

广电融媒体直播的内容与传播

“两翼”齐飞

文/蔡露

摘要：近年来，在政策、技术、平台等多方加持下，县级融媒体中心建设已经进入全新阶段，深度融合成为新的关键词。如果说以往是以量取胜达成了全面覆盖的战略目标，那么当下就应该以质为王推动纵深发展，拓宽“内容生产+”路径，以充分释放县级融媒体中心的下沉优势。对此，本文结合实际，从内容生产+信息技术、内容生产+地方文化和内容生产+媒介生态三大维度入手，重点探寻县级融媒体中心深度融合的实现路径，以期在具体实践探索提供有益指导。

关键词：县级融媒体中心 内容生产+ 深度融合

在媒体融合向纵深发展的趋势下，融媒体直播以传播的高效性、互动性以及用户较强的参与感等特点，成为主流媒体创新新闻报道实践的重要方式。广播电视媒体通过发挥视频直播优势，立足全媒体矩阵融合新媒体技术，长直播、慢直播、多场景直播等方式并用，推出了一系列丰富多彩的融媒体直播——从过亿浏览量的《大象到哪了》到触达人次超10亿的《直播大湾区》，融媒体直播以内容与传播的“两翼”齐飞成为赋能新闻传播创新的重要力量。

一、直播内容多元，凝聚主题场域

融媒体时代，优质的内容依然是媒体的核心竞争力。广播电视媒体立足视听优势，善于从重大主题、热点新闻发掘创作源泉，全面、准确、生动地呈现报道内容，通过一系列具有大声量和鲜明特点的融媒体直播营造出强大的传播声势。

1. 聚焦重大主题，形成媒体联动传播。日新月异的传播技术为主流媒体的主题报道开辟了更多途径。广播电视媒体通过多视角、多场景的融媒体直播，使重大主题报道的内容呈现更加立体化，实现更有效的舆论引导。围绕全国两会重大主题报道，重庆广电、四川广电、贵州广电、湖南广电、山东广电等11家省级媒体2022年曾共同推出《行进中国看两会》大型融媒体特别报道，结合全国两会热点展现各地的发展成就和未来规划。

黑龙江、吉林、辽宁、内蒙古、河北、山东、河南7个省区的广播电视台联合发起“牢记嘱托种好粮”联动直播活动，参加直播的省区都是我国的产粮大省，本次直播全网总

观看量达2056.7万。2023年1月，围绕“黄河国家战略”重大主题，山东广播电视台联合黄河流域九省（区）主流媒体，共同推出大型融媒体直播《赶黄河大集 寻一程烟火》，立体展现众多黄河乡土美食和民俗文化，多角度讲好新时代“黄河故事”，直播吸引了314万人次观看。

2. 突出地方特色，展现区域发展成果。围绕区域发展重大主题的融媒体直播报道，能够通过不同的报道角度，描摹出区域间的文化纽带、人文交流，反映出各地发展特色成果。2022年7月到8月，山东广播电视台策划并发起“走在前开新局”16市大型融媒直播活动，联合省内市、县广播电视台，创新应用“演播室访谈+沉浸式慢直播+行进式报道交互直播”组合方式，走进山东16市进行全天候、全媒体、全覆盖直播，让全国各地网友近距离感知山东发展。本次直播共计16场1小时电视端直播及16场5小时闪电新闻沉浸式慢直播，全网累计观看量超3.7亿，点赞量超513万，擦亮了“山东名片”。

在第五届中国农民丰收节到来之际，河南广播电视台各频道联动推出“老家丰收啦！”大型融媒体直播，主会场漯河和分会场鹤壁、许昌、兰考、商丘等九地的主播深入介绍当地特色农产品、种粮大户、企业带头人等，展现当地的传统文化、民俗表演、传统建筑，全方位展示了河南省在保障国家粮食安全、全面推进乡村振兴等方面的特色亮点。

3. 关注突发事件，强化舆论引导。重大突发事件因其不确定性强、社会影响面广等特性，成为新闻报道尤其是融媒体直播关注的焦点。例如，台风“利奇马”2019年登陆山

东时,山东广播电视台推出大型融媒体直播《迎难而上,直击9号台风“利奇马”》特别节目,以山东省级融媒体平台为调度中心,在济南、青岛、日照、威海、潍坊、临沂6个地市选取15个直播点,采用“演播室访谈+直播连线”的形式,在电视公共频道、闪电新闻客户端开展全媒体直播。通过最新资讯插播、服务信息梳理,及时播报雨情汛情动态,深入展现山东全省人民迎战台风的积极行动和感人故事。该直播点击量超过2500万人次,相关短视频浏览量达1亿次。

台风“梅花”2022年在浙江舟山普陀沿海登陆时,浙江广电联动省内百家媒体推出《直击台风“梅花”》的融媒体直播报道,密切关注台风走势、全省风险地区群众转移、浙江各地风暴潮以及台风登陆前后的气象地质情况。这次直播的全网总观看量突破4000万。

二、直播形态多样,赋能传播创新

广电媒体的融媒体直播活动,能深入挖掘受众所见所闻中新的视角和主题,通过长直播、慢直播等丰富多样的直播形式,融合多场景新闻空间与艺术表现,更加多元地创新呈现报道内容,让新时代的中国故事更加立体、生动。

1. “长直播+短视频”,实现合力传播。“长直播+短视频”的融媒体报道模式中,短视频内容用户留存时间长,长直播则以连贯性、互动性等特点吸引受众,两者互补实现合力传播,提升新闻报道的传播效果。为庆祝香港回归祖国25周年,由中央广播电视总台与粤港澳大湾区各城市媒体合作的融媒体节目《直播大湾区》从2022年6月20日至30日,每天聚焦一个城市,全面展示大湾区风貌。通过“1小时电视+12小时新媒体”共计130余小时的直播报道,以航拍、穿越机等多机位多手段的全景直播展现大湾区城市特色与新貌,并多角度讲述大湾区的人物故事。《直播大湾区》大小屏直播累计触达人次超2.5亿,跨平台触达人次超10亿。

新媒体端通过短视频等方式,对长直播的内容进行碎片化二次传播,充分实现“前延后展”,继而打造持续性的城市主题报道。基于《直播大湾区》长直播,参与直播的媒体还推出了《湾区推介人刘德华》《沉浸式探馆-香港故宫文化博物馆》等短视频,微博话题“刘德华湾区推介人现身直播”更是登上微博热搜榜,累计阅读量超3200万。

2. 联动多场景直播,拓展场景化传播。互联网语境下,视频直播正成为新闻信息“场景传播”的热门传播方式。通过弥合网络空间和物理空间信息交互的鸿沟,融媒体直播打破了传统媒体单线时间的限制,让受众更深切地体会到多个“同时发生”的直播场景,从而让新闻报道内容更加充实和生动。

为庆祝中国共产党成立100周年,央视频推出“红色之



旅直播”《乘着大巴看中国》特别节目,采取“移动式访谈+线上线下融合式互动”的形式,以移动大巴车为演播室,以实时变化流动的城市街景为直播背景,通过丰富多元的直播场景带观众探访建党百年历程中的一系列关键地标。

首期直播将上海设为主会场,柳州、于都设立分会场,观众在央视频直播间选择不同通道来观看不同会场的实况。在上海可以探访《新青年》编辑部旧址,参观中共一大、二大、四大纪念馆,并亲临《永不消逝的电波》真实发生地,重温电影中的经典片段;在柳州可以重走“红军路”和“红军桥”,回顾党在柳州发展壮大的光辉历程;在于都的中央红军长征集结出发地、中央苏区最后一块根据地,可缅怀革命先辈浴血奋战的烽火岁月。上海、柳州、于都的三城联动为观众带来了丰富的内容体验和多元的场景沉浸。

3. 创新慢直播形式,打造陪伴式传播。慢直播以无剪辑、无解说的原生态直播流,将主导权交给受众,最大限度地“陪伴”受众感受新闻现场。观众还可通过弹幕、评论等方式化身“主播”,进行个性化的画面解读。新冠疫情期间,《慢直播:与疫情赛跑的中国速度》吸引了5000万网友观看,全程采取无旁白、无解说、无主持、无剪辑的模式,对“火神山”“雷神山”两所医院的建设过程进行了全天候直播,吸引了年轻受众的积极参与。他们把自己视作“云监工”,并为画面中的压路机等设备起了“多尔衮”“叉酱”“小红”“小绿”等生动的二次元昵称。

河北广电2022年曾在河北卫视、河北公共频道、“冀时”客户端、IPTV平台“冀时”板块推出《美丽河北》慢直播。该直播选取了河北省14个地市的83个景点布设116路直播信号,采用“即时慢直播画面+实时拍摄素材”的呈现方式,结合固定点位的客观镜头和随机的主观视角,让受众充分感受河北的城市建设、乡村振兴成果和自然人文之美。这一直播的相关内容全网传播总量超3亿次。

三、创新内容表达,提升传播实效

伴随传媒生态的变革,广电媒体通过融媒体直播能充分展现其整合资源、深挖内容等优势特点,借助5G、VR等技



术和跨屏直播等环节设计,融入平实化的互联网语言及丰富的视听表现,使直播内容更加通俗易懂,进而提升网感和创意以精准触达年轻用户。

1. 以网感化软表达,推动内容破圈。广电融媒体直播可通过独特的视听表达元素和鲜明的镜头符号,融入网感化的新闻语言,推动直播内容的年轻态表达,实现内容传播的破壁、破圈。从2020年到2021年,15只亚洲野象从西双版纳出发往返迁徙。央视频抢抓这一突发新闻,推出《大象到哪了》融媒体慢直播,引发众多网友关注。在慢直播期间,央视网的演播室特别节目《“象”往的生活——云南野生象群迁移特别直播》,运用“象”前进、追偶“象”、一路“象”北、狭路“象”逢等“谐音梗”,持续推进新闻、热点内容报道的破圈传播。

央视频还推出《今天,我们采访了一位国际巨“象”》《一场说走就走的旅行》等视频,用“拟人化”方式“专访”了“当事象”,全方位展现大象迁徙的路线攻略、行程进展,以软性的新闻表达创新展现我国生态文明建设成果。《大象到哪了》慢直播也在海外破圈传播,英国、美国、意大利、澳大利亚、日本、韩国、印度等国的主流媒体对“大象迁徙”事件都给予了高度关注,称赞中国对象群的保护成效、处置措施以及民众的友善态度。

2. 紧扣民生诉求,强化媒体服务功能。随着媒体融合向纵深发展,主流媒体不断发挥资源优势,拓展融合创新路径,推出具有服务性的融媒体直播,助力主题报道的深入传播。2022年6月23日至7月1日,中国教育电视台推出2022“梦想启航·高考考生服务月”全媒体互动直播。其中,《直通高招》系列直播节目通过“虚拟+互动”、多链路直播等形式,让考生通过网络端与招生负责人跨屏交流,获取高校专业设置和招生计划等权威信息。

山东广播电视台联合“学习强国”推出《直通高考》系列融媒访谈、湖北广电融媒体中心策划《高招面对面教你填志愿》网络直播、江苏广播电视总台教育频道推出《2022荔枝高校大会·高考志愿填报咨询》现场直播、陕西广电融媒体推出《2022高考志愿怎么填?高校招办主任面对

面》系列直播……这些融媒体直播通过大小屏双联动,让专家与考生、家长“面对面”交流,有效指导志愿填报,为相关受众提供贴心服务。

3. 注重新技术应用,提升用户参与度。面对专业性强、主体复杂的新闻现场,如何让传统节目变得更有趣、更能吸引观众,成为融媒体直播的重要任务。例如,在报道制造业的工厂车间、设备、技术时,对以视听化为主的电视报道来说是天然的挑战。而融媒体直播可通过GoPro、穿梭机、4K摄像机、运动相机、4K遥控云台摄像机等新设备新技术,突破空间限制进行更为生动的呈现。

由中央广播电视总台财经节目中心推出的《智造中国》系列融媒体直播,借助新技术新设备把冰冷枯燥、陌生遥远的工厂车间进行视听化的鲜活展现。在拍摄油烟机网罩生产线时,直播运用GoPro设备为机械臂装上“眼睛”,观众可以近距离观察机械臂串联起整条生产线的实况;在400米的巨型厂房中,摄制组利用穿梭机迅速穿越遍地的设备和悬浮的天车,在各种大型装备间展现出“中华第一跨”极具视觉冲击的画面。

央视频推出的融媒体直播《裸眼3D看三星堆国宝》,利用12K摄像机、裸眼3D技术、AR演播定位、VR全景等多种新设备新技术,直击三星堆文物的出土瞬间,通过花式“探坑”以新形式展现新国宝。三星堆出土文物的直播在相关移动应用的首日观看达1000万人次,相关话题总阅读量突破2亿次,是广电融媒体直播内容与传播“两翼”齐飞的成功范例。

四、结语

随着5G通信、高清视频的广泛普及和AR、VR等新技术的发展应用,融媒体直播逐渐成为广电媒体开展主题报道的创新形式,对常规新闻报道进行了有效的拓展升级。广电媒体应继续创新互联网语态,利用新技术为更多受众提供更高质量的视听体验,在满足公众对新闻内容关注需求的同时,嵌入社交化、人格化等新媒体传播基因,提升融媒体报道的内容吸引力和感染力,持续释放融媒体直播的正能量传播潜能。

作者单位 四川传媒学院有声语言艺术学院

参考文献

- [1]杨志伟. 融媒体时代网络直播在新闻报道中的实践与创新[J]. 新闻前哨, 2021(05).
- [2]韩信, 池鹏, 费斐. 大型融媒联动直播的常态化实践分析——以山东广播电视台融媒体资讯中心大型融媒联动直播为例[J]. 新闻战线, 2021(22).

【编辑:马宁】