

区县级融媒体中心深度融合发展探析

任飞逸

摘 要 区县级融媒体中心的发展要加强传播内容的内涵建设，尊重新时代传媒规律的内容为王；加强传播技术与渠道的深度融合，实现融媒体“融”本质的功能架构；在使用效果上保证服务人民目标的质优效果。这样才能提升传播力、服务力，打通管理服务的最后一公里。

关键词 区县级融媒体中心；内容为王；融合发展；传播；服务

中图分类号 G2 **文献标识码** A **文章编号** 2096-0360 (2022) 05-0081-04

随着互联网、大数据以及信息技术的快速发展，信息的传播方式发生着巨大变化，其中一个重要的方式就是将广播、电视、报纸、互联网多种形式的媒体融合，发挥各自的优势，实现形式创新、内容创新^[1]，这就是新时代倡导的“融媒体”。2018年8月22日结束的全国宣传思想工作会议上，习近平总书记明确指出：“要扎实抓好县级融媒体中心建设，更好引导群众、服务群众。”这一重要论述强调了县级融媒体中心建设的重要性，也为县级融媒体中心的发展指明了方向。广播、电视、报纸、互联网媒体作为信息传播的主流形式已经为当今社会认同，并成为生活中不可或缺的精神消费产品。如今，媒体已经具有了全新的内涵，从国家融媒体中心建设规范和各地的建设成果来看，融媒体中心是区县级的功能网站，包括网络支持平台、媒资处理平台和终端使用平台，具有“新闻舆论宣传+政务信息服务+社会信息服务”的综合功能^[2]。也就是说，融媒体中心就是媒体除了保留和扩展其传统的信息元素外，还“融”入了社会的管理服务元素和人民的合力共赢元素。它不再是一个点或者一条线，而是一个网，是一个体。

虽然目前融媒体中心在全国普遍建成，但其运营实践却多没能完成治国理念的战略要求，与群众对文化、信息、服务的需求还有很大的距离。那么，怎样才能更好地加强区县级融媒体中心建设，进而充分体现出区县级融媒体“引导群众、服务群众”的作用呢？本文从传播内容、功能架构、传播规律

方面探讨区县级融媒体中心的融合发展。

1 加强传播内容的内涵挖掘，打造内容为王的优质媒体

媒体是信息内容的载体，只有内容丰富了，内容的内涵深刻了，才能赢得观众、读者、听众的关注和参与。挖掘媒体的信息内容，需要专业的新闻工作者，需要确立“内容为王”的发展理念。“内容为王”就是指传播优质的内容。人民群众对融媒体中心的参与度不高首要的原因在于其传播内容的质量不高，无法吸引受众而形成传播力。最典型的表现就是同质化严重，新闻栏目中的内容和其他专题内容重合，同一条新闻在新闻栏目和民生栏目中都能看到^[3]。这其实是对“内容为王”的现代传媒规律不重视、不懂得、不运用的必然结果。要完成融媒体中心的良性发展，必须深刻理解并切实落实“内容为王”的现代传媒规律和原则。

首先，落实内容为王要以坚持政治方向为基本原则。习近平总书记强调，我们党作为马克思主义政党，讲政治是突出的特点和优势^[4]。而“民心”就是中国共产党始终坚守的“最大的政治”^[5]。坚持“民心”的政治方向就是坚持人民立场，与人民同心同德、同舟共济，想人民所想，做人民欲做，而非形式主义和官僚主义。因此，“争取民心”绝不只是一种理念而是一种实践。当融媒体中心的信息内容真的做到了与人民的理想、信念、民生乃至

作者简介：任飞逸，辽宁广播电视集团（台），主任记者，从事新媒体传播管理工作。

社会热点紧密联系的时候,就一定会得到人民的支持和拥护,也就会形成吸引人的传播力量。相反,以假而空的形式主义、官僚主义信息敷衍群众,必将打消人民群众参与的积极性,从而失去广大的受众。

其次,落实内容为王需在媒体运营中坚持价值导向。习近平总书记强调,共产党打江山、守江山,都是为了人民幸福,守的是人民的心。可见,紧扣民心是中国共产党百年政治建设的重要价值取向^[5]。中国共产党走过一个世纪的长河,在砥砺拼搏的磨练中能不断发展壮大,最内在的原因就在于人民群众的始终不渝的帮助和肯定,在于人民群众赋予无尽的给养和能量。所以,在融媒体中心的内容中坚持价值导向,也同样要走群众路线,汲取人民群众的做法和经验,汇民智,用民力,充分发挥马克思主义思想所指明的“人民群众在推动社会历史发展中的决定性作用”^[5],以保证融媒体内容得民心,顺民意,保证融媒体中心永葆价值导向,富有根基和活力。

再次,落实内容为王需在媒体规律中坚守舆论导向。现阶段我国舆论导向的精髓可以概括为党性和人民性相统一的“以人民至上”原则,即是习近平总书记强调的“以人民为中心的工作导向”^[6],以及对新闻工作者提出的要求:“坚持正确工作取向,以人民为中心,心系人民、讴歌人民。”^[7]¹⁶从国家舆论导向的原则和工作要求来看,融媒体中心要坚持舆论导向则必须心系人民、讴歌人民。也就是要围绕人民的特点做新闻工作,宣传人民的丰功伟绩。而做到心系人民就是要顺应媒体规律,尊重当下人民使用媒体的习惯。当下是自媒体时代,人民既是媒体使用的终端也是始端。他们不会等着媒体内容和舆论“流到”自己的位置(传统灌输式的舆论导向),而是会按照自己的需要主动寻找新闻和资讯,并且在寻找和回应中形成舆论。所以,如果区县级融媒体中心的舆论导向工作不尊重现代媒体规律,不考虑人民的需求,还是以老套的舆论导向思维工作,只是把传统媒体的舆论工作方法移植到融媒体中,则很难收到舆论导向的工作成效。正确做法就是把融媒体中心传播的内容变成人民愿意收集和回复的信息,让融媒体中心变成一个人民群众愿意参与和信任的舆论场。

2 在功能架构上融合,促进以网络为依托的多种媒体融合发展

融媒体中心建设在保证媒体规律的现代先进性外,还要体现“融”的特质。不能把“融”看成

是外在的、附加的,而应该站在现代传媒本质属性的高度看待。“融”是思想,也是技术,需要一批业务精湛的融媒体技术工作者融入区县的媒体工作中来。“融”的本质属性可概括为“全”媒体,即包含所有传播媒介,汇集全部传播信息,接纳每个人为传播者,这就需要“融”的建设体现于以下方面:

首先,在融媒体中心网络建设上要实现技术融合。区县级融媒体中心技术建设要满足“融媒体制作、指挥调度、内容管理、发布、直播及大数据分析”^[2]等功能要求,这实际上是要求融媒体中心是种媒介融合体——在媒介组织上融合传统的电视、广播、报纸和各级各类宣传部门;在媒介符号上要满足视频、音频、图片、文字的技术贯通;在信源上要涵盖政府媒体与自媒体,专业媒体与职能媒体;在信息传播技术上要贯通信息线索、采集、储存、编码、发布、接收、反馈全部环节。这个“媒介融合体”在物理技术上并不难实现,为避免重复建设,一般的做法是采用一个省级云端网络技术平台。但在实际使用技术上,却往往难以完成真正的融合。诸如,有的采用“中央厨房”模式,也就是将各区县级媒体中心的信息传到省级传媒部门统一制作和发布。这似乎是融合到一起,但其实是排除了县级融媒体中心的独立自主。此形式与传统媒体的运作方式毫无二致,根本没有发挥融媒体中心的先进作用。要真正实现技术融合,就是要将省级“中央厨房”的模式变成各县级“地方厨房”的模式,甚至更进一步变成各职能部门的“部门厨房”,以及变成全体人民的“自媒体厨房”。不要怀疑地方的工作能力,也不要质疑人民的创造力。融媒体中心只要提供了一个深度融合的技术舞台,各职能部门以及人民就会在舞台上翩翩起舞,共铸辉煌。

其次,在中心传播的信息上要做到各类内容融合。我们国家现阶段新闻工作者的角色定位为:“做党的政策和主张的传播者、时代风云的记录者、社会进步的推动者、公平正义的守望者。”^[8]尽管这是国家对新闻工作者的要求,但是在融媒体时代,它也是对每个信息发布者恰如其分的指导。融媒体时代,人民对媒体信息的要求是无限的。如果区县级融媒体中心提供的信息不能满足人民对信息丰富性的要求,则人民会转而投向其他媒体的怀抱。无视人民对信息需求的特点和态度是不负责任地致区县级融媒体中心的职能于死地。所以,融媒体中心必须成为丰富内容的信息融合中心。有的融媒体中心只是转播省市广播电视台少量的单调信息,显然会失去受众及不能达成舆论宣传的效果。谁是时代风云的记录者?谁去发现社会进步的推动者?怎样

通过信息守望公平正义？这是融媒体时代留给我们的新课题。这个问题的解答毋庸置疑应该是依靠各职能部门以及人民的力量。当各职能部门以及人民的力量参与信息的采集和发布之中，信息就不会是缺乏和单调的，而是丰富与多元的。这时，融媒体中心就会在各职能部门以及人民提供的丰富融合信息中，“凝心聚力，成风化人”^[8]，实现融媒体时代的舆论引导力量。

最后，在信息的流通方面要做到机制融合。如果要在融媒体中心实现各类内容的融合，就需要各类传媒机制的融合。也就是要将传统的由广播电视一点一线、中心辐射的单向信息传播模式，向现代传媒的全点、无中心、网状立体、无限反馈的传播模式转变。这似乎让融媒体中心成为了人民群众信息交换的“大市场”而不是信息“生产销售”的可控“企业”。也许有人担心这种融媒体中心将失去控制，并成为不良信息的源头而失去舆论导向和服务人民的建设初衷，所以不想改变传统单线可控的信息制播模式，甚至把融媒体中心降格为改良版的传统媒体，从而在机制上抛弃了融媒体的传媒规律优势，造成已经适应和使用新媒体的人民群众对融媒体中心退避三舍，在某种程度上让融媒体中心形同虚设。国务院发布的《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》中要求在体制机制、政策措施上加快融合步伐，其对媒体深度融合的总要求是“管得住是硬道理，用得好是真本事”^[9]。这也提示我们融媒体中心信息制播机制的改变并不是猛兽洪水，只要管得住就会成为汇集民智、发挥民力的源头活水。相反，观念守旧，不敢担当，不顾传媒规律，把“管得住”等同于不作为的“管得死”，把“用得好”偷换为不出问题的“不让用”，则是违背国务院的媒体深度融合的总要求。这种做法不但没有任何推进媒体融合发展的可能，更在实际上和民心上丢失了舆论阵地。

3 尊重传播规律，打通服务人民的“最后一公里”

融媒体中心无论是按照现代传播规律的“媒体”建设，还是按照现代传播属性的“融”本质建设，都是为了服务人民。没有目标的任何建设都是无的放矢，不但无法保证建设的质量，也会迷失使用的方向。所以，必须将融媒体中心的综合效应纳入建设体系，让其无论在建设和使用中都能不离初衷，更好地服务人民群众。

首先，把握先进的传媒运营理念，保证传播力和传播质量。探寻增强传播效果的先进理念应该从

融媒体的特点和使用中寻找。融媒体之所以取代传统媒体成为目前以及未来的主流媒体，是人民群众对其特点的喜爱和所传递信息的认可。概括来说，从传播技术上融媒体具有同时性、反馈性和自主性，从传播内容上具有全面性、深度性和参与性。融媒体的这种技术特点和使用特征给人一种绝对真实感，也就是通常所说的身临其境。当人们能在融媒体中仿佛“眼见为实”的时候，其传播力和效果就不言而喻了。所以，融媒体中心保证传播质量的最重要运营理念就是要在技术建设和信息流通上实现“真实”的要求，满足人们对信息“真实”的需求，这就能达到最大的传播力。《论党的宣传思想工作》一书这样论述真实性：“真实性是新闻的生命，事实是新闻的本源。”^{[7]356}无视人民群众对真实的需求和信息接收习惯，在融媒时代仍旧“忽视新闻工作自身的规律性”^[10]地采用传统媒体时代陈旧的传播观念，是无法打动受众的。此正像马克思所指出的正确舆论方针的情况：“民众的承认是报刊赖以生存的条件，没有这种条件，报刊就会无可避免地陷入绝境。”^[11]

其次，融媒体中心要以综合服务为媒体平台目标。现代的主流媒体已经不是单纯信息流通的媒体，而是涵盖从信息到服务到人们的生活本身。人们在其中接受抽象的信息，同时也接受实际的物质。这些来自网络融媒体的服务已经融入并形成了人们的生活样态。在这样的生活方式里，“真实”已经不停留在信息层面，而是扩展到物质生活层面。《论党的宣传思想工作》所说的“不仅要准确报道个别事实，而且要从宏观上把握和反映事件或事物的全貌”^{[7]358}，这对融媒体时代的“真实”领会鞭辟入里，具有极富实践运作的指导意义。所以，区县级融媒体中心的建设如果要实现舆论导向，服务人民群众的目标，必须做到满足融媒体时代人民群众对全面真实的需求，把单纯的信息传播功能中心变成综合服务平台，也就是所见即所得。在对政策、管理、服务的报道中，人们能在实际的生活体验中经历相关职能部门和个体终端的实际运作和服务。融媒体中心只有做到从信息到实践的综合服务建设，才会让人民群众真正感受到不仅是语言信息上、更是物质生活层面的真实，从而才能达成中心的建设目标。

最后，融媒体中心要做好各部门协调，具有打通最后一公里的效果。融媒体中心似乎都面临“打通联通百姓的最后一公里”问题。其实这是一个伪命题，因为融媒体时代并不存在一个实际的距离。咫尺可以天涯，天涯也可以咫尺。有些建设者在字面上去实现这“一公里”，诸如去到基层、到各单

位甚至到住户家里安装 App 终端,这根本就是缘木求鱼,不得要领。融媒体领域的“最后一公里”只是一个形象的比喻,这一公里不在手机等各类终端 App 上,而在人民群众的心中。人民群众的信任和使用其实决定那最后路程的长度和打通的程度。所以“打通最后一公里”的关键不在信息的输出方即融媒体中心寻找,而要在接收方,在人民群众的心里和生活中寻找。反观那些成功“打通最后一公里”的案例,可以看到,它们都是先赢得了人民的信任,才取得了实效。如广东省某区融媒体中心介绍的成功经验:“这位乡村新闻官,他在快手上有 28 万粉丝,他一个月带货就为当地的大米销售解决了 36 万元,带动了村民的致富。”^[12]可见,只要融媒体中心把“为人民服务”这个最大目标落到实处,打通最后一公里就不是一个问题了。

4 结论

区县级融媒体中心的建设任重而道远。它不单纯是一个技术平台的建设问题,而且是一个思想建设和新时代治国理政观念、水平和能力的问题。在目前融媒体中心信息单调同质、人民参与度不高、服务人民效果不佳的建设困境状态下,文章提出了改善困境的质优建设方法。我们认为融媒体中心建设:一要尊重新时代传媒规律的内容为王,二要实现融媒体“融”本质的功能架构,三要保证服务人民目标的质优效果。只有做到这些,才能完成国家区县级融媒体中心建设的战略目标。总的说来,我们应该秉持人民群众至上的政治方向,深度融合舆论导向与服务目标,遵循和依靠传播规律,尊重和利用融媒体时代的人民生活样态,把区县级融媒体

中心建设成人民信赖,主动勾连,乐于使用的全媒体平台。

参考文献

- [1] 张金洁. 融媒体,到底融什么?: 写在习总书记“2·19 讲话”三周年[J]. 声屏世界, 2019(04): 18-19.
- [2] 何伟, 陈文伟等. 厦门区级融媒体中心的建设运营实践[J]. 现代电视技术, 2021(9): 111-116.
- [3] 王志勇. 县级融媒体中心建设的现状和思考[J]. 西部广播电视, 2021(9): 195-197.
- [4] 中央纪律检查委员会, 中共中央文献研究室. 习近平关于严明党的纪律和规矩摘编[G]. 北京: 中央文献出版社, 2016: 23.
- [5] 郝连儒. 中国共产党百年政治建设的基本经验探析[J]. 领导科学, 2021(10下): 7-11.
- [6] 郑保卫, 王青. 论中国共产党新闻事业百年发展的历史经验[J]. 现代传播, 2021(7): 10.
- [7] 习近平. 论党的宣传思想工作[M]. 北京: 中央文献出版社, 2020: 16, 356, 358.
- [8] 杜尚泽. 坚持正确方向创新方法手段提高新闻舆论传播力领导力[N]. 人民日报, 2016-2-20, 第一版.
- [9] 新华社. 中共中央办公厅, 国务院办公厅印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》[J]. 中国广播, 2020(11): 28.
- [10] 习近平. 摆脱贫困[M]. 福州: 福建人民出版社, 1992: 64.
- [11] 马克思. 马克思恩格斯全集(第一卷)[M]. 北京: 中共中央编译局, 人民出版社, 1995: 381.
- [12] 中国新闻网. 中国网络媒体论坛县级融媒体中心: 打通连接百姓的“最后一公里”[EB/OL]. [2021-11-25]. chinanews.com.

↑↑(上接第80页)↑↑

确性,警惕和规避其带来的风险。

参考文献

- [1] 冯智明. “凝视”他者与女性身体展演: 以广西龙胜瑶族“六月六”晒衣节为中心[J]. 民族艺术, 2018(1): 75-82.
- [2] 宋雁超, 古勇. 从受众需求谈媒体传播内容的变化: 基于马斯洛“需求层次理论”的分析[J]. 新闻战线, 2016(22): 29-30.
- [3] 令狐克睿, 杨帆. 短视频身体传播的价值与风险[J]. 青年记者, 2021(10): 44-45.

- [4] 刘怡. 规训与挣扎: 社交媒体语境下的女性身材焦虑与自我管理[J]. 视听, 2021(11): 153-154.
- [5] 胡泳. 新词探讨: 回声室效应[J]. 新闻与传播研究, 2015, 22(6): 109-115.
- [6] 欧阳灿灿. 欧美身体研究述评[J]. 外国文学评论, 2008(2): 24-34.
- [7] 王爱民. 消费文化语境下的女性身体形体塑造审美化规训[J]. 体育与科学, 2013, 34(2): 79-82.
- [8] 苏婧. 健康传播4.0: 从精英主导到平等对话[J]. 新闻战线, 2017(12): 15-16.