

宁南地区县级融媒体中心发展的困与变

——以泾源县融媒体中心为例

丁婉玉

(宁夏大学新闻传播学院, 宁夏 银川 750000)

摘要: 县级融媒体中心是打通基层服务群众“最后一公里”的重要载体,也是引导群众的重要媒体平台。在国家政策的支持下,在媒体融合整体推进的大背景下,县级融媒体中心已经迈过简单拓展平台、搬运重复内容的媒体融合1.0时代,全面迈入了深度融合、提质增效的2.0时代。在东西部县级融媒体发展差距较大的现实背景下,西部欠发达地区县级融媒体发展问题亟待解决。本文以宁夏南部山区泾源县融媒体中心为例,通过研究它的发展现状和存在问题,试图从内容、人才、资金等方面提出具有可行性的解决方案,为当地县级融媒体中心和发展基础相似的其他县级融媒体中心发展提供借鉴与参考。

关键词: 县级融媒体;媒体融合;问题;对策

目前我国县级融媒体中心建设不断向纵深推进,从最初的机构重组、平台搭建、模式探索阶段逐步迈向质效合一、平台融通的2.0阶段。但由于地区经济发展差异大,东部发达地区在县级融媒体中心建设中处于领跑地位,涌现出诸如浙江长兴县融媒体中心、江苏邳州市融媒体中心等一批敢于改革、敢于创新的先进典型,西北地区县级融媒体中心发展较为落后,但对于落后地区县级融媒体中心的研究仍有意义,本文通过对宁夏南部山区泾源县融媒体中心的研究,指出发展存在问题,提出对策建议,以期取得更好发展。

一、发展现状

泾源县融媒体中心于2019年建立,目前根据业务工作需要,内设综合部、总编室、全媒体记者部、技术部、影视服务部5个部室。中心现有工作人员24人(其中主任1名,副主任2名),聘用人员14人。综合部2人,总编室2人,全媒体记者10人,技术部4人,影视服务部2人。近4年发展历程中,既有国家政策、资金等外部扶持,也有机制改革、内容创新等自身努力。

(一)政策支持

泾源县融媒体中心的建立是自上而下,步步推动的。2016年宁夏党委办公室出台了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的实施意见》(宁党办发〔2016〕40号),搭建了媒体融合的初步框架。为落实中央、自治区关于推动县级融媒体中心建设的要求,2019年9月25日县委编办印发《关于设立泾源县融媒体中心的通知》(泾编发〔2019〕35号),同年11月7日“泾源县融媒体中心”挂牌成立,加挂“泾源县广播电视台”牌子。2020年自治区党委宣传部等单位又印发了《全区县级融媒体中心建设实施方案》的通知(宁宣发〔2020〕4号)等文件,对进一步完善融媒体中心建设作出了明确指导和规划。

(二)融合机制

建立“中央厨房”式的全媒体指挥中心,从以往的新闻记者“各自为政”转变为全媒体记者“联合作战”,从“策、采、编、发、管、评、馈”七个环节进行流程再造,使全媒体记者所采信息内容共融互通,实现“一次采集、多种生成、多元传播”格局。着重制定融媒体中心工作人员薪酬待遇方面的制度性文件,比如《泾源县融媒体中心聘用人员薪酬改革制度》《泾源县融媒体中心全媒体记者绩效工资考核管理办法》等制度。

(三)硬件平台

安排建设资金410万元,完成了指挥调度大厅内装、动力电扩容提升、网络改造升级和县级平台设备更新升级安装调试等工作。把握新闻传播信息视频化、移动优先化的融媒体报道新趋势,不断

拓展传播平台,目前已经拥有泾源县融媒体中心微信公众号和视频号,微信公众号服务栏链接了泾源县人民政府网,开通了官方抖音号和快手号,同时与宁夏融媒体平台黄河云视合作,上传本地相关信息,进一步扩大影响力和知名度。生产的新闻报道从单一的文字、视频新闻转变为适应不同传播平台特性的图、文、音、视频等融媒内容。健全了信息资源共享机制,构建新型主流舆论传播阵地,打造全方位多角度融为一体的泾源县融媒体宣传矩阵,着力构建“全媒发布、全网互通、全域覆盖”的县域媒体融合发展新格局。

(四)内容策划

泾源县融媒体中心坚持围绕中心、服务大局,充分发挥基层主流媒体的舆论导向作用和“喉舌”作用,不仅是国家路线、方针和政策的宣传员,也是代表基层群众的传声筒和麦克风。

1. 紧跟热点,联系群众。2022年10月对于全国人民而言是极不平凡的一个月,因为这个特殊的月份见证了党的二十大召开。在二十大召开之前,泾源县融媒体中心紧跟政治生活热点,为喜迎二十大,在微信公众号上推出了奋进新征程·建功新时代系列特别报道,从产业、生态、民生保障等与当地群众息息相关的领域描绘了泾源县这十年来发展的成就,展示了泾源县人民生命不息、奋斗不止的精神风貌。二十大开幕式召开当日,在微信视频号上推出了热议二十大系列视频,融媒体中心记者深入全县各个领域,对乡镇基层干部、教育工作者、企业经理、宗教管理人士等人进行采访,让他们在镜头前热议收看开幕会后的感想,他们将学习精神与个人工作实际紧密结合,表达了对祖国的美好祝愿和建设祖国的勇毅决心,为人们树立了良好的典范。

2. 创新话语,正确引导。毛泽东在对晋绥日报编辑人员谈话时指出:“我们党所办的报纸,我们党所进行的一切宣传工作,都应当是生动的、鲜明的、尖锐的、毫不吞吞吐吐的。这是我们革命无产阶级应用的战斗风格。”随着互联网与新媒体的迅猛发展,如何用群众喜闻乐见的方式制作新闻产品对传统主流媒体是莫大的考验。泾源县融媒体中心创新宣传方式,在疫情防控期间,融媒体记者化身“演员”,用当地方言在群众熟悉的生活场景中演绎疫情防控情景剧,提醒群众及时采集核酸、戴好口罩、做好防护措施;推出“主播说防疫”系列节目,支持人前往高速路口等疫情防控一线卡点,为群众进行现场直播,向工作人员了解当前疫情防控形势,展现危难关头挺身而出的疫情防控战士无私无畏的品格。

3. 立足本土,深挖特色。全国县级融媒体典型代表——长兴传媒集团曾推出《夜宵长兴》《早餐长兴》和《年味长兴》等县域美食类短视频,一日三餐、佳节聚餐等生活场景拉近了群众和媒体的距离,报道更接地气、更具烟火气。泾源县融媒体中心也

尝试探索制作原创节目——《吃在涇源》，记者成了探店美食博主，走进当地家喻户晓的饭馆，在卧龙人家品尝回族特色美食“九碗十三花”，在惠老五泡馍馆感受牛肉汤的醇香，在蝎王府一试羊蝎子的鲜香……节目推出以来广受好评，短视频平均点赞700次以上，收到受众“转型成功”“棒棒哒”等评价。以全区开展的“两晒一促”大型文旅宣传推介活动为契机，推出旅游宣传视频，邀请县长化身视频主人公，和群众一起在乡间骑车、在农户家中制作当地传统美食——蒸鸡，通过有温度、接地气的视频推广涇源县“山水涇源康养福地”的旅游品牌。

二、存在问题

（一）特色凸显不够

涇源县旅游资源丰富，老龙潭、六盘山国家森林公园、秋千架、野荷谷、香水花海等著名景点风景怡人，每年区内外游客络绎不绝。旅游带动餐饮、住宿等行业大力发展，为本县经济增长添砖加瓦。但是融媒体中心没有抓住旅游业这一宣传特色，《涇源：绿树皆秋色 千山唯落晖》推送文章通过视频、照片、文字多种形式融合的方式进行报道，但仅仅体现为简单的形式叠加，并没有把握融合的本质，单调的景色转换和枯燥无味的文字让推送没有吸引力，阅读量仅为203人，对比当日发出的其他2篇推送（阅读量均为800+），完全没有凸显旅游之县的优势。

（二）融媒人才匮乏

涇源县融媒体中心成立后，并没有特别招录具有新闻传播学背景、懂得如何运作融媒体的人才，只是简单地将涇源县电视台和一些调用的非专业人员进行整合。中心现有工作人员24人，全媒体记者10人（占中心全部工作人员的比例为41%）。从数据上看，虽然全媒体记者占比较大，但基本人员配置是换汤不换药，还是沿用过去的老记者做融媒报道。虽然老记者经验丰富、人脉资源广，但他们大多不是新闻传播专业出身，对于目前融媒建设与发展专业理论没有经过系统地学习。

（三）资金来源单一

涇源县融媒体中心资金来源全部依靠县级财政保障，含办公经费、聘用人员工资。融媒体中心与其他媒体集团一样都是事业单位、企业经营，但这种模式在行政管理与市场化运作方面存在冲突，单位领导与工作人员大多属于正式编制人员，每月有固定工资收入，所以对于中心招商引资、拓展业务、升级换代等探索较少，没有创新激励。

三、发展建议

（一）巧用意见领袖，创新表达方式

自治区第十三次党代会把固原精准定位为“生态文旅特色市”，要求以“旅游+”推动多产业融合发展，打造特色文旅产业，培育特色文旅产品，涇源县属固原市下辖县，也要积极响应号召，打造旅游名县。涇源县融媒体中心传播力有限，以抖音平台为例，涇源县融媒体中心官方抖音号粉丝量6009人，共计获赞4.7万次，宁夏励志搞笑博主“小李飞吻·李洋”抖音号粉丝量201.1万，共计获赞3104.9万次，两相对比，差距较大。

虽然存在差距，但依旧可以创新方式，与宁夏知名短视频博主合作，共同打造富有地方特色的文旅视频。李洋是具有积极正面形象的博主，今年得到了21世纪英文报的报道，他作为一名党员媒体人，做短视频的目的之一就是把家乡的名片传递出去，在李洋看来，自己的家乡宁夏和其他省份相比，存在感较弱，他也想通过拍摄短视频，希望能够介绍宁夏，让更多人认识自己的家乡，了解家乡的语言和习俗。而且在此之前，李洋也与涇源县结下了不解之缘，2021年在宁夏“涇源蜂蜜”宣传推介会上，他就在直播间带货涇源黄牛肉和土蜂蜜，销量非常可观。同年7月他在涇

源县旅游的短视频也广泛传播，获赞7.2万次，评论近3000条。所以在自身能力有限的情况下，涇源县融媒体中心可以积极探索合作，借势宣传。

（二）试行定向培养，加强合作交流

目前对于融媒体中心人才研究，大多数聚焦于引进和培训两大方面。一方面要补充新鲜血液，与周边区县加强人才引进合作，以兼职、特聘、特邀等多种方式引进并使用好各类外部人才。另一方面要内部升级，媒体机构要强化新媒体人才培养，平台运营人员和主管领导均需通过参访、座谈、培训班等多元方式“补钙加油”。但兼职、挂职等形式毕竟不是长久之计，人员流动较为频繁，不利于融媒体中心长期发展。培训、座谈等方式容易搞形式主义，中心人员全都集中到会议室，却没有人认真听讲，“身在曹营心在汉”，最终只留下几张照片存档。

近年来全国部分高校专业都有定向培养，比如师范院校就有免费师范生，今年宁夏师范学院还推出了“优师计划”，学生毕业后可定向分配到同心、红寺堡等县区中小学任教，一方面缓解了就业压力，另一方面真正实现了专业的人干专业的事。新闻传播领域也可以借鉴这种做法，尝试新闻传播专业定向培养计划，与当地县级融媒体中心合作，每年在招生前了解当地媒体人才需求，合理设置招生人数，择优选拔学生，在定向培养课程设置中侧重实践教学，每年暑期可设置研习班前往县级融媒体中心进行实地考察与实习，学生毕业后可组织考试，以成绩排名选择服务地区。

（三）承办大型活动，拓展资金来源

涇源县今年提出了“全域旅游、全季旅游”的口号，以创建全国全域旅游示范县为统揽，拓展旅游业态，提升服务水平，加快产业融合，致力于为游客带来更为丰富、更加美好的旅游体验。今年7月举行了宁夏·涇源县第三届杨岭乡村文化旅游节，通过歌舞表演、非遗展示、特色美食等一系列丰富多彩的节庆活动，吸引了3.5万余名游客前来观光旅游，杨岭村及周边200余农户在节会上通过销售、展示等形式展现乡村旅游美食和土特产品，带动经济收入达200万左右。今年11月涇源县工业园区和厦门中达集团有限公司等企业共同承办了涇源县首届网红达人线上直播带货大赛，培育优秀的带货主播，帮助本地优质农特产品打开线上销售新渠道。

以涇源县融媒体中心微信公众号推文为例，杨岭乡村文化旅游节收官推送阅读量仅为220次，网红带货大赛闭幕推送阅读量较高，也仅有990次，根据以上数据显示活动关注度还是比较低。没有经济利益驱动，融媒体中心的活动宣传报道只是简单完成任务，宣传形式单一，推送多为图文结合，视频制作也略显粗糙，所以无法吸引更多受众。鉴于以上两次文旅活动都有企业赞助支持，涇源县融媒体中心可以与上级主管宣传部积极对接，商请企业给中心提供赞助支持，中心为活动提供宣传服务，贯穿活动全程，包括图、文、音视频等多种形式的报道，创新表现形式，提高受众关注度。

虽然目前宁夏县级融媒体中心发展依旧艰难，但事不为不成，除了积极争取上级部门各类支持，更要依靠自身，敢于变革，深入理解地方，扎根地方，结合新的技术，把握好难得历史发展机遇，会让县级融媒体中心展现出前所未有的活力。

参考文献：

- [1] 黄楚新，陈智睿. 2021年我国媒体融合发展盘点[J]. 青年记者，2021（12下）：9.
- [2] 谢新洲. 我国县级融媒体建设的现状与问题[J]. 中国记者，2018（10）：53-56.
- [3] 胡正荣. 打造2.0版的县级融媒体中心[J]. 新闻界，2020（1）：29.