

## 中国蓝新闻客户端防御超强台风 更“快”更“准”更“暖” 当好融合传播“轻骑兵”

沈芸

防御超强台风“利奇马”的宣传报道,是对“中国蓝新闻”客户端作为集团融合传播主平台的一次集中考验,是对集团融媒体中心实化运作机制的一次有效检验,也是对新蓝网新闻团队融媒业务能力的一次实战校验。在这场突发事件报道战役中,新蓝网以“中国蓝新闻”客户端为主阵地,打响了一场新媒体先锋战、融媒体协作战、践“四力”作风战,有效凸显了融合传播新优势。

### 一、打好新媒体先锋战,提升应急报道响应能力

当前,移动客户端已经成为信息传播主渠道,传播效率的竞争,可以用“争分夺秒”来形容。在抗台宣传战役中,只有打造手机端不间断信息流,通过全时直播、全息覆盖、全员联动,才能凸显融媒优势,成为抗台救灾中最为得力的“扩音器”和“瞭望哨”。全媒体新闻资源如何快速整合,融媒体新闻产品如何有效生产,已经成为强化融媒体中心运作机制的出发点。“大脑”思路清晰,内容才更权威;“大脑”指挥有力,响应才更迅速;“大脑”协调有方,



传播才更高效。为此,我们坚持立足移动客户端的自身优势,发挥实时、灵动、便捷的特点,充分尊重互联网传播规律,按照“更快一步、更进一步”的要求,快速开展报道,跟进事件进展,传递权威消息。第一时间启动预案,开通直播开设专题;第一时间派出记者,赶赴现场滚动报道;第一时间回应关切,重要新闻权威发布,体现的都是“移动优先”的理念。特别是浙江省委省政府主要领导关注灾情的重要时政消息,突破常规,全程移动端首发。省委书记车俊、省长袁家军检查指导抢险救灾工作等重要时政新闻,“中国蓝新闻”客户端均第一时间快讯首发、弹窗推送;8月10日当天,客户端弹窗推送防台救灾新闻37条,创下弹窗推送新纪录;台风登陆消息7

分钟后弹窗推送,为网民提供权威、及时的新闻信息服务,充分彰显了主流媒体的舆论引导力。

在抗台宣传战役中,新媒体更要发挥“轻骑兵”的作用。得知台州临海古城被洪水围困的消息后,新蓝网前方记者汤嘉旸快速转场,克服水淹路断的重重困难,首个进入临海城区。凭着一部手机,一个充电宝,持续20多个小时,行进式发回29条视频消息,还完成了和浙江卫视、山东卫视的4条连线报道。

### 二、打好融媒体协同战,提升融媒产品生产能力

防台风报道,比拼的是调度资源的能力。在防御“利奇马”的宣传战役中,中国蓝融媒体中心积极构建来源多元的大新闻资源池。新蓝网PC端和

中国蓝新闻客户端共发布短视频、直播、图文、H5、网评等各类新媒体稿件近千篇。浙江广电集团旗下浙江之声、浙江卫视、浙江新闻频道等各路记者持续20多个小时,统一向中国蓝新闻客户端滚动专栏“临海直击 融媒记者在行动”供稿,展示全省救援力量众志成城、抢险救灾的举措成效。在“蓝媒号”协作机制推动下,浙江沿海市县融媒体中心供稿的时效和质量明显提高,高速交警等政府职能部门通讯员队伍也踊

跃加入。全景式、全媒化、全天候报道,体现了集团融合传播主平台的地位和作用。它的有效运作,得益于集团对各宣传单位的统一调度指挥,得益于对内容资源的平台化汇聚,得益于集团内各宣传单位和全省“蓝媒号”的团结协作、给力支持。

融合传播“一盘棋”的思路,也为融媒产品生产打开了新的空间。网站组织视频、技术、美编、推广等制作运营力量,加班加点,对素材资源进行精编加工、二次传播,端出了一道道适合互联网传播的“创意菜”。这些“创意菜”中,既有《台风十二时辰》《致敬奋战在一线的你》等短视频精品,也有生动活泼的动画短视频,既有直观醒目的海报微视频,也有现场感强的碎片视频、正能量的暖心视频,还制作了一批服务民生的图文、H5产品,便于移动传播和交互参与,从而丰富和改进了主流宣传报道的样式,以更新颖的话语表达,承载主流新闻宣传的重任。

### 三、打好多平台联动战,提升主流声音传播能力

在重大突发事件发生时,不能单靠一家媒体单打独斗,更应充分发挥协同优势,通过矩阵式传播,迅速形成大规模的报道态势,短时间内吸引观众的注意力。在防御“利奇马”宣传报道战役中,中国蓝新闻客户端不仅同步转播浙江卫视、浙江新闻频道、浙江之声、

交通之声大时段直播,还连线各路融媒体记者,直击台风动向、救援一线,不间断推出融媒直播近50场,超72小时。独具特色的多窗口直播便于网友随时切换,还能实时互动评论,体验感更佳,使手机成为群众随时关注、了解台风动向最方便好用的媒体工具,实现了小屏和大屏的互为联动、共融共生。

与此同时,通过媒体间的合纵连横,放大主流声音。台风登陆当天,新蓝网-中国蓝新闻联合江苏荔枝新闻客户端、山东闪电新闻客户端,推出《三省联动——直击超强台风“利奇马”》,受到了众多网友的关注。值得一提的是,在集团融媒体中心机制策划调度下,浙江卫视席文、经济生活频道舒中胜等多名广电名嘴集体发声,助力客户端网评力量,连续推出系列网评短视频,为众志成城、重建家园鼓劲加油。

这场防御超强台风“利奇马”的宣传战役,也反映出不少需要克服的“瓶颈”梗阻,尤其是在媒体竞争的赛道上,如何更快速有效地平台化集聚资源?如何更好地实现快速整合、二次加工、有效分发?如何更好地实现生产流程的集约化?如何提升产品思维,用足用好优质的内容资源,做强传播力、做足影响力,提高新媒体传播的品质“颗粒度”?这次台风报道给我们留下了许多需要继续探索的课题。

(作者单位:新蓝网)

