

融媒体时代文化传播的记者角色定位

杨婷

重庆市九龙坡区融媒体中心，重庆市，400000；

摘要：融媒体时代背景下，记者要结合工作实际，注重角色定位，从而促进文化传播。文章聚焦记者角色适配需求，结合文化传播核心诉求，明确记者在内容、渠道、互动维度的三重核心定位。通过进一步分析，从多方面探索了融媒体环境下文化传播效能提升与记者职业转型的可行路径。希望分析能提高实践研究水平，为记者工作开展提供有效建议。

关键词：融媒体；文化传播；记者角色

DOI：10.64216/3104-9672.25.03.034

引言

融媒体时代的技术迭代打破传统文化传播格局，多元传播载体重塑信息流动逻辑，也对文化传播主体提出全新要求。记者作为文化传播的关键枢纽，其角色定位直接关系文化内核的有效传递与传播价值的实现。在此背景下，厘清记者在融媒生态中的核心功能与定位方向，成为破解文化传播碎片化、提升文化共鸣度的重要课题。

1 内容深耕者，文化内核的挖掘与转译

1.1 坚守文化根脉的挖掘者

文化传播的核心要义在于传递文化内核的精神价值，融媒体技术打破了传播时空限制，却无法替代对文化根脉的深度探寻。记者作为文化传播的核心载体，需以文化根脉为挖掘原点，立足文化传承的核心需求，从海量文化资源中筛选具有时代价值的内容内核。在信息碎片化的融媒体环境中，只有锚定文化根脉，才能让传播内容具备独特的精神标识，避免陷入同质化传播的困境，实现文化精神的有效传递与延续。

记者作为传统文化传播过程的内容深耕者，需要从传统民俗、非遗技艺、经典文献等文化资源出发，聚焦核心文化资源的挖掘，制定更加完善的采访计划。确保基于实地考察，真实记录民俗活动现场，掌握一手素材，实现对文化的有效传播与弘扬。在采访过程，不仅要记录细节部分，还要挖掘文化传承过程的印记，针对文化资源进行全面的梳理，从文化核心传播价值出发，梳理重要要素，建立素材库，通过分类的方式，明确文化传播的方向。根据融媒体时代受众对文化的认知需求，提取适合传播的内容，明确叙事框架，确保文化传播效率。

例如，在传播非遗技艺过程，记者要从技艺操作流程入手，进一步挖掘技艺背后蕴含的匠人精神，围绕生活智慧开展报道，此过程要精心的整理传承人访谈实录，积累技艺演变史料素材，为有效的报道提供精神内核。记者还要定期对挖掘的文化资源进行梳理，通过跟进传承人最新创作动态，加强与受众的互动，确保文化传承得到延续，提高传统文化的弘扬效率，进一步发挥文化传播者的积极作用，全面提高记者坚守文化根脉挖掘者的价值，通过补充新的实践素材，验证挖掘内容的准确性，确保为文化传播提供坚实的内容支撑。

1.2 适配融媒场景的转译者

融媒体环境下，传播场景呈现多元化特征，不同传播平台的受众群体、传播逻辑存在显著差异，传统文化内容的呈现形式难以适配全场景传播需求。记者作为内容转译的核心主体，需精准把握不同融媒场景的传播特性，将挖掘的文化内核转化为适配多元场景的内容形态。转译过程中，需兼顾文化内核的完整性与传播形式的适配性，实现文化内容在不同场景下的有效落地，提升文化传播的覆盖面与影响力。

先对主流融媒平台进行场景特性分析，明确各平台的内容呈现规律与受众偏好，如短视频平台侧重直观生动的视觉呈现，长视频平台适合深度叙事，图文平台注重逻辑清晰的文字解读。基于分析结果，针对同一文化内核，设计差异化转译方案。对于传统经典文献类内容，提取核心思想后，在短视频平台转化为情景演绎、动画解读等可视化形式，搭配简洁旁白传递核心观点；在图文平台整理为分点解读文稿，补充文献背景资料辅助理解；在音频平台转化为播客解读形式，结合案例分析深

化受众认知。针对非遗技艺类内容,将技艺操作流程拆解为多个核心步骤,在短视频平台制作步骤拆解演示视频,通过特写镜头聚焦工具使用、手法变化等关键操作细节,标注技术要领;在长视频平台制作完整技艺展示视频,搭配传承人讲解技艺原理与实践心得;同时整理成图文步骤手册,配上操作示意图,发布于图文平台供受众查阅学习。转译过程中,注重内容节奏的把控,短视频内容控制时长在 1—3 分钟,突出核心亮点;长视频内容合理分配叙事节奏,兼顾细节呈现与整体流畅性。此外,建立多渠道受众反馈收集机制,除平台数据外,还可通过线上问卷、社群交流等方式获取真实反馈,据此优化转译方案,调整内容呈现形式与节奏,提升转译内容与融媒场景的适配度。

2 渠道整合者,融媒矩阵的搭建与运营

2.1 多元平台的适配传播者

融媒体时代的文化传播不再局限于单一渠道,多元平台协同传播已成为提升传播效果的核心路径。记者需承担起多元平台适配传播的职责,立足文化传播目标,整合各类融媒渠道资源,形成覆盖广泛的传播网络。传播过程中,需根据不同平台的特性精准匹配传播内容,实现内容与渠道的高效协同,让文化内容借助多元渠道触达更多受众,提升文化传播的渗透力。

建立涵盖短视频、长视频、图文、音频、直播等多种形态的融媒传播矩阵,通过多元平台发挥文化传播的积极作用,筛选主流头部平台与垂直文化平台纳入矩阵体系,为记者工作开展提供有效保证。针对矩阵内各平台,制定专属传播策略,分析传播需求,迎合时代发展步伐,明确各平台的内容发布频次、发布时间与内容形态。例如,短视频平台每日发布 1—2 条轻量化文化内容,选择受众活跃时段发布;长视频平台每周发布 1 条深度文化内容,结合热点节点调整发布节奏;图文平台每日推送 1 篇文化解读文章,搭配优质配图提升阅读体验。建立内容发布审核机制,在内容发布前,依据各平台的传播规范与内容要求,对转译后的内容进行审核调整,确保内容符合平台规则。同时,搭建传播数据监测体系,对相关新闻实时跟踪,结合各平台内容的传播数据,包括播放量、阅读量、点赞量、评论量等,分析不同内容在各平台的传播效果。这样可以更好地采访工作,记者可以根据数据反馈,优化各平台的内容匹配策略,对于传播效果较好的内容类型,加大发布频次;对于传

播效果不佳的内容,调整呈现形式或优化发布时机。此外,记者作为渠道的整合者,要进一步针对各平台的互动功能,及时回复受众评论与疑问,加强互动,引导受众参与文化讨论,提升受众粘性,发挥记者的积极作用,形成文化传播闭环。

2.2 跨媒联动的策划组织者

单一平台的传播难以形成传播合力,跨媒联动能够整合不同平台的资源优势,构建全方位、多层次的传播格局,放大文化传播的影响力。记者作为跨媒联动的策划组织者,需具备全局思维,精准把握文化传播的核心目标与受众需求,设计兼具创新性与可行性的跨媒联动方案,推动不同平台之间的协同配合,实现传播效果的最大化,让文化传播突破平台壁垒,形成广泛的社会影响力。

记者要围绕特定文化主题策划跨媒联动活动,明确活动的核心传播目标与阶段性任务。根据活动目标,筛选矩阵内的核心平台参与联动,确保可以进一步发挥渠道整合者的积极作用,明确各平台的职责分工,形成联动闭环,从而提高文化传播的效率。例如,以“传统民俗文化焕新”为主题,策划系列联动活动:前期在图文平台发布活动预告,介绍活动主题与核心内容,引发受众关注;中期在短视频平台发布民俗活动现场实拍视频、传承人专访片段,每日更新活动进展;在长视频平台推出民俗文化深度纪录片,配合活动主题深化内容传播;同时开启多平台同步直播,邀请传承人现场展示文化技艺,与受众实时互动;后期在音频平台推出活动回顾解读书目,梳理活动核心亮点与文化价值,在图文平台发布活动总结文章,整理受众反馈与互动内容。建立跨媒联动沟通机制,定期召开平台协调会议,同步活动进展情况,解决联动过程中出现的问题。设计跨平台互动环节,如发起主题话题挑战,引导受众在不同平台发布相关内容,通过平台间的内容联动提升活动参与度。活动结束后,对跨媒联动效果进行全面复盘,分析各平台的传播数据与协同效果,总结经验教训,为后续跨媒联动活动提供参考,确保记者工作全面的开展,从而持续优化联动策划与组织模式。

3 互动赋能者,文化共鸣的激发与维系

3.1 受众需求的精准洞察者

融媒体打破了传统传播的单向性壁垒,受众不再是

被动的信息接收者，而是文化传播的参与者与共建者。记者作为文化传播的桥梁，精准洞察受众需求成为激发文化共鸣的前提。不同圈层受众对文化内容的偏好、获取信息的渠道存在显著差异，只有深入把握受众的文化诉求、情感期待与认知习惯，才能让文化传播内容精准触达受众内心。这种洞察并非简单的信息收集，而是对受众文化心理的深度解读，是连接文化资源与受众需求的关键环节，决定了文化传播能否引发有效共鸣。

记者在工作中要重视搭建多渠道受众反馈机制，此过程可以从采访工作实际出发，借助融媒体平台的评论区、弹幕、问卷调查、社群讨论等功能，实时收集受众对文化传播内容的看法，分析他们的具体建议。对收集到的反馈信息进行系统梳理，并进一步实施有效的分类归纳，明确不同受众群体的兴趣点，比如年轻群体更关注传统文化的创新表达形式，中老年群体更侧重文化内涵的深度解读。基于梳理结果调整传播内容的选题方向，从记者工作方面入手，对采访内容进行高效的呈现，针对年轻受众推出文化主题的短视频、互动小游戏，将传统技艺、民俗文化等内容以生动活泼的形式呈现；为中老年受众打造文化专题访谈、深度图文解读，深入剖析文化背后的历史渊源与精神内核。同时，跟踪不同内容的传播数据，从多方面获取包括阅读量、转发量、互动率等信息，确保可以为记者工作开展提供有效支持，通过数据变化感知受众需求的动态变化，及时优化传播策略，确保文化传播内容始终与受众需求精准匹配。

3.2 文化参与的引导推动者

文化传播需要人们参与到其中，融媒体时代文化传播过程更加便捷，为受众参与文化传播提供了有效的途径。记者作为文化互动的赋能者，引导并推动受众参与到文化传播过程是必要的。融媒体时代记者不再是文化内容的唯一生产者，此过程需要记者聚焦文化传播，高效的组织与引导，进一步激发受众的文化参与热情，确保受众作为文化传播的创造者参与到其中，构建全民共同参与文化传播的氛围。这样不仅实现了文化的传播，也增强了受众的归属感，保证文化传播更加具有互动性，也能提高记者参与文化传播的效率，确保记者可以通过角色的转变推动文化的传承与创新。

传播文化过程，记者要发挥积极作用，此过程可以通过策划多样化的文化互动活动进行文化的传播。记者

采访过程要明确不同文化主题活动内容，推出征集类活动，比如“传统文化创意作品征集”“家乡文化故事分享”等，这样受众可以参与其中，他们借助文字、图片或者视频的方式参与投稿，在融媒体技术的助力下，为参与者提供展示平台，提高他们的文化传承参与热情，促使他们增强成就感呢。记者也可以在组织线上文化交流活动中与受众一起互动，交流文化传播内容，解答受众关于文化知识的疑问，进一步引导他们参与到文化传播的话题中。对于特定的文化传播主题，记者也可以借助融媒体平台发起线上话题讨论活动，吸引受众积极参与发言，收集更多关于采访的资料。通过与大众进行积极互动，发挥文化传播过程互动赋能者的积极作用。在活动开展过程中，记者要及时回应受众的参与诉求，肯定他们的参与行为，打造文化传播生态。

4 结束语

融媒体时代背景下，记者在传播文化过程需要明确角色定位，只有聚焦内容深耕、渠道整合与互动赋能，才能够进一步提高记者参与实践文化传播的效率。记者角色转变是必然的，在采访过程记者通过转化角色可以推进文化创新，也能够助力文化传承。基于此，在今后的工作实践中，记者要精准锚定角色定位，不断的提升专业素养，确保在融媒浪潮中助力文化有效传播，从而打造良好的文化传播生态。

参考文献

- [1] 李朋. 融媒体环境下新闻记者如何做好新闻采访与编辑[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2024, 21(23): 94-96.
- [2] 丁灏. 融媒体时代提升新闻记者核心竞争力的路径[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2024, 21(23): 67-69.
- [3] 吴镛. 融媒体时代电视新闻记者采编能力的提升策略[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2024, 21(23): 73-75.
- [4] 赵子杰. 融媒体环境下做好民生新闻的路径探析[J]. 西部广播电视, 2024, 45(23): 71-74.
- [5] 张修龙. 地市级媒体时政新闻类短视频的制作“宝典”[J]. 记者摇篮, 2024, (12): 90-92.
- [6] 李朋. 新闻记者在融媒体报道中的创新实践[J]. 记者摇篮, 2024, (12): 141-143.

作者简介：杨婷、本科、记者、研究方向：新闻传播。