

转变话语形态 适应移动端生存

——2019年浙江省广播电视新媒体获奖作品评析

李欣

以技术为外驱力的新媒体迅猛发展,从生产流程、内容制作、产品运营、组织架构等多层面面对传统专业媒体提出了挑战。挑战即是机遇,为推动主流专业媒体向新媒体转型,中国新闻奖、浙江新闻奖都增设了新媒体奖项。从2018年起,浙江省广播电视学会设立新媒体奖项已至第二届。2019年浙江省广播电视新媒体奖共设三个奖项:短视(音)频新闻、新媒体直播、新媒体创意互动,共评出一等奖5件,二等奖12件,三等奖17件。从本次获奖作品可以看出,浙江省广播电视新媒体作品从选题、技术呈现、制作水平、创新策划等方面都获得了长足的进步,但也存在着选题新闻性不够、将形式创新等同于融合创新、对新媒体作品标准把握不够清晰等问题,本文将一一作出评析和回应。

一、如何理解新媒体作品

传媒业是一个高度依赖技术的行业,每一次技术变革都是对媒体行业的巨大推动。当前媒体新技术沿着移动化、视

频化、数据化、智能化、平台化方向发展,传统主流媒体面对商业媒体的巨大挑战。依据以上媒体技术发展的趋势,具体到新媒体作品应体现以下几个特征:

1. 作品应优先移动终端呈现

我国手机网民规模达到8.17亿,网民通过手机接入互联网的比例高达98.6%。“移动优先”意味着从简单的移动端产品设计开始,重新制作复杂作品的方法。新媒体作品首先要考虑是否在移动端上呈现,考虑移动端独特的用户体验。例如,在移动优先的方案中,网络可用性和信号强度可能不可靠。因此,为用户提供继续脱机工作的选项可能是用户满意度的关键。再如,我们在制作短视频作品时,如果是移动优先方案,需要考虑的是竖视频还是横视频更符合用户的习惯。国外如Snapchat、Facebook等社交巨头已经率先开启竖视频风潮,2018年3月Netflix移动端以竖屏视频格式展示内容。

随后Instagram发布了竖视频分享平台IGTV。从使用上来说,竖视频可以单手操作,更符合大众碎片化、场景化的接受习惯。

2. 作品应具备多种技术融合创新表现手法

新闻融媒体作品重要特点是数字技术在新闻报道中的创新与应用。在《中国新闻奖媒体融合奖项评选办法》中明确规定了参评作品的范围为“于上一年度应用数字技术、移动互联网技术进行融合传播的新闻作品。”中央出台的《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》中指出“推动媒体融合发展,要将技术建设和内容建设摆在同等重要的位置”,要“以新技术引领媒体融合发展、驱动媒体转型升级”。这些规定和意见都把技术融合摆在非常重要的位置。新媒体作品必须体现出技术融合特征,其中以数据可视化、人工智能、VR等为代表的多媒体表现形式,应充分运用到新闻作品中,实现从可读到可视、从静态

到动态、从平面到立体的升级，满足用户多种体验需求。

3. 短视频作品应“去电视化”

短视频从载体上看，是专门为移动互联网定制的视频，和电视上我们观看的传统电视视频有明显区别，时长以3分钟以内为宜。短视频是为手机定制的，是碎片化的，逻辑相对跳跃，有时候并不需要逻辑线，只需要展示场景即可，所以短视频对后期制作的要求更高。从形态上看，短视频可横屏也可竖屏。

传统电视化的表现手法并不适合短视频，比如短视频靠画面去推动，不适合话外音，大字幕取代话外音更加适合移动端，有些资讯类的短视频完全不需要传统电视里的主持人。此外，有些事件类的短视频，可以使用3D动画等增强现实技术来增强叙事视角。

二、本次新媒体获奖作品的特点

1. 重大主题报道多角度呈现

重大主题报道是新媒体作品角力的主战场，本次获奖作品体现出对重大主题深度挖掘，多层次、多角度呈现的特点。

省级头部媒体运用新技术宏大叙事。比如新蓝网的《“八八战略”十五年》，该视频短片聚焦“八八战略”这一引领浙江发展的总纲领、推进浙江各项工作的总方略，集中展现习近平新时代中国特色社会主义思想在浙江的萌发脉络和生动实践，展望浙江干在实处永无止

境，走在前列要谋新篇，勇立潮头方显担当，推进“八八战略”再深化、改革开放再出发的宏伟图景。该片采用珍贵视音频素材，再辅以照片实景还原、3D等新技术手段，使短片更加富有感染力。该视频一经推出，引发热烈反响，总点击量达50万+。与商业化的媒体平台相比，主流媒体在题材选择、表现风格等方面都有自己独特的取向。借助融合技术的表现手法，改变用户对主流媒体的刻板印象。

地方媒体小角度切入，更具人情味。在重大主题报道中小角度切入，更富人情味，以情感打动人本次获奖作品的又一特点。比如纪念“枫桥经验”55周年的重大主题报道，绍兴广播电视总台的《我不是赵信》短视频作品以讲故事的方式呈现。“细节、生动”是作品宗旨，策划组四下枫桥，前往枫桥镇政府、枫桥派出所、几个有代表性的村庄等地，接触了十余个典型人物，最终决定以社区警务工作出色的民警赵信为主角，讲述枫桥独一无二的警民故事。该片用细致入微的镜头和笔触，呈现了大量微小却动人的细节，不虚浮，不煽情，3分44秒的篇幅，却以丰富的画面浓缩且清晰地传递了枫桥派出所“吃透小字经，推动大平安”的要义。

再如丽水市广播电视台的《一名老党员的升旗礼》。为庆祝七一建党节，记者前往位于丽水市遂昌县大柘镇的浙西南第一个党组织中共遂昌支部旧址泉湖寺，拍摄采访义务管理

泉湖寺、坚持升国旗整整16年的84岁老党员朱宗鹤，记录他在清晨升国旗唱国歌的全过程以及他整理以前换下的国旗、为参观人员讲解、带领参观人员重温入党誓词、做笔记等场景。该短视频新闻在无限丽水APP、丽水在线网站、《瓯江报道》微信公众号等新媒体平台发布后，得到大量点赞和转发，其中在无限丽水APP上当天阅读量就已过万。通过讲述老党员朱宗鹤的感人事迹，激发广大观众爱党爱国的热情，让“浙西南革命精神”更加深入人心，也为迎接新中国成立70周年营造良好的社会氛围。

2. 深度挖掘数据资料，新媒体技术运用成熟

本次“新媒体创意互动”奖项的获奖作品体现出了较高的水准，参评的作品大多前期都有细致深入的案头准备工作，并运用H5、VR、AR、动漫、短视频等多种手段，推出互动式、服务式、体验式新闻信息，转变传统媒体的话语形态，进一步提升网感，适应视频化生存。

比如新蓝网的《“浙”里有位先行者》聚焦浙江的民营经济，将改革开放以来浙江民营经济的发展进行梳理后，分为萌芽、迸发、激荡、再出发四个阶段，以谢高华、鲁冠球、宗庆后、李书福、马云等人物的故事为线索，用四幅精美手绘长图，结合珍贵视音频资料，制作成一个内容丰富形式新颖的H5，讲述浙江民营经济的先行者们四十年来敢为人先的故事。H5推出当日，点击量达到50万。该H5最大看点在于创新运用下拉式

长幅连环画的形式,配上具有时代感的纯手绘画风,图集、音频、交互式体验多种表现形式相结合,还原出40年来民营经济发展历程中的代表性事件,兼具了观赏性和故事性。

再如嘉兴市广播电视台的《让档案说话》,为纪念改革开放40周年特别策划推出新媒体系列H5,以嘉兴40年来的珍贵历史档案为主角,撷取40年进程中城市建设、环境治理、文化建设等8个方面的闪光点,与网友共同回顾嘉兴改革开放历程中重要的篇章和故事。该系列共制作《让档案说话!“桥”见嘉兴变化,“天堑”变通途》《让档案说话! 商圈变迁见证嘉兴发展》《让档案说话! 嘉兴人的票证岁月,你知道多少?》等八篇报道,在改革开放40周年纪念日前首发,引起网友强烈关注。记者通过走访市档案馆、图书馆、各大主题博物馆等地,搜集尘封已久的档案资料,包括各类文件、照片、报纸、视频等,同时寻访亲历者,以其所见所闻所感来捕捉引起网友共鸣的细节。后期以H5的形式精心包装制作,结合丰富的图文、视频和互动问答小游戏等方式,最终呈现出生动活泼又具历史厚重感的新媒体创意互动产品。

此外还有一些比较优秀的作品,如杭州市广播电视台的《影像杭州40年》、台州市广播电视台的《“日记老人”张士友的时光机》都体现了这个特点。

3. 地方媒体选题接地气,善于利用原生态视频

本次评奖地方台选送的作品

体现了本地特色,接地气,用当地群众喜闻乐见的内容和形式完成作品,有些作品还比较好地利用了原生态视频。比如衢州市广播电视台的《乡村春晚 中国农民的文化自信》,“乡村春晚”已经成为乡村振兴战略的“浙江样本”“文化密码”“生态引擎”和“打开模式”。该片从乡村春晚发祥地庆元县月山村原始生动的排练现场切入,由点到面,引出目前丽水共有1000多个行政村自办春晚,800多名农民导演、30多万村晚民星、100多万观众,逐渐形成以丽水为轴、全国联动、全球参与的春节习俗和文化品牌。片子虽然只有短短三分钟,却构筑了一个“以小见大”“跨越时空”的宏大叙事,立意深远。再如诸暨市广播电视台《“老赖”别跑!》诸暨市人民法院对一幢面积770平方米的豪宅进行强制腾房,诸暨台首次对执行现场进行直播。该直播节目通过电视、网站和微信平台同步推出,70多万人次在线收看,产生了强烈的社会反响。央视《新闻直播间》以《让“老赖”无处遁形》为题对此案带来的启示进行剖析。央视《新闻联播》播出《联合惩戒 让老赖一处失信处处受限》,将此次强制腾房作为破解执行难的典型。

此外,一些台非常善于利用原生态视频制作节目,比如衢州市广播电视台《86秒! 挽救了一个孩子!》虽然不是第一时间赶往现场,但通过现场采访当事人叙述事发现场,结合视频监控还原了事发经过,第一时间发布短视频极大的视觉冲

击力震撼人心,救人者的朴实话语让人动容,整篇报道很好展现了衢州的最美风尚。

三、本次获奖作品也存在明显的不足

1. 选题新闻性不足

本次获奖作品除了浙江电视台教育科技频道《关注桐庐廊桥桥顶坍塌事故》,舟山市广播电视台《直击中国首艘2万吨级江海直达船首航》,浙江之声、新蓝网《最美杭黄看“浙”里 见证杭黄高铁通车》以及前面提到的衢州市广播电视台《86秒! 挽救了一个孩子!》几个报道外,其余选题皆为重大主题类或策划活动类报道。重大主题要花精力去做好,新闻性、民生性强的选题也要兼顾。好的选题是新闻成功的一半,用艾丰先生的话讲就是:“记者首先要选对了庙,拜对了神,烧对了香,走对了门”。选题准,事半功倍;选题不准,事倍功半甚至徒劳无功。好的内容是主流媒体的优质资源,尤其是新闻性强的报道和民生报道是传统媒体和商业媒体比拼的核心竞争力,这类选题不能缺失。

2. 新闻标题不够清晰

新媒体作品的标题要求清晰、准确、信息含量大,标题要导语化,即用简洁、明确的语言将关键核心信息提升到标题中,本次即便是在获奖的作品中,标题也有不尽如人意之处。比如《我不是赵信》《核桃树之恋》之类令人不解的标题也多有出现。

(作者单位:浙江传媒学院新闻与传播学院)