



张志华：县级融媒体中心建设亟须上行乡村故事

来源：《中国社会科学报》第1613期 2019-09-25 浏览量：425

分享到：

2018年8月广东清远市（县级市）在全国首创“乡村新闻官”制度，力图打造打通城乡的信源通道，并受到《新闻联播》的关注。清远的乡村新闻官遍及辖区的286个行政村，任期三年，每逢农产品上市前夕，新闻官主动对外播报农产品信息，平时则负责宣讲“三农”政策，讲好村庄故事。

新闻事业的群众路线

“乡村新闻官”制度不免让人想到中国共产党新闻事业基本路线“群众办报”的具体制度“通讯员制度”，这是马克思主义新闻观在中国革命和建设过程中的产物。早在延安时期之前，中国共产党就不断探索与中国实际相结合的新闻工作路线。1926年9月，《中国共产党第三次中央扩大执行委员会会议决议案》就提出组织工农通信员的四种方法。延安“整风运动”开始后，这一路线通过《解放日报》改版而得以正式确立。最能体现“群众办报”思想的莫过于革命根据地的黑板报。通过基层群众成为通讯员、基层群众组成办报组织等途径，黑板报成了由基层群众主办、与基层群众密切相关并为基层群众喜闻乐见的媒体。

“群众办报”的相关实践一直活跃到20世纪70年代，主要体现在新闻媒体与通讯员的紧密联系上。媒体的通联部主要用于联络通讯员，接收、处理通讯员来稿，接待去报社改稿、送稿的通讯员，并常常举办通讯员培训班。同时，新闻媒体重视通讯员的稿件，在版面上开设鼓励和吸纳群众来稿的栏目，通讯员单独署名的消息和通讯稿在当时很常见。由此，基层的状况、来自群众的心声通过通讯员这一自下而上的制度设置，在能见度、再现、表达等层面就有了一定的保障。对基层大众的关注程度以及通讯员队伍的重要程度，都在一定程度上折射出人民群众在媒体实践中的参与性和主体性。

市场冲击下的通讯员制度

但此后，随着我国媒体的市场化改革进程，通讯员制度逐渐衰落。在广播电视领域，自1979年上海电视台播出我国大陆第一个电视广告后，广播电视的资金来源就从国家拨款转而逐渐依赖广告收入。广播电视的“一元体制、二元运作”自此开始。1992年6月，中共中央、国务院出台《关于加快第三产业发展的决定》，将文化机构列入“第三产业”，进一步加大媒体盈利的压力。2003年，中共中央办公厅21号文件提出，将文化企事业单位的改革分为公益性事业和经营性产业两大类，进一步廓清事业与产业的界限。之后，当时的广电总局下发了《关于促进广播影视产业发展的意见》等文件，将广播电视业按资源属性的不同分为公益性事业和经营性产业两类，新闻宣传为主的节目内容属于公益性资源，而除新闻宣传以外的社会服务类、大众娱乐类节目和专业报刊出版等属于经营性资源。

市场有赋权的能力，然而，这种赋权有局限性和社会倾向性。“二元运作”使市场化了的媒体依赖于广告收入。广告主可以通过对某些媒体和内容投放广告，助益其经济上的可行性，使其在市场中继续存活，也可以通过不对某些媒体和内容投放广告，使其生存艰难，甚而还可经由撤广告向媒体施加压力，因此，广告机制成了影响市场化媒体的生存境况和内容生产倾向的隐蔽机制。在盈利的逻辑下，媒体的公益性资源与经营性资源的区别日益模糊，那些难以满足收视率、发行量等市场指标的媒体内容和媒体实践，如通讯员制度，就难以为继了。比如，在媒体内部考核机制“计件”化的条件下，从业者的收入与需要完成的定额息息相关，为通讯员改稿、发通讯员稿件的动力就不足了。在媒体用工制度变革的条件下，媒体的“临时工”“合同工”比例和数量增多，加上新闻院校的实习生作为准免费劳动力的持续来源，媒体对通讯员的实际需求大为降低。甚至，在作为公益性资源的新闻也越发市场化的逻辑下，媒体需要能提供对收视率、点击量有保障的新闻“热点”的“线人”，更甚于反映基层情况的通讯员。另外，县域基层党媒的“关停并转”使通讯员的阵地大面积丧失。2003年，中央办公厅、国务院办公厅联合下发停办县级报纸的通知。同年，当时的新闻出版总署出台实施细则，规定“人口在50万以上，国内生产总值在100亿以上，社会消费品零售总额在30亿元以上的县、市、旗所办报纸，年广告收入在400万元以上的，经严格评估论证后，可由省

荆学民：坚定政治自信，
中国网络空间安全协会
百校代表研讨艺术与传
理工学部中文新闻自动
我校脑科学与智能媒体
理工学部举办“科研改
2016中韩传媒产业论坛
全国百所示范性高职院
2016第三届音乐产业高

课题大观

中国特色政治传播理论与策



摘要：巨
《中国特
体系研
传播为
课题，世

中国影视文化软实力提升的战
存储产品及系统性能测试评价
分布式宽带业务制作协同环境
基于统计模型与运动基的物体
新一代宽带无线移动通信网
媒体大数据内容聚合、分发和

级党报或地市级党报进行有偿兼并，或改为地市级党报的县市版”。显然，县级报能否继续办下去，很大程度上是决定性因素。很多县级党报在这一轮“改制”过程中就关门了。

建构城乡互哺的传播关系

然而，21世纪以来，城乡关系、“三农”问题受到了空前的关注。十九大报告明确提出乡村振兴战略。乡村要振兴，自然需要化解当前社会特别是农村的主要矛盾。而农民的美好生活需要既有物质层面的，也有精神层面的。在对浙江省缙云县的村庄所做的实地调研中我们发现，农民有强烈的表达需求，农村有大量的文艺积极分子，不论是包含多种节目形态的乡村春晚还是地方戏曲，经由县文化馆、乡镇文化站等文化部门的调动和村民的主动参与，文化活动在当地呈现积极热烈的氛围和常态化的趋势。但是，很多城里人对此知之甚少。

从城市向农村的新闻和文化的单向流动，是城乡之间媒体不平衡不充分发展的重要体现。借用农产品“上行”这一说法，来自农村的农民文化的上行对于城乡互哺的意义毋庸置疑。一方面，农村的在地文化可以激活和组织当地社区；另一方面，农村的文化需要更广阔的传播范围，这就需要借助新的技术和制度安排。比如，如何发挥县级广播电视台这个介于城乡之间的既有渠道。目前，我国各县级电视台与所在省的省级电视台“公共频道”整合，即省级台的“公共频道”是全省共享的播出平台，县级电视台以转播该频道为主要职能。2004年以来施行的《广播电台电视台审批管理办法》规定“县级广播电视台原则上不自办电视频道，其制作的当地新闻和经济类、科技类、法制类、农业类、重大活动类专题、有地方特色的文艺节目以及广告等，在本省、自治区、直辖市行政区域内公共频道预留时段中插播”。在新的历史条件下，如何增强县级台内容上行的能力，让广大县域农村的文化和新闻通过省内的公共频道网络扩大其观众面，使一省之内城乡之间新闻和文化的流动具有双向性，是对广电制度创新的考验。此外，在新媒体语境下，如何在非猎奇、非逐利的公共产品逻辑下使“三农”议题为更广泛的群体所感知，这对城乡关系维度下新技术的管理和使用都是关键的机遇和挑战。

借力县级融媒体中心建设

2018年11月中旬，中央全面深化改革委员会第五次会议审议通过了《关于加强县级融媒体中心建设的意见》。意见指出，通过县级媒体深化改革，提升县级媒体的传播力、引导力和影响力。在改革开放40周年的历史节点上，在乡村振兴作为国家战略的大背景下，在城乡平衡发展愈益清晰的格局中，促进基层媒体的发展无疑是应对传播领域城乡之间不平衡不充分发展的重要途径。在县级融媒体中心的建设过程中如何提升这“三力”？“乡村新闻官”可以是一种有益的参照，尽管“新闻官”这一称谓颇有点“官本位”色彩，远不如“通讯员”来得平等和平实，并且，他们在为农产品代言之余，如何讲述农村广阔天地鲜活的前沿实践故事和多元的在地文化实践仍是未知数，但是，借助县级融媒体中心建设之东风，通过村集体、合作社等基层组织充分发挥农民的参与性，将农村多样、生动的故事上行，平衡城乡之间单向交流的“赤字”，促进城乡之间的良性互动，不仅是在新时代重振“通讯员制度”的有效路径，也是提升县级媒体“三力”的重要举措，更是在新的历史节点上重构城乡互哺的传播关系的关键内核。

（作者：张志华，中国传媒大学新闻学院）

（编辑：郭妍）

中国传媒大学官方微信



中国传媒大学官方微博



[关于我们](#) [友情链接](#)