

县级融媒体深度融合的“三融一特”卫星城模式建构

□ 陶婷婷 李本乾

[中图分类号]G206[文献标识码]A[文章编号]1009—5322(2021)02—0051—4

【内容提要】当前我国各县融媒体建设亟需顶层设计,提供切实可行的模式路径。本文分析了当前阻碍我国县级融媒体建设的四大制约因素,发掘了以“融媒+三务”实现我国融媒体建设弯道超车的“蓝海”优势,规划了符合县级融媒体发展特色的卫星城模式,其中包含的“一轨多融、敏捷多融、三务交融、地方特色”的“三融一特”原则及实践路径,可为县级融媒体深度融合带来启示。

【关键词】县级融媒体;三融一特;卫星城;深度融合;模式

融媒体概念最初由西方学者媒介融合概念发展而来。近年来,尽管尚未形成一致的关于融合的定义,国际学界针对此概念的研究显著增加。Meikle, G.et al 从技术、产业、社交、文本四个维度确立了媒介融合的框架。^①澳大利亚学者 Flew, T. 将媒介融合定义为:“随着互联网的发展和普及而出现的计算和信息通信技术、通信网络和媒体内容之间的相互关联,以及数字媒体空间中出现的产、服务及活动的融合。”^②有学者随后受 Meikle, G.et al 启发,将媒介融合精简为 3C 融合,即计算、通信传播及内容的融合。因此,融媒体可理解为以计算信息处理技术、通信传播、内容融合为核心的,具有产业、社交等多重融合属性的媒体。融媒体建设可围绕技术、结构、管理等全方位融合而展开。本文拟在分析我国县级融媒体发展的制约因素及“蓝海”优势基础上,提出“三融一特”卫星城模式,以期为各地县级融媒体建设带来启示。

一、县级融媒体建设闭环形成的制约因素

中宣部部署要求 2020 年底基本实现县级融媒体中心全覆盖,全国各地县级媒体纷纷开展融媒体实践。本着提出问题、解决问题、实践路径三步走策略,本文分析阻碍我国县级融媒体建设的四大因素,以利后续对症下药。

(一)平台及技术水准参差不齐

目前,全国县级融媒体中心建设囿于各地经济发展水平不一,建设水平严重失衡。相关调研显示,截至 2018 年 12 月,全国县级融媒体中心建成比约为 12.30%,而从地区来看,相较于东部地区 14.50%的建

成比,东北地区建成比仅为 2.40%。^③当沿海经济发达地区融媒体中心拥有全景演播室系统,斥巨资购买无人机、AI 机器人等先进技术装备时,欠发达省份地区的县级融媒体则困于资金、技术、设备以及后续维护匮乏等处境。有学者在研究凉山贫困地区融媒发展实践时发现,会东县融媒体中心作为凉山第一家融媒平台,虽前期耗资巨大,却因身处集中连片深度贫困地区,囿于资金问题,面临着后期维护难以为继、资金无法保障的问题。^④即便在经济相对发达地区,在缺乏顶层设计和布局的情况下,容易出现各自为政,标准不一的问题,如在内蒙古旗县,就出现重复投资、重复建设的现象。^⑤

(二)人员思想僵化、模式照搬

受制于平台规模,县级融媒体普遍存在人才向省会城市或其它中心城市流动的问题,调研显示,当前县级融媒体中心工作人员“有 40.43% 为非正式在编人员(包括合同工、临时工、实习生、兼职等)。”^⑥即使是在编人员,相当一部分抱有吃“大锅饭”的心态,没有真正意识到媒介融合这一变局对国家、社会及其自身的重要性,不注重自我提升,自身技能没法跟上融媒体的专业要求。内蒙古旗县的融媒体中心就暴露了“缺少新媒体产品制作、采编复合型和技术开发维护人才”的瓶颈。^⑦专业技能不足、思想僵化及归属感缺失,也导致从业人员不具备主动思考融合创新的意识和能力,将融媒建设视为政治任务,在具体执行过程中容易采取简单粗暴的照搬照抄模式。

(三)并未打通融内核

有学者调研发现,一些县级部门只是简单合并办公,本质依旧是“独立运营、分开管理”。^⑧这种形式上的“融”实质上并没有打通融的内核。要打通融的内

【作者简介】陶婷婷,上海交通大学媒体与传播学院助理研究员。

李本乾,上海交通大学媒体与传播学院教授、博士生导师。

核,不仅是形式、内容上的融合,也需要组织、机制的融合,更重要的是要达成思想上的深度融合。县级融媒体要在四级架构模式上,与中央、省级媒体达成思想上的融合,并且通过润物细无声的“政务”“服务”及“商务”重构与群众的纽带,达成与民众思想上的融合。

(四)同质化严重

县级融媒体从业人员专业能力不足,思想僵化的短板也导致将自身定位于“传话筒”角色,媒介内容满足于对“中央厨房”或上级媒体内容精神的解读传达,平行媒体也多是对微博、微信公众号内容的复制粘贴,长期以来,各地融媒体内容同质化严重,毫无新意特色,缺少创造力和吸引力的县级融媒体广告收入锐减,进一步影响其自身造血能力。

从社会心理学的角度来看,人与人之间的物理空间距离会影响人与人之间的心理距离。^⑨作为物理及心理上与群众最近的基层媒体,县级融媒体与群众息息相关,它不仅承担着信息流通的功能,更承载着政务和服务的功能,从而建立群众对于国家的信任关系,达成国家长治久安的目标。

二、国际融媒体发展视野中的中国融媒体“蓝海”优势

在全球媒介融合的大趋势下,为抢占先发市场及优势,以BBC、《华尔街日报》《华盛顿邮报》等为代表的西方主流媒体纷纷开始融媒体转型。西方国家融媒体实践多以资本并购抢占市场,确立先发优势,内容和渠道融合往往占据西方媒介融合的第一落脚点,而在社会效益方面,却面临着尴尬困境,囿于资本、环境及政策影响,“融媒+公共服务”的实践探索常常遇冷。

相较于西方媒体融合,中国媒体融合过程中体现了制度和环境的比较优势。习近平指出,全媒体不断发展,出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体,信息无处不在、无所不及、无人不用,导致舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化。^⑩值此契机,融媒体建设可充分利用举国优势,整合各类资源推动各级融媒体充分发展。破除了本位主义、信息孤岛、数据孤岛和利益孤岛^⑪的中国融媒体,可充分发挥联动优势,并利用互联网头部企业的技术平台,形成后发优势。

西方媒体融合实践中的“融媒+”遇冷困境,正形成了中国融媒生态发展的“蓝海”优势,可以成为我们“弯道超车”的切入点。2018年8月21日,习近平在全国宣传思想工作会议上强调,要扎实抓好县级融媒体中心建设,更好引导群众、服务群众。将服务群众放在融媒体建设的核心地位,体现了中国特色社会主义的制度优势。中国的融媒体建设,应充分利用这一制度优势,整合资源,以政务、服务、商务“三务”为切入点充分发展,打造中国融媒体的后发优势。

为了更准确说明中外融媒体发展存在的差异,本文对其进行对比研究(见表1)。

研究结果发现,西方国家的主流媒体集团以占领市场、资本盈利为目的,而中国媒体融合在“引导群众、服务群众”的指导方针下,坚持以“服务群众+政策引导”为宗旨;在融合方式上,西方媒介融合侧重于资本、渠道及内容融合,而中国融媒体可整合各类资源,充分实现全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体融合;在组织结构上,西方国家受资本影响,多采用强强联合,组建信息商业集团,而中国采取中央、省、市、县的四层架构模式。

表1 中外融媒体实践的对比分析

对比	融目标	融方式	融结构		
			战略架构	组织结构	业务结构
国外	资本盈利	渠道内容融合+资本融合	垂直细分	信息商业集团	传统精品+社会原创
国内	服务+引导	全息融合	多重架构(层级+网格)	四级融合(中央、省、市、县)	信息+三务(政务、服务、商务)

在中国融媒体治理的多重框架下,可打造集系统融合、行业融合、功能融合、平台融合、服务融合为一体的智慧全媒体融生态,实现多媒体的合纵连横、共融互通,最终达成万物皆媒、服务社会的目的。其中,县级融媒体作为下沉的基层融媒体,在媒介融合如何“走好最后一公里”方面,扮演着重要的角色。

三、县级融媒体深度融合的“三融一特”卫星城模式

(一)深度融合的“三融一特”卫星城模式

为全盘激活中国融媒体发展的“蓝海”优势,解决当前县级融媒体建设问题,笔者因应规划了县级融媒体深度融合的“三融一特”卫星城模式。

卫星城思想初始于英国学者霍华德在1898年提出的花园城市理论,随后美国学者G·泰勒于1915年在《卫星城镇》中正式使用“卫星城”这一概念。^⑫目前学界对卫星城的普遍理解是“在大城市周边,距母城具有一定距离,承担一部分城市功能,同母城具有一定联系又相对独立的新兴城镇。”^⑬从这个概念可知,卫星城的特征是既与中心城市存在天然依存关系,又具有相对自主权,承担特定职能。以“卫星城”概念来规划建构县级融媒体深度融合的“三融一特”模式,具备双重内涵。

一是从地域及社会治理角度来说,县市与中心城市的关系符合传统意义上的“卫星城”概念,县市与省级中心城市相互依存,在管理、经济、文化方面紧密连接。作为围绕在中心城市周边的县级融媒体,扮演着省级融媒体的卫星城角色:既是省级媒体文化、意识形态输出的延伸,也立足地方,具有发挥地方特色优势的相对自主权。

二是卫星城模式更深层的含义是融合模式上的“卫星城”模态,通过卫星城的多重嵌套模式,真正实现

县级融媒体深度交融实践。卫星城模式构想以科技平台为主“磁力中心”，围绕着政务、服务、商务三大功能社区（次磁力中心），而每个功能社区周围又分化出不同的受众社区，如医疗、出行等，它们构成了围绕在“次磁力中心”周围的小行星，从而形成了多中心、多层次的“融媒体生态卫星系”（见图1）。因此，这个体系可以理解为由若干功能平台集聚而成的，多中心、多层次的复合生态星系，一个由专门化功能的媒体平台组成的多核系统。

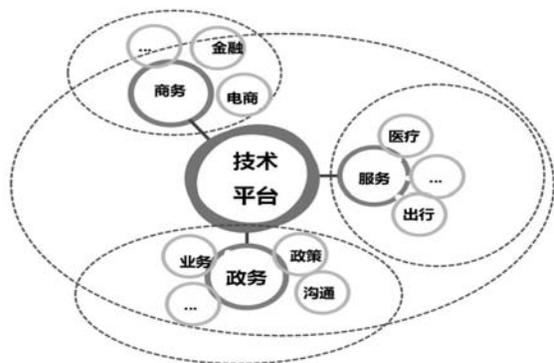


图1 县级“融媒体生态卫星系”

为了让此“融媒体生态星系”正常运转不脱轨，本文提出该模式的“三融一特”原则（见图2），具体包括：一轨多融、敏捷多融、“三务”交融、地方特色四大原则，以应对目前县级融媒体建设问题。

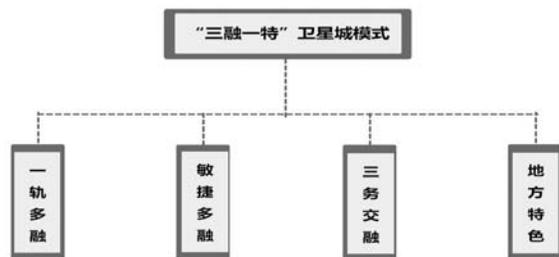


图2 县级融媒体“三融一特”卫星城模式

1、建立“一轨多融”技术平台。针对各县融媒体平台及技术水准参差不齐的现状，建立“一轨多融”技术平台。一轨多融即打通技术轨道，在技术并轨的基础上，实现深度融合的多样化发展路径。建设县级融媒体中心涉及到平台、技术改造与升级问题，往往耗资巨大。集合资金、技术资源支援县级融媒体技术并轨，可使地方融媒体彻底摆脱资金和设备等硬件困扰，将注意力和发展重心集中到如何加强软体服务，在技术并轨的前提下实现组织、机制、内容、信息、生活、文化、思想等融合，而其最终目的是实现国家长治久安、人民幸福、社会和谐。

2、创立“敏捷多融”柔性机制。针对各县融媒体人员思维僵化、融媒体模式创新不足等问题，提倡创立敏捷多融柔性机制。2018年世界经济论坛治理白皮书将敏捷治理的概念引入政府规制领域，以包容性和适应

性为主要特点。考虑到城乡差异，县级融媒体不应完全比照中心城市治理模式，而应实施包容性更高的柔性治理机制。县级融媒体具有体量小、动态灵活等特征，应鼓励它们利用县级融媒体的敏捷创新优势，实现深度融合。

3、强化“三务交融”目标。针对融媒建设还未打通融内核的问题，需要强化“三务交融”的目标，加深与群众的互动参与。一轨多融的本质和目的是政务、商务、服务“三务”交融，这三务构成了县级融媒体中心三大职责功能。为实现这三务交融，必须加强群众的深度参与互动。融媒体的技术逻辑是“链接、互动和开放”，^⑩深度交互既是三务交融的价值需求，也是新媒体技术发展至今的必经阶段。县级融媒体应发掘多种形式加强与本县居民的深度互动，重视群众需求和反馈，“主动创新政治沟通方式，从单一的新闻传播功能向双向政务沟通、场景化生活服务的方向拓展。”^⑪各地融媒体中心可继续探索如何更好利用手机APP、聊天机器人等载体，进一步增加群众参与互动渠道的可得及便利性。

4、确立地方融媒体特色。针对各县融媒体内容同质化问题，需要确立地方融媒体特色。不同于人口流动密集的大型城市，县城居民在长期共同生活和相互交织的人际网络中，沉淀了独属于当地的县域文化。考虑到“县域媒体因其地域上与民众的接近性，在展现地域文化、传承地域特色方面起着重要作用，”^⑫应鼓励县级融媒体发挥地方优势。

（二）从“3C”到“3C+”深度融合实现路径

1、建立“5G+4K”技术平台。因应“一轨多融”原则，以技术并轨的方式将全国各县融媒体统筹纳入“5G+4K”技术平台，此举可减轻地方财政负担和技术不足，使县级融媒体也可充分享受云计算、大数据等技术优势，实现与中央、省融媒体中心的技术无缝对接、全面“融入全国融媒体建设体系”。^⑬

2、打造“马提尼媒体”。“一轨多融”平台构成了县级“马提尼媒体”的必要和充分条件。马提尼媒体的概念最早由BBC在其数字化转型过程中提出，旨在以一种鸡尾酒媒体概念，即超越传统媒体定位，使受众得以“任何时间、任何地点、通过任何终端”^⑭消费媒体内容。马提尼媒体旨在提升与受众的交互程度。正如Bonini, T.et al描绘的：“媒体内容产品的倍增、低成本通信和编辑软件技术的扩散、个人内容分销平台的出现，都有助于教育公众更多地参与制作媒体内容。”^⑮打造县级“马提尼媒体”可以有条件地对接群众自媒体平台，让百姓以自我视角记录生活，在参与互动中增加归属感，以期实现与百姓生活的全方位深度交融。

3、培训“全媒体”记者。为使县级融媒体人员尽快适应融媒背景，可借鉴BBC的经验，后者不断提供与时俱进的培训，为融媒体的内容生产持续输出全能型记者。他们不仅能够从事日常采编工作，还可随时利用

各种随身装备,实时“获取、剪辑和上传高质量的视频或音频素材。”^⑩这些融媒体记者,可化身媒体触角,实时捕捉身边故事,发现群众需求,通过与群众的亲密互动扩大县级融媒体的影响力。

4、赋予群众“被听到”的能力。敏捷多融柔性机制的包容性内核,还要求赋予群众被听到的能力。在传统广播电视时期,美国学者 Scannell, P. 提出,公共服务的使命应该是寻求“包容性”^⑪这一基本原则。而为了确保公共广播机构具有包容性,必须致力于确保所有居民都能收听广播,并“制定一项能够在文化和社会上包括所有公民在内的编辑战略”。^⑫Bonini, T. et al 也提出,公共服务媒体的目标应该是提高公民的能力,而其中最重要的一个是“被听到”的能力。^⑬我们认为,时代演进至媒体数字化时期,多样化的媒体渠道内容,可以吸纳更多群众的声音,融媒体技术赋予了这种包容性更大的可能。县级融媒体中心可参考《赫芬顿邮报》经验,由专业人才进行本县下沉数据分析,“结合大数据算法获取热门关键词”,^⑭以利实时倾听本县民众需求,并可及时反馈当地或上级政府,以便及时调整应对措施,达成敏捷反应、小步快走的柔性治理机制。

5、整合下沉式“智慧社区”。为实现“三务”交融目标,更好贴近群众,可打造下沉式智慧社区,将触角延伸至最基层社区。社区这个概念最早被德国社会学家斐迪南·滕尼斯在其1887年的成名作中赋予社会学涵义,意为“共同体和社会”,后来被逐渐拓展为“特定空间生活的人群以及地理区域”。^⑮社区在中国属于城市最基层的区域单元,将县级融媒体以智慧社区进行定位及要求,有利于促使其进一步贴近民生,将便民服务延伸至社区层面,打造兼顾信息、政务、便民服务的智慧社区。

未来在打造智慧社区方面,可借鉴西方媒体,引入“聊天机器人”模式。CNN是最早推出聊天机器人的媒体,聊天机器人可以让用户随时获取他们想要的个性化新闻。^⑯未来在融媒体智慧社区平台中,民众可通过聊天机器人来获取本地新闻、天气、娱乐等多领域全方位信息,或者办理相关业务。

6、打造地方品牌。为树立地方特色则需重视打造地方品牌。全国各地经济文化发展水平不一,各县级融媒体应从本地区实际情况出发,发展地方特色品牌。经济相对落后地区可利用直播助农等方式宣传本地区特产,走出一条促进地方经济、文化发展的特色道路。其他地区也应充分挖掘本县区优势,展现本土文化、传承地域特色,打造地方融媒体品牌。

四、小结

如果说 Flew, T. 将媒介融合定义为3C(算法、传播、内容),那么融合了以上诸多因素的县级融媒体将超越3C框架,充分深入基层,在与群众互动过程中建

立亲密联系,使其产生归属感和认同感,继而建立第四个C—信任感,形成媒体公信力。从3C到3C+,我国县级融媒体建设任重道远。■

参考文献:

- ① Meikle G, Young S. (2011). *Media convergence: Networked digital media in everyday life*. Macmillan International Higher Education.
- ② Flew T. (2014). *How We Are Governed: Investigations of Communication*. *Media and Democracy*, 10.
- ③⑥ 谢新洲、朱垚颖、宋琢谢:《县级媒体融合的现状、路径与问题研究——基于全国问卷调查和四县融媒体中心实地调研》,《新闻记者》2019年第3期。
- ④⑧ 孟丽涛、苏勇:《全媒体时代深度贫困地区县级媒体融合路径选择——以凉山彝族自治州为例》,《西昌学院学报(社会科学版)》2019年第3期。
- ⑤⑦ 刘国栋:《内蒙古旗县级融媒体中心发展问题与对策思考》,《新闻论坛》2020年第4期。
- ⑨⑤ 谈华伟:《社区媒体:县级融媒体中心建设新触角》,《青年记者》,2020年第29期。
- ⑩⑰ 龙迎伟:《有的放矢:扎实推进县级融媒体中心建设》,《人民日报》2019年10月10日第9版。
- ⑪ 郭全中:《县级融媒体中心完善的关键点与三种路径》,《新闻与写作》2020年第10期。
- ⑫⑬ 李万峰:《卫星城理论的产生、演变及对我国新型城镇化的启示》,《经济研究参考》2014年第41期。
- ⑭⑮⑯ 李瑶:《浅析县级媒体融合发展的现状及路径》,《新闻研究导刊》2020年第11期。
- ⑰⑱ 林沛杰、龙思薇、周艳:《组织、工具、社交:BBC全面开启融媒体时代》,《国际品牌观察(媒介)》2020年第2期。
- ⑲⑳㉑ Bonini T, Pais I. (2017). Hacking public service media funding: A scenario for rethinking the license fee as a form of civic crowdfunding. *International Journal on Media Management*, 19(2), 123-143.
- ㉒ Scannell, P. (1996). *Radio, television and modern life*. Wiley-Blackwell.
- ㉓ 杨万贵:《传统媒体与新兴媒体融合发展调研报告》,《学习月刊》2014年第23期。
- ㉔ 张建中:《多平台战略:CNN的数字化转型与创新实践》,《中国电视》2017年第9期。



赶巴扎(粉画)

刘志远