



突出“三个活用” 让本土文化“活”起来

新沂市融媒体中心

新沂市融媒体中心充分发挥媒体融合优势，深度挖掘地方优秀文化，突出文化“活”用，唱响对内群众喜闻乐见，对外讲好新沂故事、树立新沂形象的本土文化传播品牌。中心先后获得江苏省政府奖先进单位、江苏省节目制作企业社会效益考核第五名、“苏”说美好江苏省县融大联动融合传播奖。

一、活用本土文化资源，小切口厚植大情怀。潜心本土两河文化和花厅文化的深度挖掘、资源盘活、多元表达、融合传播，生动讲好时代故事，创作既“有意思”又“有意义”的精品佳作。

一是“影像非遗”，为文化传承注入活力。探寻城市历史文化脉络，采访民间



剪纸艺人王桂英、蓑衣技艺传承人左佃玉等国家、省市级非遗传承人30余人，让本地文化名人、乡贤等成为非遗文化传播主角。记录拍摄新沂盐豆制作、金银传统锻打、东路柳琴等非遗项目、技艺20余项，为历史留下珍贵非遗记忆。以“钟吾风”“爱

生活”等全媒体栏目为载体，建立影、音、图、文多视角文化资源云端素材源、媒资库、传播链。

二是聚焦乡土，让民俗风物活色生香。挖掘新沂节气风俗，结合四季变化，策划创作二十四节气短视频，生动阐释二十四节气的文化渊源、气候特点、当地习俗，全网总点击量超110万；采制《60秒看新沂》《好品新沂》等系列短视频及报道数百件，撷取本土烟火人文、民俗风物等元素，展现深厚文化底蕴。其中，短视频《豆腐脑+“潮”牌》入选新华社“小康中国”大型视频展播活动，总点击量超250万。《远方不远》《桃花依旧笑春风》等短视频被人民日报视界客户端、我苏网等推送传播。

三是深度挖潜，开掘本土文化源头活水。历时两年，采制《担当——记革命英雄徐玉珍》《我们走在大路上》《百年回响》等一批纪录片、专题片，追寻红色文化，赓续革命精神。特别策划《穿越时空的对话》《红色记忆》系列专栏、红色地图VR等一批融合产品，引起强烈反响；《永远跟党走》沉浸式情境党史课回溯历史、情景交融，线下走进全市30多家单位巡讲，线上直播总点击量超130万。

二、活用全媒融合联动，根深叶茂树品牌。中心依托全新融媒矩阵，以多维度、全方位、立体化融合传播，提升本土文化品牌影响力和价值传播效果。

一是“小屏+大屏”，奏响文化和音。开设《传统文化最“心怡”》《网络中国节》等全媒体专栏，通过APP、微信公众号、微博、视频号等“小屏”矩阵，发布相关短视频、图文、H5、海报、长图等新媒体特色产品50余件，总阅读量超180万。电视、报纸、网站、户外平面等“大屏”矩阵推出短片、微剧、公益广告、新闻、评论、深度报道等近百件。

二是“联动+外延”，实现倍增效应。借助省节目制作共享平台，牵头全省12家县级媒体，联合制作《我是手艺人》节目，目前已采制节目52集并同步播出；联合徐州五县二区共同举办“七城百姓春晚”，七家县融并机直播，线上观看量超100万，增进地域文化交流；抖音号、百度百家号、

我苏网等平台同力发声，《“豆”欢意这个味》《我是小小传承人》《神奇的汉字》等文化短视频平均观看量均超10万。联合窑湾古镇、4A级景区马陵山，参与策划制作《一条河一座城》《探秘花厅文化》大型纪录片，在央视、省台、市台播出，让新沂文化品牌传得更远。

三是特色活动，盘活品牌价值。立足新沂乡村振兴之路，策划开展特色节庆品牌活动，举办“时集桃花节”“阿湖葡萄节”“邵店栗花节”“棋盘丰收节”“合沟民间文化艺术节”等节庆民俗活动，不仅推动新沂水蜜桃、葡萄、板栗等农特产品建立文化品牌，形成“一镇一品”，同时通过节庆活动宣传、直播带货、项目签约、文化周边推广等，平均每场活动当地收益可达百万元；开展《民俗文化访谈》《听见新沂听见你》等主题直播，邀请民俗专家、百姓名嘴走进直播间，每场在线观看人数均超10万。

三、活用人才社团资源，长效培育彰显传播精彩。建立内部外部人才梯队，聚合社会力量，搭建资源信息网，共建共享。

一是组建融媒艺术团，打造创作高地。邀约全市68家艺术培训机构、协会团体和近千名文艺爱好者加入融媒艺术团，为文化创作、推广、传播积蓄巨大力量。先后创作《秋收的日子》《陶醉春天里》《幸福的葡萄树》等大量歌曲、舞蹈、音诗画，组织《百姓大舞台》《大运河诗歌之夜》等丰富多彩的文艺活动，有力繁荣群众性文化。

二是培育文艺梯队，实现双向共赢。开办小主持口才班、表演班、礼仪讲解培训班等，共培训学员2200余人次，利用丰富文化活动为学员提供实践舞台。“文化+”赋能，打造融媒新业态，带动产业升级成为新的增长极。

三是社团进驻平台，成为传播新阵地。与新沂摄影协会、广场舞协会、朗诵协会等专业社会组织合作，在新沂融媒APP上建立圈层社区，给协会提供信息发布、互动、论坛、交流、作品展示等平台。定期不定期组织线上线下征集、展演、比赛等活动，促进活跃度，反哺文化品牌建立与传播。