

【“县级融媒体与乡村治理创新”研究专题】

媒介化治理：县级融媒体创新乡村治理的逻辑与路径*

葛明驹

摘要：媒介化治理亦即治理的媒介化，是媒介化社会发展的必然结果，体现为一种媒介技术和制度化与社会治理体系互构的过程，其实质是媒介提供并控制治理资源配置。作为乡村媒介化治理的新阶段和基础设施，县级融媒体创新乡村媒介化治理的逻辑主要表现在公共空间生产、制度性力量供给以及基础设施化三个层面。循此逻辑，面对当前乡村治理中存在的问题，大力发展乡村“新基建”、提升乡村社会媒介化进程，加快县级融媒体平台的用户和文化建设，创新县级融媒体内容生产、构建乡村新媒介公共空间，是县级融媒体发挥媒介化治理作用和功能的必然路径。

关键词：县级融媒体；媒介化；媒介化治理；乡村治理创新

中图分类号：G206

文献标识码：A

文章编号：1003-0751(2022)10-0166-07

创新乡村治理是国家治理中一个重要的理论和实践问题。2020年中央一号文件提出“健全乡村治理工作体系”，2022年中央一号文件进一步提出“要接续全面推进乡村振兴，加快推进乡村治理体系和治理能力现代化，突出实效改进乡村治理”。与此同时，伴随着快手、抖音等互联网商业平台的“下沉”以及县级融媒体中心的发展和建设，乡村社会媒介化进程日益加快，乡村治理处于国家意志、资本逻辑以及基层社会发展需求三种力量的交汇中心，治理模式、治理形态发生了转向和重构，媒介扮演了一个重要的治理角色，媒介逻辑影响甚至同构乡村治理逻辑。

在这种语境下，作为媒体融合“最后一公里”的县级融媒体如何主导并推进媒介化治理是学术界讨论的一个热点，包括其功能、价值以及路径等问题。有研究认为，县级融媒体的底色是媒体，服务是其重要的治理功能定位^[1]；作为媒体功能维度的拓展式融合产品，县级融媒体的价值旨归就是要实现治理媒介化^[2]；作为实践路径，县级融媒体的媒介化治理可以通过媒介产品输出、数据资源开发利用以及

话语公共空间建构等方法实现^[3]。对以上观点进行辨析可以发现，在当前的研究中，县级融媒体的媒介化治理更多被指认为一种中介化的过程。简单来说，就是仅从县级融媒体作为一个机构化、制度化的媒体或媒介组织这一认识层面展开问题讨论，缺少对媒介化理论的全面关照和对媒介化治理逻辑的透彻分析，尤其是缺少媒介物质性分析的角度。基于以上认识，本文充分结合媒介化和治理理论，对以下问题展开深入思考：媒介化治理的内涵与实质是什么？县级融媒体创新乡村的媒介化治理逻辑是什么？要实现县级融媒体创新乡村治理的媒介化作用和功能，具体可行的路径有哪些？

一、传播即治理：媒介化治理的内涵与实质

从结构功能主义理论视角来看，无论是环境监测、社会协调，还是文化传承和社会娱乐，都从本质上说明了媒介承担着重要的社会治理功能，正所谓传播即治理^[4]。在良好规制的情况下，高度发达的

收稿日期：2022-07-15

* 基金项目：国家社会科学基金项目“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，传播学博士，安徽大学新闻传播学院副院长、副教授（安徽合肥 230601）。

传媒系统和高品质的媒介信息传播与社会治理效果呈一定的相关关系。可以说,越传播越治理。

1. 媒介化治理的内涵:作为媒介与治理的互构过程

抛开媒介化治理这一概念的学术流变,尤其是把媒介作为治理对象的传媒规制的研究取向,媒介化治理亦即治理的媒介化,其现实意涵是把社会作为治理对象,以媒介化的方式进行治理,以实现传统社会治理的过程、模式和效果的重构^[5]。为了准确理解这个复合性概念,必须对作为理念和方式的媒介化以及作为多元主体协同行动过程的治理进行概念化梳理。

关于媒介化(Mediatization)内涵的理解,很多学者都深受“媒介理论”或者说“媒介环境学”的影响。施蒂格·夏瓦认为,媒介化作为一个非“决定性概念”,指涉一个更长期的过程,即不断增长的媒介影响所带来的社会及文化机制与互动模式的改变,或者说社会越来越受制于或倚重媒介及其逻辑。在这里,媒介化不同于中介化被用于描述特殊语境下单数的媒介的具体传播行为,而强调作为当下公共生活基础设施的媒介(是科技又不限于科技),持续对文化和社会的浸润及影响^[6]。因此,利文斯通认为,媒介化就是深度中介化,亦即媒介不满足仅仅作为一个互动的渠道,而是以其自身型塑互动发生的方式^[7]。施蒂格·夏瓦根据媒介化的强弱,把媒介化分为直接媒介化和间接媒介化。直接媒介化是指之前非媒介化活动转换为媒介化形式的情形,是一种强媒介化,可以使既有的社会活动变得可见。间接媒介化是指某个特定的活动在其形式、内容、组织或语境等方面越来越多地受到媒介符号或机制的影响,是一个潜移默化的过程,影响相对较小,但整体上是一个不可逆的过程^[6]。两者作为同样重要的媒介化过程,交织在一起,逐步使媒介介入其他社会制度与文化领域的运作中,同时也相应地成为社会运作的制度。对此,舒尔茨认为,媒介化的过程包括延伸、替代、融合以及适应四个层面^[8]。延伸是指媒介技术延展了人类沟通的界限;替代是指媒介功能在一定程度上替代了社会机构的功能;融合是指媒介对日常生活的渗透;适应是指社会组织和个人对媒介运作方式的接受。这四个层面构成了一个历时性、不间断的长期的媒介——社会演化系统,对原先的社会器官水平和社会神经反应类型进行持续迭

代^[9]。而克罗茨从宏观社会出发,认为媒介化是一个与个体化、全球化和商业化并列的“元进程”(meta-process),对社会变迁具有长久的驱动力和塑造力^[10]。因此,从另一个层面来说,媒介化也是现代性的一种社会表征,体现为一种社会和文化的状态或者发展阶段,其中也包含着一定的社会风险性,即媒介化风险或风险媒介化。

而关于治理(governance),随着全球民主理论的发展,中外学术界对其内涵的认识总体上趋于相似,即其“意味着一种新的管治过程,意味着政府统治的条件已经不同于以前,或是以新的方法来管治社会”^[11]。亦如俞可平所言,治理有别于政府统治,是政府与公民合作对社会政治生活进行管理,常常都把“善治”作为目标^[12]。对于当下的全球治理实践来说,在强调政府分权和公众参与的同时,强调通过媒介化和制度化的手段,构建多元主体间的网络化关系,推动多元主体的协同共治,最终实现公共利益最大化,是当前全球公共治理的基本共识和通行做法。

综合以上分析可以看出,媒介化治理是媒介化社会发展的必然结果,体现为一种媒介技术和制度化与社会治理体系互构的过程。诚如有学者所说,其强调的是媒介对治理的嵌入以及二者相互依存的形成过程^[13]。因此,随着信息化、平台化时代的到来,社会的媒介化水平日益提升,媒介嵌入社会治理体系的程度亦逐步加剧,媒介化治理过程日益彰显,且显示出足够理想的效果。从这一认识出发,国家治理能力和治理体系的现代化可以理解为国家和社会治理的深度媒介化。具体来说,媒介化治理包括两个方面的内涵:一方面,媒介充分发挥主体性功能,通过媒介化逻辑——媒介分配物质与符号资源以及在正式与非正式规则下运作的方式^[6]——直接或者间接地型塑治理理念和治理体系,实现对多元治理主体的深度赋能,从而全面提升社会治理效果;另一方面,随着媒介化社会的发展,社会治理效益、任务以及目标又反过来对媒介自身的发展提出了新的要求,要求其拥有新的物质、技术和制度基础,以具备更加强大的治理能力。从当下的中国实践来看,通过媒介融合打造现代传播体系,使其成为国家治理体系与治理能力现代化的基础设施,正是新时期国家治理对媒介提出的新要求,最终是要实现国家治理的现代化。

2. 媒介化治理的实质: 媒介提供并控制治理资源配置

从制度主义出发,施蒂格·夏瓦认为媒介逻辑影响其他制度与文化社会的后果是,后者越来越依赖媒介所控制和提供的资源,只不过在不同的社会制度和他文化领域之间存在差异。换言之,影响作为对象的制度和他文化领域中的资源配置,包括对其本质、功能和重要性的定义,是媒介化逻辑的核心和根本。其原因正如吉登斯所言,制度具有规则和资源配置的特点,媒介作为半独立机构要求作为媒介化对象的其他制度必须服从于媒介运作的一些规则,以求获得通向这些资源的渠道^[6]。因此,伴随着媒介技术和制度的发展,媒介化治理或者说治理的媒介化作为一种社会治理的状态或阶段,体现为一种治理现代化的特点,尤其强调社会治理制度对于现代媒介制度的策略性服从,以便获得合理的治理资源配置。

如果从社会治理的三个基本维度出发^[14],社会治理资源分为社会控制资源、社会服务资源以及激发社会活力的资源。

根据美国社会学家 E. A. 罗斯在《社会控制》中的论述,社会控制包括舆论、法治、道德、宗教、习俗以及个人信仰等资源和手段。媒介化治理要求对这些资源进行加工、转换和再分配,以适应和满足媒介传播的政治、商业逻辑以及符号传播的叙事和审美原则,具体包括采用新闻化的方式进行舆论引导与监督,通过树立典型的方式进行社会信仰的建构,采用议题设置的方式进行社会暗示等^[15]。

社会服务资源是指能够回应社会需求、提升民众满意度的公共资源,涉及就业、教育、医疗、公共文化、社会保障等方面。媒介化治理除了要求政府按照民主化、公共利益最大化原则提高服务质量和方法,扩大服务和保障领域、范围和对象之外,尤为强调对公共资源的技术转化,以实现优质的数据化、个性化的服务能力,从而更好地推动个人发展与社会发展的相互协调。

激发社会活力的资源主要包括作为组织行动动力的权利和规则。媒介化治理强调通过规则的建立和对公众的赋权,建立政府与社会之间平等的关系,鼓励和支持公众参与社会治理,以实现协商共治的治理格局。例如,在中国语境下,电视问政、网络问政等治理形式通过媒介展演,有力地推动了公众的

社会参与,获得了一定的治理权威性和合法性,具有很深的媒介化意义。

二、县级融媒体创新乡村治理的媒介化逻辑

从 2018 年始,按照“引导好群众,服务好群众”的宗旨,中国的绝大多数县级融媒体都通过体制机制改革,充分整合属地传统媒体资源、政府资源以及省级云平台内容和管理资源,打造新媒体传播矩阵(智能 App+两微+抖音+快手),构建基层新型主流媒体。从具体实践来看,县级融媒体具有三个方面的显著特征:一是以全媒体技术为基础,追求对不同技术形态的融合;二是通过再造传统新闻生产流程和对媒介机构边界的突破,注重对基层行政资源的整合;三是作为省级云平台的业务终端和整个县域媒介内容生产运营中心,富有体制机制的融合性^[16]。相对于传统县级媒体,如报纸和电视参与乡村治理的中介化逻辑,县级融媒体作为乡村媒介化治理的新阶段和基础设施,拥有全新的技术、制度和行动逻辑,重构了政府、社会以及市场主体之间的关系,形成了新的治理场域,具体表现为三个层面的逻辑特征。

1. 作为乡村媒介化治理公共空间的县级融媒体

虽然县级融媒体的“媒体+”逻辑使其具备多维功能,包括媒体、服务和商务功能,但作为基层新型主流媒体,新闻媒体是其基本属性和基础定位,进行新闻报道以巩固壮大主流思想舆论仍然是其最本质化的特征和使命^[17]。

通过新闻报道设置公共议题,表达公共意见,搭建公众沟通与交流的平台,即形成了哈贝马斯所言的不同于真实物理空间的媒介公共空间,能够推动公共舆论的形成。相对于传统县级媒体因传播力、引导力、影响力、公信力不足而带来的媒介空间生产中的公共性不足,县级融媒体在技术、制度和资源赋能的条件下,实现了乡村媒介公共空间生产中的“结构化转型”,政府、市场主体和社会之间的关系被重构,政府与民众能够直接对话,群众的主体性地位得到根本保障,乡村社会传播失灵问题得到最大程度的解决,社会治理也因此变得更为有效。

从这一层面理解,县级融媒体的传播与乡村治理的互构关系表现为两个最为直接的过程:第一,它

是一种建立在新闻传播规律和价值原则基础上,通过专业化的新闻内容生产构建公共空间,围绕公共问题设置议程并协商解决,以增强乡村社会共识度和凝聚力、重建乡村社会集体认同和社会认同的过程。第二,它是建立在场景化、服务化和算法的基础上,基层群众通过日常交往生活的网络化实践,形成一种“公共联结”——即围绕公众关心的问题所构成的网络连接,并以此为基础构建数字化乡村公共空间,推动公共性问题的可见与解决的过程。专业化新闻生产通过自上而下的方式解决问题,基层群众的“公共联结”通过自下而上的方式解决问题。两个过程不是割裂的,而是互动的和有机的,均体现的是中介化逻辑和社会建构的价值取向。

这是县级融媒体创新乡村治理的第一层媒介化逻辑,即中介化逻辑,体现的是社会建构的价值取向。

2. 作为乡村媒介化治理制度的县级融媒体

作为国家媒体融合战略的顶层设计,县级融媒体的建设与其说是以县级广电为班底的全国性县级媒介制度改革的行为^[18],不如说是党和国家针对基层传媒生态和社会发展的需要创新性提出的一个制度化的治理思路^[19]。两者都归因于媒介化治理制度变革的需要。换言之,国家希望通过对基层媒介生态进行结构性治理,实现对基层治理制度的重构,以达到创新社会治理的目的。因此,县级融媒体本身作为一种制度创新,蕴藏着很强的制度理性,强调要通过多种宏观政策和制度安排,包括体制机制改革、业务功能整合以及省域集群、协同等方式,重新设定国家和政府在基层社会治理中的主导地位以及协调机制,进而实现基层社会的“善治”^[20]。这是县级融媒体创新乡村治理的第二层媒介化逻辑,具体包括两个方面重要内涵。

一方面,促使地方政府必须运用媒介进行治理。如前文所述,县级融媒体以一种制度性力量掌控着基层社会治理资源的配置,并对基层治理制度构成型塑作用,使得作为治理主体的地方政府,日益受制于或者倚重媒介技术这一治理手段^[13]。原因何在?第一,县级融媒体的信息化属性使得政府的整体性治理成为现实。基层政府部门之间通过县级融媒体的信息网络构成整体性治理网络,实现了资源的整合和功能的协调,有利于解决政府部门之间由于条块分割而带来的多头治理问题,能够充分发挥

基层政府的主体性作用。第二,基层政治逻辑与县级融媒体的媒介逻辑产生了耦合,基层政府需要对自身治理行为进行调试,以满足媒介化逻辑的需要。例如,政务公开、网络问政、电视问政、舆情应对、官员语言的网络化等。这些行为在很大程度上凸显了民意的合法性和正当性,体现了中国协商民主的特点和优势。

另一方面,媒介化治理还推动了治理模式之间的结构性变革。科层制治理、市场治理以及网络治理,是治理的三种模式,在不同的社会语境中具有不同的结构性特征。其中,科层制治理由于政府的直接和强制性控制,在我国很多基层地区,仍然是主导模式。但是,随着县级融媒体的介入,以直播带货、民生服务、公共服务为特色的“媒体+政务+服务”的功能融合推动了基层服务型政府的建构和参与式治理格局的形成,基层治理整体呈现出去科层制的特征,并更多转向党委领导下多元主体参与的网络化治理模式。

3. 作为乡村媒介化治理基础设施的县级融媒体

伴随着媒介哲学和媒介本体论的深入研究,媒介的基础设施属性作为一个重要的物质性概念获得了日益增多的关注。所谓基础设施,在爱德华兹(Edwards)看来是指那些大型的、耐用的和运行良好的系统或者服务,能够跨越巨大的时空把人和机构联系起来^[21]。基础设施分为经济性基础设施和社会性基础设施,其发展受到国家权力和市场力量的型构,政府和公私合营机构为其建设提供资金、法律以及政治等方面的支持。基础设施往往因其规模巨大、技术复杂,具有一定的自我隐秘性和对公众的隔离性,常常不被公众所了解。对此,彼得斯认为,基础设施具有透明性和小界面的特征,前者是指无法被监测和被注意,处于非中心位置,后者是指界面要发挥“门”的角色,以通向更大的隐秘系统^[22]。当前,互联网由于信息传播的无远弗届和实时高效,被认为是新标志性基础设施,能够与电力、邮政、公路以及城市管道一样,型构人们的栖居环境。基础设施的广泛普及是现代社会的要意涵,现代化在某种程度上就意味着人们生活的基础设施化。

县级融媒体作为国家治理能力与治理体系现代化的“最后一公里”,按照中央的顶层设计,由地方政府出资建设,被认为是国家治理的承重工程,毋庸置疑具有很强的基础设施属性。从平台物质性上来

讲,其作为基层政府搭建的互联网终端应用平台,意味着要与各种“下沉”的商业平台争夺成为县域社会信息运转的底层框架和物资基础的资格。因此,追求技术的先进性、功能的完备性,拥有强大的数字化社会服务能力,是县级融媒体中心建设的现实目标。为此,国家出台了《县级融媒体中心建设规范》《县级融媒体中心省级技术平台规范要求》,从硬件和软件两方面提出了规范性要求,包括总体架构、功能要求以及关键技术指标等。这大大推动了作为基础设施配套的融媒体 App、应急广播、高清广电网络、5G 基站等乡村数字化设施的建设。尤其需要注意的是,通过云计算和人工智能技术搭建的省级技术平台,实际上是一个强大而隐秘的县级融媒体的“后勤”系统,能够很好地把人和机构整合在一起,使县级融媒体的“前端用户”“后端用户”“租户”都能够享受到强大的内容和技术服务,并构成一种网络化的协作关系。

这些软件和硬件的建设,会大大加快乡村社会的媒介化进程,从而推动乡村社会媒介逻辑与治理逻辑的互融,最终有利于提高基层社会媒介化治理的效能。这是县级融媒体中心创新乡村治理的第三层媒介化逻辑。

三、县级融媒体中心创新乡村治理的媒介化路径

当前全国县级融媒体中心的建设已经取得了突破性进展,2400 多个县级融媒体中心完成了挂牌运营,整体投资规模大、技术先进、覆盖面广,在新闻传播、舆论引导、公共服务、商业服务等方面逐渐取得成效。但其媒介化治理的功能还未完全发挥,还不能完全满足乡村创新治理的需求,尤为突出的问题是群众参与基层治理不充分。对此,有学者认为,“从参与式治理的角度来看,基层治理面临信息环境、表达渠道、沟通协调等方面的阻碍”^[23]。基于现实问题导向和媒介化治理的理论逻辑,应该从以下几个方面构建县级融媒体中心创新乡村治理的媒介化路径。

1. 大力发展乡村“新基建”,推进基层社会媒介化进程

媒介化进程是高度语境化的,城市和乡村有很大的不同。互联网作为新标志性基础设施,在中国乡村地区的建设和发展仍然存在诸多薄弱环节,城

乡信息分化、数字鸿沟依然存在。2022 年 2 月,中央网信办、农业农村部等十部门联合印发《数字乡村发展行动计划(2022—2025 年)》,对“十四五”期间数字乡村发展作出部署,提出到 2025 年要实现乡村 4G 深化普及、5G 的创新应用,数字乡村发展要取得重要进展。当下,我国乡村地区正在全面有序推动乡村“新基建”项目建设,包括 5G 网、高清广播电视网以及光纤入户与改造升级等。所谓“新基建”,是相对于道路、机场等传统基础设施而言的一个政策性概念,是随着新一代互联网技术发展而形成的,是开展经济、民生以及社会治理服务所必需的基础设施,包括硬件系统(设备、设施)和软件系统(算法代码、应用程序、标准规则)等^[24]。

从媒介化逻辑来看,乡村社会媒介化水平越高,媒介越能成为日常生活实践的基本构成,媒介制度就越能起作用,基层政府对媒介作为治理技术的依赖也就越高,群众参与治理的程度就越深,媒介化治理的功能和作用就越能够实现并取得成效。因此,必须以县级融媒体中心建设为起点,大力发展乡村“新基建”,包括 5G、人工智能、云计算、大数据中心、区块链等,全面实现乡村基础设施的数字化改造,缩小城乡数字鸿沟和信息分化,加快基层社会媒介化建设,在推动乡村互联网和经济社会发展的同时,重构乡村社会关系和组织结构,赋能政府治理能力。

2. 加强县级融媒体体的用户和文化建设,实现平台化发展

在技术与社会交织越来越深入的时代,在“个人传播”成为重要传播方式和传播模式的当下,传播平台更深层次的意涵应该是以“人格化”为尺度为用户建立传播网络。无论是平台媒体化、媒体平台化,还是平台资本主义,抑或是平台社会,这些用来描述平台性质和本质属性的概念都隐含着——作为市场主体和基础设施的互联网平台拥有最为广泛的用户群体,用户是这些平台的核心资源。无论是国外的 Twitter、Facebook,还是我国的微信、微博、抖音、快手等平台,皆是如此。换言之,一个互联网应用能够成为平台,不是因为这个应用拥有强大的技术逻辑和丰富的信息资源,而是因为这个应用能够提供用户“人格化”存在的交往网络,并因此而拥有众多的用户以及由用户生产出来的特有的文化形态。

因此,对于县级融媒体中心来说,要想成为基层民众

日常交流和沟通的平台,即成为乡村社会治理的基础设施和技术座架,必须解决的问题是如何赢得更多的活跃用户,如何形成具有乡土文化烙印的新乡村文化形态。从当前的现实情况来看,作为全国很多县级融媒体中心重磅打造的移动融媒体 App,均存在装机率低、活跃性不高的情况,文化建设更是不容乐观。其原因正如有学者所说,县级融媒体对县域用户多样的需求缺乏足够的了解,导致用户增长缓慢^[25]。因此,树立用户思维,加强用户和文化建设,不断扩大用户规模和用户交往网络,至关重要。具体来说,就是要围绕乡村用户的现实需求,提升融媒体平台技术的场景适配能力,强化服务能力建设,创新融媒体内容形态,激发乡村用户使用平台、参与平台社会交往的意愿和行动,培养用户平台化生存的习惯和能力。

3. 创新融媒体内容生产,构建乡村新媒介公共空间

按照专业规范生产专业化内容,如批评性报道、重大主题报道,是传统媒体实践媒介化治理的重要抓手。有学者认为,重大主题报道具有社会动员与主动协同的功能,能扩大增量受众、提升宣传声量、促进融合深化、助力社会治理^[26]。实际上,作为一种传播实践和早期媒介化治理技术的应用,媒体通过特定内容的生产,搭建媒介公共空间充当利益冲突的缓冲地带,最终实现社会问题的解决,往往不是媒体自发的,“而是国家自觉地将媒体转变为一种治理技术、将媒体嵌入既有权力结构的过程”^[27]。换言之,这是政治逻辑通过对媒体资源的征召来进行社会矛盾调和的过程。在这个过程中,媒体是公共利益的维护者,是公众利益的代理人,但因其公众参与度低,基于这种关系建立起来的媒介公共空间相对也是封闭和静态的。

当下,随着媒介融合的深度推进,县级融媒体作为一种新的媒介平台和制度,如何依照地方性、本土化、公共性、参与性和互动性等原则,创新平台内容生产方式,构建开放和动态的乡村新媒介公共空间,以满足基层群众的日常生活实践需求,尤其是满足乡村群众地方认同、身份认同以及价值认同的需要,是实现媒介化治理的关键。因此,生产那些能够充分整合政府行政资源、媒体资源,能够激活用户参与的问政类、服务类、社区互动类内容,是县级融媒体实现媒介化治理的重要内容策略。众所周知,浙江

长兴融媒体的《直击问政》、宁波鄞州区融媒体中心《向人民报告》等问政类节目,在抗击新冠肺炎疫情过程中很好地疏通了基层群众情绪的淤积,维护了风险时期的社会稳定。此类问政节目作为直接媒介化的形式,使社会治理过程中多元主体的利益冲突和公共协商通过视频化的形式实现了可见性呈现。其作为一种治理实践,是地方党政部门回应民生需求,惩治懒政、庸政问题的重要手段,是媒介逻辑介入政治逻辑,并影响地方政治权力运行的典型案例^[13]。

结 论

当前,县级融媒体作为构建现代传播体系的“最后一公里”,肩负着基层主流舆论阵地、综合服务平台以及社区信息枢纽的重要功能,无疑是基层社会治理体系和治理能力现代化的重要承载物。县级融媒体通过技术、制度和行动逻辑,重构了乡村社会中政府、社会以及市场主体之间的关系,形成了新的治理场域和治理逻辑,具备了较强的治理效能,成为乡村政治经济社会全面发展的新引擎。从舒尔茨的媒介化“元进程”这一视角来看,这是乡村社会组织和个人对县级融媒体的媒介化逻辑或者说媒介运作方式的适应和接纳的结果,标志着乡村社会媒介化发展进入新的历史阶段,意味着乡村社会的现代化进程取得了重要突破。

实际上,媒介化除了强调技术、制度以及内容建构等多种关键因素,还着重强调对人的媒介化这一现代化最根本的要素(包括人们日常生活、社交关系以及身体)的媒介化(赛博格化)。相对于抖音、快手、拼多多等“下沉”的商业平台,县级融媒体作为国家全力打造的基层社区的信息枢纽,公共性是第一位的。其通过技术可供性介入乡村群众的个体交流、互动以及日常生活实践之中,使人们学会从传播价值、公共价值的视角出发来审视周遭的世界,进而改变个人信息生产、消费以及社会交往的实践策略。这意味着传统意义上的乡村社会关系和社会结构被彻底重构,进而从根本上改变传统治理结构中多元主体参与不足的问题。

参考文献

[1]何志武,陈天明.乡村社会治理视域下县级融媒体的服务加冕与

- 行动框架[J].西南民族大学学报(人文社会科学版),2021(11):141-147.
- [2]朱亚希,肖尧中.功能维度的拓展式融合:“治理媒介化”视野下县级融媒体中心建设研究[J].西南民族大学学报(人文社会科学版),2020(9):151-156.
- [3]熊茵,刘丹.县级融媒体中心社会治理功能及“媒介化”实现路径[J].中国出版,2020(18):26-29.
- [4]龙小农,陈林茜.论信息传播体系与国家治理体系的一体同构性:基于媒介与社会互构的视角[J].新闻与写作,2021(12):50-58.
- [5]陈华明,刘效禹,贾瑞琪.媒介何为与治理何往:媒介化治理的理论内涵与实践路径[J].新闻界,2022(4):51-58.
- [6]夏瓦.文化与社会的媒介化[M].刘君,李鑫,漆俊邑,译.上海:复旦大学出版社,2021:6-23.
- [7]HJARVARD S. From bricks to bytes: the mediatization of a global toy industry [M]//BONDEBJERG I, GOLDING P. European Culture and the Media. Bristol, UK: Intellect Books, 2004:44-48.
- [8]SCHULZ W. Reconstructing mediatization as an analytical concept [J].European journal of communication, 2004(1):87-101.
- [9]杜骏飞.数字交往论(3):从媒介化到共同演化[J].新闻界,2022(3):14-23.
- [10]KROTZ F. Mediatization: a concept with which to grasp media and social change[M]//LUNDBY K. Mediatization: concept, changes, consequences. New York: Peter Lang, 2009:21-40.
- [11]斯托克,华夏风.作为理论的治理:五个论点[J].国际社会科学杂志(中文版),2019(3):23-32.
- [12]俞可平.中国的治理改革(1978—2018)[J].武汉大学学报(哲学社会科学版),2018(3):48-59.
- [13]闫文捷,潘忠党,吴红雨.媒介化治理:电视问政个案的比较分析[J].新闻与传播研究,2020(11):37-56.
- [14]陈振明.社会控制、社会服务与激发社会活力:社会治理的三个基本维度[J].江苏行政学院学报,2014(5):87-90.
- [15]章辉美.大众传媒与社会控制:论大众传媒的社会控制功能[J].社会科学战线,2005(3):193-196.
- [16]葛明骊.县级融媒体中心建设与舆论治理“下沉”[J].中州学刊,2020(11):162-167.
- [17]何志武.底色与特色:县级融媒体中心的“媒体+”逻辑[J].中州学刊,2020(11):156-161.
- [18]周逵,黄典林.从大喇叭、四级办台到县级融媒体中心:中国基层媒体制度建构的历史分析[J].新闻记者,2020(6):14-27.
- [19]田龙过.从传媒制度治理看县级融媒体中心的体制机制创新[J].中国编辑,2022(1):73-77.
- [20]葛明骊.元治理体系构建:县级融媒体与基层社会治理创新[J].现代传播—中国传媒大学学报,2021(12):57-61.
- [21]EDWARDS P N. Infrastructure and modernity: force, time, and social organization in the history of sociotechnical systems[M]//MISA T J, BERY P, FEENBERG A. Modernity and Technology. Cambridge, MA: The MIT Press, 2003:185-225.
- [22]彼得斯.奇云:媒介即存有[M].邓建国,译.上海:复旦大学出版社,2020:35-42.
- [23]罗昕,蔡雨婷.参与式治理视角下县级融媒体的角色定位与发展路径[J].新闻与写作,2021(5):14-21.
- [24]李晓华.面向智慧社会的“新基建”及其政策取向[J].改革,2020(5):34-48.
- [25]谢新洲.县级融媒体中心建设的四梁八柱:融合、创新、引导、服务[J].新闻战线,2019(3):45-47.
- [26]栾轶玫.重大主题报道:媒介化治理的传播实践[J].编辑之友,2022(3):5-11.
- [27]孙五三.批评报道作为治理技术:市场转型期媒介的政治—社会运作机制[M]//罗以澄,秦志希.新闻与传播评论 2002 年卷.武汉:武汉出版社,2003:125.

Mediatization Governance: The Logic and Path of Innovative Rural Governance by Country-level Media Convergence

Ge Mingsi

Abstract: Mediatization governance is the mediatization of governance, and is the inevitable result of the development of mediatization society, which is reflected as the mutual construction of media technology and institutionalization and social governance system. Its essence is that the media provides and controls the allocation of governance resources. As a new stage and infrastructure of rural mediatization governance, the logic of innovative rural mediatization governance is manifested in three aspects: the production of public space, institutional power supply and infrastructuralization. In the face of the current problems in rural governance, it is an essential and inevitable path for county-level media convergence to play the role and function by taking great efforts to develop “new infrastructure” of the countryside, enhancing the mediatization of rural society, accelerating the construction of user culture on county-level media convergence, innovating the content production of county-level media convergence, and building a new media public space in the countryside.

Key words: county-level media convergence; mediatization; mediatization governance; rural governance innovation

责任编辑:沐紫