态进行科学管理、有效管理，确保面向大众传播的新闻信息遵循统一的导向要求和内容标准。把推动媒体融合发展与优化资源配置紧密结合起来，解决目前存在的媒体功能重复、内容同质、力量分散等问题，使媒体发展格局更加科学合理”。<sup>[17]</sup>总之，要加快改革步伐，积极探索创新，推动形成一体化的组织结构、传播体系和管理体制，为融合发展提供坚实保障和有力支撑。根据中央要求，具体来说，可以沿着下述三个方向努力。

第一，重组媒体内部组织结构。在融合发展过程中，媒体内部组织结构的改造是一大难点。要根据融合发展的需要，改变传统媒体和新兴媒体分立单干的状况，避免两班人马老死不相往来的尴尬。目前，从欧美报业发展的趋势来看，就是把新闻编辑部做成类似集线器式中枢（hub）状，并以“持续报道中心”“任务控制中心”“中央厨房”等别名称之。虽然每家报社造型各异，但目标一致：将主页新闻、报道节奏、社交媒体战略、采编联动等作为重心。<sup>[18]</sup>此外，要转变用人机制，建立一体化的人才管理体系，重点培养新兴媒体内容生产人才、技术研发人才、资本运作人才和经营管理人才，逐步调整优化人才结构。此外，还需要健全绩效考核体系，

真正体现效率优先，让传统媒体从业人员享有跟商业化网络媒体一样的待遇。

第二，建立科学有效的媒体管理体制。科学的媒体管理体制，坚持党管媒体是基本底线。党性原则是党的新闻舆论工作的根本原则。坚持党性原则，最根本的是坚持党对新闻舆论工作的领导。无论时代如何发展、媒体格局如何变化，党管媒体的原则和制度不能变。在此基础上，要理顺管理体制，破除制约融合发展的体制机制壁垒，对不同业态、不同领域的媒体进行有效管理，同时要推动媒体资源整合，解决功能重复、内容同质、力量分散的问题，优化资源配置，进一步解放新闻生产力。体制机制改革的关键是资本优化。随着我国文化体制改革的深入发展，传统媒体与新兴媒体的融合发展，不仅是新闻生产的改造和内容形态的革新，更是资本结构的重组和优化，需要通过深化机制改革，打造对接资本市场的上市窗口，激发经营活力，积极地为处于过渡期的“体制内媒体，体制外产业”的复合构建打下基础，从而实现在媒体融合发展中，充分遵循权责对等、激励约束并举的原则，既遵守现有的国资规范要求，又有所创新和突破。

这方面广东传媒业已经做出了大胆探索。2015年以来，广东在媒体融合发展方面动作频频。一是进一步优化媒体布局。推动广东省内报业、广电媒体加强合作，共享资源，提高资产利用效率，减少同质化和重复建设。二是进一步打造拳头产品。采取扶优汰劣的思路，推动省主要媒体整合新媒体单元，打造出在国内叫得响的标杆项目、拳头产品。三是进一步加强政策扶持，建立产业基金，以市场化运作模式助力媒体融合发展。<sup>[19]</sup>经过这些改革，广东媒体在一些重大热点事件中充分彰显了服务大局的责任担当，新闻宣传领域“南方声音”的正能量开始确立，使广东媒体具备了在新形势下大展拳脚的底蕴和能级。

总之，明者因时而变，智者随事而制。从政治逻辑来看，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，事关中国共产党能否过关互联网，事关意识形态工作成败，既是做好意识形态工作的战略要求，也是壮大主流舆论的紧迫任务；从新媒体技术的发展逻辑来看，新闻产品需要从相加走向相融，最终创造真正体现互联网特质的融合性新闻产品，并且传媒管理与新闻生产的体制机制也需要随之变革；从市场逻辑来看，融合发展需要把市场作为重要的资源配置手段，并且发展成果要能够经得起市场的考验。从全国范围来看，各主流媒体为推动融合发展锐意进取，积极进行技术升级、平台扩展和内容创新，向新兴媒体进军。政务新媒体在集群化发展、整合传播力上获得突破。随着依法管网、依法治网的稳步推动，网上舆论生态大为改观。但我们也要清醒地认识到，媒体融合发展还仅仅是个开始，任重道远。“为政贵在执行，以实则治，以文则不治。”我们要深入学习贯彻习近平关于媒体融合发展的重要讲话精神，积极作为、大胆创新，努力在媒体融合发展之路上走稳走快走好，不断开创媒体融合发展的新局面，开辟我国新闻事业的新天地。

本文系国家社科基金重大项目“提升中国政治话语体系的国际影响力研究”

(项目编号: 15ZDA042) 的阶段性研究成果。

作者: 暨南大学新闻与传播学院教授, 博士生导师  
暨南大学新闻与传播学院副教授

注释

- [1] 习近平 《努力提高新闻质量和水平》，《之江新语》，杭州：浙江人民出版社，2007年，第55-57页。
- [2] 习近平 《干在实处 走在前列——推进浙江新发展的思考与实践》，北京：中共中央党校出版社，2006年，第311页。
- [3] 《关于媒体融合，总书记这样说》，新华网，[http://news.xinhuanet.com/politics/2016-02/20/c\\_128736695.htm](http://news.xinhuanet.com/politics/2016-02/20/c_128736695.htm)。
- [4] 杨振武 《把握好政治家办报的时代要求——深入学习贯彻习近平同志在党的新闻舆论工作座谈会上的重要讲话精神》，《人民日报》2016年3月21日。
- [5] 张义珍 《切实增强五个意识大力推动人社宣传工作创新发展》，《中国组织人事报》2016年4月6日。
- [6] 南隽 《把握传媒变革趋势 积极占领新兴舆论阵地》，《中国记者》2016年第6期。
- [7] 郑保卫、姜秀珍 《后危机时代世界媒体格局变化与中国新闻传播策略》，《现代传播（中国传媒大学学报）》2011年第10期。
- [8] 《习近平的新闻舆论观》，《人民日报海外版》2016年6月25日。
- [9] 中共中央文献研究室编 《习近平关于全面深化改革论述摘编》，北京：中央文献出版社，2014年，第86页。
- [10] 雒树刚 《牢牢把握“两个巩固”根本任务 扎实推进宣传思想工作——深入学习贯彻习近平同志在全国宣传思想工作会议上的重要讲话精神》，《人民日报》2013年9月9日。
- [11] 习近平 《共同为改革想招 一起为改革发力》，新华网，<http://cpc.people.com.cn/n/2014/0818/c64094-25489502.html>。
- [12] 李良荣、周宽玮 《媒体融合：老套路和新探索》，《新闻记者》2014年第8期。
- [13] 习近平 《加快实施创新驱动发展战略》，中国共产党新闻网，<http://cpc.people.com.cn/n/2014/0818/c64094-25489716.html>。
- [14] 习近平 《新闻媒体内容创新是根本》，《新华每日电讯》2015年12月27日。
- [15] 习近平 《网络和信息安全牵涉到国家安全和社会稳定》，国务院新闻办公室网站，<http://www.scio.gov.cn/zhzc/9/6/Document/1350719/1350719.htm>
- [16] 《媒体融合发展加速》，《人民日报海外版》2014年8月21日。
- [17] 刘奇葆 《加快推动传统媒体和新兴媒体融合发展》，《党建》2014年第5期。
- [18] 陶文静 《搬迁：后工业时代新闻生产的空间与地点》，《新闻记者》2014年第8期。
- [19] 慎海雄 《让党的舆论阵地充满生机》，《传媒》2016年第3期。

## 5 Political Logic, Technological Logic and Market Logic: On Xi Jinping's Thoughts on the Development of Media Convergence

---

· *Lin Rupeng, Tang Jingtai*

To promote the development of media convergence is the new development Xi Jinping's thought on media innovation. A series of important speeches by Xi Jinping on the development of media convergence systematically expounded the integration of the development of political logic, technical logic and market logic. The political logic implies that to promote the convergence between traditional and new media is both a strategic requirement for ideological work and an important task for strengthening the mainstream public opinion. The new media technology development logic implies that news products must change from addition to convergence. The market logic implies that the development of media integration requires the use of market as an important means of resource allocation. It also implies that the development of media industry, information technology and the results of convergence must be capable of withstanding the test of the market.

## 16 Internet as an Ideological Technology: From the Ruling Party's Perspective

---

· *Chen Jianbo, Zhuang Qiansheng*

As a tool of communication and a field of expression, the internet can undertake, communicate and share one of several kinds of ideologies. The ideology is the soul of a party, and the internet plays important roles on propagating a party's ideology, such as information communication, expression and interpretation, interaction and cohesion, supervision and correction. In the internet era, the leadership of the ruling party in internet ideological work must be strengthened; ideological struggle on the internet must be pursued actively; and efforts to master the features and rules of the internet's discourse system must be made, so that the party's construction in the internet era can be strengthened, and the development of the Party and the people can be promoted.

## 23 Enjoying the Beauty of Thought and Profound Knowledge, Advancing with the Times with a High Sense of Responsibility: Summaries of the 13<sup>th</sup> China Communication Conference

---

## 35 News Content, Understanding and Memory: A Mental Model for Comprehending the Coverage of Controversial Issues

---

· *Yang Guang, Guo Zhongshi*

Controversial issues have frequently been reported in media, and have had impacts on the public's