

把握好移动为先和全媒体传播的有机统一

● 向泽映 田宏明



[摘要]习近平总书记提出“移动为先”包含了时代逻辑、实践逻辑、历史逻辑和科学逻辑的统一，为处在关键节点的媒体融合发展指明了主攻方向；党的二十大报告着眼于新征程发展要求强调“加强全媒体传播体系建设”。坚持移动优先策略和加强全媒体传播体系建设相辅相成，相得益彰，需要我们在工作中系统性把握、整体性推进。

[关键词]移动为先 全媒体传播 辩证统一 **[中图分类号]** G20 **[文献标识码]** A

习近平总书记关于党的新闻舆论工作和媒体融合发展的系列重要论述，开创了马克思主义新闻观时代化中国化新境界，标志着我们党认识和驾驭新闻舆论规律、网络发展与传播规律达到了新高度、新阶段，为我们做好新闻舆论工作提供了根本遵循。这些重要论述处处闪耀着唯物辩证法的光辉，包含了一系列辩证统一的系统性思想，如党性和人民性的统一、正面宣传和舆论监督的统一、对内宣传和国际传播的统一，等等。传媒学界业界对这些“统一”有过较为充分的研究性阐释，这对于更好领会习近平总书记重要论述精神实质和思想内涵大有裨益。与此同时，还有一些“统一”，如坚持移动优先策略和加强全媒体传播体系建设的辩证统一，仍需要我们进一步强化和深化认识。

“移动为先”直接指明了媒体深度融合发展主攻方向

习近平总书记2019年1月25日主持第十九届中央政治局第十二次集体学

习时发表重要讲话（以下简称“1·25”重要讲话），强调“要坚持移动优先策略，建设好自己的移动传播平台……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、服务人民的传播制高点”；同时，还将“移动为先”和“导向为魂”“内容为王”“创新为要”并列，作为媒体融合发展必须坚持的总要求、总方针。

中办国办2020年9月印发的《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》（以下简称《意见》），把“1·25”重要讲话所要求的“实施移动优先策略”进一步细化、具体化到操作层面。

很显然，“移动为先”是习近平总书记以马克思主义政治家、理论家、战略家的智慧，基于对媒体生态的历史、现状和趋势的深刻洞察，在媒体融合已有扎实基础和亟待“催化质变”关键时刻指明的深度融合发展主攻方向。

其一，把“移动”作为主攻方向是顺应媒体发展和人类信息传播大趋势的必然要求

中国互联网络信息中心（CNNIC）第52次统计报告显示，截至2023年6

月，我国网民规模达到10.79亿，移动互联网累计流量达1423亿GB，活跃APP数量达260万款。这表明，作为信息传播和流动载体，互联网特别是移动互联网已成为毫无疑义的“第一媒体”。跨越了口语传播、手写传播、印刷传播、电子传播，滔滔奔涌的人类信息传播长河汇入到了网络传播的崭新“河段”。习近平总书记科学把握历史变迁和时代风云，指出“从社会发展史看，人类经历了农业革命、工业革命，正在经历信息革命”。面对这场信息传播革命，他始终以历史唯物主义的眼光审视，以利国利民的立场谋划。习近平总书记准确预判：随着互联网新技术不断发展，移动媒体将进入加快发展新阶段。据此，他及时提出了“移动为先”策略。这是互联网发展大趋势的必然要求，有着“因势而谋、应势而动、顺势而为”的时代逻辑。

其二，把“移动”作为主攻方向是更好履行党的新闻舆论工作职责和使

作为治国理政、定国安邦的大事，作为为国家立心、为民族立魂的重要

工作,党的新闻舆论工作必须始终以人民为中心,面向亿万人民传播党的政策主张、记录时代风云、推动社会进步、守望公平正义。这就要求读者在哪里、受众在哪里,宣传报道的触角就要伸向哪里。网络时代,读者、受众在哪里呢?习近平总书记说:“新闻客户端和各类社交媒体成为很多干部群众特别是年轻人的第一信息源”,“移动互联网已经成为信息传播主渠道”。既然是“第一信息源”,是“主渠道”,强调“移动为先”,实施移动优先策略,就是做好党的新闻舆论工作的现实要求,有着内在而深刻的实践逻辑。

其三,把“移动”作为主攻方向是基于我国媒体建设历史现状和进一步优化媒体生态、传播格局的发展要求

在党的十九届四中全会上,习近平总书记站在推进国家治理体系和治理能力现代化的高度提出了“固根本、扬优势、补短板、强弱项”要求。就传媒发展历史而言,传统媒体基础厚实,比较优势明显,新兴媒体特别是移动新媒体起步晚、基础弱,不同程度存在着短板和不足。2016年2月19日,在党的新闻舆论工作座谈会上的重要讲话(以下简称“2·19”重要讲话)中,习近平总书记要求要充分用好新媒体,强调要“着力打造一批新型主流媒体”。很显然,这一要求是直接针对当时我国主流新媒体整体薄弱的现状提出的。三年后的2019年,虽然网络媒体建设取得突破性进展,新旧媒体简单嫁接状况也有根本性改观,但随着5G等新媒体技术突飞猛进,新闻客户端等移动新媒体又成为主流媒体矩阵必须快速跟进和着力加强的“弱项”“短板”。在此背景下,把“移动”作为新的主攻方向无疑是“明者因时而变,智者随事而制”的科学方略,有着优化媒体生态和传播格局承前启后、继往开来的历史逻辑。

其四,把“移动”作为主攻方向是遵循媒体融合发展自身规律的客观要求

习近平总书记特别强调媒体融合发展必须按规律办事。2014年8月18日,习近平总书记主持召开中央深改组第四次会议,指出媒体融合要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律;2019年“1·25”重要讲话更是直接要求“全面把握媒体融合发展的趋势和规律”。媒体融合不是“加”而重在“融”。怎样才能变“加”为“融”呢?笔者曾就此撰文发表过粗浅看法。媒体融合不能是各种媒体形态均权的加合体,那是相加而非相融。换言之,媒体融合不能平均用力,而必须有重点、有主攻方向。这是媒体融合的规律性要求。当下中国媒介场域,传统媒体和新媒体的权重已经易位,这就决定了推进媒体深度融合必须以互联网新媒体特别是移动新媒体作为“控权”主体,是传统媒体拥抱新媒体、融入新媒体,而不必固守传统媒体的原有权重。就此而言,习近平总书记提出“移动为先”策略,精准把握了媒体融合发展趋势和规律,有着认识、遵循和利用客观规律的科学逻辑。

总之,作为媒体深度融合发展主攻方向和行动方略,“移动为先”包含了时代逻辑、实践逻辑、历史逻辑和科学逻辑的统一。只有全面、准确、深刻把握这四重逻辑,才能更好理解习近平总书记提出移动优先策略的及时性、重要性和科学性。

充分认识加强全媒体传播体系建设的紧迫性、重要性

党的二十大报告强调“加强全媒体传播体系建设,塑造主流舆论新格局”。这是党的全国代表大会政治报告关于媒体融合发展和做好党的新闻舆论工作简明而又极其重要的表述。

什么是全媒体传播体系?为什么要加强全媒体传播体系建设?这需要我们全面把握和充分认识。

(一)全面把握全媒体传播体系的丰富内涵

习近平总书记第一次使用“全媒体”表述是在2018年6月15日祝贺人民日报创刊70周年的贺信。信中,他首次提出要“构建全媒体传播格局”;到2019年“1·25”重要讲话,习近平总书记进一步阐发了有关全程、全息、全员、全效“四全”媒体重要论述,再一次强调要“构建全媒体传播格局”;党的二十大报告中使用的是“全媒体传播体系”,要求“加强全媒体传播体系建设”。

系统学习习近平总书记从2013年全国宣传思想工作会议到党的二十大这10年间有关重要论述,梳理其内容和逻辑承接脉络,有助于完整把握“全媒体传播体系”的丰富内涵。

首先,全媒体传播体系是信息传播平台的“全”。无论哪类形态、哪种属性、哪个层级的媒体,都要成为塑造主流舆论新格局的一分子,都是健康良序、科学合理媒体格局的有机组成部分。对此,2014年“8·18”重要讲话提的是“现代传播体系”,2016年“2·19”重要讲话提的是“舆论引导新格局”,2019年“1·25”重要讲话进一步概括为“全媒体传播体系”。“现代传播体系”前置要求是“立体多样、融合发展的”;“舆论引导新格局”,要求“形成全方位、多层次、多声部的主流舆论矩阵,达到‘大珠小珠落玉盘’的效果”;到提出“全媒体传播体系”时,有关要求比此前表述更为具体明确、全面系统,即要统筹处理好各类媒体的关系,如传统媒体和新兴媒体、中央媒体和地方媒体、主流媒体和商业平台、大众化媒体和专业性媒体等,形成“资源集约、结构合理、差异发展、协

同高效的全媒体传播体系”。

其次，全媒体传播体系是信息传播覆盖、服务引导功能的“全”。习近平总书记概括提炼全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体“四全媒体”概念，从时空尺度、主体尺度、形态尺度、功能尺度四个维度丰富和深化了全媒体的内涵，也为加强全媒体传播体系建设指明了方向。全程媒体指信息传播和舆论引导要突破时空界限，无时无刻不在；全息媒体要求所有信息都可数据化，实现各类电子设备同步呈现；全员媒体既指人人都有“麦克风”，人人都是信息传者和受者，也指信息传播和舆论引导必须覆盖和影响所有人；全效媒体要求融信息、社交、服务为一体，实现和达到全效能传播。一句话，“四全”媒体最终指向的是信息传播和舆论引导“无处不在、无所不及、无人不用”。实际上，早在2016年“2·19”重要讲话中，习近平总书记针对“新闻传播日益呈现人人传播、多向传播、海量传播的特征”，强调新闻报道要做到全时性即时性、全天候全过程全方位、零时差零距离。这当中也包含“全程”“全息”“全员”“全效”的意思。可见，如何建设全媒体和构建全媒体传播体系，习近平总书记一直思虑、谋划着，只是不同阶段表述和提法略有不同，但互相补充。

最后，全媒体传播体系是媒体技术、内容、话语、机制创新的“全”。全媒体传播体系本质上是适应信息传播移动化、智能化、社交化新特征的全新媒体格局。这是以新媒介技术应用为支撑的，如5G、AI、大数据、云计算等。与技术变革和“四全”媒体目标相伴，新闻生产方式、表达方式、管理方式也必然需要同步创新。就这个角度而言，全媒体传播体系建设绝不只是增添或者缩减新旧传播平台，更为根本的是新闻生产力和生产关系革命

性重塑，是整个媒体领域一场技术、内容、话语、机制的全方位创新。惟其如此，习近平总书记一再强调“创新为要”。

由上可见，习近平总书记是在总结传媒发展实践经验和吸收学界业界研究成果基础上不断深化认识进而提炼、概括出关于“全媒体”和“全媒体传播体系”的科学表达的。

（二）着眼于新征程发展要求充分认识加强全媒体传播体系建设的重要性

一定程度上，能否构建起优质高效全媒体传播体系是检验我国媒体融合发展成效和是否“催化融合质变”的重要标准。媒体融合，说到底是要通过全媒体传播体系建设塑造主流舆论新格局，进而凝聚起“建功新时代、奋斗新征程、万众一心向前行”磅礴舆论力量。这当中，塑造主流舆论新格局是目标、要求，建设全媒体传播体系是基础、路径，二者有着内在的必然关联。

经过10年创新实践，我国媒体融合发展和全媒体传播体系建设已有长足进展。就此，习近平总书记在“1·25”重要讲话中肯定说“这几年媒体融合发展成效很大”。但是，同党和人民事业发展对于信息服务和舆论引导要求相比，我们已经取得的成效远远不够。所以，习近平总书记同时也评价说：“我国媒体融合发展整体优势还没有充分发挥出来。”

目前，“四全”媒体发展尚有差距，媒体创新仍在路上，全媒体传播体系建设远没有达到顶层设计的目标要求。例如，一段时间，一些新闻单位、一些地方新媒体平台建设一哄而上，遍地开花，没有重心，没有形成“拳头”和品牌效应，不少由所谓“小而美”演变成了“小而散”“小而乱”。这显然有悖于“资源集约”“结构合

理”“差异发展”和“协同高效”。为此，《意见》就媒体格局优化和全媒体传播体系建设提出了“逐步解决功能重复、内容同质、力量分散问题”的要求，还特别强调“省级媒体要消肿减负，重点建设省级技术平台和区域性传播平台”。《意见》如此表述，极具针对性，表明我国全媒体传播体系建设仍需要付出更多更大努力。

然而，党和人民事业一日千里，正迈入全面建设社会主义现代化国家新征程，迫切需要媒体融合发展和全媒体传播体系建设迎头赶上。所以，党的二十大报告强调要“加强全媒体传播体系建设”。这和以前常见的“构建全媒体传播体系”意义大不相同。“构建”是对前期基础性工作的表述，“加强”则要求加速、加大力度、提质增效，包含了紧迫性、重要性的深义表达以及对建设成效的更大更强期待。

关注用词和表述变化只是一个方面、一个侧面，更重要是从更好履行党的新闻舆论工作职责和使命出发，充分认识加强全媒体传播体系建设的紧迫性、必要性、重要性，积极投身于实际工作，为加强全媒体传播体系建设作出实实在在的贡献。

把实施移动优先策略和加强全媒体传播体系建设有机统一起来

笔者听到过业界个别人抱怨：一会儿强调移动优先，一会儿又要求着力推进全媒体传播，有些让我们犯难、摸不着头脑？这种抱怨反映出实践中仍不同程度存在着背离系统性把握、整体性推进的形而上学错误倾向。需要引起警觉，更需要及时纠偏。

坚持移动优先策略和加强全媒体传播体系建设是统一而不是对立的。一方面，移动优先基于全媒体传播体系的“全”，本身就是建设全媒体传播

体系的一种策略。只有从媒体深度融合发展的全局着眼,从建设全媒体传播体系建设的需要出发,“移动为先”才能得到体现、落到实处,也只有在全方位、多层次、多声部“大珠小珠落玉盘”的主流舆论矩阵中,“移动”优势才能更好彰显、发挥。另一方面,全媒体传播体系的“全”离不开移动新媒体这个排头兵,加强全媒体传播体系建设必须抓住“移动优先”这个关键。只有把移动传播平台建设和发展放在突出和优先位置,当重心,当主攻方向,加强全媒体传播体系建设才有依托、才有抓手,也才能真正做到“资源集约”“结构合理”。所以,坚持移动优先策略和加强全媒体传播体系建设是统一于媒体融合发展同一过程相辅相成、相得益彰的两个方面,既不能脱离全媒体传播体系孤立地谈论“移动优先”,也不能离开移动主攻方向简单地就“全”论“全”。个别人所谓“犯难”“摸不着头脑”的抱怨,本质上是割裂了二者内在辩证统一关系的形而上学思维。这在认识上是糊涂的,在实践中是有害的。

虽然坚持移动优先策略和加强全媒体传播体系建设本质上是一回事,但也会因时因地因情势不同而分别有所侧重,需要在实际工作中统筹协调。加快推进媒体融合发展必须弹好“钢琴”,把握好移动为先和全媒传播、主战场和全方位的有机统一。

怎样才能辩证施策、弹好“钢琴”?

首先,要把握好习近平新时代中国特色社会主义思想的世界观和方法论,坚持好、运用好贯穿其中的立场观点方法

习近平总书记关于党的新闻舆论工作和媒体融合发展重要论述,是习近平新时代中国特色社会主义思想的世界观和方法论的具体运用与体现。因而,只有回到科学理论本身,以

习近平新时代中国特色社会主义思想世界观和方法论武装头脑、引领工作,才能完整把握“移动为先”和“加强全媒体传播体系建设”的辩证统一关系,才能在实践中科学高效地贯彻落实。譬如,必须坚持问题导向,从新闻舆论工作和融合发展面临的主要问题和突出矛盾出发,明确不同时段、不同地方的发力点、着力点,而不能不分轻重缓急地平均用力、一线平推。又譬如,必须坚持系统观念,把握好全局和局部、当前和长远的关系,前瞻性思考、全局性谋划、整体性推进,而不能强调“移动为先”就只单打一,提全媒体传播体系就忽略了主攻方向。

其次,要完整把握移动优先策略涵义

“移动优先”说的不只是平台建设这一个维度,实施移动优先策略更不只是创建新闻APP这一个“动作”。

“移动优先”内涵丰富,至少包括移动平台优先、移动技术优先、移动产品优先等。移动平台优先,是在全媒体传播体系建设中优先发展移动新媒体平台,使移动新平台成为重心、重点;移动技术优先,要在互联网技术应用方面把移动新媒体技术置于突出和优先发展的位置,如移动直播、H5应用、无人机采集、机器人写稿、AI合成主播、区块链、AR/VR技术等;移动产品优先,是要优先推出更多更好的移动新闻产品、作品,如移动短视频新闻等。与此同时,比这些“看得见摸得着”更为关键的是要建立起保障“移动为先”的一整套新闻生产、媒体运行的机制体制。

最后,要科学对待传统媒体产能
全媒体传播体系建设自然不能理解为“一个不能少”,但也的确存在着如何科学对待、正确处理传统媒体和新兴媒体关系问题。如果说在融合发展初期,一些主流媒体对拥抱新媒体

容易滋生“等等看”的观望心态,那么当下另一种不当苗头也应引起高度警觉,那就是对传统媒体简单粗暴地关停了事。这样做就不是融合而是“单干”、不是扬弃而是抛弃了。所以,在坚持移动优先策略的同时,必须科学对待传统媒体产能,注重通过数字化转型使之焕发新的生机和活力。笔者注意到,2021年《纽约时报》数字订阅和内容付费收入突破14亿美元,远超其4.98亿美元广告收入;全美报纸数字发行收入111亿美元,首次超过88亿美元广告收入。这表明,移动互联网时代,传统媒体通过转型升级重获新生不仅必要,也完全可能。

把坚持移动优先策略和加强全媒体传播体系建设有机统一起来,既突出重点又确保体系完备,是塑造主流舆论新格局的重要基础。当前,重庆日报报业集团深入学习贯彻党的二十大精神,深刻领会习近平总书记有关重要论述精髓,正在整体推进“四梁八柱”全媒体传播体系建设与发展,主要包括“1报1网1端1中心8平台”,其中1报为重庆日报,1网为华龙网,1端为上游新闻客户端,1中心为重庆国际传播中心,8平台分别为传媒审读监测平台、轨道融媒体平台、财经融媒体平台、今日重庆期刊融媒体平台、法治融媒体平台、文化旅游融媒体平台、文化会展融媒体平台、健康教育融媒体平台。应该说,这一布局与重塑注重把握了坚持移动优先策略和加强全媒体传播体系建设的统一,有利于更好发挥全集团整体优势。中国报业

(作者:向泽映,中国报业协会副理事长、重庆日报报业集团党委书记;田宏明,重庆日报报业集团传媒研究院副院长)

责任编辑:胡线勤