

突发事件中新媒体直播如何发力

蔡萍

BROADCAST

TELEVISION



突发事件,是指突然发生,造成或者可能造成严重社会危害,需要采取应急处置措施予以应对的自然灾害、事故灾难、公共卫生事件和社会安全事件。因为它的突发性、轰动性能迅速而广泛地引起人们的关注,所以对于突发事件的报道也一直是新闻媒体竞争的焦点。尤其是新媒体时代的到来,突发事件的传播获得了更快的速度和更广的覆盖面。谁能抢占高地,就能拔得头筹;谁能主导舆论,就能掌握话语权。在突发事件报道中,新媒体直播该如何发力?本文以舟山广播电视总台无限舟山新闻客户端推出的《舟山众志成城 防御超强台风“利奇马”》直播为例,谈几点思考。

一、把握时机,快速出击

都说媒体人得有超出常人的嗅觉,这样你才能下手比人家快,看得比人家远,做出不一样的新闻。遇到好的题材要快速研判,是否适合做新媒体直播;要快速反应,及时拉出直播队伍,搜集直播内容,保持发布密度;更要把握时机,在合适的时间点推出直播,推早了火候不引不起关注,推晚了则错过时效



影响传播效果。

今年8月10日,超强台风“利奇马”登陆温岭,成为1956年以来登陆我省综合致灾强度最高的台风。从8月6日开始,我们就密切关注台风的动态,根据台风路径、气象部门预测等信息,并进行了初步的研判:这次台风无论在哪里登陆,对舟山会造成一定的影响是肯定的。所以从新闻本身的重要性、关注度、影响力、服务性等各方面来看,这场直播值得做,也有内容可做。8月7日晚,我们在工作群里进行了商讨和部署,在内容方面,前期我们要及时发布最新台风动态消息、防台知识、各方防御台风的准备;台风期间,重点关注一线现场、各方救援、暖心故事等;台风离去,展现舟山人重建家园,恢复生产生活。就连开机页我们也做了三手准备。

8月8日上午,随着台风逼近,风力增强、船舶停航这类信息增多,影响开始凸显。无限舟山APP立刻推出了《舟山众志成城 防御超强台风“利奇马”》的特别直播报道,持续推送相关信息。我们做了24小时通宵直播的准备,合理分配人员力量,责编团队、编辑团队、视频团队、品牌团队、技术团队,分工明确,各司其职。最终,这场呈现在网络上的新媒体直播持续了约82个小时,共发稿441篇,总浏览量近38万。可以说,准确地研判,时机的把握,快速地出击,成就了这次直播。

二、广开渠道,融合发力

俗话说,巧妇难为无米之炊。一场直播,它的内容起着重要的支撑作用。新闻的“第一信源”哪里来?舟山广电总台从2014年开始就不断在推进媒体

融合,而在这次防御台风“利奇马”的报道中,媒体融合的成效得到了充分的体现。以移动优先为原则,各种资源涌向客户端。

这一次,广播、电视都做了充分的部署,派出多路记者直击抗台一线。他们积极发挥融媒体记者的作用,在现场采访时,发回来很多现场的消息,有图文信息,有视频片段,有服务提醒。新媒体编辑坚守后方,将记者传回来的各种信息,进行编辑发布,并及时在滚动直播中更新,向用户进行弹送。大量的来自前方的新闻资源,不仅具有很强的时效性,而且非常有现场感。台风肆虐下,城市满目疮痍,道路积水了,山体滑坡了,居民受困了,树木广告牌吹倒了;狂风暴雨中,公安、消防在紧急抢险,社区人员转移受灾群众,民间救援队伍积极行动;台风过境后,志愿者忙清理、电力工人忙抢修、农林专家进田头等场景,都在直播中及时发布和展示,再加上记者的出境或者出声,使得直播内容十分丰富,极具现场感,也更加有看头。而未在前方的记者、编辑、主持人等,也充分利用自己的手头资源,把看到的、

听到的信息,提供给新媒体。前后方配合默契,形成全台信息联动,资源共享。

当然,光靠前方记者的力量还是有限的,需要不断扩大“朋友圈”。我们一贯重视对粉丝群、各单位联络群的拓展,来壮大信息源。这次台风期间,这些群也发挥了积极作用。很多群友和通讯员都提供了非常鲜活的一手现场图片和视频。他们提供的信息在直播中呈现,同时,他们也成为我们直播的收看者和传播者。PGC和UGC内容的整合汇总,互相补充,让新媒体直播的素材更加丰富,视角更加全面。

三、精深加工,精准传播

如果把直播比作一个大杂烩,那么如何在大杂烩里挑出食材,做出精致的菜肴,就需要再花点脑筋了。直播里有大量信息汇聚,内容确实很丰富,但同

时也存在缺点:第一,过于庞杂的信息,受众没有耐心一条一条去浏览,一些重要的信息可能会被淹没。第二,这些片段式的信息,以点的形式出现,难以给人留下深刻的印象,也不能满足精致阅读的需求。这时,对现有素材进行整合提炼和深度挖掘,往往能做出更优质的稿件来。

在舟山防御超强台风期间,发生了很多感人的故事,这些故事发生的时间不同、地点不同、内容不同,但都传递出满满的正能量,它们间断地穿插在直播里。于是,我们做了整合提炼,把一个个温暖的故事从直播中分离出来,单独成稿《感动舟山!狂风暴雨中的感人瞬间》,取得了不错的传播效果。

在信息接收中,好几位通讯员提供了这样的线索:被安置的鱼山工人在返回工地前,打扫教室,将席子被子叠放整齐,在黑





板上写感谢信。直播中,这些信息是零碎出现的,我们又将这些汇总在一起,推出了《感动! 舟山建设者们有序返回 临走前他们这样表达感谢》的报道。

与此同时,我们还在短视频上发力。比如《台风来袭,舟山岸边掀起巨浪》,汇总的就是各地海边风大浪急的现场;还有很多感人的故事,我们通过音乐、字幕进行短视频的呈现。再比如,我们广电记者深入一线的抗台记录,由电视、广播记者在一线的大量素材剪辑而成。

素材还是这些素材,却可以加工出不同的作品,最后的结果是料尽其用,报道也更加优质。

四、引导舆论,凝聚人心

突发事件下,受众的情绪、心态、认识等往往会受到影响。作为媒体,责无旁贷应成为舆论引导的主阵地,凝聚人心,团结力量,营造积极向上的舆论氛围。在这期间,媒体的着眼点,不应该只局限在灾难、痛苦方面,而要建立社会对救灾的信心。在展现受灾现场的同时,应该及时呈现各部门的救灾措施和过程,以及人们在灾难面前的互帮互助,以增强共同战胜突发事件的信心和勇气。

在这次防御超强台风的直



播报道中,我们尤其重视这一点,在内容选择上做了倾斜,一些受灾场景点到为止,并未做过多的渲染,而是将侧重点放在了提供各种服务信息和救灾抗灾方面。比如之前提到的鱼山工人人们的感谢信;再比如子女在一线抗台,老人被困家中,众人把老人安置在椅子上,将她进行安全转移;嵊泗花鸟乡一位群众自发给抗台人员煮了一锅白米饭、岱山东沙古镇党员群众用锅碗瓢盆舀水抢救珍贵的红色史迹资料、村干部俯身跪在积水中用手疏通下水道、公安消防奔赴在抢险一线等等。

而在信息汇聚过程中,难免会出现不实信息,或者各种谣传,我们也及时予以核实和澄

清,消除公众疑惑,保证救灾过程中舆论平稳。同时,我们还十分重视与网友的互动,面对救灾群众的求助,及时反馈给有关部门,并对救助进展情况予以及时跟进;对于网友发来的有效线索,给予重视和回应,为有关部门开展救灾工作提供指引。

总之,在突发事件中,新媒体直播可以发挥其时效性强、灵活性强、持续性强、互动性强等特点,快速汇聚资源,成为各种信息的整合之地,及时向公众传递准确权威的信息,获取受众意见,从而彰显舆论导向的力量,进一步提高媒体自身的公信力和影响力。

(作者单位:舟山广播电视总台)