

## 【国家治理中的县级融媒体中心建设研究专题】

# 底色与特色:县级融媒体中心的“媒体+”逻辑\*

何志武

**摘要:**科学认识县级融媒体中心的“媒体+”逻辑,直接关系到平台建设的内涵定位和功能实现。县级融媒体中心的底色是新型的新闻媒体,是一种基于用户需求端变革的新闻媒体,其建设理应坚持和遵循新闻媒体的逻辑;县级融媒体中心的本色是“媒体+政务”建构对话协商平台,引导多元社会主体基于公共议题凝聚共识、形成合力,参与基层社会治理;县级融媒体中心的特色是“媒体+服务”打造差异化的服务平台,有效利用当地特色资源,拓展县域民众的生存和发展空间,推动县域经济和社会发展。

**关键词:**县级融媒体中心;底色;本色;特色

**中图分类号:**G206

**文献标识码:**A

**文章编号:**1003-0751(2020)11-0156-06

县级融媒体中心建设正如火如荼地在各地推进着,然而,各地进度不同,模式不同,效果也不同。这诸多过程与结果的不同,源于对县级融媒体中心的内涵定位理解存在着差异。有的将其视为政务信息发布的平台,有的将其视为监控基层舆情的平台,还有的则将其视为县级传统媒体的转场阵地。县级融媒体虽然不必建成一个模式,但其内涵和定位必须明确而规范,考察其建设的效果也应结合其目标实现程度而评判。

根据中宣部和广电总局组织编制的《县级融媒体中心建设规范》的总体要求,县级融媒体中心应整合县级媒体资源,巩固壮大主流思想舆论,不断提高县级媒体传播力、引导力、影响力、公信力,要按照“媒体+”的理念,从单纯的新闻宣传向公共服务领域拓展。那么,如何科学认识县级融媒体的内涵及价值定位?县级融媒体中心建设是遵循行政逻辑还是媒体逻辑?如何理解“媒体+”结构中的“媒体”和“+”的内容?在“全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体”框架下,如何认识县级融媒体中心的底色与特色?怎样强化底色和凸显特色?这些都是亟待

厘清的问题。

### 一、县级融媒体中心的底色:新型的新闻媒体

根据《县级融媒体中心建设规范》,县级融媒体中心是一个综合平台,它不局限于新闻宣传,要满足用户多样化的需求,但作为“传播力建设的最后一公里”<sup>①</sup>工程,其底色是新闻媒体。新闻媒体是县级融媒体中心的基本属性和基础定位,新闻传播的功能就是其基础功能,其他的功能都是围绕基础功能展开和延伸的。因此,县级融媒体中心建设理应坚持新闻媒体的逻辑。无论县级融媒体中心的建设主体是谁,其平台都是基于原县级报社、广播电视台等媒体建立的、覆盖全县的信息网络。作为媒体,县级融媒体中心的基本职能是报道新闻,要靠新闻宣传巩固壮大主流思想舆论,提高县级媒体的传播力、引导力、影响力、公信力。无论是中央级、省级还是县级媒体,传播力都是这“四力”中的基础。传播力是指媒体传播的内容到达受众并影响受众的能力。一般来讲,到达受众的能力通过到达率(收视率、发行量、阅读率)等指标得以体现,但就其本质而言,媒

收稿日期:2020-08-11

\*基金项目:华中科技大学人文社会科学自主创新重大及交叉项目“公共传播视域下的城乡社会治理研究”(2020WKZDJC009)。  
作者简介:何志武,男,华中科技大学新闻与信息传播学院教授,博士生导师(武汉 430074)。

体影响受众思想的能力才是传播力的真正体现,新闻舆论传播力就是指媒体通过报道新闻到达并影响受众的能力。要完成舆论引导的最后一公里,有赖于传播力建设的最后一公里。

问题在于,以往县级报纸、广播电视台也以报道新闻为使命,但其传播力有限,引导力、影响力、公信力也有限,那么基于这些媒体而建设的县级融媒体中心如何取得突破?其报道的新闻如何能到达受众、影响受众?回答这一问题,需要将县级融媒体中心定位为新型新闻媒体。这里的新型,并非仅仅是指它超越了传统的报纸、广播电视媒体的介质局限,是一种可读、可听、可看且可移动的新媒体,更重要的是,它遵循着“全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体”的理念和架构,从生产主体、生产流程、生产内容等都全面重构,是一种基于用户需求端变革的新闻媒体。技术赋权让每个人都成为潜在的新闻内容生产者,每一个新闻现场都会出现新闻报道者的身影,与事实同步的实时报道成为可能,漏报新闻若非刻意几乎不可能发生;县域内的新闻事件属于身边新闻,其发生发展过程因广受关注而被全程追踪将成为常态,“烂尾新闻”也会被杜绝;文字、图片、音视频等各种手段并用,共同呈现丰富多彩、立体直观的事实图景;用户的点击、浏览时长成为评价新闻传播效果的检验方式和指标。在“四全”媒体的框架下,新型新闻媒体将进一步遵循新闻传播的规律改进和创新报道内容和方式。

为什么要强调新闻传播的规律?简言之,遵循新闻传播的规律,就是按照新闻价值原则报道新闻。它强调的就是新闻要满足受众的信息需求,无论内容生产还是传播方法创新,都始于尊重受众的需求。要根据受众信息需求(兴趣)选择新闻,而不是按照行政指令布置报道。受众有需求的,就应报道;受众有疑惑的,及时解释。只有遵循受众的信息需求这个最基本的新闻传播规律,才能赢得受众。

作为新闻传播的平台,县级融媒体中心可从真实的呈现、合理的解释、恰当的表达三方面提升其传播力、引导力、影响力和公信力。

#### 1. 以及时、准确、全面的呈现到达受众

受众之所以选择读、听、看新闻,是因为新闻可以呈现真实的社会图景,能为受众构建一份真实、完整的“国情单”。它要求媒体报道的新闻完全真实并及时地报道各类事件,进而客观地呈现社会面貌。

对于县级融媒体中心而言,这是一个多元主体生产的信息汇聚平台,专业记者和业余记者共同生产各类新闻。对于县域内发生的新闻事件,既要及时地公开报道,全程跟踪事件进展,全方位予以呈现,又要确保其真实准确。对于县域内受众而言,“身边事”的接近性更能引发人们的关注,“身边知情人”即时发布信息更易得到信任,因而专业的媒体平台能否及时、准确、全面地报道事实就成为检验其影响力、公信力的重要依据。对于基层人群的意见表达,无论是个人诉求还是公共诉求,都可以以新闻报道的方式呈现出来,它是人们判断基层媒体是否“为百姓发声”的重要依据。县级融媒体在报道新闻时特别要处理好正面宣传与舆论监督的关系。习近平指出:“舆论监督和正面宣传是统一的。新闻媒体要直面工作中存在的问题,直面社会丑恶现象,激浊扬清、针砭时弊。”<sup>②</sup>新闻传播者要客观地呈现社会图景,既做“报喜鸟”,又做“啄木鸟”。“报喜鸟”让人看到社会发展的进步,传递着社会正能量;“啄木鸟”寻找并叼出害虫,维护社会环境的健康,同样传递着社会正能量。更重要的是,正面宣传和舆论监督本身是一种平衡,共同呈现一幅完整、客观的社会图景。

#### 2. 以合理的解释引导受众

影响力是传播力的深层表现。要实现以主流思想舆论影响受众,可通过报道事实和解释事实引导受众,让人们自然而然地接受传播者所传递的观念或认识方法。根据议程设置理论,大众传播不仅影响人们想什么,而且影响人们怎么看。媒体对受众的引导,一是通过报道议题的设置,引导人们对某些主题予以关注;二是通过对相关报道的事实和主题的解读,引导人们如何认识。对于身处县域的受众而言,囿于视野、知识、认识能力的局限,他们对复杂信息的专业化解读显得更为迫切,其引导效果也更为显著。当然,引导和影响受众不是以观点的强灌输所能奏效的。即使是县域受众,其角色也随媒体结构的变化而改变。新媒体赋予了人们充分的话语权,也改变了人们的受众地位,他们兼具受众与传播主体的双重身份。对于传播者而言,理想的状态是通过合理的解释引导受众在协商式解码中更多地接受传播者的态度。合理即是合乎道理、事理。它要求传播者对事实的解释符合事实的逻辑,而不是强词夺理;它要求有理有据的阐释,而不是口号式表

态;它要求能回应受众的疑问,而不是避实就虚。只有当受众从内心真正信服传播者的解释,才可能接受其观点,自觉接受其影响。

### 3. 以恰当的表达吸引受众

新闻报道要有效到达和影响受众,所有的内容都有赖于恰当的表达方式。这里的表达方式既包括叙事方式,也包括叙事手段。通常来说,新闻事实的最有效叙事方式就是讲故事,生动的故事才是传播率得以提高的新闻体裁。以往的县级媒体更多的是以工作报告的叙事方式做新闻,讲话体、总结体、工作日记体大行其道,全然无视受众的接受心理,被县域受众忽视就顺理成章了,而以用户需求驱动的县级融媒体的新闻叙事方式必然要尊重受众的接受习惯进行改变。在全息媒体框架下,综合运用文字、图片、图表、音频、视频等多种手段和方式立体呈现新闻事实,才是最为恰当的叙事手段。恰当的表达还包括话语方式。在全员媒体的语境下,官方话语与民间话语的差异甚至对抗改变着传统的媒介话语秩序,必须正视这种差异和对抗,通过调整和改变话语方式入手,用基层群众听得懂的语言报道新闻、阐释道理,加强理解和沟通,在官方话语与民间话语互动、博弈的动态关系中去思考和提高舆论引导的效果。

## 二、县级融媒体中心的本色:“媒体+政务”

### 建构对话协商平台

搭建对话平台是现代民主国家媒体的重要职能,这是国家级、省级和县级媒体共有的本色。对于县级融媒体来说,基层的社会矛盾更为复杂,多元主体的利益诉求更为多样,建构充分的对话协商平台将有助于增强基层各群体与县级媒体的黏性。“伴随着中国城镇化的快速发展,区县媒体对新社区群体的黏合功能将会有助于社会共识的达成,降低碎片化的社会关系导致的摩擦和冲突。”<sup>③</sup>

县级融媒体中心建设的高速推进得益于政策的支持,旨在打通党和各级政府政策精神落实到基层的“最后一公里”,加强基层舆论治理的主要阵地,让县级融媒体成为动员社会多元主体参与基层社会治理的平台。正因如此,县级融媒体中心建设被视为政府工程。除了将县级融媒体中心打造成为一个新型的新闻媒体之外,将其建设成为一个网上政务信息平台就成为各地推进基层社会治理的共同抓

手。基于县级融媒体的政务信息平台,不只是政府主动发布政务信息,方便基层群众获取和了解政务信息,也是基层群众意见反映的平台,是政府部门获取民意民智的渠道,因而也是政府与民众对话协商的平台,进而也是实现基层社会治理的平台。

### 1. 政务信息的公开

政府的政务信息公开,是“媒体+政务”的首要内容。通过县级融媒体平台公开的政务信息,最基础的内容当属政府职能信息及办事流程信息。这是基层政府服务群众的基础信息。以往,基层群众对政府及其部门分别具有哪些职能、遇事要找哪个部门解决、办事流程如何等信息都不十分清楚,即使一些人知道哪些事项对应哪些部门,但因网上信息不简洁明了,查阅十分不便,因而人们对于政府具有较大程度的陌生感、疏离感。县级融媒体中心作为政务信息公开的平台,基于“一站式服务”理念的政务信息自然既包括所有政府服务信息汇聚在同一平台,也包括这些信息必须提示明确、方便查阅。政府职能及其办事规则、流程等信息的公开,方便了基层群众,也密切了基层群众与政府的联系,增强了基层群众与县级融媒体平台的黏性。

### 2. 政策内容的公开

政策内容的公开是政务公开必不可少的内容。公共政策就是政府所有决定要做或不做的项,政策的制定和执行既影响公众的生活和工作决策,也是公众评价政府行为科学与否的重要依据。政策内容的公开包括现行政策的具体内容、政策出台的背景、拟制订政策的动议和方案等。现行政策的内容公开及其阐释,为公众理解和制订生活决策提供政策参考,这是政策信息公开的基础内容。政策制定背景的阐释不仅有助于人们理解政策的目标、意义,也有利于人们在准确把握政策内涵、政策意图的基础上审视其合理性,进而结合生活实践提出反馈意见。而政府公开拟制订政策的动议,一方面让人们政府对政府即将着手解决的某些社会问题有所了解,另一方面也引发民意讨论,为政府决策提供更广泛的民意和民智支持。

### 3. 来自基层的民意

来自基层的民意也属政务信息,而且是最广泛的政务信息。之所以将民意信息视为政务信息,是因为民意信息是政府施政的重要参考依据,也是推行基层社会治理的重要考察因素,民意表达是基层



多元主体参与社会治理的重要方式和途径。民意是公共政策的基础,传统的自上而下的“打捞”是由政府和媒体实施的,政府官员和媒体记者调查研究的过程就是“打捞”民意的过程。之所以把政府部门深入基层进行调查研究称为“打捞”民意,是因为深藏于社会底层的民意在前互联网时代很少有主动表达的渠道,自上而下的探询在一定意义上能激活和唤醒“沉睡”的民意,使其得到关注。同样,媒体记者深入基层进行采访和报道,也是在激活、“打捞”和呈现民意。由于调研主体与对象的身份差异、调查过程的深度和广度的局限,导致“打捞”民意的深度和广度都存在一定的局限,获得民意信息的广泛性和真实性都存在不足。这些底层民意能否被“打捞”、能被“打捞”多少,取决于“打捞”的深度、广度和密度,即调研者深入基层的深度,选择访谈对象的数量及类型分布,与访谈对象对话的态度、方式等。对于分布于社会基层、公开表达机会甚少的普通民众而言,如果这种自上而下的调研规范且“入心”,是能够“打捞”到一定的真实民意的。如果这种调研只是蜻蜓点水、以点代面,所得的民意就未必全面,也未必真实。实际上,无论是政府部门还是媒体记者“打捞”民意,都存在调研对象“点”的不深入和“面”的不全面局限,“打捞”上来的民意不够充分,有时甚至失真,其影响力有限。随着新媒体越来越广泛而深入地嵌入社会生活,技术赋权为每一个人自主地表达意见提供了充分条件。“新媒介赋权是传播与权力博弈的过程,强调多元主体在传播中产生、实现或消解、丧失其统治与支配的能力。”<sup>④</sup>在全民移动互联网时代,公众主动借助多种形式的新媒体平台,既主动表达个体和群体的利益诉求,也对公共热点问题进行观点表达与分享,聚合相同的利益诉求,形成政府所重视的网络民意。

县级融媒体中心平台可以成为基层民意的聚合平台。互联网是一个无限庞杂的空间集合体,民意表达分散在不同空间,即使同一主题的意见也散见于不同的空间。民意表达要成为政府决策的重要参考和社会治理的有效要素,其前提是对这些分散的网络民意进行收集和分析,虽然大数据处理技术能够做到全网信息收集和分析,但毕竟成本高、难度大,而县级融媒体平台如果能赢得基层民众的信任,就能成为县域内各类意见的集散地。当各类民意信息在此汇聚,就为政府收集、分析和全面掌握民意提

供了有利条件。

县级融媒体平台如何作为意见平台赢得信任?首先,要确保民意表达渠道畅通,消除多元主体意见表达的障碍。无论是个体诉求还是群体呼声,无论是表示支持还是反对,所有的意见表达都应得到平等的对待,得到充分的呈现。其次,要对网络民意进行有效回应。在公众利益诉求表达意识和民主参与意识不断高涨的背景下,建立回应型政府已成大势所趋。回应型政府要求政府面对公众的诉求和提出的问题及时反应和回复,包括采取实际行动。网络民意的表达实际上是公众寻求与作为决策者的政府之间的协商对话。任何对话都必须有倾听和回应,唯有回应才会形成真正的对话关系。只有保持良好的互动,表达才有动力,对话才能延续。民意主体的表达和讨论虽然始于自我表达和网络社群的交流,但目标绝不止于此,而是与决策者形成对话,以期影响公共政策。当决策者能够倾听网络民意,让民意得以充分表达,且适时地对民意进行回应,如吸纳民意中的合理成分、对不合理或暂时无条件实施的内容进行解释和说明,都是对意见主体的尊重,都会进一步激发公众表达意见和建议的热情。如果决策者对网络民意熟视无睹、不闻不问,就会使民意主体与决策者之间无法形成对话,交流不复存在,表达也就失去了动力。“有求必应”是对民意最大的尊重和重视。这里的“应”,不是“答应”,而是“回应”。回应网络民意不应仅仅作为形式上的点缀,而是应该切实在实际行动中履行,做到及时回应和有效回应。及时回应是指尽可能在民意表达后的最短时间予以回应,而不能间隔太久。有效回应的基本内涵是有针对性地回复民意,释疑解惑,解决问题;有效回应的更高层次内涵则是政府决策吸纳民意,即主动吸纳民意的合理成分,积极采纳网民的合理意见和建议,不断完善公共政策。

“媒体+政务”并非止于搭建了政府信息和民意信息公开的平台,更重要的在于搭建了政府与民众对话协商的平台。对于基层社会治理而言,这种对话协商,是多元社会主体基于公共议题凝聚共识、贡献智慧、形成合力的有效途径。

### 三、县级融媒体中心的特色:“媒体+服务” 打造差异化的服务平台

《县级融媒体中心建设规范》总体要求指出,应

开展综合服务业务,面向用户提供政务服务、生活服务、社交传播、教育培训等服务。县级融媒体中心建设应考虑“连接公共服务的各个方面,比如县域的社区服务、社会救助、青年就业、社区养老、贫困帮扶、纠纷调解等各个层面。让公民通过融媒体中心能提高办事效率,解决现实问题,一方面作为县级服务型政府的好帮手,另一方面也是人民群众信任与依靠的平台,从而真正实现了媒体作为中介、桥梁的作用”<sup>⑤</sup>。

要增强县域民众与县级媒体的黏性,除了靠新闻资讯、意见交流之外,打造便捷的综合服务平台是一条行之有效的途径。随着互联网越来越广泛而深入地嵌入人们的生活,人们的衣食住行都离不开网络,加强网络服务就成为县级融媒体中心建设的重要抓手。总体说来,这种综合服务平台包括基本网络服务和特色网络服务。

### 1. 基本网络服务

基本网络服务属于各地县级融媒体体的共同产品。无论县级融媒体建设的主体归属哪一级,其用户集中于县域,其服务主体集中于县域,需要“打通与县域党和政府各级组织、各个部门、本土各类企事业单位的联系,通过各项垂直应用的渗透和各类便民惠民服务的聚合,盘活县域社会资源,打造更具服务能力的综合服务平台”<sup>⑥</sup>。这种基本网络服务主要满足县域内人群的基本生活需要,为人们的日常生活全方位地提供便利,真正做到“一屏在手,网罗全县”。比如,在线医疗、在线教育、在线网络文化活动等基于本地资源的信息资源,应通过健全和完善信息的丰富性、针对性、便捷性为本地人群提供可依赖的信息资源,而对于突破县域的综合信息服务,则可以通过加强链接的便捷性突破县域媒体的局限。

### 2. 特色网络服务

特色网络服务则属于各地结合自身特色打造的个性化产品。当互联网已经发展成为人们生活和工作无可回避的时代背景,它就成了许多人谋求生存和发展的平台资源。县级融媒体综合服务的提升性价值就体现在基于当地特色资源服务该地经济和社会发展上,为县域内用户创造更便捷、有效的谋生和发展的平台资源。因为每个县具有不同的资源,因而各个县级融媒体在做好特色产品方面应尽力把本地的特色资源做大做强,让当地人群依托这些特色

资源和县级融媒体中心谋求生存和发展的空间,丰富精神文化生活。

依托县级融媒体中心发展电子商务,引导来自县域内乡村、城镇的年轻人售卖当地特色产品。与其他专门的电商平台相比,县级融媒体中心的优势在于可以有组织地策划宣传推广和引导培训。首先,作为政府部门主导建设的综合平台,县级融媒体中心可以有计划、有组织地对本地特色产品向外推广,把产品品牌与县级融媒体中心进行“捆绑”推广,形成产品和平台的品牌效应。这种产品的品牌推广不是做电商的一个人所能完成的。其次,县级融媒体中心对有意在此平台做电商者开设培训课程进行辅导,减少和去除一些人想做而不会做的障碍。再次,县级融媒体中心还要对当地电商经营者的经营行为进行规范管理,对平台进行维护服务,确保产品和平台的品牌和口碑。最后,县级融媒体中心还要加强与专业电商平台的链接,突破县级融媒体中心平台的区域限制,无障碍地融入更广阔的市场。当然,这种依托县级融媒体中心发展电商销售当地特色产品,也对各地发展特色种植、特色养殖、特色加工等产业的规模以及提高产品品质提出了要求。当县域经济发展中的生产与销售在县级融媒体平台的带动下全员联动,就会成为推动乡村振兴的重要力量。

有组织的策划和推广并非仅限于具体的产品,也可以是乡村旅游、地方美食、地方文化等特色项目。一些地方基于本地特色资源和多年的实践探索,规划设计出具有地方特点的旅游线路、旅游产品,一旦关注并带来游客资源,就会为当地经济和农民收入带来稳定增长。然而,无论是乡村旅游还是地方美食的品牌推广,都不是单个人的力量所能达到的,必须依托政府或企业的力量组织实施。作为地方政府推进区域经济社会发展的重要推手,县级融媒体中心承担着组织力量策划和推广本地资源的重要使命,加强相关内容建设,首先让县域内的居民知晓本县的旅游资源,促进城镇居民县域内的旅游消费,同时借助区域性的融媒体中心与外部互联网的连接和联动,增强本地旅游资源的对外传播力和影响力,进而引入丰富的游客资源,带活县域经济的发展。

对于各地独具特色的文化资源,县级融媒体中心也承担着整合、包装和推介的职能。这是利用县域传统文化资源丰富群众精神文化生活的重要抓

手。我国历史悠久,幅员辽阔,每个地方都有深厚的文化积淀,历史上延续下来的一些传统文化形式和活动具有很强的地域特征,也具有深厚的群体基础。伴随着新媒体文化的冲击,传统文化需要进行重拾、包装和推广,在区域内获得广泛的社会认同,让其焕发生机和活力,进而满足人们的精神文化生活需求。

凡此种种的物质和精神产品的综合服务,都有赖于内容产品的精心策划、生产和推广。只有栏目设计而没有丰富的、持续更新的内容作支撑,空有框架和形式是没有生命力的。

#### 四、结语

县级融媒体体的“媒体+”实际上就是基于新型新闻传播平台的基本职能,充分发挥其政务平台、综合服务平台的重要职能,做好“媒体+政务”“媒体+服务”的大文章。从国家治理尤其是基层社会治理的视角来看,县级融媒体体既是一个新型的媒体平台,又是参与社会治理的重要主体。

作为新型的媒体平台,县级融媒体体既是基于用户需求变革的新闻媒体,又是全面呈现社情民意、实现政务信息交汇和对接的信息平台;既是与县域居民的生活、工作相关的各类服务信息汇聚的平台,又是当地资源产品展现和推介的商务平台。作为媒体平台,县级融媒体体理应是各类信息的集合平台,能够全面满足人们的信息需求,它提供的信息是充分

而便捷的;同时它又是基层民众诉求表达的平台,让需求端的意见呈现成为提高信息服务质量的推动力量。

作为基层社会治理的主体之一,县级融媒体承担着唤醒和培育多元社会主体参与社会治理的职能,通过反映基层民意和设置协商对话议程,促进政府与民众对话机制的建立和完善,让县级融媒体真正成为民意和民智汇聚的平台,成为基层社会治理的“民间智库”,也增强县域民众的主体认同;县级融媒体还承担着服务地方经济发展的重要职能,一方面借助媒体平台资源,向外推介本地特色资源,培育和凸显特色品牌,增强本地与全国的连接,另一方面主动培训县域民众,为其有效利用县级融媒体拓展生存和发展空间提供教育培训服务,进而推动县域经济和社会发展。

#### 注释

①陈国权、付莎莎:《传播力建设的最后一公里》,《新闻与写作》2018年第11期。②《坚持正确方向创新方法手段 提高新闻舆论传播力引导力》,《人民日报》2016年2月20日。③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。④郑永年:《技术赋权:中国的互联网、国家与社会》,东方出版社,2014年,第100页。⑤栾轶玫:《信息传播与公共服务:县级融媒体中心建设的“双融合”》,《视听界》2018年第9期。⑥李昌文:《推进县级融媒体中心建设的认识和思考》,《现代视听》2020年第7期。

责任编辑:沐紫

## Ground Color and Characteristic: "Media+" Logic of the County-level Convergence Media Center

He Zhiwu

**Abstract:** Scientific understanding of the "media+" logic of the county-level convergence media center directly relates to the connotation orientation and function realization of the center platform construction. The ground color of the county-level convergence media center is a new type of news media based on the transformation of users' needs, whose construction should adhere to and follow the logic of news media. The natural color of the county-level convergence media center is a "media + government affairs" platform for dialogue and consultation, so as to guide pluralistic social subjects to build consensus and join forces in grass-roots social governance based on public issues. The characteristic of the county-level convergence media center is a "media + service" platform for differentiated service, which can promote county economic and social development by making effective use of local characteristic resources, and expanding the survival and development space of county people.

**Key words:** county-level convergence media center; ground color; natural color; characteristic