

Report On Investigation of Convergence Media In West Place in Hubei —Status Quo, Question and Talent Training of Grass Root Convergence Media

Huang Jin Chen Jian Shi Yongjun

Abstract: According to the trust of Hubei Provincial Party Committee Propaganda Department. Team of Shi Yongjun had investigated convergence media in En Shi, Li Chuan, Jin Men and Zhong Xiang from 10th July to 17th. The research team found that grass-roots financial media generally have problems such as insufficient incentive, insufficient integration, lack of funds, insufficient users, insufficient innovation and lack of talents. It found that financial media has a strong demand for talents, and especially welcomes integrated communication talents who understand theory, know technology and can fight in practice.

Key words: Convergence media; Status quo; Question; Talent training

鄂西融媒体调研报告

——基层融媒体发展现状、问题与人才培养

黄进 陈剑 石永军

摘要: 受湖北省委宣传部委托,中南财经政法大学融媒体团队于 2021 年 7 月 10 日至 17 日先后到鄂西恩施、利川、荆门、钟祥四县市进行基层融媒体调研。调研团队发现,基层融媒体普遍存在激励不足、融合不够、资金缺乏、用户不足、创新不足、人才匮乏等问题,发现融媒体

作者简介:黄进,中南财经政法大学新闻与文化传播学院教师;陈剑,湖北日报报业集团高级编辑;石永军,中南财经政法大学新闻与文化传播学院教授。

课题项目:本文是中南财经政法大学新闻学院部校共建项目“全媒体虚拟仿真实验室设计及应用场景开发研究”和“电视摄像与视音频制作”阶段性成果。

文章引用:黄进,陈剑,石永军. 鄂西融媒体调研报告——基层融媒体发展现状、问题与人才培养[J]. 中国新闻评论, 2021, 2(4): 1-9.

<https://doi.org/10.35534/cnr.0204001>

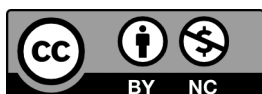
对于人才需求强烈，特别欢迎懂理论、会技术、能实战的融合传播人才。

关键词：融媒体；现状；问题；人才培养

Copyright © 2021 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



自2019年1月25日，习近平总书记在中央政治局就全媒体时代和媒体融合发展举行的第十二次集体学习发表关于媒体融合重要讲话以来，中国媒体融合走上快车道。县市基层媒体单位迅速行动，大批原有的广电、报刊媒体纷纷披上“融媒体”外衣。这些基层融媒体发展情况究竟怎样，有何问题，需要什么样的人才？受湖北省委宣传部委托，2021年7月10日到17日，以石永军教授领衔的融媒体调研团队，深入鄂西基层融媒体一线，就上述问题展开调研。本次调研设定两大任务：第一，市县融媒体发展现状、问题；第二，融媒体的人才结构、人才需求以及高校融媒体人才培养实践探索。

这里需要说明的是，本次调研之所以选定鄂西地区，一个原因是鄂西属湖北欠发达地区，经济文化发展相对于一线城市滞后。这次调研的四个县市，恩施、利川、荆门、钟祥基本属于三线、四线城市。而这些三四线城市占中国城市群体的绝大多数。地区样本基本能代表中西部欠发达地区融媒体一般情况。其次，鄂西地区媒体单位也是中南财经政法大学与湖北省委宣传部“部校共建一流新闻院系”项目中，被湖北省委宣传部指定对口支持单位。

一、四个基层融媒体单位基本情况

四个基层融媒体单位在体制、机制、编制、创收等方面各有不同（如表1）。

恩施融媒体中心是单列的专门宣传机构，其余三地融媒体中心均由当地电视台改名而来，实行的是台媒合一体制。这也是基层融媒体两种主要模式。以恩施融媒体中心为代表的直属机构模式，优势在于机构运转有体制保障，经费来源有依靠，无须开展创收，可以全心投入信息传播工作。问题在于，由于是直属机构，主要执行党和政府的宣传任务，工作开展主动性不高。内容生产不够丰富，较难赢得受众关注。同时，人员流动性大——很多人往往以此为跳板，调往其他机构。由于没有创收，经济效益比较一般，较难吸引青年人才。以其他三市为代表的事企混合模式，实际是当前我国广电融媒体的典型模式。这种模式一方面可以保障党和政府的宣传政策的贯彻执行。另一方面，通过企业化管理可以搞活机制，增加经济效益。其问题在于，

由于要兼顾宣传和创收，在做好宣传工作和追求经济利益之间难以平衡。由于财政保障能力逐步退出，创收压力逐渐增大，在经济发展水平一般或较差地区，机构运营面临较大压力。半事业性质的存在，也会造成机构内部人员产生“身份优势”和“身份冲突”，造成“干活的不拿钱，拿钱的不干活”，形成“劣币驱逐良币”现象，不利于机构的稳定和人员能动性发挥。

表1 基层融媒体发展基本情况

Table 1 Basic situation of community-level financial media development

单位	恩施市融媒体中心	利川市融媒体中心 (利川电视台)	荆门市融媒体中心 (荆门电视台)	钟祥市融媒体中心 (钟祥电视台)
行政级别	县级市委直属机构	县级市媒体	地级市媒体	县级市媒体
属地经济水平	三线城市	四线城市	三线城市	四线城市
属性	公益性事业单位	半公益事业单位	半公益事业单位	半公益事业单位
编制	全事业编制	事业编+聘用	事业编+聘用	事业编+聘用
员工总数(地方融媒体中心和地方电视台是两个牌子一个机构,故在人数统计依据电视台员工人数统计)	17人	150余人,其中在编78人,台聘20人,其他人员50余人	在岗311人,在编188人,聘用123人	在岗160余人,在编80余人,聘用70余人
收入(2020)	全额事业拨款(未告知)	广告费1000余万	广告费2000余万,融媒体收入240万	1200万,其中财政拨款600万,活动营收600万
融合媒体矩阵	包括公众号、两微一端、短视频平台等共11个媒体平台	包括公众号,两微一端、媒体网站	包括声、屏、报、网、端、微、号等7个媒体平台	包括公众号、短视频平台、两微一端等

笔者思考,直属模式是否更适于经济欠发达地区——通过将融媒体事业化,保障融媒体正常运转,为党和政府在网络新媒体空间提供一个稳定且有力的传达平台。企事业混合模式是否更适合经济较发达地区。这种模式一方面可以保证党和政府的宣传任务得到贯彻执行,另一方面又可以调动融媒体单位积极性,将事业属性和企业职能很好结合起来。

市县媒体融合的目的就是要在开创当地党委政府的新媒体平台——打通党和政府与当地公众联系的最后一百米。四家融媒体在完成当地党和政府信息传达任务方面都取得较好效果。

表2 融媒体单位传播成果

Table 2 Integrate the communication achievements of media units

单位	恩施融媒体中心 (2020)	利川融媒体中心 (2020)	荆门融媒体中心 (2021上半年)	钟祥融媒体中心 (2020)
省级及以上官媒网站 平台上稿量	2000篇	2000多篇	1200多篇	300多场直播
网站平台访问量	2千多万人次	2千多万人次	2.4亿人次(2020)	无数据
公众号关注量	6万多	无数据	无数据	无数据

从上表可以看出,各融媒体单位把宣传工作作为核心工作完成。可以看出,现在有了融媒体平台矩阵,以前地方基层很难在省级媒体上见报见面,现在容易多了。一年动辄上千条,这在以前是不可想象的。媒体融合给地方的宣传工作提供了广阔的空间和舞台——不仅宣传了地方政绩,还提升了地方知名度和形象,这也是地方党和政府重视融媒体的原因所在。

二、基层融媒体的人员结构

总体情况看,基层融媒体人员结构表现为:人员紧张、年龄偏大、专业人员稀缺、专业能力有限。

(一) 人员紧张

恩施融媒体编制22人,实际17人(全部事业编),除去领导和一些老人外,干工作只有10人左右。负责融媒体矩阵达11个。利川融媒体由利川广播电视台负责。整个融媒体运营的只有10多个人(多为外聘,少数在编),负责从掌上利川到今日头条等10余个板块。荆门融媒体是荆门广播电视台一个科室,现有10余名工作人员(多为聘用),也负责10多个网络板块。钟祥融媒体也是由钟祥广播电视台负责,没有专职人员,从各个部门抽调人员临时负责网络这一块。由于地域原因,新闻传媒专业毕业生几乎不愿意到基层单位工作,基层单位即使有用人指标也很难招到专业学生。基层融媒体单位工作量都非常大。调研的四个融媒体机构每个都负责当地的融媒体频道、手机APP、微信小程序、公众号、微博、直播平台等10多个新媒体形成的媒体矩阵。由于负责新媒体数量多,工作量也大。恩施融媒体10多个人,年上稿2千多篇,平均每月180多篇。荆门融媒体仅在抗疫期间在其融媒体矩阵发稿达7000余条。而钟祥融媒体平均每年做视频直播300多场。利川融媒体每年举办各类直播活动达到40多场。繁重的工作量与紧缺的人员数量之间形成巨大矛盾。但是,这种矛盾是一种结构性矛盾。主要表现在,一方面,媒体单位人员比较充足,如利川、钟祥都有上百人,荆门达到三百多人。另一方面,真正从事融媒体的人员相对不足,一线工作人力资源非常紧张。调研四个单位中,除恩施融媒体全部由在编事业员工组成,其他三个单位都是采用领导在编,员工外聘的人事模式。利川融媒体由利川广播电视台负责。全台员工150多人,正式编制78人,空余编制20多个,整个融媒体中心只有10多个人,负责从《指尖利川》到《云上利川》等10余个媒体板块。荆门融媒体是荆门广播电视台一个科室。荆门全台现有职工311人,在编188人,聘用123人。融媒体部只有10余名工作人员(多为聘用),负责从《荆彩网》到APP以及微信微博客户端等10多个新媒体板块。钟祥融媒体也是由钟祥广播电视台负责,全台有160多人,却没有专职融媒体部门,从各个部门抽调人员临时负责新媒体。

（二）年龄老化

工作在新闻采编一线的工作人员年龄普遍偏大。这一点在事业编制人员身上表现特别突出。恩施、利川、荆门等融媒体事业人员大多数人到中老年。为缓解人员老化难题，各融媒体大量聘用社会员工。有的单位几乎达到事业员工和聘用员工五五开。

（三）专业人员稀缺

为保证宣传任务的完成。基层融媒体尽可能充实新闻采编人员。但融媒体是一个系统工程。除了新闻采编外，还需要网络工程、美术设计、网页设计、软件开发等相关专业。这些专业人员恰恰是基层融媒体最为欠缺的。

（四）专业能力有限

主要表现在：一线采编人员中，专业学历出身很少。调研的四个融媒体单位中，一线采编人员中新闻专业毕业生很少。有些单位基本没有。许多人都是从基层通讯员干起，走上新闻岗位。专业技术人员更是少之又少。单位的技术活不得不实行外包。尤其在重大活动时，技术上不得不依靠社会公司完成。

三、媒体融合中存在的问题

调研中发现，市县融媒体中心在媒体融合进程中遇到以下一些问题。

（一）激励不足

这是基层融媒体遇到普遍问题。由于媒体融合还是一个新生事物，融什么，如何融尚在探索之中。如何激励或鼓励媒体融合并形成一种制度化安排都还没有纳入宣传管理部门考虑之中。由于缺少相应的激励机制，极大制约了融媒体单位和工作人员的积极性。如恩施融媒体中心由于身份属性，不能开展创收活动，影响了员工积极性。一方面，在岗员工千方百计想调走。另一方面，较低的收入待遇又很难吸引青年才俊。造成的后果是，单位编制22人，实际员工只有17人，且大多数为年龄较大中老年同志。青年员工流动性较大。该单位不得不特聘了24名特约记者，弥补采编人员的不足。利川融媒体中心（电视台）实行收支两条线。广告创收上缴财政，然后再由财政下拨到位。但是在拨款过程中往往是手续繁杂，且周期较长。以致造成拖欠聘用人员工资的情况经常出现。钟祥融媒体（广播电视台）员工160多人，一年收入1200万，其中财政拨款600万，由于是四线城市，几乎没有广告收入，仅能维持在编人员的工资福利。聘用人员工资全部依靠活动营收，不确定性较大。由于没有财政兜底保证或政策激励，基层融媒体

处于一种保生存、保运转的低端状态，很难在内容生产上创新出彩。这也造成基层融媒体的新闻报道往往只能得到领导肯定而很难得到当地群众的欢迎。

（二）融合不够

受体制机制、管理手段和传统媒体人固化思维影响，媒体融合在融什么、怎么融方面还没有找到真正出路。主要表现在：融媒体和电视台是两块牌子，一套班子。融的是在广播电视的新闻生产方面，有的甚至还没有融合。团队调研的几家融媒体单位，广播、电视、网络新媒体依然在内部保持独立。只是在新闻传播方面实现有限融合。报、台、网融合还没有提上日程，基本各自为政，单打独斗，有的甚至重复建设。例如荆门广电建设融媒体中心。荆门日报又建立报纸官网、官微、公众号。而且两家单位还在同一栋大楼里办公。

（三）资金缺乏

如恩施融媒体实行预算拨款制度。每年先做预算，然后财政拨款。如果预算不足，还需另写报告，单独审批。荆门市政府给荆门融媒体（电视台）修建了新大楼，但是其中设备投入需融媒体自行解决。而荆门融媒体每年营收仅能维持人员工资福利与基本运转，对于巨额的设备投入有心无力。

（四）用户不足

基层融媒体在“新闻+政务+服务”功能未能凸显。新闻不能出新，政务不能惠民，服务没有着落，这是基层融媒体的普遍现象。基层融媒体在社会公众中的认可度较低，真正使用融媒体服务的人很少。

（五）创新不足

由于一线人员老化，专业人员匮乏，缺乏激励机制，创收困难，基层融媒体处在保生存、保运转的低效状态，融合形式仅限于信息集中生产与多渠道分发，对于信息的深度挖掘和多维开发很少涉及。融合方式局限于平台互推共享。基于新技术的多功能开发、新传播形式探索难有涉及。

（六）人才匮乏

融媒体不仅涉及新闻采编也涉及网页设计、美工、编程、网络工程的多种学科。基层融媒体单位不仅专业采编人才不足，技术人才也极为欠缺。恩施融媒体11个人负责11个媒体平台，没有一名网页编辑和图片设计人员，此项工作只好外包。利川融媒体和荆门融媒体也都缺乏播音、主持、策划、设计、网络工程等专业人员。更为极端是钟祥融媒体，

在新闻采编一线多年没有一名新闻专业大学毕业生。为解决融媒体单位人才困境，当地政府在人才政策上给予大力支持。不仅将事业编制留给大学毕业生，而且为他们的职业通道留出较大空间。尽管如此，大学毕业生也难愿意到基层融媒体工作。主要原因在于：（1）中心城市的人才吸引力。现在中心城市为留住人才，出台各种优惠政策。如武汉提出百万大学生留汉计划。这种吸引力是三四线城市不具备的。（2）三四线城市经济发展落后，个人发展空间有限。像恩施、利川地处鄂西，经济比较落后，又是山区，对大学生没有吸引力。荆门、钟祥在湖北也是经济欠发达地区，大学生在此落户，无论是在工资收入和生活条件上和武汉等中心城市是无法相比的。（3）三四线城市的单位往往是熟人社会，如果没有一定的人脉资源，在工作开展，升职升级上会遇到诸多阻力，这也许多大学生望而却步的原因。

四、基层融媒体人才需求

（一）人才需求迫切

调研期间，各个融媒体负责人向调研组表达的一个主要愿望是希望高校能够向他们提供毕业生，优化人员结构，非常渴望能有新闻或相关专业学生能前来工作。他们也愿意把编制指标留给毕业生。

（二）人才要有扎实的基本功

包括新闻理论功底、职业道德功底、政治敏感功底和优秀的写作功底。只有具有了扎实基本功，才能在新闻一线站稳脚跟，才能胜任重大任务和活动的要求。

（三）人才要有较强的设备操作能力

融媒体创作集传统的文字报道、电视报道和新型的网络报道于一身。对人才的实操能力提出较高要求。基层融媒体的专业技术人员不多，特别是熟悉多网络媒体设备的使用、维护的技术人员更少，这就要求引进人才能够独立使用、维护相应的设备，并能够利用先进设备开发新的传播形式和融合模式。

（四）人才要有一定的实践经验

基层人手少、工作量大，宣传、经营任务多，要求毕业生进入单位后能够立刻上手工作，没有时间边工作边培训。希望高校在学习期间就能让学生掌握实战工作技能。

（五）人才要有多媒体网页设计、编辑能力

对于高校专业学生来说，仅具备文字、视频能力已远不能满足融媒体的内容生产的需求。基层融媒体要求人才是一专多能，一人多用。

五、融媒体人才培养模式的探索

本次调研另一项重要任务就是探索融媒体人才培养新模式。调研团队根据用人单位提出的“懂理论、会技术、能实战”的人才要求。在调研期间，安排每到一地组织学生进行一次实战直播，通过实战直播锻炼学生的策划、采访、写作、表达、设备操作能力。希望通过对直播活动的总结，探索在本科教学中如何打破课程壁垒，加强课程融合，通过实战，提升理论与业务能力。调研期间，总共进行三次直播，每次时长40分钟，通过九头鸟FM、长江云平台向社会公开发布。这三次直播地点分别是恩施洞下槽村、利川鱼木寨、钟祥柴湖镇。直播内容是恩施洞下槽村的乡村振兴、利川鱼木寨的文化遗产、钟祥柴湖镇的移民幸福生活。主题与脱贫攻坚、文旅结合、建党百年相关。在直播活动体现出了我们新闻学院学生能吃苦、勤思考、善学习的优秀品质。直播节奏非常紧凑。头天下午去现场踩点，晚上做策划，写文案，第二天上午架机器，彩排，做直播封面，联系直播平台。下午开播。学生们经常策划到凌晨2、3点钟。尽管时间紧张、不能够进行充分策划、彩排，有时候直播非常匆忙，但是总体效果还是可以，直播浏览量显示，三次直播共计有3万多人次点看。最多一次有1万2千多人次，最少也有9千人次。

直播中也暴露出一些问题。学生平时做活动直播很少，接触到这类大主题内容往往把握不住，缺少深度。策划不能把握直播的特点，多静态内容，缺少动态现场。与社会接触较少，对主流话语把握不充分。软硬件使用不熟练，技术能力不强。好在这些问题在老师的指导下都能一一克服。直播总体上进行比较顺利，而且效果一次比一次好。

六、此次调研直播给融媒体教学带来的启示

（1）融合传播是未来媒体发展大势，新闻专业教学必须跟上融合传播趋势，在课程设置、实践教学、理论研究上提前布局。（2）必须强化实战能力训练。融合传播发展日新月异，媒介竞争日益激烈，对新闻专业学生的能力提出更高要求。尤其是要求学生来之能用，用之能行。学生只有在学校练就硬核能力，才能在媒介市场占得先机。（3）能力来源于实战。在调研中，我们深切感到，即使不是专业出身的人员，只要不断在实战中训练，也能够培养较高专业能力。比如利川融媒体，一年开展40多次大型网络直播活动，钟祥融媒体更是一年开展300多次直播，其工作人员都成为直播技术专家。（4）新闻教学既要注重理论更要重视实践。在调研直

播中，学生独立完成资料收集、外联采访、内容策划、文案撰写、出境主持、设备操作、直播推流所有流程，锻炼自主动手能力。将课堂内容通过直播完全打通。更重要的是，通过直播才能真切地感受到我们的宣传话语、新闻理念等理论上概念如何具象化，如何与现实结合。

（5）实践教学要形成品牌。利川融媒体每年开展40多次直播活动，其土家山歌节、利川油菜花节、龙船调歌会现在在抖音上形成品牌。钟祥融媒体更是每年开展300多次直播，成为远近闻名的直播专业户，周边市县都邀请去进行直播，直播服务成为钟祥融媒体的一个品牌。新闻院校也可以利用学校资源例如世界读书日、影像活动、开学迎新等打造自己的直播品牌。通过这次调研，师生感到融合直播是一个重资产、轻装备、高技术、强技能的专业活动。以钟祥融媒体一次30分钟小型直播为例，直播动用四个机位，2台远距离图传，灯光、音响协作配合。仅两台图传就价值8万，整个系统价值20多万。为配合师生进行的柴湖镇直播，钟祥融媒体提供了编码器、无人机等重装备。教学直播携带了大量设备，携带不便，而且现场要连线、调试，整个系统复杂而且不便操作。反观钟祥融媒体，所有直播系统装进一个箱子里，功能齐全、结构简单、携带方便。通过这次调研直播，师生深刻感到，要想达到理想效果，所用设备必须讲究，不能将就。

尽管此次调研只有短短8天时间，但在这8天时间里，调研团队充分了解基层融媒体真实情况，掌握基层融媒体发展第一手资料，探索了人才培养新方式，为今后的融媒体理论研究和人才培养提供了宝贵的现实经验。