

## 【国家治理中的县级融媒体中心建设研究专题】

# 县级融媒体中心建设与舆论治理“下沉”\*

葛明驹

**摘要:**从治理理性看,县级融媒体作为基层新型主流媒体,追求工具理性和价值理性的统一。舆论治理“下沉”作为当前整个社会治理重心下移的重要内容,具有丰富的语境内涵,包括历史语境、现实语境和政治语境。从实践层面看,要实现舆论治理的“下沉”,必须从三个方面强化县级融媒体的建设:第一,强化县级融媒体的技术开放性和易接近性,发挥其平台化的作用;第二,创新县级融媒体的内容生产,加大作为内容的政务服务供给;第三,树立用户思维,抓住小镇青年这一基层舆论主力人群,增强其自我身份认同和主流价值观念认同。

**关键词:**县级融媒体建设;舆论治理“下沉”;多重语境

中图分类号:G206

文献标识码:A

文章编号:1003-0751(2020)11-0162-06

2018年9月21日,中宣部在浙江长兴召开县级融媒体中心建设推进会,要求从“主流舆论阵地、综合服务平台和社区信息枢纽”三大功能领域建设县级融媒体,以实现其“更好引导群众、服务群众”的目标。作为中央的顶层设计,这无疑从结构功能层面对县级融媒体做了精准的定位。其中,作为基层社会的主流舆论阵地是其首要功能。从媒体融合国家战略和社会治理现代化的双重视角来看,县级融媒体作为媒体融合的“最后一公里”,作为与“中央厨房”分处两端的另一个现象级产品,不仅决定了现代传播体系建设的成功与否,更在很大程度上关涉基层社会的稳定、繁荣以及国家的长治久安。当前,伴随着抖音、快手等商业平台的“下沉”,小镇青年作为新意见阶层崛起,基层舆论拥有了很大的“可见性”,但其生态亦日益复杂多变,价值多元、新旧观念冲突现象较为明显,对社会整体的舆论安全构成了重要影响。因此,如何在创新社会治理的意义上建设县级融媒体,发挥其作为党和国家在基层的舆论阵地作用,减少底层社会冲突、凝聚共识,实现所谓的舆论治理“下沉”,是其题中应有之意。

### 一、县级融媒体作为基层新型主流媒体的内涵与治理理性

从整体来看,国家的媒体融合战略是在国家治理体系与治理能力现代化总体框架下推进和实施的。因此,在中国“城乡二元体制”的现实背景下,只实现中央级、省级媒体的融合发展,还不能达成治理现代化的全部目标,必须要将媒体融合推向纵深发展,要打通媒体融合的“最后一公里”,打造县域融合型主流媒体。2018年8月21日,习近平在全国宣传思想工作会议上提出,“要扎实抓好县级融媒体中心建设,更好引导群众、服务群众”,拉开了县级融媒体中心建设的大幕,各县级政府都把此项任务作为头等大事来抓。经过两年左右的建设周期,全国大部分地区都已完成了县级融媒体中心的挂牌和初步建设任务。日前,按照《县级融媒体中心建设规范》等文件的要求,全国多数地区也已完成第一轮验收工作。

从建设的实际情况来看,全国大多数县级融媒体都是在充分整合属地的报纸、电视、广播、政务信

收稿日期:2020-08-11

\*基金项目:国家社会科学基金一般项目“多重‘下沉’中的县级融媒体建设与发展研究”(19BXW023)。

作者简介:葛明驹,男,安徽大学新闻传播学院副教授,硕士生导师,传播学博士(合肥 230601)。

息网以及省级平台资源的基础上,创新体制机制改革,升级改造“两台一网”,打造“智能 APP+两微+抖音+快手”的新媒体传播矩阵,构建基层新型主流媒体。在生产运营中,县级融媒体普遍采用“中央厨房”模式,一次采集、多种生成,并强化“新媒体首发”理念,实施移动优先策略,构建“媒体+政务+服务”的运营模式。不同于中央级融媒体自主主导的建设模式,县级融媒体建设是由县级政府主导的,因此,可以整合县级行政区划内的全域资源,甚至省市一级的相关资源,尤其是政府资源。当前,无论是企业化运作的“长兴模式”“邳州模式”,还是财政扶持型的“玉门模式”,都是在强化传统意义上的媒介化内容生产的同时,把政务和服务作为“新内容”来进行建设,努力打造“指尖上的政务、电商以及文化服务中心”。因此,从以上的具体实践中可以看出,县级融媒体作为基层新型主流媒体,包含三个方面的内涵:

其一,从内容形态上来看,县级融媒体以全媒体技术为基础,强调不同技术形态的融合,追求内容的交互性、可视化、智能化等特点。

其二,从内容生产上讲,县级融媒体强调再造传统新闻生产流程,采用“中央厨房”模式生产的同时,亦强调对媒介机构边界的突破。在中国语境下,融媒体是政府与市场相互作用的产物<sup>①</sup>,县级政府资源已成为当下县级融媒体内容生产的基础性要素。

其三,从组织形态上来看,县级融媒体是整个县域媒介机构内容生产和媒介运作的平台和中心,富有体制机制的融合性,聚集了优质的内容资源、采编资源以及人才资源。

“创新基层社会治理是县级融媒体建设的内在要求与应然走向。”<sup>②</sup>正如许多学者所强调的那样,县级融媒体中心是国家治理能力现代化的“最后一公里”<sup>③</sup>,是治国理政新平台<sup>④</sup>,是区域治理枢纽<sup>⑤</sup>。而从行动者网络的视角来看,县级融媒体作为基层社会治理关系网络中的节点和行动者,其开放的技术性、丰富的资源性使其具备精准、高效的信息传播和管理能力,会大大提升基层社会治理的成效,并能增加基层社会的经济效益。这是其工具理性,外化为基层社会治理能力和治理体系的现代化。与工具理性追求手段有效和目标可达成相比,价值理性追求对一种内在价值的自觉信仰,无论该价值是宗教

的、伦理的、美学的还是其他什么。<sup>⑥</sup>所以,对于县级融媒体的价值理性来说,这种内在价值即为维护基层社会治理的公共性,具体表现为:通过科学的运营管理,构建基层社会良好的媒介化景观;弘扬公平和正义,凝聚人心和力量,促进基层群众主动参与社会治理的全过程;坚持人本主义理念,积极传播社会主义主流文化和价值观念。毋庸置疑,追求工具理性和价值理性的统一,或者说工具理性服从于价值理性,在强调社会效益和公共价值的基础上,提升治理效率,创新治理方式,以达到一种善治的目的,是县级融媒体参与基层社会治理的内在逻辑和终极诉求。

## 二、舆论治理“下沉”是社会治理重心下移的重要内容

党的十九大报告指出,要加强社区治理体系建设,推动社会治理重心向基层下移,要发挥基层社会组织的作用,构建多元主体参与的共享共治的治理新格局。<sup>⑦</sup>党的十九届四中全会再次提出,“要下移社会治理重心,推动社会治理和服务重心向基层下移,把更多资源下沉到基层,提供精准化和精细化服务”<sup>⑧</sup>。作为国家的顶层设计,之所以强调社会治理重心要下移,一方面是国家治理体系和治理能力现代化建设的需求,是价值导向,是社会主义制度优越性的具体体现,另一方面正如习近平所说:“基层是一切工作的落脚点,社会治理的重心必须落实到城乡、社区。”<sup>⑨</sup>在改革开放 40 多年的发展历程中,基层社会治理水平整体不高。伴随着城市经济的飞速发展,基层社会尤其是农村社会的结构性矛盾比较突出,边缘人群和弱势群体较集中,社会心态较复杂,治理难度较大,且群众参与基层社会治理的制度化渠道也没有形成。因此,必须要推进社会治理重心向基层下移,提升社会整体治理水平,在强调从过去单一的政府管理向多元主体参与的协同治理转变、发挥基层群众主体作用的同时,要把更多资源、服务下放到基层,重在解决基层社会发展中的矛盾和问题。

舆论治理是对舆论的导流,是社会治理不可或缺的组成部分,两者存在一致性,密切关联,互为条件。<sup>⑩</sup>当前网络空间与现实社会空间的互嵌日益加深,社会治理的问题、对象以及过程逐渐网络化,社会治理逻辑深受互联网技术逻辑的影响。因此,网

络舆论作为一种技术赋权的产物,作为网络空间言论的总和,也越来越能反映社会治理的问题和成效,并对社会治理的行动产生直接影响。因此,在网络时代,对舆论进行治理,使其能够在一定范围内准确表达社会活动和社会需求,既是有效社会治理的保障,又是社会治理的重要内容。从实践层面来看,伴随着网络公共事件的频发,网络舆论生态的良性建构面临各种挑战,“情绪化”“民粹化”“反智化”等非理性因素对舆论场形成型构作用,舆论安全成为社会安全的重要表征,舆论治理则成为当前社会治理的重要内容。

基于以上分析可以看出,社会治理重心下移必然要求舆论治理的重心下移,即为本文所说的舆论治理“下沉”。这里使用“下沉”这一从经济学借用过来的概念,意指舆论治理要适应技术环境和社会的变化,要向纵深发展、向基层倾斜。其内涵体现在三个层面:

其一,强调作为客体的基层舆论之于全局舆论的重要性。随着基层网络社会的发展和媒介格局的演变,尤其是移动互联网技术在县乡一级行政区域的“下沉”、扩散和使用,基层舆论拥有了很大的“可见性”。这种可见性打破了城乡二元体制下城市中心主义的舆论格局,实现了城乡舆论一体化,基层舆论安全事关全局舆论安全。

其二,舆论治理主体的变迁,凸显基层群众的主体性作用。传统意义上的基层舆论治理,主要强调政府和媒体的单方面引导和管理,缺乏公众的广泛和有效参与。

其三,强调人才、工具、政策等治理资源要向基层输送,强调要在第一时间、第一地点对基层社会舆情事件进行很好的引导,以巩固党的舆论阵地、宣传党的声音,又强调通过重构政府、群众以及媒体之间的关系,改善基层社会权利结构关系,进而实现基层社会心态和情感结构的调整,达到深度治理的目标。从创新治理的视角来看,舆论治理“下沉”是一种善治逻辑,其治理理念、治理主体和治理方式都发生了根本性的变革,能够实现公共利益最大化,将会有力地解决主流媒体舆论治理中的“底层真空”问题,重构基层舆论生态。

### 三、舆论治理“下沉”的多重语境分析

舆论治理“下沉”这一话语表述,在充满空间形

象性和动态性的同时,也具有丰富的融媒体时代的语境内涵。这些语境既在很大程度上描述了“下沉”的具体原因,也基本型塑了基层舆论治理的价值和目标定位。

#### 1. 历史语境:县级传统媒体舆论引导不足

目前,全国有 2800 多个县级区域,生活着约 70% 的总人口。但是作为最底层、最贴近群众的县级媒体,却无法在基层社会进步与发展中发挥好资源配置的作用,没能连通好社会,没有沟通好政府和群众之间的关系,也没能扮演好舆论监督和引导的角色。县级媒体既是地方政府的耳目喉舌,也是基层群众的耳目喉舌,但受观念、权力以及利益格局的影响,传统媒体缺少足够的舆论监督能力,常常处在“监督难”和“难监督”的一种困惑局面。<sup>①</sup>而舆论监督和舆论引导互为表里、辩证统一,舆论监督能力的或缺导致了媒体公信力、影响力的不足,进而带来舆论引导能力的不足。所以,群体性事件甚至是恶性群体冲突事件,包括官民冲突、邪教和反社会事件等,往往容易在基层社会发生。

实际上,从 20 世纪 80 年代起,县级传统媒体走过了近 40 年的发展历程,但依然存在内容品质低、同质化程度高、竞争能力弱、影响力低等诸多问题难以解决。按照传媒经济学的观点,这主要是由于中国经济发展不平衡,县域经济整体落后,基层社会的信息消费和文化消费不足,媒体生存发展的市场机制不成熟、不完善。所以,中国的县级传统媒体大多时候是以一种典型的“结构性过剩,但实质性短缺”而存在。这种“实质性短缺”即是指其舆论引导力、影响力的短缺,无法对基层社会形成关系整合、文化融合、经济撮合的作用。正如有学者所说,中国的县级传统媒体是一个数量庞大但又长期游离于大众视野之外的媒体族群。<sup>②</sup>

#### 2. 现实语境:基层舆论格局复杂多变

县级媒体作为基层主流媒体缺少一定的话语声量是事实,但这并不意味着基层的信息传播就是“一潭死水”。随着移动互联网发展的“提速”“扩容”和“广覆盖”,基层社会的信息传播也被激活,人际交往也进入了媒介中介化时代,虽然基层官方舆论场相对沉寂,但基于移动商业平台的民间舆论场却众声喧哗、一派热闹景象。

众所周知,2018 年被称为互联网消费“下沉”市场崛起的一年。“下沉”市场巨大的用户红利,使得

抖音、快手、趣头条、拼多多等商业平台如雨后春笋般迅猛成长。同时,淘宝、京东等电商平台的业务也已经从大城市“下沉”到县域甚至乡镇。这些“下沉”的商业平台在繁荣基层社会物质文化和精神文化消费的同时,也在很大程度上改变了基层社会的信息传播模式和舆论生态。借助智能手机,微信、短视频、视频直播、头条号等网络应用在基层流行,成为基层群众“分享生活、展示自我、娱乐狂欢、表达情感、排解压力甚至创新创业的新平台”<sup>⑬</sup>。随之,各种政治思潮、消费主义思潮、亚文化、“土味文化”甚至封建迷信等也开始广泛传播。同时,基层社会的“营蝇式腐败”、利益冲突等结构性问题也通过互联网发酵、放大,形成较强的负面舆论压力。基层的舆论生态呈现出复杂、多变的态势。因此,如何在这种新旧冲突、价值多元的复杂舆论格局中实现基层社会的舆论治理创新,传播党的声音和主流价值观念,寻找多元主体话语的合意空间,为乡村振兴战略和城乡融合发展战略建构良好的舆论环境,是县级融媒体中心建设亟待解决的一个现实课题。

### 3. 政治语境:小镇青年意识形态安全日趋重要

小镇青年这一概念较早起源于对电影观众的研究,主要指“二三线城市及以下城市、县城、乡镇观众”<sup>⑭</sup>。但是,随着网络消费“下沉”市场的兴盛,其概念开始泛化,三四线城市及以下区域年轻的网络消费群体都被统称为小镇青年。当下流行的趣头条、拼多多、抖音、快手等网络平台目前是小镇青年最大的聚集地,除了作为观众和消费者,他们也是表演者和内容生产者。《2019 小镇青年报告》的数据显示,2018年,2.3亿小镇青年在快手上发布了超过28亿条短视频,播放量超过2.6万亿次,获赞数超过800亿,评论数超过180亿条。<sup>⑮</sup>作为一个新的文化消费群体和最大的网络用户增量,小镇青年这个在传统媒体时代失语甚至被污名化的群体,不仅在媒体“下沉”时代得以发声,而且作为一个新的意见阶层,还可能因其强有力的网络行动力引领互联网舆论和基层社会思潮的发展。因此,小镇青年的意识形态安全是一个日趋重要的政治问题,不仅关乎基层社会的政治稳定,更关乎国家的未来和发展。

从当下来看,小镇青年的意识形态安全和舆论引导统合于两个政治话语框架之中。一是中国共产党历来所重视的青年政治思想教育框架。青年不是单指年龄属性的问题,而是指青年群体被社会看待、

理解的方式。在当代中国语境下,青年这一概念具有丰富的政治文化内涵。2019年4月30日,在纪念五四运动100周年大会上,习近平指出:“青年是整个社会力量中最积极、最有生气的力量,国家的希望在青年,民族的未来在青年。”<sup>⑯</sup>二是乡村振兴战略的国家政治话语框架。乡村振兴战略是党的十九大作出的重大战略部署,是全面建设社会主义现代化国家的重大历史任务。而小镇青年既是乡村振兴的受益主体,也是行动者和生力军,直接影响乡村振兴的成效。

## 四、作为舆论治理“下沉”实践的县级融媒体中心建设:平台、内容与用户

综上所述,舆论治理“下沉”面临着时间上的紧迫性和影响因素的复杂性。但何以实现“下沉”?从当下中国媒体与舆论格局之间的关系以及创新基层社会治理的意义上来看,唯有充分实践县级融媒体中心的建设,在实践中创新、在创新中实践,将基于县级融媒体中心的信息传播有效地嵌入基层社会生活实践当中,创新内容供给和用户管理,充分发挥其作为基层舆论治理行动者的组织、动员和服务的功能。

1. 强化县级融媒体中心的技术开放性和易接近性,发挥其平台化的作用

县级融媒体中心具备“开放、激活、整合以及服务”等属性,属于典型的平台型媒体,既“拥有媒体的专业编辑权威性,又拥有面向用户平台所特有开放性的数字内容实体”<sup>⑰</sup>。

其一,从内容端来说,要强调对技术的开放性,包括对5G、云计算、短视频、航拍、VR/AR以及智能化技术的综合使用,追求内容生产和传播的全媒体化、移动化和交互性,以提升县级融媒体体的传播力、影响力,进而提升其舆论引导力。新冠疫情期间,全国很多县级融媒体都充分利用航拍、短视频、H5、直播等技术进行传播,收获了无数的点击量,发挥了重要的疫情舆情引导作用。

其二,从用户端来说,要强调技术的易接近性,以建构多元主体参与内容生产和传播的格局。基层群众是县级融媒体中心的目标用户,但其信息素养整体不高。要使其成为县级融媒体体的忠实用户和内容“产消者”,动员其发挥舆论治理主体的作用,必须要强调技术的易用性和可接近性,以使更大范围内的基层群众参与舆论对话和沟通,凝聚共识,促进问

题的协商解决。例如,当下作为县级融媒体重点发展的 APP,要能够通过各种易用技术嵌入基层社会的社交关系、匹配用户场景,实现用户的畅通使用,无论其是否有残障、语言或技术限制。

其三,从平台端来说,强调其连接性。县级融媒体作为一个基层治理枢纽和平台,要提供各种服务和连接的渠道、端口,除了强调连接政府、企业以及其他社会组织,以提供整合性的服务之外,还包括和省级技术平台或其他综合运营管理平台的连接,实现治理资源、工具以及人才的“下沉”,进而有能力对区域舆情进行实时监测、精准研判和科学处置。

2. 创新县级融媒体的内容生产,加大作为内容的政务服务供给

虽然从外在功能上讲,县级融媒体中心被作为治国理政新平台、基层治理枢纽,但是“其本质属性仍为新闻媒体,其参与社会治理的主要方式必然是‘传媒化’的,即通过完成基于融合平台的信息传播与公共服务来实现治理的功能”<sup>⑧</sup>。因此,县级融媒体要实现舆论治理的“下沉”,必须要创新其作为媒体平台的内容生产,以内容为本,融入基层社会生活实践。

其一,要充分发挥其媒体属性和本职功能,加强本地化新闻的生产和传播,聚焦基层公共政策、公共事件和公共生活,设置公共议程,发挥基层舆论引导和监督的功能。例如,邳州银杏融媒体的《政风热线》、长兴融媒体的《直击问政》以及宁波鄞州区融媒体中心的《向人民报告》等视频新闻节目,通过问政的形式实施具有建设性意义的舆论监督,以具体问题的解决为目标,满足基层群众的诉求,既“叫好”又“叫座”,有效地疏通了群众情绪的淤积、维护了基层社会的稳定。

其二,要强化作为内容的政务服务的供给。2019年1月发布的《县级融媒体中心建设规范》,明确将媒体服务、党建服务、政务服务、公共服务、增值服务等作为县级融媒体中心的业务类型展开规划。其中,政务服务作为核心服务,就是要让“信息多跑路,让群众少跑路”,以提高政府的服务力、公信力和亲和力,改善紧张的“官民对立”关系,调节基层社会心态,进而实现基层舆论的深度治理。这就要求县级融媒体能够盘活基层政府执政资源,打通基层政府部门之间的壁垒,强化信息公开和发布,以满足基层群众社会生活的刚需。这是融媒体区别于传

统媒体的关键之所在,也是融媒体能够实现基层舆论深度治理的能力之所在。

3. 树立用户思维,抓住小镇青年这一基层舆论主力人群

如前文所述,小镇青年是基层网络社会生活中的主体,相对于中老年群体拥有更多的话语能力和话语资源,是县级融媒体与商业化媒体平台流量之争的关键,也是基层舆论表达与沟通的主力人群,直接决定舆情事件的发展和舆论生态的良性建构。所谓舆论主力人群,即那些直接参与舆论生产与扩散的人群。相对于网络围观者的观而不语,主力人群拥有很大的行动力和动员能力,在舆论事件中通过积极点赞、评论和转发,以表达观点、情感和态度。<sup>⑨</sup>因此,县级融媒体建设要树立并强化用户思维,紧紧抓住小镇青年这一基层舆论主力人群,强调定制化、个性化的内容和服务的提供。

其一,要以正确的政治观念和意识形态引导、教育小镇青年。针对这一活力群体,要创新宣传内容和手段、转换话语方式,深挖县域本土红色文化、历史文化以及传统文化资源,增大爱国主义、传统文化等精神文化产品的供给,增强小镇青年的政治认同、国家认同和民族认同。

其二,要通过各种服务机制、激励机制以及社交化传播机制的建构,增强县级融媒体作为基层平台型媒体的用户黏性,动员小镇青年积极参与平台内容的生产与创作,创新日常生活实践和乡村文化的表达方式,讲好乡村故事,增强自我身份认同和主流价值观念认同。

## 五、结语

县级融媒体生长于政治、社会与资本的三重逻辑之下,具有典型的中国特色媒体融合的特点,既是国家实施媒体融合战略的产物,彰显的是国家意志,也是中国社会发展改革的产物,满足的是基层社会治理需求,还是传媒资本寻求新的市场空间的产物,体现的是媒介市场“下沉”的逻辑。当前,县级融媒体的建设发展进入高峰期,全国不少县区在硬件建设上大多都是高起点和高标准,投入少则几百万元,多则上千万元甚至上亿元。但是,能否真正实现舆论治理“下沉”,满足社会治理重心下移的需求,光靠资本、技术还远远不够,必须坚持县级融媒体建设的平台化思维,遵循媒体逻辑,强化运营、服务和管

理,实现用户“下沉”、内容“下沉”和渠道“下沉”,以此建构基层社会平台化、媒介化的生活空间。

#### 注释

①尚策:《融媒体的建构原则与模式分析》,《出版广角》2015年第14期。②罗昕、蔡雨婷:《县级融媒体创新基层治理的模式建构》,《新闻与写作》2020年第3期。③朱春阳:《“单兵扩散”与“云端共联”:县级融媒体中心建设的基本路径比较分析》,《新闻与写作》2018年第12期。④宋建武、乔羽:《建设县级融媒体中心 打造治国理政新平台》,《新闻战线》2018年第23期。⑤张诚、朱天、齐向楠:《作为县域治理枢纽的县级融媒体中心建设刍议——基于对A市的实地研究》,《新闻界》2018年第12期。⑥[德]马克思·韦伯:《经济与社会(第一卷)》,阎克文译,2010年,上海人民出版社,第114页。⑦青连斌:《推动社会治理重心向基层下移》,《政策瞭望》2018年第7期。⑧《中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定》,《人民日报》2019年11月6日。⑨姜晓萍、郭金云:《全面践行新发展理念开创社区发展治理新境界》,《先锋》2017年第9期。⑩张涛甫:

《寻找社会治理与舆论治理的最佳切口》,《人民论坛·学术前沿》2016年第5期。⑪康伟、屠国苗:《基层广电媒体“舆论监督+”模式探索》,《中国广播电视学刊》2017年第5期。⑫朱春阳:《县级融媒体中心建设的任务、核心问题与未来方向》,《传媒评论》2018年第10期。⑬张爱凤:《“底层发声”与新媒体的“农民叙事”——以“今日头条”三农短视频为考察对象》,《广州大学学报》2019年第7期。⑭尹鸿、孙俨斌:《2015年中国电影产业备忘录》,《电影艺术》2016年第2期。⑮《快手小镇青年报告:发布超28亿条短视频 视频播放量超26000亿次》,搜狐网,https://www.sohu.com/a/311937324\_100106801,2019年5月5日。⑯习近平:《在纪念五四运动100周年大会上的讲话》,《人民日报》2019年5月1日。⑰喻国明、焦健、张鑫:《“平台型媒体”的缘起、理论与操作关键》,《中国人民大学学报》2015年第6期。⑱邹军、荆高宏:《社会治理视域中的县级融媒体中心:意义、路径及进路》,《传媒观察》2019年第10期。⑲葛明骊:《后真相时代网络民粹主义主导舆论的机制及其治理》,《东岳论丛》2020年第5期。

责任编辑:沐紫

## Construction of County-level Converged Media and "Sinking" of Public Opinion Governance

Ge Mingsi

**Abstract:** From the perspective of governance rationality, county-level converged media as the new mainstream media at the grass-roots level, pursues the unity of instrumental rationality and value rationality. The "sinking" of public opinion governance, as an important content of the current downward shift of the whole social governance focus, has rich context connotations, including historical context, realistic context and political context. From the practical level, to realize the "sinking" of public opinion governance, the construction of county-level converged media must be strengthened from three aspects. First, strengthen the technical openness and accessibility of county-level converged media, and play its role as a platform. Second, innovate the content production and increase the content supply of government services. Third, we should establish the user's mental model, seize the town youth as the main public opinion crowd at the grass-roots level, and enhance their self-identity and mainstream value recognition.

**Key words:** construction of county-level converged media ; "sinking" of public opinion governance; multiple contexts