

钱江视频 打造先网后台的新型传播形态

——钱江都市频道媒体融合探索与实践

孔明顺

摘要:随着网络平台的兴起,作为主流媒体的电视媒体,已然成了传统媒体,媒体融合一直是电视人探索的课题。如何实现各种媒介资源生产要素的整合,实现信息内容、技术应用、平台终端和人才队伍的共享通融,提升电视媒体的传播力、引导力、影响力和公信力,本人通过钱江都市频道媒体融合的实践,探索传统媒体打造先网后台、移动优先新型传播模式的必要。

关键词:钱江视频先网后台 融媒思维 媒体矩阵

专心做内容,做好做精节目是很多电视人引以为傲的“媒体专业主义”精神。但在新媒体的背景下,光注重内容还远远不够。电视曾是“强势”媒体的存在,在互联网形势下,舆论生态、媒体格局和传播方式都发生了巨大的变化。今年2月28日中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第43次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2018年12月,我国网民规模为8.29亿,其中手机网民占比达98.6%,互联网普及率达59.6%。

人民群众的日常生活已经离不开许多网络微平台和手机APP应用。

面对电视平台影响力弱化的局面,钱江都市频道去年开始推出“钱江视频”,明确了守住电视端大屏、拓展移动端小屏,以“内容+技术+运营”为驱动,注重“移动优先”,发力“短视频表达”,专心做内容,专业做传播,实现大屏小屏的共同发展。

一、全员培训,注入融媒思维

钱江都市频道作为浙江广电集团最早开播的地面频道,有着成熟和稳健的节目内容生产团队。去年下半年,频道整合资源和生产要素,开辟移动互联网

新战场,组织员工学习新媒体新技术手段,成立年轻人为主的创意团队和创作团队,破除老观念,注入融媒新思维。频道打破原有的层级观念,引入互联网企业组织扁平化的周报制度。年轻员工的想法观点,都可以在周报上体现,每周频道例会都对周报情况予以点评,好的建议频道和部门及时采纳,并予以表扬和奖励,这极大地鼓舞了全体员工的积极性。

根据当前媒体融合的传播趋势和电视发展态势,今年年初,频道对原有组织架构进行了调整,两档重点新闻栏目《范大姐帮忙》和《九点半》都归口新闻部,打通人力物力的使用,实现共享资源;继续强化《范大姐帮

忙》的帮忙特质和《九点半》的评论特质,形成良性循环和战斗合力。

与此同时,细分垂直领域的文旅、体育、房产和美食等事业部也相继成立,内容生产得以纵向深入;节目形态也从原来的固定栏目,调整为更符合互联网收视习惯的季播,推出了《更生更生动》、《虎哥脱口秀》等富有互联网气质的节目。

为做好内容做强传播,频道不定期邀请各领域专家学者、网络达人开设“钱江视频”学堂,让员工学习流媒体直播设备使用、云端视频流的拆条和制作分发。类似的培训共开展了25个批次,近百人参加了突发事件融媒体直播演练,并不断在日常突发事件报道中实战磨合。重新制订的《突发新闻应急机制》,也把原有的服务电视端的突发应急响应机制,升级为融媒体突发新闻响应机制。

二、媒体矩阵,打造融媒爆款

为做好媒体融合新篇章,钱江都市频道成立了集团内首个视频运营部,组织精兵强将在互联网新战场擦亮“钱江台”老招牌,全力打造“钱江视频”新平台。在此之前,频道各个栏目和主持人虽然也都开设了官微公号,但是由于没有统一的概念,缺少专业的运营和维护,显得有些散乱,没有形成合力打响品牌。去年5月份,频道明确要求在互联网上宣传推广的视频,统一使用“钱江视频”概念,并设计了钱江都市频道和钱江视频独有的双logo视觉形象标识。视

频运营部的成立,使得“钱江视频”的制作编辑、全网分发和新媒体互动有了专门人员的保障,并研发不同视频内容、时长、横竖屏版式,二次创作以利于互联网传播,并打造出“钱江视频”爆款产品。

“钱江视频”推出不到半年,月播放量就突破了2500万次,《九点半》多条新闻内容点击播放量过百万。目前“钱江视频”日均分发优质视频60余条,横版短视频日均点击近500万,竖版短视频日均点击超千万。百万点击的爆款视频层出不穷,平台下部分账号累计播出量达数十亿;抖音单条最高点击破2亿次,单条点赞破200万。“绍兴老父亲杭州寻子”“女大学生为同学挡八刀”“丽水男子挡车救人”“41岁女医生捐献全身器官”等话题视频纷纷登上微博、抖音热搜。

今年5月,《九点半》栏目专门推出《钱江视频互动圈》,把手机端的个人生活场景和电视端的客厅场景进行打通。通过“钱江视频”发布的新闻报道、发酵形成的网络话题,以投票的形式引入现场的实时互动,网友的观点成为节目生产的内容,每期参与人数近万人次。《钱江视频互动圈》与《钱江视频》微博,联合发布话题#杭州首次开罚行人负主要责任#,短短三天阅读量超过4100万,专门制作的短视频在微博上点击量超过200万人次,《中国日报》、《中国之声》的官方微博为此转发和评论,话题上了微博热搜,体现了主流媒体应有的传播力、引导力、影响力和公信力。钱江视频联合腾讯

新闻推出泛资讯短视频产品“现场眼”,七月中旬上线一周点击达3000多万。

“钱江视频”成为钱江频道推进媒体融合的抓手和发力点,在央视新闻客户端、浙江日报客户端、中国蓝TV、今日头条、抖音、快手、爱奇艺、腾讯、网易、新浪微博等二十多个主流平台同步分发,形成媒体矩阵,爆款频发。

三、反哺大屏,体现融媒成效

“钱江视频”在进行预告、分发、直播频道原创内容的同时,也开始聚合资源,反哺电视“大屏”,帮助电视媒体打破了“播出”、“编排”等问题的限制;电视媒体借助网络直播进行热点策划报道渐渐成为新的播出常态。今年高考填报志愿期间,钱江视频连续三天推出《招办老师教你80选1-钱江频道高考志愿填报网络咨询会》直播活动,浙江大学、中国传媒大学等10所省内外著名高校参与直播。

与此同时,利用媒体协作资源,多地联动的网络直播产品也不断出现。如四川宜宾6.0级地震中,钱江都市频道联合成都电视台推出的网络直播《心系长宁》;联合云南都市频道、福建电视台、成都电视台推出的《2019春茶采摘直播》,联合新京报推出的《元宵故宫灯会直播》等内容,拓宽了媒体的传播边界,形成了全国传播影响力。

今年3月下旬,由频道策划主办的“2019浙江招牌菜争霸赛”,从舌尖到指尖全面打响赛事及宣发。“移动入门、电视提

炼、全网分发”的操作思路使得活动亮点频出,通过餐饮店H5打榜,11地市落地活动、名嘴探店专题、颁奖盛典等一系列动作,既传承“浙江味道”,弘扬美食文化,又整合营销,为品牌赋能。

再比如,丽水超级马拉松直播活动,30个机位,电视和多媒体端并举,发挥内容生产优势,整合媒体资源为马拉松赛事注入更多社会经济、人文旅游元素,立体化呈现比赛进程和当地风土人情,引发了业内同行关注,直播效果获得当地政府好评。

四、双屏互动,催生新型传播形态

“钱江视频”作为钱江都市频道合力打造的互联网融媒体平台,正逐渐成为新的传播形态。频道联合浙江大学附属第一医院推出的浙江首档融媒健康科普专栏“节气健康说”,以十秒朋友圈视频、创意海报及2分钟短视频等形式,通过“钱江视频”全网分发,成为“钱江视频”自推出以来独立于电视大屏研发的第一个全网端定制栏目。

在浙江省委宣传部指导下,立足频道多年承办“最美发布”优势,“钱江视频”启动“浙里最美”融媒平台运营,发力短视频生产,为宣传浙江的最美人物、最美现象,“农村文化礼堂”等重点项目,“我们的春晚”等重点活动开辟传播新路径。短短一个多月,“浙里最美”抖音号收获3000多万个点赞,单条视频最高点击量破3亿,“浙里最美”抖音号进入抖音KOL榜TOP15,有力

传播了最美正能量。

尤其值得一提的是,今年超强台风“利奇马”来袭,钱江都市频道的采编和视频运营团队以人工智能播报、数据新闻、多点位网络直播等多种形式,融合传播报道台风最新动向,关注台风过境后一些地区的灾情和救援情况,展现抗击台风中涌现的感人瞬间和动人故事。在台风登陆前后的72小时内,“钱江视频”共播发融媒产品500多条,全网点击量超过1000万。

这些相对以往的报道形态,还是有不少可圈可点的地方。一是传播渠道位移,媒体阵地改变,确立先网后台,移动优先的传播模式。由于网络打破了电视媒体播出编排和时间限制,尤其是重大灾难报道中,资讯准确及时传达、立体化呈现、碎片化接收的特点,成为信息传播的主渠道,媒体发声的主阵地。500多条融媒产品,1000多万的点击量,完全颠覆了电视节目的生产流程和传播模式。二是引入AI主播“小范儿”,在国内首次将AI主播技术与重大突发事件新闻报道相结合,为传统台风报道注入新元素。三是利用新华智云技术,有意识策划推出“数说台风”,以数据说话客观理性。四是推出了《别怕,有我们在》、《台风“利奇马”中的九张面孔》等带有编辑意识、媒体视角,有很强感染力的短视频产品,取得了良好的传播效果。

及时准确的信息、多角度的解读、多层次立体化的呈现充分体现主流媒体服务大局、权威发

布、稳定人心的重要作用。这次台风报道的成功正是体现了钱江都市频道作为电视媒体的责任担当和新形势下融合转播的创新。“钱江视频”正蜕变为一个相对独立的传播形态,成为有自我生命力的融媒体传播平台。

五、结语

习近平总书记在《加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局》一文中指出,推动媒体融合发展,要坚持一体化发展方向,通过流程优化、平台再造,实现各种媒介资源、生产要素有效整合,实现信息内容、技术应用、平台终端、管理手段共融互通,催化融合质变,放大一体效能,打造一批具有强大影响力、竞争力的新型主流媒体。要坚持移动优先策略,让主流媒体借助移动传播,牢牢占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的传播制高点。

钱江都市频道的媒体融合探索从早期的内容分发,提出“节目的播出不是传播的终点,而是起点”的节目后传播模式,到“帮忙在路上”采访过程中的网络直播,最后逐渐形成了完善的记者在新闻现场,第一时间了解信息,回传新闻内容,第一时间进行网络直播(短视频制作),第一时间进行网络分发的“先网后台”传播模式。“钱江视频”使得都市钱江频道从单一电视媒体逐渐转型成为电视端和移动互联端两翼发展的融媒体平台,影响力和竞争力也在日益增强。

(作者单位:浙江电视台钱江都市频道)