

doi:10.13582/j.cnki.1672-7835.2023.01.022

# 县级融媒体中心助力乡村振兴的 内在机理与实践路径

单文盛, 陆亦洁, 石璐

(湖南师范大学 新闻与传播学院, 湖南 长沙 410081)

**摘要:**随着脱贫攻坚战取得全面胜利,我国开启了全面建设社会主义现代化的新征程。县级融媒体中心作为振兴乡村的重要助推器,不仅是乡村基层治理与产业发展的主要阵地,亦是乡村生态与文化建设的关键抓手。然而,县级融媒体中心在实践的过程中却出现机构合而不融、内容同质呈现以及受众参与缺位等诸多问题,影响了自身助推乡村振兴的作用。若想实现县级融媒体中心的效果最大化,唯有从管理体制、传播理念、媒介定位三个方面入手,打破认知与行动壁垒,以路径创新的方式实现县级融媒体中心的高质量发展,真正实现县级融媒体中心助推乡村振兴的美好愿景。

**关键词:**县级融媒体中心;乡村振兴;机理;实践路径

**中图分类号:**G206      **文献标志码:**A      **文章编号:**1672-7835(2023)01-0164-08

## 一 问题的提出

2021年2月21日,中央一号文件正式出炉,主题是“全面推进乡村振兴 加快农业农村现代化”;2月25日,全国脱贫攻坚总结表彰大会在北京隆重举行,习近平总书记庄严宣告:我国脱贫攻坚战取得了全面胜利。表明,我国农村建设开始迈向了新的征程。当下,全面推进乡村振兴,不仅是时代对农村发展提出的新要求,亦是巩固脱贫攻坚成果与实现农业农村现代化建设的重要依托<sup>①</sup>。

县级融媒体中心是落实乡村振兴战略的关键节点,县级融媒体中心建设与乡村振兴战略可谓是相伴相生。在2018年8月21日至22日召开的全国宣传思想工作会议上,习近平总书记指出:“扎实抓好县级融媒体中心建设,更好引导群众、服务群众。”这是中国县级融媒体中心首次在国家级会议上被最高领导人关注<sup>②</sup>。其后,《关于加强县级融媒体中心建设的意见》《县级融媒体中心建设规范》

等一系列相关政策文献相继出台,为县级融媒体中心助力乡村振兴指明了发展方向。2022年,《中共中央国务院关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》发布,进一步对县级融媒体中心服务农村的作用给予了肯定,由此,“县级融媒体中心这一顶层设计,与‘乡村振兴’部署产生了高度契合”<sup>③</sup>。

然而,即便我国挂牌成立的县级融媒体中心已经超过2400多个,但在助力乡村振兴方面取得显著成就的却寥寥无几。就当下的实践结果来看,现实中的各种困境阻碍着县级融媒体中心推动乡村发展的作用,导致其功能未能充分发挥,其效果也难以让人满意。

面对这种情况我们不禁要问,作为基层主流媒体,县级融媒体中心为何能够推动乡村振兴?县级融媒体中心在助力乡村振兴的过程中又遇到了哪些问题?县级融媒体中心应该如何克服这些困难进而推动乡村振兴战略目标的实现?本文希望通过对上述

收稿日期:2022-06-23

基金项目:湖南省教育厅项目(21A0028)

作者简介:单文盛(1974—),男,湖南衡东人,高级工程师,主要从事新媒体研究。

①王春光:《新社会转型视角对乡村振兴的解读》,《学海》2021年第5期。

②朱春阳:《县级融媒体中心建设:经验坐标、发展机遇与路径创新》,《新闻界》2018年第9期。

③张玮,李旭,等:《县级融媒体中心在乡村振兴传播中的问题与对策》,《青年记者》2020年第11期。

问题的探讨,提出一些相应的对策。

## 二 县级融媒体助力乡村振兴的内在机理

乡村振兴战略在党的十九大报告中提出,其具体内容是“产业兴旺,生态宜居,乡风文明,治理有效,生活富裕”。从乡村振兴战略的这五句话来看,“产业兴旺”和“生活富裕”属于经济维度,“乡风文明”属于文化维度,“治理有效”属于

社会维度,“生态宜居”则属于生态维度,这四个维度相互联系,形成了一个有机的整体<sup>①</sup>。作为农业农村现代化发展的助推器,县级融媒体为乡村振兴提供了平台支持与现实保障,它能够借助其媒介特性,助推乡村在社会、经济、生态、文化等领域的全面发展,由此落实乡村振兴发展战略。具体来看,县级融媒体助力乡村振兴的内在机理如图 1 所示。

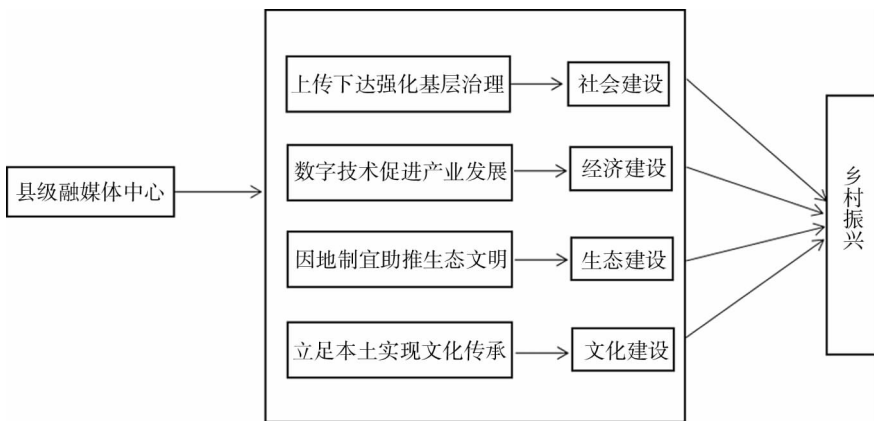


图 1 县级融媒体中心助力乡村振兴的内在机理

### (一) 打造主流舆论阵地,引领乡村有效治理

乡村振兴,有效治理是基础。“社会治理的重点和难点在基层,县级融媒体的服务对象和服务场景也在基层。”<sup>②</sup>县级融媒体为基层治理提供了新的工具和手段,它能够通过打造主流舆论阵地来引领乡村的有效治理。有学者早已指出:“在基层重建政府和人民的沟通机制,以及把民众组织起来是当代基层社会重建的两个重要的方面,县级融媒体中心参与其中,并可贡献不可或缺的力量。”<sup>③</sup>

第一,县级融媒体有别于中央媒体、省级媒体,其主要受众是所在县及从属区域的民众,它所开展的信息传播更具有接近性,传播效果更好。比如,在政策宣传层面,县级融媒体能够通过讲好地方话,更好地对宣传内容进行二次解读与传播,从而使党的思想理论、方针政策的宣传更加接“地气”、聚“人气”、冒“热气”<sup>④</sup>,这有利于当地农

民的理解与接受。

第二,县级融媒体作为政府的主流舆论阵地,打造的是一个开放性的公共空间,为群众参与社会治理提供了重要渠道。农民可以通过线上讨论、发言等方式积极关注公共事务,参与乡村建设,从而形成“民间舆论场”。在此过程中,县级融媒体可以充分发挥上传下达功能,向上传递农民声音,向下实现舆论引导。而在此过程中,县级融媒体也能够成为乡村治理的关键节点,以中介与桥梁的作用连接传受双方,进而有效助力乡村建设。

### (二) 利用数字技术赋能,推动乡村产业振兴

乡村振兴,产业兴旺是重点。农业是国民经济的基础,农村经济是现代化经济体系的重要组成部分。县级融媒体依托数字技术,在促进农村农业现代化,优化农业产业结构方面有着天然优

①印兴娣,李培:《县级融媒体助力乡村振兴的策略分析》,《传媒观察》2020年第6期。

②曾润喜,杨璨:《重建本地用户连接 融入基层社会治理:县级融媒体发展路径研究》,《新闻与写作》2021年第5期。

③沙垚:《重建基层:县级融媒体中心实践的平台化和组织化》,《当代传播》2020年第1期。

④印兴娣,李培:《县级融媒体助力乡村振兴的策略分析》,《传媒观察》2020年第6期。

势。县级融媒体能够将数字技术渗透到农业领域,实现农业生产与农业营销数字化,可以利用数字技术提升农产品种植与销售的智能水平,进而通过振兴农业来帮助当地村民过上富裕生活。

具体而言,在种植方面,县级融媒体可以将数字技术应用于农业生产经营管理之中,全面采集农产品生产过程中的各类数据,利用数字技术降低农业成本,提高资源分配率,为农业高质高产赋能。在售卖方面,县级融媒体可以充分发挥自身的媒介功能,通过拍摄实景宣传片、制作创意海报等新兴方式积极宣传当地农产品。同时,县级融媒体还能够依托新媒体平台助推农产品的数字营销。数字营销可以帮助当地村民合理利用网络渠道进行售卖,这种销售方式还与人们在互联网时代养成的网购习惯相契合,能有效增加农产品的销量<sup>①</sup>。由此可见,县级融媒体可以利用数字技术,打通农业发展的各个方面,为农村农业的现代化发展提供新动能。

### (三) 发掘天然在地优势,打造乡村宜居生态

乡村振兴,生态宜居是关键。“随着信息传播的快速发展,借助融媒体传播乡村生态文明理念,是推动乡村振兴战略实施与美丽乡村建设的重要内容。”<sup>②</sup>在国家强调“绿水青山就是金山银山”的当下,县级融媒体不能仅仅把目光聚焦于基层治理与产业振兴这两个方面,还要兼顾生态文明建设,充分发挥自身优势,大力促进人与自然的和谐相处。

我们要通过融媒体的立体传播,让绿色发展理念更加深入人心,这有助于推动脱贫攻坚成果与乡村振兴战略有效衔接<sup>③</sup>。县级融媒体可以通过宣传教育,帮助当地群众树立“两山”理念,采取“线上+线下”的宣传方式向群众普及生态知识,积极动员群众,让群众自觉主动地参与到乡村生态文明的建设中来。同时,县级融媒体还要发挥在地优势,因地制宜,根据当地特有的地质、水质等条件科学地制定发展规划,要从合理发展与可持续发展两个方面来打造乡村的宜居生态,持

续优化乡村的整体环境。建设生态宜居乡村,不仅能够有效提升当地农村居民的幸福感和获得感,还能够进一步助力绿色农业与绿色产业的发展,进而实现百姓富与生态美的有机统一。

### (四) 立足本土文化资源,助推乡村文明建设

乡村振兴,乡风文明是保障。“文化是一个民族的根和灵魂,良好的乡风是中华民族赖以生存的根基和精神家园,是乡村、宗族绵延不绝、繁衍生息的精神内核。”<sup>④</sup>如果说前面所讨论的三种功能皆是县级融媒体的显在功能,那么助推乡村文明建设则是其隐性功能。县级融媒体作为创新乡风文明建设的有效载体,要立足本土文化资源,发挥文化整合功能,助力乡村文明建设。

习近平总书记指出:“实施乡村振兴战略要物质文明和精神文明一起抓。”<sup>⑤</sup>县级融媒体能够挖掘地方性传统文化资源,借助数字媒体技术更好地记录并弘扬当地的非物质文化遗产,对本地的特色文化积极宣传与保护。要依托乡土文化资源,帮助当地村民建立文化自信,打造当地的特色文化品牌。同时,县级融媒体还可以通过提供数字化教育资源对当地村民进行教育,帮助村民树立和践行社会主义核心价值观,促进乡村移风易俗,有效提升村民的综合素质。

总而言之,县级融媒体助力乡村振兴,既是责任也是义务。县级融媒体在助推乡村社会治理、经济发展、生态宜居以及乡风文明方面具有天然的优势,而这四个维度正是乡村振兴的重要内容。县级融媒体可以将这四个维度整合成一个有机的整体,并借此赋能乡村振兴。

## 三 县级融媒体助力乡村振兴的现实困境

尽管县级融媒体在助力乡村振兴方面有着天然的优势,但就目前的实践成果来看,县级融媒体的运用仍然存在着不少问题,而这种现实困境也在一定程度上阻碍了县级融媒体助力乡村振兴的进程。

①杨江华,刘亚辉:《数字乡村建设激活乡村产业振兴的路径机制研究》,《福建论坛(人文社会科学版)》2022年第2期。

②包俊:《媒体融合视野下乡村生态文明理念的基层传播路径》,《记者摇篮》2022年第5期。

③常凌翀:《媒体融合背景下“两山”理念的传播策略及实践路径》,《中国广播电视学刊》2022年第4期。

④唐任伍,许传通:《乡村振兴推动共同富裕实现的理论逻辑、内在机理和实施路径》,《中国流通经济》2022年第6期。

⑤《深入学习贯彻党的十九大精神 紧扣新时代要求推动改革发展》,《人民日报》2017年12月14日。

### (一) 机构合而不融导致核心优势消解

2020年11月3日,《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》明确提出,要“推进媒体深度融合,实施全媒体传播工程,做强新型主流媒体,建强用好县级融媒体中心”<sup>①</sup>。可见,深度融合是国家对县级融媒体提出的建设性要求。然而,当下县级融媒体的融合却大多浮于表面,普遍存在合而不融的现象,县级融媒体未能从形式融合走向本质融合,这也使得其核心优势被不断消解。

第一,县级融媒体在组织架构层面合而不融。一些县级媒体在原来新闻中心或者广电基础上成立了“融媒体中心”类的机构,但是在原有运行机制的基础上,往往只是简单地让新闻中心、电视台等媒体宣传部门“合署办公”,甚至只是简单挂牌成立了“融媒体中心”<sup>②</sup>。多处县级融媒体打着融合的旗号,实则各自为政、各行其是,更多地只是停留在媒介互动而非媒介融合层面。这使得媒介整合在政策、管理、运行等方面仍然存在壁垒。这种合而不融的现状导致县级融媒体不仅无法充分发挥自身有效整合信息的功能,实现优势互补,甚至还会带来利益分配不均、资源竞争等问题。

第二,县级融媒体在操作理念层面合而不融。目前,县级融媒体中心大多开设了“三微一端”等各种新媒体平台,但少有县级融媒体对所使用平台的技术特质以及受众特点展开专门研究。大多数县级融媒体还不太适应新媒介,采取的报道方式和表现手法仍然停留在传统媒体时代。比如,仍以静态的文字加图片作为主要的传播形式,表达方式老套刻板。传统操作理念与新兴技术之间的背离导致县级融媒体未能乘技术创新之东风,将大数据资源、算法技术、VR、AI等融入内容生成的各个环节。这不仅消解了融媒体的核心竞争力,更不利于县级融媒体以新的表达方式来充分吸引用户。

简言之,如果说助推乡村振兴是县级融媒体中心的职责所在,那么媒介的深度融合则是其得

以实现助推功能的基础。县级融媒体融合不足是其陷入发展困境的首要原因,合而不融使县级融媒体难以真正发挥融媒的多元传播优势。

### (二) 内容同质呈现导致县域特色缺失

有学者指出,“在当下‘内容为王’的媒体传播趋势下,只有个性化、专业化和观赏性较高的内容才能带来传播的必然性”<sup>③</sup>。县级融媒体作为基层主流媒体,具有区域接近性和贴近农村农民的天然优势,它们能够为当地民众提供具有县域特色的信息,这也是县级融媒体在助力乡村振兴方面享有独特地位的原因。

不过,纵观各地的县级融媒体平台,它们大多未能发挥自身的在地优势,在内容生产方面具有同质化的特点。比如,当下“县级媒体的新闻网站、新闻客户端、微信公众号等增幅明显,但普遍存在‘多而不精,难以持续运营’的问题”<sup>④</sup>。县级融媒体所呈现的内容也大多是复制性文本,即便是原创性内容,也以领导讲话、工作总结等流水账式的记录居多。由于推送的信息千篇一律,真正惠民利民的内容反而被不断压缩,这导致县级融媒体在内容生产上丧失了最重要的县域特色。

第一,县级融媒体县域特色的缺失体现在“三农”相关内容的匮乏上。县级融媒体作为助力“三农”的重要传播载体,在实现农村农业现代化的发展进程中扮演着重要角色,但县级融媒体却普遍存在“三农”相关人才缺失的问题,这也导致这些融媒体中心极少能够发布帮助农民增产增收的农业信息,依据地域特点和专业知识进行精细化指导的内容更是少之又少。“三农”内容的匮乏使得县级融媒体丧失了在地优势,无法挖掘当地的资源与潜力,也无法为当地的农民提供建设性方案,将地方特色农业做大做强。

第二,县级融媒体县域特色的缺失还表现为对本土文化挖掘的不充分。费孝通先生曾言:“传统的中国文化是土地里长出来的。”<sup>⑤</sup>地方文化同样如此,它与基层民众有着天然的联系。县级融媒体作为最贴近基层民众的主流媒体,在培

①《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》,《人民日报》2020年11月4日。

②陈国权,付莎莎:《传播力建设的最后一公里——县级融媒体中心建设路径》,《新闻与写作》2018年第11期。

③陈森:《县级融媒体中心新闻生产与传播的困境与路径》,《传媒》2020年第13期。

④刘峰:《持续高质推进县级融媒体建设研究》,《传媒》2020年第20期。

⑤费孝通:《文化与文化自觉》,群言出版社2010年版,第12页。

育基层民众的文化自信方面有着不可或缺的作用。但县级融媒体却往往流于形式,在内容生产上着重突出政治色彩,过于追求“高大上”的效果,缺少地域文化内涵。比如,大多数县级融媒体没能充分利用当地的风土人情讲好地方故事,建构地方形象。这不仅不利于民众共同情感及文化自信的培养,也不利于乡村文化产业的发展。

县域特色的缺失导致县级融媒体陷入了以往“千报一面”的尴尬局面,同质化的内容生产显然难以满足当地民众精细化、专业化的信息需求,大而全的功能定位也必然会使得县级融媒体在助力当地乡村振兴、文化建设等方面的功能大打折扣。

### (三) 受众参与缺位导致传播效果弱化

众所周知,“多元化融合媒介以强势的技术支持、多元的渠道构建实现了传播活动的多向交互,无论是个体、群体还是组织,都可以利用社交媒体进行话语表达”<sup>①</sup>。县级融媒体若能够充分利用自身的交互性,不仅能使文本内容更加接地气,还能够更好地调动受众的参与热情。但就目前的实践效果来看,许多县级融媒体仍然保持着传统媒体那种侧重单向传输的特点,对用户的参与有着漠视甚至排斥的心态,而这种受众参与的缺失也导致县级融媒体的传播效果被弱化。

一方面,受众参与的缺失体现为“民声、民情、民意多处于‘遮蔽’状态”<sup>②</sup>。我们知道,县级融媒体不仅仅是信息的传播者,还是国家治理的参与者与服务商<sup>③</sup>。这就要求县级融媒体要努力为群众提供发声平台。不过,就现状来看,大多数县级融媒体并没有充分发挥出其双向传播的优势,用户的意见反馈机制并不完善,一些用来倾听民意的平台往往“只设不答”,民众的诉求得不到回应,长此以往,民众自然丧失了参与的热情。

另一方面,受众参与的缺失也体现为用户自己生产内容无法得到传播。根据中国互联网络信息中心发布的第49次《中国互联网络发展状况统计报告》,农村地区互联网普及率为57.6%,较

2020年12月提升1.7个百分点,城乡地区互联网普及率差异较2020年12月缩小0.2个百分点<sup>④</sup>。显然,随着互联网普及率的提升,互联网对于广大农村来说已经变得既可望又可及。然而,“‘用户导向’流于纸面,用户缺乏表达空间”<sup>⑤</sup>,这仍然是县级融媒体不得不面对的一个难题。在客户端的建设中,传播格局仍是以县级融媒体为中心进行的一元生产。农民作为用户,缺乏自我表达的渠道,也无法真正参与到乡村建设的环节中来。

受众参与的缺失导致县级融媒体难以吸引本地用户并保持用户黏性,传统媒体侧重单向传输的生产模式显然不适用于强调用户参与的新媒体。忽视用户参与,自然会使得县级融媒体的传播效果不断弱化。

## 四 县级融媒体助力乡村振兴的实践路径

县级融媒体中心建设在助推乡村振兴方面具有战略性意义,但想要充分发挥县级融媒体之功能,还需要在实践摸索的过程中克服各种困难,通过锐意变革来打破传统壁垒,以路径创新的方式推动县级融媒体的重构与发展,进而发挥其对乡村振兴的助推功能。

### (一) 优化管理体制,打造多元互补模式

工欲善其事,必先利其器。县级融媒体中心在助力乡村振兴方面,首先需要变革管理体制,从根本上改变当前县级融媒体各自为政、散兵游勇的状态。在优化管理体制的基础上打造多元互补模式,才可能有效消除发展掣肘,充分发挥融媒体平台的内在优势。

“对管理体制机制进行根本性改革是县级融媒体中心突破重围的关键”<sup>⑥</sup>,这就需要县级融媒体积极创新体制机制。其一,县级融媒体应该努力打破部门藩篱,设立统一指挥中心机构,协同各部门进行内容生产与发布<sup>⑦</sup>。依托统一的指挥中

①李佳欣:《社交媒体的议程设置结构与创新扩散机制研究——基于新媒体赋权的视角》,《出版广角》2019年第12期。

②刘甜甜:《嵌入基层:县级融媒体中心赋能基层社会治理的表现与思考》,《传播与版权》2022年第6期。

③蒋锐,俞虹:《作为公共服务平台的县级融媒体中心:一种基层治理的视角》,《现代传播(中国传媒大学学报)》2021年第2期。

④中国互联网络信息中心(CNNIC):《第49次中国互联网络发展状况统计报告》,2022年2月。

⑤谢新洲,石林:《县级融媒体中心客户端建设的问题与优化策略》,《青年记者》2021年第3期。

⑥高进忠:《县级融媒体中心发展的痛点与突破》,《中国广播电视学刊》2021年第10期。

⑦张宏邦,刘威,等:《整合与协同:县级融媒体的现实困境及本土化推进路径》,《西安交通大学学报(社会科学版)》2020年第3期。

心,实现资源合理分配,真正做到一次采集、多种生成、多元传播。“构建起‘横向集约、纵向扁平、前端统合、后端分立、融合生产、分态传播’的新型组织架构体系。”<sup>①</sup>其二,县级融媒体中心还应该在统一管理的基础上重构内容生产流程,将现有的融媒体矩阵融入同一个生产链条,统筹策划、采编、宣发等各个环节,形成各端口接力运行的全天候生产框架。比如,江阴市融媒体中心在对报纸、广播电视台、网站、新媒体等业态进行充分整合后,总投入3500万元建设“中央厨房”,再造采编发流程,构建起统筹内宣、外宣、网宣,融合传统媒体、新兴媒体、社会宣传资源的立体化传播矩阵<sup>②</sup>。可见,江阴市融媒体中心通过生产流程的重构实现了协调管理,提高了县级融媒体中心的工作效率,实现了一个声音、多元传播的深度融合。

县级融媒体在更新管理体制的同时,还需要关注媒介特性,积极打造多元互补模式。具体来说,统一管理并不意味着限制媒介自主权,不同的媒介还是要依据其特性及技术优势发挥主观能动性,以此实现媒介生产内容的多元互补。比如,同样是挖掘地方文化,视频平台可以开设“文化合集”,以微纪录片的方式宣扬当地特色文化;而公众号则可以开通“旅游板块”,以图文、全景VR等方式展示当地风貌,为游客提供出行引导。华池县融媒体中心便依托新技术应用,积极发挥融媒优势。推动新闻宣传方式由单一的电视新闻向多元的图文、短视频、海报、H5等转变,频频推出了有温度、有质感的优秀作品<sup>③</sup>。

一言以蔽之,优化管理体制是县级融媒体有效整合资源、实现长久发展的首要条件,打造多元互补模式则是强化县级融媒体传播力与创新力的必要保证。县级融媒体唯有在实践的过程中两者兼顾,才能为乡村振兴的推进保驾护航。

## (二) 创新传播理念,主攻垂直内容生产

接近性是县级融媒体的优势所在,因此“县

级融媒体中心在建设中应该将打造符合自身实际、满足县域特点的核心内容产品作为重要抓手”<sup>④</sup>。如果想要真正做到助力乡村发展,县级融媒体就要变革传播理念,明确地方定位,强化县域特色,主攻垂直内容生产,从而让内容能更加贴合受众需要,更加精细化、分众化。

具体而言,“建设县级融媒体中心的目标是建立一个具有区域特色和优势的多媒体融合平台”<sup>⑤</sup>。面对媒介生态中逐渐出现的竞争态势,县级融媒体作为助力乡村振兴的重要途径,必须跳出传统“大而全”的认知陷阱,以垂直内容生产来突出自身优势。“从新闻生产趋势来看,信息生产越来越精细化、专业化,赢家通吃的‘跑马圈地’时代已然结束,融媒体中心建设必须因地制宜。”<sup>⑥</sup>而特色化、差异化的地方性内容正是县级融媒体打破“千村一面”尴尬处境的关键。就农业方面而言,县级融媒体可以借助专业化锁定地方农业。通过引进专业人才,打造品牌,基于当地的生产条件及农业特色,为农户提供专业的种植知识,提高当地农产品收成。就文化方面而言,县级融媒体可以凭借精准化运作来突出地方文化特色。比如,通过专门开设的文化板块实现垂直传播,围绕地方风土人情与特色文化展开宣传,努力呈现当地文化品牌,助力乡村文化产业的发展。

此外,在内容下沉的同时,呈现方式也需要随之变革。县级融媒体在呈现方式上同样需要秉承垂直化运作的理念,在话语表达与传播手法上做到“贴地运营”。县级融媒体要根据想要表达的主题,选择最能实现其传播效果的传播方式,将融媒体中心多体裁并举、多渠道融合的优势充分发挥出来,从而增强传播的感染力<sup>⑦</sup>。比如,县级融媒体可以通过合理利用乡音、拍摄接地气的生活实景,或多使用具有代入感的第一人称视角等方式进行内容呈现。在使用专业话语的时候,强化情感传播,以沟通与共情的方式拉近与当地民众

①李佳咪:《怎么融合、靠什么融合、为什么融合——专访北京日报报业集团社委会主任委员、社长赵靖云》,《新闻与写作》2021年第7期。

②夏新炯:《移动优先 深耕主业 整合资源——关于做强县级融媒体中心的几点思考》,《城市党报研究》2020年第6期。

③田野,封康康:《“融”出新活力“合”出新高地》,《中国新闻出版广电报》2022年7月19日。

④许可,梁刚建:《“四全媒体”视域下县级融媒体中心的创新路径》,《传媒》2020年第17期。

⑤傅鸿宇:《县级融媒体中心建设难点及发展路径》,《中国报业》2022年第11期。

⑥李彪:《县级融媒体中心建设:发展模式、关键环节与路径选择》,《编辑之友》2019年第3期。

⑦丁和根:《县级融媒体中心核心功能的实践路径与保障条件探析》,《南京师大学报(社会科学版)》2020年第4期。

的距离,以此实现传播效果的最大化。

总之,相较于央媒或省级媒体,县级融媒体由于具有鲜明的地域性,精准化与在地化是它最突出的优势。因而,县级融媒体需要创新传播理念,以垂直内容生产的方式吸引本地用户,通过差异化与接地气的内容呈现,有针对性地助力乡村全面发展。

### (三) 变革媒介定位,发挥融媒助推功能

学者谢新洲曾指出:“县级融媒体中心的功能设置是事关融媒体中心生机活力、融媒体中心长远发展、中央部署要求能否落地的重大问题。”<sup>①</sup>对于县级融媒体,我们既不能按照传统的观念,将其视为单向的信息传播平台,也不能夸大其功能,将它视为乡村振兴的救命稻草。归根结底,乡村振兴的实现从本质上来看有赖于乡村这一主体,而融媒体发挥的还是“助推”功能。

其一,县级融媒体的助推功能体现在它能够重建与受众的联系。受众参与是推动乡村振兴的前提,而县级融媒体可以有效连接当地用户,克服受众长期缺席的这一弊端。

一方面,县级融媒体可以充分赋予用户表达权。“县级融媒体中心的根本属性是媒体属性,是基层党和政府同群众交流沟通的新平台,是了解群众、贴近群众、服务群众的新途径。”<sup>②</sup>由此可见,正是县级融媒体为基层治理提供了平台。县级融媒体具有双向互动性,可以积极拓宽用户的参与渠道,通过互动节目、专题解答等方式打通传受双方,从而将互动落到实处,真正做到倾听用户声音,让用户参与到乡村治理之中,打造共建共治共享的新格局。

另一方面,县级融媒体还能够赋予用户生产权。巴里·威尔曼曾提出“网络化的个人主义”这一概念,其含义是指:“新媒介即新社区,社区居民即网络化的个人,运行机制即网络化的个人主义。”<sup>③</sup>“网络化的个人主义”要求我们要以“用户思维”取代过去的“传者本位论”。县级融媒体作为新时代的产物,具有技术便捷性与碎片化生

产的特点,能够有效契合网络化的个人主义之诉求,为受众提供更为多元的展示空间。比如,县级融媒体可以通过引入UGC模式,激发个体在内容生产与创意表达方面的巨大潜力,让用户借助融媒体平台更加自由地分享乡村生活、交流创业心得。

其二,县级融媒体的助推功能还体现在它能够重建与地方的联系。嵌入地方是推动乡村振兴的必由之径,县级融媒体可以利用自身优势,重新嵌入在地的社会文化网络,以新的连接方式整合“微粒化”的乡村。

如前所言,县级融媒体具有天然的接近性,它们可以通过具有地方色彩的内容生产,展现其地域性,讲好地方故事,利用本土内容与乡村建构起一种“你中有我,我中有你”的关系。此外,这种有别于其他地方的特色化文本其意义并不仅仅在于内容本身,县级融媒体还可以把这些内容作为社会“媒介化”的载体去激活关系、组织圈层。著名学者喻国明曾指出,所谓“媒介化”,就是以媒介的逻辑重构社会生活的各个领域<sup>④</sup>。县级融媒体所生成的本土化内容,借助大数据能实现精准投送,以内容、标签、属地等方式来连接乡民,乡民基于相关内容的评论与互动,又会进一步衍生出相关圈层,这便是“媒介化”的体现。由此,县级融媒体得以借助“内容”发挥其社会枢纽的功能,通过整合“微粒化”的乡村,为乡村振兴提供一种凝聚力。

总之,乡村振兴战略目标的实现需要落实到乡村主体本身,县级融媒体只是“助推”乡村振兴的一种工具。事实上,县级融媒体只有通过重建与受众和与地方的联系,才能够连接乡民,嵌入在地的社会文化,进而真正发挥其助推功能。

### 结语

数字乡村建设是乡村振兴的战略方向,同时也是新阶段建设数字中国的重要内容<sup>⑤</sup>。县级融媒体作为最贴近基层的主流媒体,是数字乡村建

<sup>①</sup>谢新洲,等:《县级融媒体中心建设理论与实践》,电子工业出版社2019年版,第99页。

<sup>②</sup>李明:《县级融媒体中心如何服务乡村振兴》,《新闻爱好者》2022年第3期。

<sup>③</sup>逯义峰,杨伯淑:《新媒介即新社区:网络化个人主义理论探析》,《新闻界》2016年第3期。

<sup>④</sup>喻国明:《传播学的未来学科建设:核心逻辑与范式再造》,《新闻与写作》2021年第9期。

<sup>⑤</sup>邢振江:《数字乡村建设的国家逻辑》,《吉首大学学报(社会科学版)》2021年第6期。

设的重要力量,对于助力乡村振兴有着义不容辞的责任。它能够依托技术赋能,沿着基层治理、产业振兴、生态建设以及乡风文明四个维度全面助力乡村发展。而县级融媒体在实践的过程中出现了融合不足、内容同质以及受众缺位等问题,这些现实困境也在一定程度上阻碍了县级融媒体助力乡村振兴功能的发挥。未来,县级融媒体中心唯

有通过优化管理模式、变革内容生产、重构媒介定位等方式,才能以创新举措打破其发展困境,使自身真正成为乡村振兴战略得以实现的助推力量。诚然,道阻且长,县级融媒体中心改革之路不会一蹴而就,但我们也唯有在不断实践的过程中,才能真正探索出一条切实可行的县级融媒体助力乡村振兴之路。

## The Internal Mechanism and Practical Path of County-level Convergence Media Center to help Rural Revitalization

SHAN Wen-sheng & LU Yi-jie & SHI Lu

(School of Journalism and Communication, Hunan Normal University, Changsha 410081, China)

**Abstract:** With the comprehensive victory of the poverty alleviation campaign, China has embarked on a new journey of building socialist modernization in an all-round way. From poverty alleviation to comprehensive revitalization, the times put forward higher requirements for rural development. As an important booster for revitalizing the countryside, county-level convergence media is not only the main front for rural grass-roots governance and industrial development, but also the key to rural ecological and cultural construction. However, in the practice of county-level convergence media, there are many problems such as the integration of institutions but not integration, the homogeneous presentation of content and the absence of audience participation, which affect the process of promoting rural revitalization. If we want to maximize the effect of county-level convergence media, we can only break down the barriers of cognition and action from the three levels of management system, communication concept and media positioning. Only in this way can we realize the high-quality development of county-level convergence media and implement the beautiful vision of county-level convergence media promoting rural revitalization.

**Key words:** County-level convergence media; rural vitalization; mechanism; practical path

(责任校对 朱正余)