

新闻性 体验感 有网感

——2022年度浙江省广播电视节目奖新媒体类作品评析

李欣 朱永祥 邓江江

近年来，多平台分发、跨媒介传播等已经成为融媒体作品发布常态。2022年度浙江省广播电视节目奖新媒体类获奖作品在创新、升级、迭代发展中集中呈现了浙江媒介发展的变化和产品设计思路。本文旨在通过对2022年度浙江省广播电视节目奖新媒体类别的新闻性短视频（音频）、非新闻性短视频（音频）、创意互动、新闻直播和新媒体主持人5个子项共143件参评作品进行梳理分析，探讨媒体深度融合背景下内容生产的新特征与创新趋向。

一、2022年度浙江省广播电视节目奖新媒体类作品的特点

（一）创新主题报道视角和形式，强化现场感、体验感

此次新媒体奖参评作品主题性报道在新闻性、现场感方面表现突出。党的二十大报道是各级媒体角力的主战场。对于县级融媒体中心来说，如何在中央、省市媒体的报道合击下找到独特的视角是一个挑战。余杭区融媒体中心的作品《二十大时光》以3段记者自述的vlog形式展开，让用户能够以第一视角看到、了解党的二十大现场的幕后场景，出镜记者重点介绍了记录室和现场布展的传统文化产品，使用户如临其境，满足了求知欲。一方面反映了媒体融合发展在宣传形式上的创新，另一方面体现了主流媒体转变语态的积极尝试，硬新闻实现“软表达”，提升了主题报道的亲近感和体验感。在“二十大”这样备受人民关注的会议背景下，通过记者用新媒体手段出镜的方式，既突出了舆论宣传的重点，又对人民生活密切相关的话题给予回应，彰显了主流媒体的义务与责任。

淳安县融媒体中心的《今天山村书记在“党代表通道”上报“账单”》叙事完整、新媒体特征突出，也体现出了县级融媒体中心在主题性报道方面勇于突破的努力。

（二）充分运用多种视觉呈现手段，增强主题报道感染力

可视化表达是大数据时代新闻报道新方式，也是新媒体生态下的新闻生产新形态。可视化是数字化新闻的典型表征，也是移动端新闻与传统新闻之间的最大差异。当前，可视化表现已经被广泛运用到新闻报道当中。随着大数据技术的进步，短视频、音频的多样化编辑形式为新闻叙事提供了技术支撑，多样化的叙事表达和可视化实践逐渐嵌入新闻生产全过程，不断为优秀作品赋能。

台州市广播电视台的《生态环境部来点赞！海洋垃圾变身手机壳！》利用数据和画面相结合的方式，给用户带来最直观的视觉冲击。其中信息图表、逐年数据，在视觉、创意等方面更加丰富故事表达。该作品以第一视角记录了垃圾回收、做成手机壳、重新被顾客购买的全过程，扫一扫手机壳的二维码便可以知晓垃圾回收的地点。这使受众不仅仅成为受众，还在现实生活中成为“蓝色循环”的提倡者，真正地参与到环境保护之中。

在视觉呈现上，短视频非新闻类作品《心融亚运·爱达未来——56个场馆“舞”力全开》将舞蹈元素与亚运56个场馆相结合，用户一览整个场馆的氛围，同时，也将运动的气息传递出去，避免了拍摄运动场馆的单一表达方式，简洁明快地梳理了亚运与舞蹈结合的部分，为时政新闻融合传播提供了良好的思路和范本。其采用的动漫晕染手法转场，无缝连接动画与航拍实景，视觉呈现凸显中华美学，用创意表达紧扣美丽中国的核心主题。宁海县广播电视台的《3米巨浪！近9级阵风！福建渔民落水遇险，宁海货轮生死营救！》沉浸式表达迅速将人带到事件现场感受风浪的剧烈。

（三）注重网络传播效果，新技术手段为内

容表达服务

随着媒体融合发展中内容生产各环节的重构,新闻的呈现形式愈发多元,创意互动类产品是融合报道的最直观体现。新蓝网的《我在宋朝当乐师》围绕宋朝的乐器与电视节目《天赐的声音》展开,采用不同乐器的音效与背景乐融合等技术,使受众能够自主听见自己心仪乐器的声音。整个作品主题明确、操作简单,将用户参与感、分享性激发出来,形成传播宋朝文化的高潮,较好地平衡了技术的创新与内容表达。

浙江卫视的《沉浸式MR体验 坐杭台高铁看唐诗之路》以场景化的设计突破媒介介质,结合线上与线下互动,以高速率、低时延带来传受之间的交互感。用户可以自主选择乘坐高铁的目的地,通过拟真化的动画呈现、MR的场景体验,感受当地的唐诗之路发展历程和文化底蕴。在界面设计上,充分运用用户思维,没有复杂的环节和多余信息,直观明了地向用户展现特定主题。

另外,创意产品不仅要在内容、技术上吸引用户,还要在“参与感”和“忠诚度”上与用户进行贴合,不但要看起来“科技高大上”,还要“玩法接地气”。交互的可视化传播方式改变了传统新闻报道以文字为中心的叙事方式。一方面满足受众对于“乘坐”高铁的兴趣,另一方面带大家重温了唐诗之路发展的历史背景和城市故事,呈现出不同地区的诗歌特色。多形式的转变和技术的融合使读者注意力停留、聚焦于平台的视线无法偏离,技术的现代感与传统诗歌的韵味交织在一起,打破了年龄的圈层壁垒,是融媒体创新的一种全新路径。

除此之外,在页面设计和制作上遵循直观和美观的原则。风格色彩大都很统一,除特别需要形成视觉冲击力的信息外,基本不会存在冲撞较大的色块和线条,每个页面都简洁清晰,产品容纳了图文、视频、海报等一系列新媒体产品,并辅助其他文字介绍进行自然的过渡衔接,既通俗又不失严肃性,多元的创意联动使用户体验更加丰富,新闻内容更具贴近性,全方位、立体地将地域性文化展示给受众。

(四) 精准定位, 直击用户痛点

技术赋能让新闻拥有更多表达空间,但在技术之上,内容始终为王。浙江电台民生资讯广播的《这场没有一件真迹的展览,为什么能在国家

博物馆震撼全场?》就较好地诠释了这一点。首先,全都不是真迹的作品,如何能够在国家博物馆集体展出?在视频开头就给受众留下悬念。其次,利用抖音的竖画幅、字幕和声音特效,给视频作品增添趣味性和可读性。再次,使用反转叙事,说明该展已经准备了17年,即使是仿品也具有重大艺术价值,这也是中华文化以另一种方式在进行数字化共享。如此看来,该作品的核心内容不但没有因为平台的技术问题而弱化,反而以更被大众所接受的方式达到了良好的传播效果。

在日常生活中,人们往往不会注意到发生在身边的小事,而参评作品以直观的视觉感受,消解了以往单向被动接受式的说教,以一种更乐于被接受的方式被受众接受,且不会有排斥和抵触地宣传了身边的真情与感动。浙江电视台少儿频道的《班主任像姐姐!衢州一中学班主任每天给体育生煮50颗茶叶蛋,还有老师退休前10年煮了5万颗!》,受众能够在数字中感受不平凡的举动,茶叶蛋本不稀奇,但十年如一日的关怀,却是最能打动人的品质。作者将这一细节捕捉,促使用户在观看视频时想起自身的经历,直击用户痛点。

金华市广播电视台《“无声”直播间里的坚守》,作品将传播意图以“程序”或“规则”的方式巧妙地“藏匿”在叙事作品中,新闻的精准聚焦和软化的表达使传播者意图与传受者的体验不谋而合,“无声”的直播在平衡中实现了双向交互的情感共鸣。从新的媒介表达上切入选题,以小小直播间投射背后的社会问题,促使用户从认知、态度到行为的改变,大大提升传播的深层效果,实现良性的交互传播。

(五) 题材功能拓展, 注重沉浸式体验

新媒体新闻直播除了讲究新闻价值,还要注重其移动直播的价值,也就是直播的独特性、优势性和在场性,而这些通过其即时性、沉浸感和互动感来实现,这就为新媒体新闻直播的题材拓展提供了可能。尽管这次新媒体直播一等奖空缺,但一个亮点是直播题材和功能有了新的拓展,沉浸感有所加强。

象山传媒中心《象山合力营救搁浅鲸鱼》现场沉浸感强,通过新媒体直播第一时间、第一现场采访救援人员、渔业专家,直击象山各方力量救援鲸鱼的过程,折射出“人与自然和谐共生”

这一主题，本地单条点击量达35万，引发广泛关注。杭州市广播电视台《直击！金沙湖地铁站积水抢修直播》则从记者第一时间赶往现场开启直播。一方面第一时间发布准确的交通服务信息，另一面调动感官，多角度观察事件，如在积水路段，记者通过用“手”来丈量的方式，给受众更直观的感受；通过对消防员“一双靴子”的特写描述，让受众产生共情。直播全网观看量109万，点赞及转发量上万。

此外，舟山新闻传媒中心《追光，带你走进“舟山红”》回应舟山“红色天空”“血魔论”谣言，通过20多分钟的直播，全景呈现了秋刀鱼集鱼灯亮灯的过程，起到了较好的解疑释惑效果，具有较强的科普功能，全网观看超600万人次。宁波市北仑区传媒中心的《静默解除以后你最想做什么？对着摩天轮说出你的小心愿》，通过对北仑新地标摩天轮的沉浸式慢直播，采用竖屏模式将话题、图片、音乐嵌入直播间，增加直播间的美观度和可看性。摩天轮象征着浪漫和圆满，在观看的同时，由小编引导市民进行许愿互动，对于市民焦躁急切的情绪起到了一定的疏解作用，也充分体现了主流媒体议程设置和话题引导的功能。在“仑传”播出的5天时间里，全网累计3000多条评论，不少网友纷纷转发自己的朋友圈和亲朋好友分享自己的愿望。

（六）追求带入感，主持人新媒体表达成常态

和传统电视主持人不同，新媒体主持人重在表达的网感。这个网感不仅仅是流行爆梗的使用，更在于主持人人格化传播能力的彰显、垂直领域的人设深耕和新闻现场的场景带入，从而给用户带来对主持人的喜爱感和信任感。尽管这次新媒体主持人作品在人格化传播能力上尚有提升空间，但追求场景带入感已经成为新媒体主持人的表达常态。

菲菲是浙江交通之声的主持人，在其新媒体账号《菲说不可》中，“新闻”成为其内容的主要标签，其紧跟舆论热点、抵达第一现场、讲述凡人善举，体现了“说人话、讲故事、态度有力、情感丰沛”的个性特质和新媒体主持风格。在此次获得一等奖的作品中，选题大到俄乌冲突、疫情期间各地暴露的问题，小到西湖边的7棵柳树能不能换成月季，紧跟热点焦点，立足浙江，放眼全国乃至全球，既直面问题，态度鲜明，又理

性温和，力求建设性，呈现了新闻类主持人账号的精神气质。目前《菲说不可》全网总粉丝数已破270万，累计播放量破10亿，获赞2200余万，最高一期“爆款”阅读量达5900.5万，收获现象级传播。

二等奖的3件作品则体现了主持人不同的场景带入能力。长兴广播电视台《甜蜜的事业》以武侠剧的形式，讲述了长兴养蜂专家邱汝民传授庆元农户养蜂技巧，帮助当地农户增收致富的故事。嘉兴市广播电视台《项元汴“穿越”而来，“大系”还能这样“打卡”！》则通过主持人古装扮相，以“古今对话”形式，为受众介绍了嘉兴历史上的著名收藏家项元汴，在增强可看性的同时，也增进了受众对嘉兴历史人物的了解。在金华市广播电视台《亚运场馆谁最靓？你说了算！》中，主持人带着亚运体验官贯穿始终，全场沉稳老练又不失亲和与活力，展现了较好的场景带入和控场能力。

二、需要注意的问题

（一）过度策划导致真实性存疑

新闻策划是新闻传播者在遵循新闻传播规律的基础上，为达到传播效果对新闻事件做的设计与规划。但在部分参评作品中，存在直接照搬、盲目模仿的现象。这也间接反映了融媒体作品在创新时的突出问题。一旦互联网产生“爆款”，各大媒体纷纷跟风效仿。这也许会增加部分流量，但也暴露出部分媒体自身创新性不强，违背了融媒体创新的初衷和内涵。当新闻作品最核心的内容被过度包装和形式化表达遮蔽，传播效果不但没有加强，往往还会在原有的基础上大打折扣。

（二）叙事碎片化，缺乏完整度

短视频新闻和互动创意作品中，真正具有新闻性、现场感的作品不多。许多作品认为短视频作品就是要凸显碎片化、娱乐性的特点，反而忽略了作品的重要信息。值得注意的是，在新媒体新闻直播中，也同样呈现碎片化的倾向，整场直播缺乏核心的关注点和叙事的推进感，一些直播还流于碎片式的机巧。高度的碎片化叙事导致叙事的完整性不被重视，那些看似具有趣味性的片段，也让新闻本身的严肃感消逝，理性精神逐渐淡化。过度碎片化就不再仅仅是创造力的释放，还会让原本创新的表达方式流俗。碎片化所表征的互联网叙事还会损害原本传统叙事的话语模式，

使得语言使用者逐渐丧失连贯且准确的表达能力。如何在完整叙事和碎片化叙事间寻求平衡是创意作品实现优质创新的切入点。

（三）题材范围窄，深度难以挖掘

部分参评作品只展现了技术带来的可能性，题材的范围也相对较窄，而在新闻价值本身的挖掘、内容叙事的连贯性上均有缺失。这难免会让作品的切入点稍显逊色，事件的深度也难以进一步挖掘。有的作品太过于强调技术运用，单单停留在“炫技”的层面，看似视觉冲击力很强，却没有真正在内容和形态上形成创新。

视听纵横 2023·5

（四）人格化传播能力亟待提升

与广电主持人不同，新媒体主持人最终想要引发受众的关注和信任，就需要从内容移情到人身上。但新媒体主持人不是一个自娱自乐的所在，更多要以鲜明的个性特质和浸润个人情感阅历的内容与受众实现分享。这就需要主持人提升人格化传播能力，让自己成为一个独特的“人格体”吸引受众，建立社群。这次新媒体主持人的作品，整体而言对新媒体的理解还过于肤浅，更多还停留于人设模糊的“卖萌体”阶段。

（作者单位：浙江传媒学院）

