

台网报端大联动 蓝媒号成主力军

——从“钱江奔涌”看融媒直播的创新之路

汤嘉旻

今年8月4日,作为“浙江广电事业70年系列庆祝活动”之一,新蓝网·中国蓝新闻客户端发挥融媒平台优势,携手浙江广电集团公共·新闻频道、FM988浙江新闻广播、交通旅游导报、浙江城市广播电视周报和各地蓝媒号开展的“钱江奔涌”7天融媒互动直播圆满收官,在内容、形式和传播效果等方面都实现了创新和突破。

连续7天,高温作战,多家单位联合组成的融媒直播团队沿着浙江的母亲河——钱塘江一路行进,从源头开化开始,经过武义、建德、上虞、海宁、镇海,到出海口舟山定海,行程近千公里,每天中午12:00—12:30,在新媒体、电视、广播同步推出聚焦“乡村振兴、美丽家园”的联动大直播,记者们深入蹲点,走村入户,从海陆空多个角度,以浙江广电多平台为载体,挖掘闪光人物,讲述生动故事,通过一个个鲜活的画面和声音,展现钱塘江流域70年的大发展,浙江大地70年的大变迁。

一、台网报端发挥各自优势,实现大联动

此次融媒直播的一大重要意义,就是讲述新时代好故事,展现“浙江广电70年发展”所取得的丰硕成果,特别是近年来在媒体融合发展和融媒协作中所取得的成绩,并以新的传播格局和平台,全方位展示浙江大地70年发展。

(一)在运营方式上,实现台、网、报、端联动

本次融媒直播,各大平台均派出精兵强将参与其中,包括编导、主持人、记者、技术等力量,组成多路联合报道团队。各团队加班加点,共同策划选题、攻关难题、推进项目,实现接力直播。在人员、内容、技术、后勤、品宣等各方面都互通互用,互相补台,真正体现了媒体融合一家亲,集中力量办大事。

(二)在播出方式上,实现多端同步直播

每天中午12点,网站、客户端、电视、广播的直播信号以同一呼号同时发出。报纸、微博、微信等多平台同步推出专栏、专版、专刊,做好宣推工作。同时,做好全省的落地推广,沿线各个“蓝媒号”的全力加入,不仅壮大了直播的力量,也在直播等宣传上做到了同步,成了全省新媒体直播矩阵的重要阵地。交通旅游导报和浙江城市广播电视周报也都拿出较大版面,专题报道直播活动的精彩内容 and 花絮,形成强大的多平台宣传声势。

(三)在技术方面,全集团协作攻关克难

因涉及新媒体、电视、广播多个平台同步直播,融媒直播的技术要求非常高。集团专门调派了教育科技频道和好易购两辆卫星转播车,以及全套的技术团队,新蓝网也专门派出技术人员提供4G信号保障。技术团队多次召开现场协调会,攻关技术难题。从前端的卫星回传,到中间各平台的信号共

享,再到各个终端的播出,七场直播均有多重保障,实现了七天安全播出无事故。

二、挖掘内容亮点,实现良好传播效果

直播好不好,内容是关键。为了在内容上同时适应广播端、电视端和新媒体端的播出需要,直播团队花费了不少心思。

在直播主题的确定上,明确重点,力求围绕生态文明、乡村振兴、大花园建设的主题,通过调研式、行进式、体验式采访,挖掘民生故事,展现各地发展,将具体的政策措施化为直播场景进行呈现,反映沿江两岸70年来的经济社会大变迁,展示70年来浙江大地发生的巨大变化和伟大成就,唱响礼赞新中国、奋斗新时代的昂扬旋律。

在直播地点的选取上,力求“有代表性”、“有看点”、“有网红气质”。直播团队从近年来涌现出的我省几十个乡村振兴、生态文明和大花园建设典型中,筛选出了有代表性的七个网红村,进行深入挖掘。通过前期踩点,找新鲜点,找故事点,反复琢磨、修改,逐步形成直播流程和直播文稿。

在直播形式的表达上,力求有人物、有故事、互动性强、接地气。记者深入农户家中、田间地头,深入了解村民的生产、生活,以及村里发生的新变化。畚乡姐妹花、拥有百万粉丝的网红主播等一批自带流量的人物被请进直播间,讲述自己的故事,与观众、听众、网友互动。

记者跟着农民一起下到荷花田里抓小龙虾,踩到虾塘里看南美白对虾的养殖情况,淌进溪水了解游客的体验……一系列鲜活、接地气的环节设计,使直播亮点纷呈、看点不断。

以第一场直播开化为例,开化是钱江源头,所以我们将开场和结尾都放在了当地的9条溪里,以溪为阵,结合当地“亲水节”的内容,以水为媒,串起整场直播。开化代言人——浙江广电集团主持人小强亲自登场,开化从县到村、到当地蓝媒号都极力配合,组织了150多人到现场参加活动。为保证效果,他们现买音响,村民们日夜操练太极拳,5天赶工完成6条竹筏。直播当天,很多村民都放弃了自家农家乐的活计来参加直播。

因为地处偏远,龙门村原本是一个贫困落后村,但近年来,村民们依山靠水,自力更生,在“1+X”模式的带领下,打造“龙门客栈”的民宿大概念。直播现场,记者走进有代表性的民宿,寻根(根雕)溯源(钱江源),展现当地乡村振兴的成果。从原汁原味的土菜做成的八大碗,到引进外来力量修建的空中栈道,都是龙门村人实现振兴梦想的印证。

此外,多场直播采用了一条主线串到底的方式,如武义场的直播以荷花为主线,从荷花的种植开始,一路带着观众看荷花、挖掘新鲜的荷虾套养、茶鳖套养,再到看网红主播卖莲子,最后邀请大家一起品各色荷花美食。海宁场则以钱塘江的一条鱼为主线,带大家领略捕鱼、卖鱼、吃鱼,期间穿插村里由水产业引发出的农家乐和养殖业,主题鲜明,生动好看。

七天的融媒直播,获得了很好的收听、收视率,直播节目成

为爆款。直播点海宁胡斗村一位村干部之后给记者发来信息说:“直播在我们村里引起了很大的反响,朋友圈真的刷爆了,到处可以看到捧着手机看直播和回放的村民。”

据初步统计,仅在中国蓝新闻客户端,七天累计点击量破纪录地高达889.5万次。同时,直播在人民日报客户端、央视新闻+客户端、触电新闻客户端、闪电新闻客户端、荔枝新闻客户端等主流新闻客户端平台分发,累计点击量超千万次。

除此之外,作为融媒直播的副产品,直播团队在每场直播之后,都推出了精彩视频碎片,经剪辑、包装后,形成多个蓝媒视频产品,并在各大主流平台、微博、抖音等进行分发,取得了很好的二次传播效果。

三、“蓝媒号”发挥主力军作用,释放巨大能量

此次“钱江奔涌”的融媒直播不仅是浙江广电集团首次融合新媒体、电视、广播各频道资源进行的融媒直播,更是集聚了全省广电融媒联盟“蓝媒号”的巨大能量,这是对集团这两年来省市县媒体融合实践的一次大检验、大练兵。

在7天7场直播中,各个“蓝媒号”化身为排忧解难的大管家、出谋划策的智囊团、认真敬业的好搭档,从筛选村落、一起踩点、派出“王牌”主播及摄像,到帮忙预订食宿、做直播团队和村落沟通的“桥梁纽带”,在每个点位都能看到忙前忙后的“蓝媒号”兄弟,他们全程参与了直播。

此次融媒直播足以证明,经过一年多的发展,“蓝媒号”驶出了加速度,内容传播品质更高,声势更强。“蓝媒号”已经从生力军,发展成广电媒体融合的主力军。

7天融媒互动直播,开创了集团内外融合传播模式的新范例,也展现了浙江广电以及各地协作“蓝媒号”的融合传播能力,是下一阶段继续深化中国蓝融媒体中心实体化运作和全省广电融媒协作运营的全新开始。

四、践行“四力”,经受高温酷暑考验

融媒直播在近一个月的筹备、踩点和直播过程中,正是三伏天,各地都是近40度的高温。直播团队全体工作人员顶着酷暑,奋战在一线。

在演练和直播过程中,很多点位都在室外,完全没有遮挡,如荷花塘、养殖场、钱塘江堤坝等,记者和摄像忙碌的身影,让很多当地村民竖起了大拇指,“你们记者太不容易了”。

长时间的暴晒,让好几位记者、摄像中暑、体力不支,有人被晒伤、皮肤化脓。但大家吃了药,稍作休息调整,第二天又重新投入新一轮的直播当中,没有人退缩,也没有人叫苦。

为制作备片,编导、制作、摄像团队每天白天反复演练、拍摄,晚上熬夜赶工,制作到凌晨两三点钟。卫星转播车工作人员一周内一刻不停连轴转,凌晨做好备片上载工作,上午积极备战直播,中午直播完成后,立即收拾设备转场下一个直播点。

大家心里都是同一个信念:把7天7场直播以最好的面貌呈现给观众、听众和网友。通过这轮直播,团队经受了考验,经历了成长,也是浙江广电人践行“四力”交出的最好成绩单。

综上所述,“钱江奔涌”探索出了一条融媒直播的新路子,实现了内容、形式和效果的多赢,为接下来的同类型节目提供了可复制的范例。

(作者单位:浙江广电集团新蓝网)