理论路线和方针政策的贯彻落实、事关社会的凝聚力和向心力，县级融媒体积极开展主流意识形态传播，通过强化和共享具有地域特色和集体记忆的意识形态，能够为基层治理和信息沟通提供指引和遵循，促进地方共识的形成，进而更好地动员群众共同参与到经济社会发展和社会治理中，提升基层治理能力和实际效果。

县级融媒体开展主流意识形态传播是服务人民群众的价值指向。作为政府主导的、具有公益属性的县级融媒体必然要以其“服务群众功能”在更大程度上、更大范围内满足群众的高质量信息需求，进而弥合数字鸿沟、补齐基层基础设施短板、提升基层数字素养，服务更多普通大众。在做好高质量、权威信息传播的同时，也能够通过满足民众的信息需求，扩大主流意识形态传播的覆盖面、深化主流意识形态传播的实际效果，体现其打通信息传播生态系统“最后一公里”的公益属性。

县级融媒体主流意识形态传播中存在的问题

针对如何了解和把握县级融媒体中心在主流意识形态传播中的职能发挥和工作现状，本研究认为除了政策文本解读、实地调研和各方面获取资料之外，在政府网站由各融媒体中心发布的巡察整改通报也是了解县级融媒体建设现状不可忽视的重要资料。按照《中国共产党巡视工作条例》规定，市县级成立巡察办和巡察组，对所属党组织进行全面巡察监督，[4]巡察制度打通了党内监督的“最后一公里”。这些被官方称之为“体检报告”的通报具有一定的权威性、客观性，在一定程度上展示了当地党委对县级融媒体建设的理解和要求，以及这些要求在实际落实中存在的问题和不足，反映了与县级融媒体建设有关的共享认识。同时，通过县级融媒体中心自身提出的整改措施，也反映各地融媒体中心对其自身建设的把握和规划。此外，这些官方文献具有较为统一的文本内容结构，涉及全国各地各类融媒体中心，而且“意识形态工作”是其重要组成部分，符合质性研究要求的信息饱和及样本的配合与坦言的研究要求，因此可以作为县级融媒体主流意识形态传播研究的重要样本和依据。

基于此，研究中以“融媒体中心巡察整改通报”为标题关键词在中国政府网（https://www.gov.cn/）进行搜索，共收集到2020年至2023年涉及全国各类县（区）级融媒体中心的整改通报135份，考虑到样本信息的饱和度和覆盖面，最终选取了在内容和地区方面具有代表性的整改通报27份，通过整理获得了32万余字的文本材料。针对收集整理的材料，按照扎根理论范式，重点考察了县级融媒体在意识形态职能、宣传作用发挥、服务群众情况和传播内容建设方面存在的问题（具体编码见表1）。根据材料来源以及参考点数量，研究发现县级融媒体主流意识形态传播中还存在以下问题。

（一）意识形态阵地有待加强，职能发挥有缺失

中央出台《党委（党组）意识形态工作责任制实施办法》，以党内法规形式明确了各级党委（党组）的政治责任、主体责任，并将意识形态工作责任制落实情况纳入巡视巡察范围，推动各地各部门切实做到守土有责、守土负责、守土尽责，充分体现了中央对各地各部门做好意识形态工作的重视和要求。[5]县级融媒体作为重要的意识形态阵地，在意识形态责任制方面责无旁贷承担着主管主办责任。研究发现，在具体落实过程中，还存在对意识形态责任认识不到位、重视不够的问题，没有充分认识到自己在塑造和维护社会主流意识形态中的角色和重要性，对于相关政策文件的学习和贯彻落实还存在不到位或责任缺失的情况。在处理意识形态问题时，没有充分发挥自身主动性和创造性，而是更倾向于采取保守、防御性的策略，在积极主动引导和塑造正面的意识形态方面还有所欠缺，对意识形态问题的认识普遍存在“消极保安全”的思想，进而造成了意识形态职能的缺位、不到位，甚至还会发生一些播出事故、“低俗标题”、错别字等“低级错误”，距离党和国家对县

表1：县级融媒体主流意识形态传播存在问题编码表

核心编码	主轴编码	开放编码
县级融媒体主流意识阵地建设职责意识及其传播现状	意识形态职能（19–46）	意识形态阵地意识不强（14–17）、意识形态责任制落实不到位（15–19）、意识形态风险防控有疏漏（8–10）
	宣传作用发挥（20–46）	掌握新时代宣传规律不到位，宣传影响力不够（14–15）、主流思想舆论引导力不强，阵地建设有差距（9–14）、“新闻立台”理念树得不牢，服务大局不够深入（7–14）
	服务群众情况（11–23）	群众观念树得不牢，服务群众不够（7–12）、“三贴近”原则落实有差距（5–10）
	传播内容建设（14–26）	栏目设置和内容策划不够，原创内容不多（10–14）、当地特色文化重点工作内容供给不足（8–10）、品质提升和拳头产品打造不够（7–12）

注：括号内数字依序为“材料来源数–参考点”