

保供与强链：基于县级融媒体体的城乡信息分化治理路径

陈洪友

摘要：当前我国社会从传统农业社会向工业化、信息化社会转型的进程中出现了城乡信息分化的现象，其中新媒体突飞猛进带来的媒介分化、信息全领域全流程广泛使用带来的信息应用分化以及由此导致的城乡社会分化表现突出。县级融媒体中心建设从物质条件和信息传播渠道等方面为城乡信息分化问题的解决提供了基本保障，从战略层面统筹了城乡信息传播的一张网建设。县级融媒体在解决城乡信息分化问题时，可以通过延展媒介供应链缩小媒介分化、拓宽县级融媒体公共服务链缩小信息服务分化、增强自媒体关系链弥合信息的社会分化等三条路径，促进城乡信息化同步发展和县域内的信息资源平衡。

关键词：城乡信息分化；县级融媒体；媒介供应链；城乡信息化同步

中图分类号：G206 **文献标识码：**A **文章编号：**1003-0751(2024)01-0169-08

当前移动网络技术、数字技术及人工智能技术突飞猛进，大数据、云计算、区块链、人工智能等应用深度嵌入现实生活场景，由此而生的海量信息成为影响人们生产、生活的关键要素，成为社会的核心资源和社会发展的引擎，人类社会正在向信息化社会加速迈进。由于人们所在区域的信息基础设施、信息资源配置以及个体信息技术应用能力等方面存在差异，出现了不同地区、不同人群、不同主体之间的信息技术和信息资源应用差异现象，即学界常说的信息分化。信息分化现象的社会影响随着信息社会的发展逐步显现，不容忽视。近年来，虽然我国加快建设经济社会文化等领域的全国一体化大数据中心，“高速泛在、天地一体、云网融合、智能敏捷、绿色低碳、安全可控的智能化综合性数字信息基础设施”^[1]日臻完善，但是，信息分化现象并未因此减少，“在一些偏远农村和经济欠发达地区，因数字信息技术的不均衡扩散和不均衡应用造成的信息分化，已经成为降低社会流动性、影响人们获得发展机会的障碍，非但没有缓解原有的贫富差距，甚至产生

新的社会分化”^[2]。这种现象在乡村表现得尤为突出，是当前刻不容缓需要解决的问题。

一、从媒介到社会：新媒体冲击下的城乡信息分化

我国广大乡村的自在性、自洽性以及初级社会结构的惯性所形成的乡村社会信息传播基础结构历史悠久、稳定性强，城乡教育发展不均衡，导致乡村居民对新事物、新技术、新应用的接受度明显落后于城市。于是完全依赖新技术、新应用进行传播的信息资源在城乡间出现了差异，这种差异在一波又一波的新媒体迭代生成与应用中日益扩大。

1. 分化：从媒介使用开始

20世纪40年代美国数学家香农首次提出信息熵概念以降，信息逐渐发展成为定义社会生产生活的基本概念，文字、数字、图表、声音、视频等信息类型的存储、交换、融通及提取使用的便捷性需求成为推动相关技术进步的强大力量。换言之，信息成为

收稿日期：2023-09-20

基金项目：湖北省高等学校哲学社会科学研究重大项目“新时代红色文化网络传播体系建构研究”（21ZD150）。

作者简介：陈洪友，男，荆楚理工学院文学与传媒学院院长、教授（湖北荆门 448000）。

以媒介快速进步为表征的主导社会发展的关键要素,成为推动新的产业形态诞生和经济发展的驱动力。媒介的每一次进步均从技术、渠道、内容和效果等多个维度强化了信息的社会功能,人们在使用这些媒介的过程中完成了信息的接受、传播与共享的观念进化,也因个体的性别、年龄、受教育程度、职业、收入等差异导致媒介使用结果——信息资源的差异,于是出现了信息分化。这种现象在我国的城乡间的表现如下。

第一,城乡互联网使用带来的媒介分化明显。中国互联网信息中心每半年发布的《中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称《统计报告》)自2007年7月首次发布城乡互联网统计数据以来,至今已有16年共计32次数据报告。2007年7月发布的第20次《统计报告》显示,“农村互联网发展程度与城镇差异巨大,城镇居民互联网普及率达到21.6%,农村互联网普及率却只有5.1%”^[3]。2023年8月发布的第52次《统计报告》显示,“截至2023年6月,我国城镇地区互联网普及率为85.1%,农村地区互联网普及率为60.5%”^[4]。虽然城乡互联网普及率均显著提高,但二者仍相差24.6个百分点。而且从全国非网民规模来看,“我国非网民仍以农村地区为主,农村地区非网民占比为59.0%,高于全国农村人口比例23.8个百分点”^[4]。

第二,乡村广播电视媒体使用率高凸显媒介分化。广播电视是对接收者门槛要求最低的媒体,尤其是广播对听众受教育程度要求低,花钱少,伴随性强,老少咸宜,是最适宜乡村居民使用的媒体。国家通过“村村通”“村村响”等工程不断增强乡村广播电视的覆盖率,确保广播电视在乡村信息传播中的主导地位。从农村视角来看,随着工业化、城镇化和农业现代化的加速推进,农村壮年劳力外出务工、进城落户人口数量逐年增长,农村人口多为留守儿童和老人。而老人和小孩是广播电视的主要服务对象,尤其是老年人由于文化水平、身体退化等原因使用智能手机有障碍,是非网民的主要群体,他们多用传统广播电视来打发闲暇时光。2021年4月25日国家广电总局公布的《2021年全国广播电视行业统计公报》表明,农村广播节目综合人口覆盖率99.26%,农村电视节目综合人口覆盖率99.52%,分别比2020年提高了0.09和0.07个百分点。农村有线广播电视实际用户数0.67亿户,在有线网络未通达的农村地区直播卫星用户1.48亿户,同比增长0.68%^[5]。在农村人口不断减少的情况下,广播电

视实际用户不降反增,表明广播电视仍然是我国农村的主要媒体,是乡村居民接收信息的主渠道。这与城市的媒介使用变化正好相反,城乡信息传播媒介表现出巨大反差。

总之,无论是互联网带来的城乡信息分化趋势,还是农村广播电视媒体延续使用的增长态势,两相对照,表明城乡因媒介使用而导致的信息分化现象突出。在当前新媒体对社会生产生活全方位渗透的情形下,广大的乡村被媒介形塑和重构的格局正在形成,由城乡媒介使用差异所导致的信息分化现象短期内难以避免。

2. 失衡:乡村信息应用之痛

如果说城乡媒介使用的差距是一种显性存在,那么,附着在媒介之上的信息内容选择与使用差距就略微隐形,目前这种差距带来的社会影响正在逐步显现。由于乡村信息基础设施建设的相对滞后、信息网络的覆盖受限及信息资源的结构性失衡,生活在乡村的人们在信息应用与共享方面的失落感明显增强。

信息应用是由信息使用主体根据个体需求选择、使用信息的过程,主体自身对信息的兴趣、使用动机、认知、处理能力等因素直接关系到信息应用过程的进展顺利与否及其结果的效度。而这些因素往往与主体自身的经济状况、社会地位、受教育程度等社会因素直接相关。受农耕文化及城乡二元结构的影响,即便经过40多年的改革开放、多年的脱贫攻坚行动和乡村振兴战略的实施,当下的农村仍然是经济欠发达、平均受教育程度较低的地区。

信息社会最重要的素养是人的信息应用能力。所谓信息应用能力是指个体(人)对信息活动的态度及其信息的判断、选择、理解、处理、传播、创新的能力^[6],该能力的结果直接体现为信息价值变现程度,因此有人将其简称为信息能力。广义的信息应用能力还包括个体的信息意识即对信息的敏感度、信息知识、信息道德等方面。所谓信息道德是指“对信息重要性的认识和对信息的责任感、对信息社会及对人类影响的理解”^[7]。按照马斯洛的需要层次理论,个体信息应用的深度大致表现为基础性、自我满足性和自我实现性三个层次,这三个层次依次发展逐步提高。中国互联网络信息中心的《统计报告》将城乡信息应用情况分为4大类(基础应用类、商务交易类、网络娱乐类、公共服务类)14个小类进行统计,包括即时通讯、线上办公、网络视频、网络直播、网络游戏、互联网医疗等应用情况。通过确

凿的数据分析比较,截至2022年12月,在基础性应用层次,比如网络即时通讯方面,乡村网民使用率与城镇网民相差2.5个百分点;在自我满足性应用层次,农村地区互联网医疗用户占农村网民规模比例较全国平均值低12.5个百分点^[8]。这些数据表明,我国城乡居民在网络信息应用层次上差距较大。

信息应用的效度是指信息社会中个体通过信息应用来实现自我价值的效果。信息应用的效度不在于个体是否掌握了媒介的使用方法,也不在于信息使用在多大程度上满足了个体的信息需要,而在于对个体自我价值实现的程度,即应用的信息越有利于个体的自我价值实现,那么信息应用的效度越高。当前我国正处于信息化过程中,城乡信息化差距的客观存在在相当程度上决定了乡村信息应用的效度差距。第51次《统计报告》显示,目前我国乡村信息应用除即时通讯与城镇基本持平、短视频使用率略高外,其余能够产生经济价值、文化价值和审美价值的12小类应用均存在不同程度的差距。这些数据折射出我国乡村信息应用的低效度特征。相关调查也表明,“乡村媒介实践导向了以‘土味文化’‘身体猎奇’为主的表演,乡村再次成为一个被想象、被凝视的客体,陷入‘城市用户围观农村创作者’的观看结构”^[9]。在移动新媒体平台迭代生成、算法推送精准化发展的当下,乡村网民网络信息应用的庸俗、低俗、媚俗现象较为突出,由于网络信息的芜杂尤其是流量经济带来的感官刺激所致的信息偏向,再加上乡村网民的信息认知力、判断力较低,进一步加剧了农村地区网络信息应用的低效度及负效应。

总体上看,我国乡村信息应用虽然处于高速发展状态,应用规模、范围不断扩大,但是信息应用仍然处于即时通讯、被围观的较低层次,即使直播带货之类的应用近年增长明显也很难改变信息应用的低效度状态,信息应用仍没有进入深度参与乡村社会生产的价值实现层面。

3. 解构:信息分化后的乡村社会

信息资源作为信息社会公平正义的标识,在城乡之间的不对称存在、不均衡获取,必然导致传统乡村社会非正常状态的出现。

一是乡村内部的媒介分化带来乡村社会的分化。每一代人有每一代人的媒介及其所建构的信息结构和媒介记忆,年长者即使被动接受和使用新媒体,他们年轻时常用的媒体也仍占据其媒介使用结构的一席之地,具有与另一代人不同的媒介框架。“当下互联网日益成为驱动乡村振兴发展的先导力

量,正解构着传统的乡村传播结构,一个由互联网建构的媒介框架逐渐形成。”^[10]建立在新媒介框架基础上的信息分化也必将从传播结构、媒介逻辑、信息关系等多个维度重构乡村社会秩序。乡村媒介分化所致的乡村后喻结构颠覆了几千年的先喻结构,新媒体使用先锋日益成为乡村的主导力量,甚至在一些乡村出现以新生代网络主播为核心的新富群体的崛起,他们成为主导本区域经济、社会发展方向的生力军,重构着本地的社会格局。

二是城乡信息分化阻滞城乡融合发展的步伐。当前城乡融合发展效果并不尽如人意,其中一个重要影响因素便是城乡信息分化。乡村相较于城市在信息资源获取的机会、应用场景及效果上差距明显,多处于被剥削的信息环境之中,即使乡村富集的本土信息资源,由于受到城市信息资源富集旋涡的吸附而不能自脱,这种现象已经屡见不鲜,比如农村有机食品的销售量最高、获利最大者并非农民自己,而是城市的网红及其经营主体,这恰恰反映了信息作为生产资源和资本的市场逻辑。也正是基于这个逻辑,城乡信息分化才成为城乡融合的障碍。不仅如此,在媒介高度发达的社会,城乡融合日益向在线状态、信息应用共享模式转移,如果城乡信息分化不能有效弥合,它对城乡融合发展的负面效应还将加剧。

三是乡村信息应用的负效应仍将持续增大。近年来我国数字化、信息化战略加快推进,数字乡村战略持续发力,乡村信息化正在提速。但是,信息化的“双刃剑”效应无可避免,我们在享受信息化给生产生活带来便利的同时,也必须接受信息应用的负效应,包括算法推送和人工智能的精细化技术,对处于信息应用低端的农村群体的茧房效应、算法歧视及其对乡村传统秩序的破坏等负效应,尤其要防止乡村在共同富裕进程中遭到信息资源富集者尤其是信息利己主义者的利益侵蚀与盘剥。

二、从固本到合用:县级融媒体中心建设的本质阐释

县级融媒体中心建设自2018年上升为国家战略以来,经过几年的努力,全国已建成2585个县级融媒体中心^[11],一省一个云平台,一县一个云端号,集传统广播电视、报刊和新媒体为一体,将信息传播的神经末梢延伸到每一个乡村,形成了以县级融媒体中心为核心、各级党政部门为节点,连接城乡、覆盖全国的信息网络,为城乡信息分化的治理提

供了有力支撑。

1. 固本:县级融媒体中心建设的真实意图

县级融媒体中心建设的根本目标是解决基层信息传播“最后一公里”问题。“媒介在本质上是信息的采集制作和传播的平台。”^[12]纵观我国县级媒体建设史,其宗旨无不聚焦于信息的上传下达,满足基层尤其是广大农村的生产、生活等信息需求。质言之,县级媒体建设的根本意图就是将党中央路线方针政策、国家发展战略等与老百姓息息相关的信息下传至每一个村庄、每一个家庭,将基层民众的诉求反映至县、省乃至中央,畅通党的群众路线,引导舆论,达成共识,凝聚人心。中华人民共和国成立以来,我国基本建成中央、省、地、县四级办媒体的格局,初步形成全国信息传播体系。但是,“互联网和移动媒体的出现,极大地改变了以往的层级传播格局,地域广大的县市区域已不再是信息传播的空白区和弱化区,而是县级融媒体发展的广阔空间”^[13]。为了解决新媒体出现所造成的“四级”传播体系解构后的基层主流声音阙如问题,2018年中央出台了《关于加强县级融媒体中心建设的意见》(以下简称为《意见》),从战略层面统筹我国广大乡村信息传播的主渠道和城乡信息传播的一张网建设,乡村信息化由此步入快车道。

县级融媒体中心建设的根本任务是实现城乡信息化同步发展。自1994年我国全功能接入互联网以来,经过近30年的发展,城乡互联网使用的差距进一步强化了城乡二元结构,地广人疏减缓了乡村通信技术升级的速度,城乡移动通信技术差别明显,导致网络信息服务滞后于城市,也阻碍了城乡一体化发展和国家信息化进程。《意见》的出台也从一个侧面反映出新媒体环境下城乡信息化一体发展的紧迫性和重要性。中宣部和国家广电总局2019年年初联合发布的《县级融媒体规范》(以下简称《规范》),进一步明确了县级融媒体中心建设的基本标准,强调基于“省级平台(云)”及其资源部署功能的基本原则,将基层社会纳入全省统一的网络信息平台、传播框架和资源配置序列,为促进广大乡村与城市同步信息化提供了基本保障。

因此,县级融媒体中心建设是提高我国基层信息传播能力,满足新媒体生态中基层群众尤其是乡村居民的信息需求,为国家信息化发展战略提供物质条件的固本之策。

2. 平衡:促进城乡信息同步的基本目标

《规范》明确了县级融媒体中心建设的总体要

求,其中特别强调“渠道丰富、覆盖面广”的建设目标。该目标就是要改变过去县级广播电视媒体传播渠道单一所造成的县域内信息单向传播、难以完全覆盖乡村尤其偏远村庄的格局,推动城乡信息资源不对称问题逐步解决。县级融媒体中心通过移动优先的传播矩阵建设,推动县域内城乡间信息传播渠道多元化、互动化和全覆盖,确保本域城乡拥有信息同步的媒介基础。

县级融媒体中心建设最大的突破在于媒体的业务范围从新闻宣传拓展到综合服务领域,这一突破具有里程碑意义。长期以来,我国的主流媒体是新闻宣传媒体、事业单位性质、官方媒体地位,县级媒体本来诞生在县城这个基层区域却因事业单位性质和官方媒体地位难以直接服务乡村公共事务。《意见》和《规范》的出台,从顶层规定了县级融媒体的开放性功能和公共综合业务范围,增加了服务城乡居民政务、生活、社交传播、教育培训等功能,解决了长期以来乡村居民与城市居民同域不同等的信息服务问题,补齐了城乡信息资源不对称的功能性短板,从源头构筑城乡信息资源平衡配置的架构。

促进县域内的信息资源平衡是实现全国信息公平的基础。信息分化本质上是一个相对的概念,若放眼全球来看,信息分化现象在发达国家与发展中国家之间的差距更大、更复杂,若放在一个相对固定、集中的区域,其分化的程度可能就小得多。县级行政区是我国历史最悠久、社会结构相对稳定的行政区划,从这个意义上讲,县域是最容易实现信息平衡的区域,再加上行政管理的统一性和信息技术的统筹推进,尤其是县级融媒体中心建设从信息应用基础设施和基本信息服务维度推进了县域城乡信息的平衡与均质化。

3. 合用:各取所需的信息应用愿景

《规范》要求通过“媒介+”业务“满足用户多样化的需求”,这是针对县域内城乡间信息需求的差异性提出的县级融媒体建设合用目标,既要让不同媒介用户、不同文化程度、不同职业和地理位置的居民对所需信息资源能够用得上、用得起,还要用得好,实现城乡信息应用同等价值愿景。

首先是满足各类人群用得上,包括信号全覆盖、信息全媒体传播、应用全终端可及(包括适老化)。县级融媒体中心建设中有一个重要指标——县级新旧媒体的融合及其与各类新型平台媒体的融合,由此形成一个综合性强、功能相对完备的媒体系统,当然也是一个县域综合信息平台系统,能够实现

多渠道、多领域、多终端的信息传播。再加上其自身特有的贴近基层、贴近乡村的天然区位优势,在解决乡村居民急难愁盼信息方面具备先知先觉的条件,在对接县域内各类群体信息需求上具有物理、心理和文化等方面的近水楼台的便利,能够结合各地实际因地制宜地部署融媒体功能。实践证明,长兴、安吉、邳州、鹤峰等地融媒体中心的差异化建设,较好地实现了乡村居民“用得上”的目标。

其次是用得起,即县级融媒体是保障基层信息应用的兜底媒体群,媒体选择面广、技术门槛低,相较于城市,乡村信息资费便宜,无论个体年龄、职业、收入差距多大,都能够在传播矩阵中选择适合自己的媒体获取个人需要的信息。加上国家乡村振兴、数字乡村等战略的实施,各类通信工程、下乡工程的推进以及政府资金保驾护航,能够帮助乡村基本消除信息贫困现象,缩小乡村内部的信息分化。

最后是用得好,就是能够满足县域内所有人媒介使用和信应用需求,少长咸宜,城乡无欺。这是县级融媒体建设的总体要求,也是增强信应用包容性的要求,这一目标将在县级融媒体中心建设进程中逐步实现。

综上,无论是建设的出发点还是基本目标,也无论是现实情况还是未来愿景,县级融媒体中心建设对城乡信息传播的均等化发展具有不可替代的功能,为弥合城乡信息分化打下坚实物质基础,提供了不可或缺的保障条件。

三、从展链到强链:县级融媒体 弥合城乡信息分化的路径

县级融媒体作为基层信息应用的综合媒体矩阵和乡村信息均等化的区域关键信息平台,在我国传统农业社会向信息化社会的转型中发挥着不可替代的作用。其在促进城乡信息均衡发展、弥合信息分化扩大方面大致有以下三条路径。

1. 延展媒介供应链,缩小媒介分化

当下城乡信息分化的最直接原因是乡村居民的信息接收终端不均等所带来的信应用差距。为此,首要问题是解决基层同区域内媒介的供给不足,即乡村信息传播通道不全的问题,比如有的县级融媒体与各种新媒体平台融合不够、链接不畅,导致本县信息传播渠道受限。该问题虽然属于物质基础范畴,是缩小城乡信息分化的前置条件,但很难通过为农村居民提供终端来迅速改变,因为此问题还涉及

受众的媒介使用能力等问题。鉴于此,县级融媒体应凭借熟悉本县乡村居民的媒介使用环境以及乡村居民的媒介使用习惯等优势,克服媒体矩阵的建设偏向,针对性构建适宜本域不同媒介使用者包括乡村弱势群体各取所需的媒体矩阵,为信息一次采集、全媒体分发提供泛在通道,为乡村不同个体提供适用的媒介,不能因为每况愈下而关停电视媒体,也不能因为有了流量可观的抖音号等视频平台就忽视文字和音频信息生产,更不能因为某类综合服务业务不赚钱而停止更新,在今后相当长的时期,新旧媒体融合发展是一个不争的事实。这种新旧媒体并存的媒介混合生态,从时空上延展了融媒体集群式供应链,既保留了传统广播电视的历史存在,也将之延伸到了新媒体空间,增强了县级融媒体的张力,不失为缩小因新媒体使用不均而带来的信息分化的可操作性措施。

用新媒体思维做好传统媒体融合后的更新,延展传统媒体的传播链,是当下解决城乡信息分化的关键。《规范》特别指出,县级融媒体包括但不限于广播、电视、报刊、新媒体和应急广播等媒体,其中广播、应急广播赫然在列,表明广播媒体在县级融媒体阵列以及在乡村信息传播中的重要性。从我国广播媒体发展的历史维度看,乡村广播更新一直是国家工程。中华人民共和国成立以来,我国一贯重视乡村广播建设,从1950年4月中央人民政府新闻总署发布《关于建立广播收音网的决定》开始建设乡村大喇叭广播网,经1998年党中央、国务院根据广播电视在偏远地区难覆盖的问题提出“广播电视村村通工程”,再到2008年汶川大地震以后各省先后建设乡村应急广播系统“村村响”工程至今,70多年来乡村广播建设从未间断,从大喇叭到袖珍收音机再到手机广播平台,从有线广播到云广播,随着终端的变化和技术的不断升级,乡村广播发展一路高歌并始终占据乡村媒体的优势地位,这为当下乡村信息全媒体化同步传播提供了兜底条件。研究发现,“面对城市中心主义的大媒介的信息供给与乡村社会需求的脱节现状,乡村大喇叭成为乡村自我管理、针对本土诉求治理的小媒介”^[14]。其嵌入新媒体变身音频平台后的非线性传播进一步增强了广播媒体的优越性,在满足乡村老年群体的媒介使用及信需求方面发挥着难以替换的功用。乡村广播所特有的强制传播特征,能够在有效的声音传播区间将信息推达给对象,比算法推荐更有效。正因为如此,其在弥补乡村新媒体信息接受的茧房效应、盲从媚

俗等短板方面发挥了难得的作用。乡村广播内容选择的地方划一性——乡村广播的内容可以是中央台、省台,也可是市县台、村自办节目,内容的区域同步在一定程度上补齐了其他媒体尤其是新媒体内容接受的分化问题。县级融媒体矩阵中的电视媒体也有类似于广播的功能,电视融合化发展以及在参与新媒体竞争的过程中逐步实现内容与新媒体同步化传播,逐步补上了高于城市使用率的乡村电视观众因媒介使用差异而导致的信息分化差距。短视频、在线直播平台的勃兴,将电视媒体的优势发挥至极,并与传统电视互补,占据县级融媒体的主流位置。

运用“媒体+”理念,延展县级融媒体供应链,是解决城乡信息分化的必要手段。“媒体+”理念从思想层面突破媒介边界,拓展了媒介的外延,为县级融媒体中心建设提供了延展媒介供应链的逻辑支撑。“媒体+”中的“媒体”是信息传播的渠道、信息应用的硬件、信息社会的基石,也是县级融媒体的根本所在;“+”后面的内容是可以接入“媒体”的信息业务,可以是媒介,可以是互动等技术,也可以是信息服务或商务,是媒体链条的延伸与桥接。县级融媒体通过“媒体+”在纵横两个维度延展供应链。从纵向看,其向省级云媒体平台的延展一方面将本域信息汇入省级平台,同时又将省级平台的信息运用到本级服务体系,从信息资源的范围、内容和渠道上实现了延展。从横向看,县级融媒体通过省级平台参与到省域内各县级融媒体信息的共享,实现信息的横向交流运用。在本县区域内,“媒体+”将区域内各部门、各单位的公共资源和大数据集成,形成信息富集的聚合平台和上下联动的信息共同体。在此基础上建立的延伸到基层的综合服务网络,体现了信息资源的社会价值属性,实现了社会信息化同步发展的本质要求。

2. 拓宽县级融媒体公共服务链,缩小信息服务分化

《规范》将县级融媒体定义为“开展媒体服务、党建服务、政务服务、公共服务、增值服务等业务的融合媒体平台”^[15]。解决乡村信息分化问题,不仅应该缩小小媒介分化引起的信息分化现象,还要解决信息应用方面的分化问题。从当前现实情况看,城乡信息应用差距主要体现在各类生产生活类服务信息的获取与使用方面,比如乡村居民日常所需的教育、医保、户政等政务服务业务很难与城镇居民一样便利,此类服务的分化不仅在于硬件的差异,还在于信息服务类别的限制——城乡二元结构所导致的城

市居民与农村居民的身份差异。此类信息应用差距的缩小,除有待城乡二元结构的消弭外,还期望相关业务部门提高数字化水平,增强接入县级融媒体信息服务功能模块的集成度和服务的针对性,这有赖于多部门协同行动。

信息服务思维的建立是县级融媒体促进乡村信息应用均等的基石。目前,我国县级融媒体中心已经完成基础设施建设,正在向功能完善的目标推进。相关调查表明,全国各县级融媒体的政务、党建、民生、文化、教育、增值等六类服务功能建设进度不一,东部经济发达地区如浙江安吉、江苏江阴、上海闵行、北京朝阳等县级融媒体的服务功能相对而言实现较好,中西部大多县级融媒体“比较重视新闻与政务服务相结合,但忽视民生服务,其产品与服务没有顺应、深耕当地群众的习惯与生活,与群众的需求相脱节,造成所生产的传媒产品单一、单调,传播效果、服务效应与建设初衷相去甚远”^[16]。这些现象揭示县级融媒体信息服务思维还未建立,过去县级广播电视媒体的宣传本位思维定式犹存,从而导致县级融媒体的服务信息供给难以满足本县乡村居民的实际信息应用需求。这是当前县级融媒体发展的堵点所在,应该在机制建构、队伍更新、运维框架等方面加快改革步伐,从根本上转变思维方式。

信息服务功能范围的拓展是县级融媒体促进乡村信息应用均等的重点。《规范》明确县级融媒体中心的信息服务包括媒体服务和综合服务两大类,综合服务又分为党建、政务、公共(民生、文化、教育、医疗等)和增值等四类。如果说融媒体矩阵的建设是县级融媒体的媒体服务功能的具体体现,那么新闻信息就是其基本服务功能的表征,综合服务才是其信息服务功能的关键所在。相关调查数据显示,各地党建服务空白项较多,政务服务建设各有所长,民生服务种类多元、各具特色,文化服务较为单一,教育服务尚未达标,医疗服务正在增长,增值服务与各县经济发展水平差异成正比^[17]。由于我国地广俗异,县情不一,县级融媒体的服务功能不可能完全一样,但是各大类服务的基础功能应该大体一致,或者说服务的内容和方向应基本相同,各县在推进功能实现的进程中应该对标《规范》,进行本地化、特色化、创造性建设,以满足本县域城乡居民的信息应用需求为目标,推动城乡信息应用的均等化。从全国范围来看,如果每一个县域城乡信息实现了均等化,全国城乡信息分化的鸿沟自然就会缩小。

县级融媒体拓宽信息服务链助力城乡信息应用

均等化的核心在于其信息供给的多元化。县级融媒体中心不仅要准确传播中央、省政策信息,还要将本地各领域、各部门的大数据、公共服务信息汇聚于融媒体矩阵,生产出适应不同媒介传播的信息文本和适合城乡不同群体接受的同质信息的不同传播风格样态,最大限度地满足本县城乡信息应用需求。信息的多元化实现不仅需要各级官方的信息,还有人们日常生活生活所需的来自各类市场主体的信息,包括就业、生活必需品、娱乐等各方面信息。这些信息的供给属于增值业务范畴,是县级融媒体业务发展的核心,也是城乡信息应用均等的关键,如安吉县融媒体中心中心的“安吉优品汇”“安心停”,长兴县融媒体中心中心的“未来社区服务平台”上的“掌心外卖”“掌心商城”等摸索出了一些经验,但尚不成熟,需要各地积极探索。

3. 增强自媒体关系链,弥合信息的社会分化

信息分化是信息社会初期难以避免的一种现象,其本质是社会分化。解决这一问题需要从影响社会分化的社会关系如地缘、血缘、亲缘、生产关系等要素切入,发挥县级融媒体中心的技术、内容、服务等优势,建立反作用于信息分化的媒体关系链。

主导县域传播基础结构的建构是增强本地媒体关系链的基础。县域是一个由各种社会关系及建立在此基础之上的具有本地惯习和逻辑的稳定场域,但是,新的信息技术所构建的新媒体信息应用场景颠覆了传统场域的正常运行,尤其是传统乡村的在场传播和熟人社会的人际传播被自媒体传播削弱,传统场域的传播结构正处于重构之中。作为主流媒体的县级融媒体应该是新传播结构建设的核心力量,“应充分利用自身的全媒体、在地化优势,将自身发展与乡村文化生产统筹推进,形成互动、互补、互促、共生的内容生产体系”^[18],主导本地传播结构的重构进程,从而增强县域信息化发展的媒体关系链。

县级融媒体加强与微信、抖音等自媒体的链接,开发融媒体矩阵中综合服务各业务模块的互动交流功能,是其嵌入县域社会关系结构和传播基础结构的生存之道,也是弥合城乡信息分化的重要路径。社交传播是《规范》明确规定的县级融媒体民生服务功能,也是党建和政务等服务业务的基础功能。从全国各县级融媒体建设的实践看,入驻微信、抖音、今日头条等自媒体平台成为标配,有的县级融媒体还建立了全媒体、全栏目入驻自媒体的格局,如江阴市融媒体中心建有江阴电视台、江阴网、最江阴

APP等13个微信公众号,促进本域不同媒体受众参与互动,最大限度地形成社交媒体关系链,构筑基于地缘的媒介关系网。

优化本地内容生产是增强自媒体关系链的关键。基于算法推荐的新媒体场景的出现需要县级融媒体在本地内容生产中充分考量社会关系要素,包括乡村基于家庭的初级群体线上线下亲缘关系链、基于乡音乡情为基础的线上线下社会关系链、基于智慧农业生产合作为基础的乡村生产关系链等,比如推出方言、家乡事、家乡味等节目,打造本地人物、故事、网红等专栏,建立、巩固本地媒介关系链。这些新的自媒体关系链内及各种关系链之间的互动与交流,有助于乡村居民获得更多的有效信息,在一定程度上缩小城乡之间的信息沟,也有利于形塑新的社会关系链,以维持虚拟与现实并行的乡村社会场域秩序。

县级融媒体作为本县的主流信息平台,通过从新闻宣传向全方位信息服务转型,吸收既有的地理相近、乡情浓郁、初级社会关系稳固的社会关系链的营养,在提供综合服务的过程中逐步构建以县级融媒体矩阵为核心的信息内容同频共振、虚实一体的新型关系链。由此推动城乡信息分化的县域弥合,包括以乡亲、乡音、乡味、乡俗等为内容的信息圈内的均等传播,以抖音号、微信号等自媒体圈子为主体的自在、自主传播,以家族、家庭为底色的亲缘圈的跨越地域限制的亲情传播,等等。通过新型关系链的建立引导信息化时代乡村社会关系调整与重构,为城乡信息分化提供基于关系链的虚实一体治理路径。

结 语

县级融媒体中心诞生于我国从农业社会向工业社会和信息化社会转型的大背景,其与生俱来的多领域综合信息服务功能及身处基层、服务乡村的优势,为防治城乡信息分化、推进乡村信息与城镇均等化发展提供了独特的条件。县级融媒体中心几年来的建设与实践显示,虽然服务县域城乡的信息功能正在建设之中,但仍然在一定程度上推进了县域内的信息平衡。各县级融媒体通过各省级云平台链接为一体形成了一个蔚为大观的全国信息网络系统,这张遍布全国2500多个县级行政区的信息传播网络为我国信息化发展提供了从中央到基层的信息传播框架。各县级融媒体中心在落实《规范》的同时,

各显神通,探寻适宜本县的信息服务之路,在媒介链的延展、服务链的拓宽和关系链的弥合等方面进行有益探索,为缩小城乡媒介分化、信息应用分化和社会关系分化积累了不少经验。至于其在促进城乡信息应用的自适、自在和自足方面能够走多远,还需要在与新媒体同步发展的进程中不断完善。展望未来,一个日益完善的县级融媒体矩阵所链接的全国性信息资源网络将在推动城乡共同富裕进程中发挥重要作用,这是值得期待也是指日可待的。

参考文献

[1] 习近平. 习近平著作选读: 第二卷[M]. 北京: 人民出版社, 2023: 537.

[2] 郑素侠. 弥合城乡信息分化 推动城乡共同富裕[N]. 中国社会科学报, 2022-03-30(5).

[3] 中国互联网信息中心. 第20次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL]. (2007-07-20)[2023-08-30]. <https://www.cnnic.net.cn/NMediaFile/2022/0830/MAIN1661849329404PZVE2C50XY.pdf>.

[4] 中国互联网信息中心. 第52次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL]. (2023-08-28)[2023-08-30]. <https://www.cnnic.net.cn/NMediaFile/2023/0908/MAIN1694151810549M3LV0UWOAV.pdf>.

[5] 国家广电总局规划财务司. 2021年全国广播电视行业统计公报[EB/OL]. (2022-04-25)[2023-08-30]. http://www.nrta.gov.cn/art/2022/4/25/art_113_60195.html.

[6] 陈维维, 李艺. 信息素养的内涵、层次及培养[J]. 电化教育研究, 2002(11): 7-9.

[7] 张玮, 李哲, 奥林泰一郎, 等. 日本教育信息化政策分析及其对中国的启示[J]. 现代教育技术, 2017(3): 5-12.

[8] 中国互联网信息中心. 第51次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL]. (2023-03-20)[2023-08-30]. <https://www.cnnic.net.cn/NMediaFile/2023/0807/MAIN169137187130308PEDV637M.pdf>.

[9] 徐冠群, 朱珊. 返乡青年短视频媒介实践考察[J]. 云南社会科学, 2023(3): 177-186.

[10] 陈洪友. 从差序格局到新媒介框架: 我国乡村传播结构转型的考察[J]. 编辑之友, 2020(9): 43-48.

[11] 李一凡. 2022年中国县级融媒体中心发展报告[M]//胡正荣, 黄楚新, 严三九. 中国新媒体发展报告(2023). 北京: 社会科学文献出版社, 2023: 232.

[12] 张晓锋. 论媒介化社会形成的三重逻辑[J]. 现代传播—中国传媒大学学报, 2010(7): 15-18.

[13] 方提, 尹韵公. 论县级融媒体中心建设的重大意义与实现路径[J]. 现代传播—中国传媒大学学报, 2019(4): 11-14.

[14] 张雪霖. 媒介融合背景下乡村“大喇叭”的重建及其机制研究[J]. 新闻与传播评论, 2021(2): 87-97.

[15] 中共中央宣传部, 国家广播电视总局. 县级融媒体中心建设规范[EB/OL]. (2019-01-15)[2023-08-30]. http://www.cac.gov.cn/wxb_pdf/20190115002.pdf.

[16] 陈遥. 县级融媒体中心拓展服务内涵与功能之策略[J]. 中国广播电视学刊, 2022(3): 88-92.

[17] 郭诗瑀. 县级融媒体中心现有服务功能类型分析: 以中宣部推选的七个客户端为例[J]. 媒体融合新观察, 2022(5): 12-17.

[18] 陈洪友, 李虹. 嵌入到共生: 县级融媒体参与乡村文化生产的进路[J]. 中州学刊, 2022(11): 155-163.

Supply Protection and Strong Chain: Governance Path of Urban-rural Information Differentiation Based on the County-level Converged Media

Chen Hongyou

Abstract: At present, in the process of transformation from traditional agricultural society to industrialization and information society, the phenomenon of urban-rural information differentiation is inevitable. Among them, the media differentiation brought by the rapid development of new media, the information application differentiation brought by the wide use of information in all fields and processes, and the resulting urban-rural social differentiation are prominent. The construction of county-level financial media center provides the basic guarantee for solving the problem of urban-rural information differentiation from the aspects of material conditions and information communication channels, and coordinates the construction of a network of urban-rural information communication from the strategic level. In terms of solving the problem of urban-rural information differentiation, county-level financial media can narrow the media differentiation by extending the media supply chain, widening the county-level financial media public service chain to narrow the information service differentiation, and strengthening the we-media relationship chain to bridge the social differentiation of information, so as to promote the simultaneous development of urban-rural information and the balance of information resources within the county.

Key words: urban-rural information differentiation; county-level financial media; media supply chain; urban and rural informatization synchronization

责任编辑: 沐 紫