

Research on Localization Strategies for County-Level Converged Media Journalists in New Media

Yun Pei

Kuqa City Converged Media Center, Kuqa, Xinjiang, 842000, China

Abstract

With the rise of new media technologies, the dissemination of local culture in rural areas has expanded in terms of audience reach, speed, and channels. As key drivers of cultural innovation, county-level journalists have greater opportunities to promote cultural heritage preservation and enhance social influence. This study analyzes the current state of localized communication by county-level converged media journalists in new media, identifies existing challenges, and proposes strategic solutions. The research aims to address the difficulties faced by local media professionals in cultural dissemination, provide innovative operational approaches for new media, and sustainably advance the promotion of local cultural narratives.

Keywords

converged media; new media; localized communication

县级融媒体记者新媒体本土化传播策略研究

裴芸

库车市融媒体中心，中国·新疆 库车 842000

摘要

随着新媒体技术的兴起，许多乡县的本土文化传播在受众群体、传播速度和渠道都有了进一步的拓宽。县级的当地记者作为本土文化传播的引领者，有更多的机会带动文化创新，推进本土传统文化的有效传承，扩大其社会影响力。基于此，文章分析县级融媒体记者在新媒体的本土化传播现状，结合现存的问题提出策略探讨，旨在为打破当地新闻传媒工作者对文化传播的困境，提供进一步的新媒体运营思路，持续性推动本土新闻的文化传播和弘扬。

关键词

融媒体；新媒体；本土化传播

1 引言

在当前信息传播飞速发展的新时代背景下，媒体记者作为传递社会热点信息的重要纽带，应树立与时俱进的融媒体运营理念，专注传播“内容为王”的新闻作品，致力于对新媒体技术的深耕运作，实现融媒体时代下自身成长与文化创新。而作为县级的本土记者，如何基于当前传统媒体与新媒体融合的发展视域，打破固有的媒体思想，涅槃重生，是本文主要探讨的关键所在。

2 县级融媒体记者新媒体传播的现存问题

2.1 传统的媒体传播思维亟需打破

基于融媒体背景，县级的本土记者在新闻报道的传播思维不够全面，在对新闻事件的时空限制、品牌形象的维护以及媒体自身利益等方面都存在一定的局限性。在这样的传

播理念下，记者专注于传统媒体时代的采访、写作、编辑、发布等流水线的新闻工作，而忽略了对新闻的创新型报道。这种故步自封的传统理念，很难在短时间内为县级本土的融媒体记者带来价值，甚至造成诸多限制。一方面，本土记者因为缺少一定的创新意识，导致其在利用新媒体技术打造新闻作品的过程中，缺乏足够的技能和报道方式，容易困在自己的世界里；另一方面，有些本土记者受到传统媒体的惯性思维影响，过于关注原有的传媒模式，犹如井底之蛙。

2.2 采编能力有待进一步提升

相较于省市级的媒体，县级地区的融媒体记者往往缺乏较为专业的培训，在挖掘新闻爆点和新闻价值、提炼新闻热点的流量密码都不够成熟。一方面，有些融媒体记者受到县域新闻资源有限的影响，在进行新闻挖掘、处理的过程中，很难进行创新的解读和传播，稍不注意就容易使得一条新闻作品的输出中规中矩，缺乏本土化特色；另一方面，在互联网新媒体的发展态势下，快手、抖音、视频号等平台的存在，在一定程度上打开了县域农村的消费市场，也因此提升了当

【作者简介】裴芸（1978-），女，中国山东菏泽人，本科，中级记者，从事新闻研究。

地老百姓对新闻信息产品的多元化要求,而作为媒体记者就更需要紧跟社会发展的脚步,通过创造、更新各种新颖的新闻内容,来博得大众的关注和喜欢,否则很可能会在本地失去一定影响力,甚至被商业媒体取代。

2.3 应对突发新闻事件的能力有待完善

在新媒体技术“独占”网络红利“鳌头”的新时代下,几乎每个人都能通过手机了解世间万事万物。这也说明,以往能第一时间掌握第一手信息资讯的新闻媒体,已经不再具备如此优势,“人人都是自媒体”的时代悄然而至,普通老百姓只要有手机,都可以快于新闻媒体进行各种社会信息的发表和讨论。在这样的媒体环境下,县域作为新闻发生的基层单位,融媒体记者在应对社会舆论事件进行报道的时候,需要抢占第一手新闻的难度越来越大了,甚至是有些人为了通过不实新闻的舆论和报道博取关注、流量,恶意造谣、虚假宣传的行为比比皆是,这也是在从侧面考验县级媒体记者应对舆情事件、解决突发新闻事件的能力,然而,大部分的事实情况是,很多县级媒体记者缺乏这方面的专业性,再加上县域级别的企事业单位在工资待遇上不够理想,从而降低了部分记者人员的积极性,使得他们在应对突发新闻、舆情事件这种情况时,缺乏较高的工作效率,甚至为了躲避解决这种棘手麻烦而互相推卸责任,最终错失舆论处理的最佳时机。

2.4 缺乏准确的新闻品牌定位意识

对于很多县级媒体来说,融媒体记者的存在意义不仅仅在于传播新闻资讯,他们是基于传统媒体和新媒体的融合发展,将传统媒体和新媒体不同的传播方式、传播渠道都结合到一起,去进行新闻作品的创作。在县级融媒体记者看来,一条新闻的传播,只要在各平台开通新媒体官方账号并进行复制、粘贴、发布,就是形成新媒体矩阵的传播,或是提炼出新闻中的碎片化信息发布到各媒体平台,截取片段内容进行传播,以此来实现单条新闻爆款的呈现。这两种媒体行为虽然也能在一定程度上获得社会关注,但从根源上来看,缺乏稳定的内容生产能力、具象化的品牌定位以及系统专业的运营规划,长此以往也会造成很多人对这种新闻作品不买单的情况。目前来看,很多县级融媒体中心在新闻传播的主心骨还是在县级的广播电视台,电视台在新闻内容的生产模式有一套固定的流程,对于融媒体记者来说,很难快速借助电视台这个媒介去进行内容品牌的打造和稳定的内容输出,使得整体的新闻节目生产模式“新壶装旧酒”。

3 县级融媒体记者新媒体本土化传播路径

3.1 与时俱进,树立并优化融媒思维的形成

当前,融媒体风头正盛。对于县级本土记者来说,传统媒体与新媒体的融合是时代发展的必然趋势,也是推动他们在竞争激烈的融媒体市场“破土而出”的强有力推手。基于此,县级融媒体记者可从以下两个角度切入,致力于培养

新时代的融媒思维:

县级融媒体记者应积极打破“井底之蛙”的传媒思维,跟上新时代步伐,树立正确的融媒体思维理念并专注于优化,掌握新时代的新媒体理念、新媒体技术,才有机会成为众多媒体人中耀眼的存在。举个例子,以往的传统媒体对于新闻报道一般以文字、视频输出为主,具有很强的单向传递性,随着融媒体发展,“直播”作为新媒体新生态的发展产物,被很多媒体融入新闻报道中,媒体记者不仅可以通过直播向大众传递真实、生动的新闻画面,大众也可以在直播页面进行讨论、点赞、转发等操作,不仅获得了十足的体验感,也更显新闻报道的真实性和双向性。作为县级融媒体记者,就必须有“借力打力”的媒体觉悟,充分利用好融媒体发展下的平台如微信公众号、抖音、快手、微博等,打破传统媒体的运营思维模式,通过使用融媒体记者必备的技能 and 渠道,实现更优质、高效的新闻报道,让本土新闻有更多的机会走出县城,扩大影响力。

县级融媒体记者应重视新闻创作的过程,不仅要做好新闻信息的收集者和传播者,更要成为新闻信息的生产者。在传统媒体时期,一则新闻的制作流程烦琐,从前期素材的收集、摄像到文案策划、编写,再到后期的剪辑、制作等,都充分展现出一名媒体记者的新闻专业性和敏锐的新闻嗅觉。融媒体时代背景下,县级本土记者也应该要基于传统媒体时期的各项技能,将融媒体思维融合到新闻制作过程中,致力于创作“内外兼修”的优质新闻视频。

3.2 贴近群众,关注本土民生新闻的内容产出

就目前的媒体市场来看,县级融媒体中心虽然不比省市级媒体更有影响力,但在基层群众中对比省市级媒体更有话语权。因此,县级融媒体记者可抓住这一优势,专注能与群众紧密联系的民生新闻内容产出,借助大众的力量和传播模式的重构,创作真正“内容为王”的新闻作品,由此在一定程度上与群众产生深度共鸣,进而提高当地融媒体中心在群众中的影响力。融媒体记者在进行本土民生新闻内容产出的过程中,除了要确保新闻题材与当地民众息息相关,也要能够从平民化的角度对新闻事件进行叙事,重点追求“新闻来源于生活”的采编模式,既要让老百姓对新闻内容通俗易懂,更要能唤起用户的真实情感,深刻反映出报道事件背后所表达的新闻立意,由此才能有效提高当地融媒体在民众心中的影响力和认可度。具体策略可从以下三点入手:

第一,专注于打造一支足以覆盖全县域的通讯员队伍,辐射乡镇、村落等全范围内的新闻事件,借助通讯员队伍的力量广泛收集可看性强、社会价值高的新闻素材和线索,从而吸引大众对新闻内容的兴趣,多角度诠释新闻报道的存在价值;

第二,基于融媒体平台的构建下,积极网罗当地居民对各类社会新闻事件的求助信息、反馈意见等,并结合大众提供的新闻方向开展一系列的专题新闻采写,面对全网开通

评论、反馈窗口，积极采纳群众提供的看法和意见；

第三，借助融媒体中心打通全县内的服务端口，从医疗卫生、便民资讯、生活常识等方面入手，为大众提供实质性的便民服务，创设对口的服务 app，增强用户与媒体的黏性，提高融媒体在群众心中的社会地位和影响力。

3.3 上下拧成一股绳，搭建“媒体+政务”资讯平台

对于老百姓来说，县级融媒体中心作为基层的宣传委员，承担着“上传下达”的重要使命。它们与网络自媒体的最大区别就在于，除了与民生、社会密不可分，县级融媒体中心手握全县域内最新、最权威的第一手政务资讯，同时需要基于正确价值观导向去引导好基层舆论方向。

一方面，上至县级政务单位，下至县级融媒体队伍，都要立足于为基层党员和群众提供良好的党建、政务服务的原则，上下拧成一股绳，既要严格遵守上级政策的落实，也要时刻关注基层舆论的正确走向，有效提高融媒体中心在全县域内的地方影响力和公信力。具体来看，县级融媒体中心可以基于上级发布的重要政策、文件进行口语化的解读，并制作成新闻信息，通过各个媒体平台和渠道进行传播；同时还可以利用短视频、数据表等可视化方式去进行进一步的解析，帮助基层群众更快理解新闻信息。比如上级发布的关于医保政策的文件内容，融媒体中心就可以以 H5 动画的形式来进行解读并制成视频，这样也有利于群众理解和接受。

另一方面，县级融媒体中心还可以借助新媒体技术，和当地政务部门合作开发党建服务、政务服务等应用软件，在提高当地便民办事效率的同时，也能够带领老百姓更快实现“一机走天下”的美好生活。还可以在这过程中穿插进爱国爱党的教育视频、公益广告的宣传等，以多元化的传播方式和手段，在基层形成可循环的舆论宣传，启动正确的政治引领。

3.4 深耕本土文化特色，包装当地媒体的良好品牌口碑

纵观我国文化发展，每一个县域虽然体量不大，但在自己的小小世界里依旧闪闪发光，有着当地特有的本土文化风情。作为常驻县域的基层融媒体单位，要深刻认识到县级本土特色的独一无二，切不可沿用照搬省市级媒体在新闻传

播上的那一套叙事模式，要充分利用县级本土特色文化，致力于打造独有的本土品牌。

一方面，县级融媒体中心要专注本土文化底蕴，从“讲好乡镇故事，传播人间烟火气”的角度进行新闻叙事。俗话说“真诚才是必杀技”，乡镇故事来源于老百姓的生活点滴，融媒体记者要走进民间，真正做到关心老百姓的实际需求，打造一条条烟火气、人情味的新闻作品，以此来吸引当地民众的关注度，扩大当地融媒体中心在群众心目中的影响力和社会价值；

另一方面，县级融媒体中心要树立起“抽丝剖检”的新闻敏感性，挖掘县域本土的特色民俗、历史文化，从“特色”的角度去打造当地对外的文化形象，借助“特色文化”这一东风来包装县级融媒体中心在当地的媒体品牌和口碑。例如，融媒体记者可根据当地文化特色开展活动，通过编写公众号推文进行宣传，并引导群众添加微信群参与一些线上抽奖、朋友圈转发等活动，将一群群对本土特色文化感兴趣的人汇总到一起，由此既能够起到宣传本土特色文化的效果，也能在一定程度上增强当地民众的文化认同感和归属感，提高当地融媒体单位的品牌价值。

4 结语

综上所述，在当前融媒体发展势头正盛之际，作为一名媒体记者一定要勿忘初衷，恪守传媒本心，牢记新闻传播带给社会的正能量价值，与时俱进，不断学习新的新媒体运营思维和新闻传播创新理念，将自己在新闻领域的真本事应用到讲述乡村本土的民生故事，传递优秀的本土文化风俗，增强大众对当地媒体工作者的信任度和认可度，提高大众对自家本土文化的自信心，推动县域城镇的本土特色文化可持续发展。

参考文献

- [1] 张永健.融媒体时代本土记者如何“破土而出”[J].中国报业.2023(13):226-227.
- [2] 巫婉卿.从“媒体+”视角谈县级融媒体传播力的提升[J].新闻研究导刊.2020,11(19):209-210.
- [3] 严悦.新媒体视域下本土文化传播路径研究[J].新闻研究导刊.2023,14(13):241-243.