



OSID

县级融媒体赋能乡村振兴的 优势、短板与对策

蒋曼

(重庆第二师范学院, 重庆 400067)

摘要: 融媒体的出现为涉农传播创造了新的模式,县级融媒体则为涉农传播提供了更加坚实的平台,是乡村振兴战略实施的重要支撑力量。要充分利用县级融媒体集即时性、互动性、开放性于一体的优势,补齐县级融媒体助力乡村振兴的短板,打造融媒体传播矩阵,创新传播内容方式,构建高素质人才队伍,助力实现乡村振兴战略目标。

关键词: 县级融媒体;乡村振兴;媒体融合

中图分类号: G206;F320.3

文献标识码: A

文章编号: 1008-6390(2023)02-0010-04

党的十九大报告指出:“农业农村农民问题是关系国计民生的根本性问题,必须始终把解决好‘三农’问题作为全党工作的重中之重。”^[1]为此,国家正在大力实施乡村振兴战略。县级融媒体作为媒体融合发展的前沿阵地之一,在服务农村、发展农业、引导农民方面优势明显,可以作为乡村振兴战略的重要推动力量。要使县级融媒体有效助力乡村振兴战略,必须立足乡村振兴战略总体需求,充分考量县域经济社会发展实际,坚持特色化发展,补齐短板与不足,进一步扩大融媒体传播力,提升融媒体吸引力和感召力,彰显县级融媒体在乡村振兴中的积极作用。

一、县级融媒体助力乡村振兴的三大优势

县级融媒体具有县级区域特征,其受众涵盖特定区域居民,具有受众接受响应迅速、传播速度快、传播信息区域特色明显等特点,能够在实施乡村振兴战略中发挥不可替代的作用。

(一) 实现乡村振兴信息聚合的有效载体

县级融媒体作为面向基层的新型媒体,在服务农村受众方面具有得天独厚的距离优势,加之其舆论阵地属性,以及综合信息服务平台和社区信息枢纽的定位,使其能够成为乡村振兴信息聚合的载体,有效激发农民内生动力。一是能够增强舆论宣传的针对性。县级融媒体是媒介机构下沉的末梢神经,贴近“三农”实际,是党的思想舆论工作在基层的喉舌。县级融媒体在内容的二次解读与传播中,可以增强舆论宣传的针对性,从而避免理论宣传“不接地气”的窘况。二是能够提高舆论宣传的关注度。与传统的区域媒体相比,县级融媒体极具本土特色,能通过本土化语言表达,有效提升受众对宣传信息的关注度^[2]。三是能够提升舆论宣传的有效性。县级融媒体在传播内容方面特色明显,能通过通俗易懂的地方话语,将党的思想理论、方针政策清晰地传递给受众,从而提升农民对乡村振兴战略的认同感,激发广大农民实现农业农村现代化的极大热情。

(二) 提升农村治理效能的有效载体

在乡村治理实践中,县级融媒体可发挥引导、沟通和监督作用,助力农村社会、精神及生态文明建设,以此提高乡村治理效能。一是能够提升农民参与乡村治理的主动性。县级融媒体立足农业农村农民实际,在及时传播党的方针政策的同时兼顾基层

收稿日期:2022-10-07

基金项目:重庆市社会科学规划项目“优秀乡土德育文化推进重庆乡村振兴研究”(2021NDQN08);重庆第二师范学院“中特专项”“习近平新时代青年成才观融入大学生思想政治工作研究”(KY2020ZTB02);重庆第二师范学院校级科研项目“基于乡村文化振兴视角的优秀乡土文化德育资源现代转化研究”(KY202130C)

作者简介:蒋曼,副教授,研究方向:思想政治教育与新媒体。

群众需求,在引导基层政府关注乡村治理的同时注重引导农民实现自我意识的觉醒,这正是县级融媒体在实现乡村治理体系和治理能力现代化过程中发挥舆论引导的优势所在。二是能够助推基层政府与民众双向互动。县级融媒体往往设有具备地方特色、符合受众预期的栏目,让农民能够简单高效地参与乡村治理工作。如重庆市丰都县结合当地实际设置的“逛庙会展三丰风采”“民生实事看效果”“阳光连线”等栏目,陕西省陇西县结合当地特色设置的“看陇西”“走向我们的小康生活”“做好‘六稳’落实‘六保’”等栏目,点击、转发、留言量均维持较高水平,使基层民众与县域政府相互了解、相互促进,共同推进乡村振兴。三是能够营造乡村治理的良好舆论氛围。农村信息传播群体效应明显,舆论导向尤为重要。县级融媒体可突出地方代表性事例和人物的显著性,通过树立先进典型进行正向引导,如国家层面表彰的扶贫典型“扶贫扶志先进人物”“脱贫攻坚十大优秀人物”,省市层面表彰的“扶贫好人”“扶贫爱心组织”,区县层面表彰的“最美扶贫人物”等,为乡村治理营造良好舆论氛围^[3]。

(三)助力乡村产业振兴的有效载体

县级融媒体以其贴近农村的地域因素,以及语言通俗、传播迅速的自身特色,具有助推产业振兴的得天独厚的优势。一是能够促进农村信息化服务升级。中央及地方层面为推动乡村振兴提供了众多惠农政策和平台支持,国家相关部委和基层政府部门均围绕乡村振兴战略制定了具体措施,这些惠农政策及措施可通过县级融媒体得到有效传播,推动扶贫政策落实落地,发挥政策效力。二是能够推动农村产业结构升级优化。农村要振兴,农业要发展,农民要致富,产业须先行,县级融媒体可利用其近地域传播优势,拓宽信息渠道,优化产业配置,从源头层面整合供给,销售层面整合平台,流通层面整合物流,改变以往粗放型的小农经济模式,有效实现产、供、销一体化运作,增加农产品经济效益^[4]。三是能够推动农村流量经济发展。对于发展农村经济而言,平台电商、直播电商等流量经济必不可少。以直播电商为例,近年来,网络造红的过程使得农产品的品牌化进程不断加快,各地区县党政领导带货形成流量经济的“潮流”。如重庆市石柱县、广东省惠来县、新疆维吾尔自治区昭苏县等县级党政领导走进直播间为地方带货,“巫山脆李”“洛川苹果”“湖南米粉”“石柱辣椒”等通过网络直播成了网红产品,为农民带来了可观的收益。

二、县级融媒体助力乡村振兴的短板

县级融媒体尽管促进了农村产业的结构性调整,提高了农业劳动生产率,带动了农村经济社会发展,但在全面促进乡村振兴方面,仍存在短板。

(一)在内容生产环节缺乏用户思维

近年来,各地政府积极推动县级融媒体中心建设,县级融媒体传播矩阵已初步形成,县级政府和机构都基本上实现了“两微一端”或者“两微一端一抖”同时上线。以重庆市为例,2021年全市39个区县建成融媒体中心,各区县均已上线“两微一端一抖”,形成了初具规模的县级融媒体立体网络。一般而言,县级融媒体的主要作用是基于社会传播需求,为以乡镇社区居民、农民为主的区县一级基层受众传递有益信息,内容主要是中央和地方政策文件、法律法规、行业发展信息、传统文化等,为突出县域特点,内容须体现本土特色,易于基层民众接受。但在实际工作中,部分县级融媒体还存在以下问题:一是产品同质化严重,多数传播内容是对上级文件、中央或地方一级新闻报道的转发,缺乏本土化表述;二是对受众的个性化需求考虑不足,来料加工少,信息原创度低,基于采编、调研的原创报道较少,内容缺乏营养,离基层受众的需求相去甚远;三是尚未完全打破传统媒体思路的禁锢,县级融媒体中心的平台建设虽取得了一定成效,拓展了内容传播渠道,但在运行过程中,不少县级融媒体在内容更新上仍遵循“+互联网”的传统媒体思路,整合资源、充分考量技术与受众特质的“互联网+”思维较为缺乏。

(二)在传播方式方法上缺乏创新

融媒体所秉持的是将广播、电视、报纸、网络等媒介有机整合在一起,发挥各媒介优势,实现资源、内容、宣传、利益有机融合的一种理念。从传播表达方式而言,融媒体能弥补传统媒体信息表达方式陈旧、缺乏现场感和互动性等不足。在当前信息表达方式多元、信息选择多元的时代,县级融媒体恰能发挥优势,为乡村受众提供更多喜闻乐见的传播形式。但在实际工作中,还存在一些短板。一是一些县级融媒体沿用传统媒体的传播形式和表达方式,文字加图片占发布内容的大多数,而未采用目前新媒体常使用的短视频、直播、动画、互动等,脱离群众需求。二是农村受众的文化水平和信息接受程度较城市受众有一定差距,一些县级融媒体在传播形式上未充分考虑农村受众的特点,长文字、长视频内容降低了受众的关注度和浏览兴趣。

(三)在人才队伍建设上缺乏支撑

要实现县级融媒体高质量发展,人才队伍是关键。县级融媒体要在乡村振兴中发挥更加突出的作用,必须建设一支政治素质高、业务能力强、对“三农”既了解又热爱的专业化人才队伍。但就目前而言,县级融媒体在这方面还存在短板。一是缺乏专业的全媒体人才。以四川省为例,该省县级融媒体中心新媒体采编专业人员仅占35%,新媒体管理人才比例更是低于8%。从专业人做专业事的角度看,专业人才的缺乏限制了行业的发展。二是缺乏相对固定的涉农专业团队。浙江省2019年的统计数据显示,县级融媒体对产品开发策划的人才需求为100%,甚至高于技术协作和视觉呈现人才需求的94%。从乡村振兴角度看,农业专业人才对县级融媒体服务乡村振兴意义重大,专业团队缺乏限制了县级融媒体作用的发挥。三是从行业发展看,目前县级融媒体中心人员的构成主要是事业编制人员加合同制员工,农业融媒体团队人员工资待遇低、工作环境较为艰苦,聘用制员工人才流失较为明显。以广西壮族自治区百色市隆林县为例,2017年,该县广电采编人员为30余人,到2020年,队伍缩减到15人以内,该县融媒体发展因此受限。

三、县级融媒体助力乡村振兴战略目标实现的路径

县级融媒体要主动发挥基层主流媒体作用,立足农业、农村、农民发展实际需求,坚持“引导为先、振兴为要、民生为本、务实为基”的原则,在体制机制、内容形式、人才队伍建设等方面形成新的驱动力,切实为乡村振兴战略赋能。

(一)体制机制完善:着力推动县级融媒体融合改革

截至2020年,全国已实现县级融媒体中心全覆盖。全国县级融媒体在运行方面尽管积累了不少实践经验,但要实现县级融媒体对乡村振兴战略的持续推动,还需要进一步完善体制机制。

一是要推动形成具有融媒体特质的管理体制。要实现县级融媒体科学化常态化发展,关键是要解决“融”的问题,即资源、机构、人员的“三融合”^[5]。首先,基于“融合发展”的理念,将县域电视台、电台、网络、报刊、两微一端等媒体资源融为一体,统筹策划全域媒体运作,实现信息采集一次,生成视频、图片、文字内容一批,整合发布信息一片的效果,达到县域范围内的全覆盖。其次,要将传统媒体与自媒体有机融合,组建官方性质的媒体机构,实现管理

上的有序化,使媒体更好发挥“喉舌”作用。最后,将县域内媒体机构人员“集合”在一起,发挥群体优势。基于“中央厨房”的理念,建设县域全媒体新闻平台,充分发挥总编调度、采编、播发三大部门作用,部门设置体现本土特色,照顾本土需求,使其更好服务乡村振兴战略。

二是要推动形成科学有效的激励考核机制。中央全面深化改革委员会发布的《关于加强县级融媒体中心建设的意见》明确提出,要实现机构、人事等方面的革新,优化和完善媒体布局。全国县级融媒体积极开展改革实践,取得了一些实践成果,可资借鉴。如安徽省亳州市涡阳县融媒体中心明确管理激励机制,人员收入参考企业化激励考核机制,栏目组、新媒体中心、广播、管理各口分类考核并发放绩效,奖惩并重,有效调动了员工积极性;云南省大理市融媒体中心对采编人员实行积分制,每积分折算15元,最高工资甚至可以达到最低工资的3~4倍,正向激励效果明显。各地县级融媒体应结合实际,充分调研,制定创新、科学、完善而具有吸引力的考评标准,同时科学运用绩效考核手段,充分激发媒体人员内生动力。

(二)内容形式创新:提升传播内容感召力吸引力

内容质量直接决定媒体的“黏性”。县级融媒体应将“内容为王”作为推动自身发展的立足点。基于乡村振兴需求,县级融媒体要深入田间地头,从受众的需求出发,多推带有“露水”的新闻,增强信息传播的实效性。

一是巧用善用云平台。云平台是融媒体重要的技术支撑,“1+N”模式已在各个领域取得显著成效,国家层面有“人民云”,省级层面有“北京云”、“新湖南云”、安徽“海豚云”等,区县层面有重庆“两江云融媒体”、江苏邳州“政企云”等。县级融媒体要充分发挥云平台优势,有条件的县要自建云平台,接驳省级云平台,以此强化技术驱动。国家和省级云平台应充分发挥指导作用,为县级融媒体提供技术支持和解决方案,进一步放大县级融媒体的基础传播作用。

二是巧取善取即时信息。媒体影响力的标准是对量和质进行评估,即覆盖的广度和说服的效果,而评价媒体信息是否为优质信息的重要衡量标准之一则是即时性。在快节奏的信息社会,自媒体引发的媒体变革带来了信息更迭速率的急剧变化,同一信息对受众的持久影响力已经减弱,这一定律在信息素养与城市人口有一定差距的农村同样适用。为

此,要使县级融媒体更好发挥服务乡村振兴的作用,信息更应该体现出“快”“准”“新”的特点。云南省文山州融媒体中心一线采编人员达到人力总数的70%以上;湖南省长沙市望城融媒体中心一线采编人员长期深入田间地头,带回“带露珠”的新闻;浙江省丽水市庆元县融媒体中心开设涉农栏目《“三农”助力团记者来帮忙》,聚焦“三农”,专注于农民增收,展现出县级融媒体的责任担当。

三是巧编善编吸睛报道。乡村振兴包含产业、生态、文化、社会治理及民生等,涉及“三农”的各个方面,是县级融媒体赋能乡村振兴的切入点。县级融媒体既要走“特立独行”的路,创新方式,提高吸睛力,又不能像自媒体一样,单纯依靠内容上的乖张来吸引受众。以江西省分宜县融媒体为例,该县在将所有融媒体整合的同时向下打通乡镇村传播通道,全域构建融媒体矩阵,吸引超过100个活跃自媒体,内容生动有用处,形式多样接地气,涉及教育、医疗、就业等23个服务领域,方便群众衣、食、住、行、办事各个方面,体现了内容和形式上的创新,凸显了县级融媒体的社会价值,获得了实实在在的效果。此外,国家和省级融媒体,特别是涉农融媒体,要为有需求的县级融媒体提供内容和形式上的指导,必要时可为条件不足的县级融媒体提供可资借鉴的涉农信息传播方案,帮助县级融媒体采编和发布更多涉农信息。

(三) 人才队伍保障:建设满足乡村振兴战略需求的人才队伍

要充分发挥县级融媒体对乡村振兴战略目标的助推力,建设一支满足乡村振兴战略需求的人才队伍显得尤为重要。

一是强调团队性,组建专业化涉农媒体团队。县级融媒体要服务乡村振兴战略,专业化媒体力量必不可少。但采集“三农”视角信息,乡村信息员队伍也不可忽视。甘肃省清水县融媒体中心另辟蹊径,选拔政治觉悟高、业务能力强的96名县级部门工作人员,组成融媒体信息员队伍,负责线索报送、稿件撰写、信息发布等工作,有效改善了县级融媒体人员不足、触手不及的现状,解决了众多农村群众的急难愁盼问题。

二是突出专业性,拓宽专业化人才选拔途径。发挥县级融媒体的服务作用,建设一支复合型融媒体人才队伍必不可少。首先,要跳出体制机制禁锢,拓宽人才引入途径,在用好事编制凝聚人才作用的同时,运用好社会招聘丰富人才体系的优势,招聘

专业化新闻传播人才。江苏邳州融媒体中心打破管理体制机制限制,探索“事业+企业”人才运行机制,特殊人才特殊对待,为中心发展积蓄了发展动力^[6]。其次,要引入专家型人才,特聘省级甚至国家级媒体人或相关领域专家,为县级融媒体提供咨询和指导。最后,要做好人员培训,推动业务革新、理念更新和思维创新,特别是加强农业知识培训,使其具备涉农内容采、编、播、设计和整合的能力,着力培养复合型人才。

四、结语

随着触网民众数量不断增加和互联网覆盖范围进一步扩大,“数字鸿沟”加快弥合,县级融媒体借城乡差距逐步缩小的东风迎来难得的发展契机。县级融媒体以其响应迅速、传播速度快、信息传播区域特定等特点,成为乡村振兴信息聚合、农村治理效能提升、乡村产业振兴的有效载体,在实现乡村振兴战略中扮演着重要角色。县级融媒体要乘势而上,紧紧围绕“三农”问题,补齐内容生产环节思维单一、行业创新思维培育不足、人才队伍建设滞后等短板,在体制机制建设、形式内容创新、人才队伍保障等方面有所作为,打通传播渠道下沉到基层末端的环节,推动县级融媒体融合改革,提升传播内容感召力吸引力,建设满足乡村振兴战略需求的人才队伍,助力乡村经济由传统型向智能化、智慧化转变,推动形成具有时代特征和发展活力的农业产业经济,实现乡村振兴战略的各项目标。

参考文献:

- [1] 习近平. 决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利:在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[M]. 北京:人民出版社,2017.
- [2] 叶明睿,陈桂川. 分担、共享与互促:县级融媒体在农村电商发展中的媒介动员[J]. 现代出版,2021(5):56-61.
- [3] 王春林. 县级融媒体中心助推少数民族乡村文化振兴的路径探讨:以广西壮族自治区少数民族县为例[J]. 出版广角,2021(15):76-79.
- [4] 常凌翀. 县级融媒体创新数字乡村治理的内在逻辑与推进路径[J]. 中国出版,2021(14):37-41.
- [5] 谭云明,黄瑜娜. 县级融媒体中心建设:乡村振兴战略实施路径选择研究:以湖南株洲地区为例[J]. 中国出版,2021(4):38-41.
- [6] 张玮,李旭,王玺. 县级融媒体在乡村振兴传播中的问题与对策[J]. 青年记者,2020(11):40-41.

[责任编辑 文 川]