

守正创新 多策并举

——2021年度浙江省广播电视新媒体奖获奖作品评析

李欣 朱永祥 张嘉宇

近年来，浙江省广播电视媒体以互联网思维优化媒体资源配置，在新媒体主战场守正创新，多策并举，积累了诸多经验，诞生了大量优质新媒体短视（音）频和创意互动、新闻直播以及新媒体主持人作品，其选题新颖、内容丰富、制作精良，符合互联网传播规律，在新媒体渠道广泛传播，广受好评。

2021年度浙江省广播电视新媒体奖的新闻性短视（音）频、非新闻性短视（音）频、创意互动、新闻直播和新媒体主持人5个子项共收到149件参评作品，最终评选出一等奖作品13件、二等奖作品17件、三等奖作品27件。总体来看，本次报送的作品延续历年新媒体类别获奖作品以“新”出彩的特色，展现出新型主流媒体的融合特征，并在此基础上对新媒体之“新”做出了独特诠释，可圈可点。

一、获奖作品优点突出，特色鲜明

本次新媒体获奖作品在题材选择、内容策划、技术呈现、形式创意等方面都实现新的突破。总体而言，各获奖作品对新媒体之“新”的诠释整体上呈现出“微创新，大亮点”的特征。

（一）聚焦“小”人物，反映“大”时代

不少参评作品紧跟社会热点，关注到了新冠疫情常态化以来的复工复产、隔离生活，以及在移动互联网技术推动之下蓬勃发展的电商、直播等新兴产业。这类作品以人物为中心，反映了各行各业的真实生存状态，纪实风格镜头下的小人物更易引发用户的情感共鸣，进而使时代环境的发展变化更加具体可感。

在获奖的多个一等奖新闻性短视（音）频作品中，余杭区广播电视台的《我不是牛肉西施》关注当下火热的直播行业，选取了身材娇

小、皮肤白皙的90后姑娘在日夜颠倒、磨刀砍肉的农贸市场里直播带货这样具有强烈反差的生活题材，展现出直播经济背后，年轻人不畏挑战、勇敢做自己的另一面。该作品总时长2分58秒，通过快慢搭配的剪辑节奏，以及背景音乐与现场音效相结合，避免了观众的视听疲劳。作品发布于“看余杭”新闻客户端，配以简要文字说明，先后被新华社客户端、央视新闻客户端等国家级媒体平台转载，观看量破百万。

“后疫情”时代，人们复工复产以及常态化的隔离生活，与百姓切身利益息息相关，更能引发广泛关注，在接近性方面具有较高的新闻价值。义乌市广播电视台的作品《列车上的招聘会》，运用丰富且有质感的现场画面、现场音和同期声，充分反映了疫情之后工厂复工的“抢工热”，并通过音乐、字幕等形式以及明快的剪辑节奏渲染了现场新闻的感染力，同时又兼顾了信息传递与政策宣传。浙江电视台教科影视频道的作品《苗苗和小panda的隔离日记》以记者的第一视角，讲述自己和孩子7天的隔离生活，素材来源一手，情感真挚、现场感强，呈现出一段普通人“不普通”的生活体验。此外，该作品以每集30-60秒的系列vlog形式保证了碎片化传播之下的叙事完整，传递出浙江防疫满满的正能量。

（二）主旋律宏大叙事，重视青年群体引领

2021年是中国共产党成立100周年，本次获奖作品中有不少紧扣建党百年这一宏大主题。习近平总书记在《庆祝中国共产党成立一百周年大会上讲话》指出，一百年来，在中国共产党的旗帜下，一代代中国青年把青春奋斗融入党和人民事业，成为实现中华民族伟大复兴的

先锋力量。新型主流媒体应当以青年人的思想引领为己任，发挥新媒体的传播优势，讲述能够感召青年人的红色故事，传扬党史精神。

在一等奖非新闻性短视（音）频作品中，嘉兴市广播电视台的《我在红船旁讲党史》，以青年群体的故事为素材，历时半年跟踪拍摄，采访扎实、人物鲜活，以“党史宣讲中的故事”和“宣讲员自己的故事”两条主线，将宏大主题和感人小事巧妙融合，让这个讲述一只小船和一个大党故事的年轻群体被更多人了解和熟知。

杭州市广播电视台报送的创意互动作品《迟到了38年的“遇见”》《隐秘而伟大的杭州故事》分获一二等奖，前者取材于真实历史情节，运用H5界面设计、手绘动画演绎和对话，将故事设计成沉浸式融媒体页面，兼顾了趣味性和可看性，契合青年人的媒介使用习惯，在潜移默化中展现了前辈们奋斗的足迹和坚定的革命信念，备受年轻观众喜欢。后者以经典影视剧为线索，以发生在杭州的真实史料为依托，讲述了“隐秘而伟大的杭州故事”。制作上融合图片、视频、文字和视觉交互设计，有效增强用户的代入感和认同感，搭建了一种全新角度的党史学习方式。该作品推出后，不少年轻网友认为很酷、很创新，纷纷点赞。大主题、主旋律的新媒体作品，以这种令人耳目一新的形式达到了较好的传播效果。

由温州市广播电视台报送的非新闻性短视（音）频作品《带着月薪5000元穿越半世纪》是一则数据新闻视频报道。通过一户普通人家百万字的账本分析和当事人采访，串连起70、80、90年代的普通百姓生活记忆，创意十足、数据详实，较为全面地还原了中国社会的时代变迁，以小见大。制作上画面精细，结合当前采访与老照片、过去的视频资料，将温州老百姓50年间的生活变化徐徐拉开，让观者身临其境、产生共鸣。

（三）深挖历史文化，彰显浙江精神

本次获奖的部分作品围绕中华传统历史文化，运用人物讲故事，充满了人文情怀，体现出作品的温度与深度。由新蓝网报送的非新闻性短视（音）频一等奖作品《剧轮》通过艺术

影像和实地探访，深入挖掘剧院、剧场、剧目和戏剧工作者背后的故事，生动反映了浙江“物质富足、精神富足”的双向发力成果。该作品在中国蓝TV等平台总点击量超过918万，形成了广泛的社会影响，为浙江打造新时代文化高地，展示“重要窗口”良好形象增添文化底色。华数探索商务咨询报送的作品《廿四节气·杭州》，将二十四节气与杭州本土非遗文化、江南民俗文化相结合，以传统手工艺人的故事展现节气的历史韵味。制作上使用杭州方言配音，画面运用古诗词、田字格等元素增添传统文化气息。

广播电视媒体通过新媒介技术彰显时代精神风貌，进一步提升文化引领作用，也在不少作品中得到体现。由浙江卫视报送的一等奖创意互动作品《一路“犇”腾向美好 沿着高速看浙江》以车辆行驶为第一视角，在界面设计中选择全省11地市高速路段图像，加入地区特色元素，通过24小时慢直播、直播、采访等视频内容的集纳，全方位展现浙江速度与浙江实力。由宁波日报报业集团报送的作品《H5 | 镇海“解封”！甬战“德尔塔”，凌厉十一招》把宁波镇海的抗疫举措创新性地设计成11式“剑招”，并以可交互的短视频形式在镇海解封后的第一时间发布，实现了传播效果和影响力的最大化，体现出新型主流媒体的担当与引领。

（四）题材拓展出新，用户意识强化

新媒体新闻直播和传统电视直播相比，新就新在其第一时间的在场感、独一无二的新鲜感、多元呈现的全息感和在线沉浸的互动感上。这就需要新型主流媒体在进行新媒体新闻直播策划时，就尽可能从题材拓展出新和用户互动设计上适应新媒体新闻直播的需要，将移动直播的优势淋漓尽致地表现出来。

台州市广播电视台报送的一等奖作品《“鲸”险营救——一场人与自然的生命接力》，就是在12头瓜头鲸搁浅在临海市头门港海域的第一时间，推出了多角度融合、高关注度的融媒体大直播，全面直击救援一线进展。超48小时不间断持续滚动视频直播，4个直播点位跟进串联，辅以前后各方短视频、图文的及时、准确、完整报道和素材整合，全方位、

多信源、正能量，第一时间记录下全员营救搁浅的12头瓜头鲸的完整过程，生动讲述了人与自然和谐共生的台州故事。整场滚动直播仅在“无限台州”APP平台阅读量就超过80万。

再如，天下壮观的钱塘大潮几乎年年直播，似乎已了无新意，但浙江卫视策划的新闻直播类一等奖作品《2021直播钱江潮 | 百架无人机接力追大潮》，首次采用空中无人机接力的方式观潮，从老题材中翻出了新看点。这次直播从绍兴上虞到杭州九溪，共设近30个航拍点，面向“蓝媒联盟”101家协作单位和航拍机构，征集百名飞手，用“百架无人机接力追大潮”的全新形式，全景展示壮观的钱塘江大潮。同时，4个小时的直播互动多样，设置了做游戏赢奖品，云合影趣味照片，以及针对网民提出的知识服务等，丰富了直播的交互性和可看性。全网3000万点击量，达到了良好的传播效果。

尤其值得一提的是，浙江电视台钱江都市频道和丽水市广播电视台联合报送的慢直播《7岁昙花的花骨朵，正在开花！带你看“昙花一现”，静待花开》，尽管与一等奖失之交臂，但其可贵之处在于创作人员对内容和用户的充分运营。在慢直播中，运营团队以“许下你的心愿”“小编的愿望是尽快破千万”等话语引导网民互动。直播间变成了大型“表白”与“许愿”现场，近百万网友留下了自己的美好心愿。用户生产的温暖、互助的“正能量”内容被空前激发，充分体现了主流媒体议程设置和话题引导的能力。

（五）注重垂直深耕，场景彰显个性

不同于以传播内容为主的传统电视主持人，新媒体主持人重在内容的分享，重在社群的建立，这就需要新媒体主持人注重人格化传播能力的彰显、垂直领域的人设深耕和账号孵化，同时在视音频节目中还要增强场景互动的体验感，以及用户的带入感、喜爱感和信任感。浙江电台音乐调频报送的一等奖作品《“宝藏猎人董臻”》，就是在“国潮当道”的年代孵化出的主持人文博类账号，全网粉丝已超60万。这个新媒体账号围绕博物馆里的中国文化故事制作短视频，用90后熟悉的网络化语言，解构传

统，形成了独具特色的新媒体主持风格。如在“《清明上河图》里5个暗藏危机的画面”一集中，主持人从北宋张择端的《清明上河图》里暗藏的5个危机进行解读，将失控的马、隐藏的火灾、即将发生的事故、混乱的集市和破败的城门一一道来，视角独特、声画对位，让人耳目一新，又干货满满。

台州市广播电视台报送的一等奖作品《8月11日，台州市郊铁路将正式通车运营！快跟着路小西，去试乘感受一下！》，则是新媒体主持人场景塑造的佳作。作品仅1分10秒，却信息饱满、趣味横生。作为台州市郊列车的首批体验记者，化身路家兄妹路小西带大家沉浸式感受市郊列车的台州元素与乘坐体验。在主持过程中牢牢抓住受众的关注点，用俏皮的语言和活泼的镜头营造出蓬勃朝气，从列车车身颇具“山海水城 和合圣地”特点的涂装色调，到列车大开度电动塞拉门、宽敞的座椅、特别的把手和置物架、Wi-Fi全覆盖、座椅充电插座等智能设计细节，语言生动活泼且网感十足：

“快来看，快来看，快来看！这个就是台州市郊列车了。哇，好气派！山海蓝配上金秋黄，不愧是山海水城，和合圣地。1.3m大开度电动塞拉门，上下车倍丝滑，动车专属行李架以及公交车上才能见到的扶手，这里统统都有，2+2软包座椅，哪个座位都有充电插座。今天我们是从小西出发前往仙居南站，正常来说这两个地方之前开车最快也要1小时12分钟，那么今天坐上我们台州的市郊列车，只需要1集电视剧不到的时间就可以舒服到达了。到站了，到站了！33分钟，票价14元，轻轻松松到达仙居南站，果然很快！”

（六）县级融媒体中心的新媒体作品创作态势良好

本次获奖的新媒体作品有14件来自县（区）级融媒体中心，反映出在技术加持下，县级融媒体运用多种表现手段，产出了既有质感、又接地气的新媒体新闻产品，整体水平进一步提升。德清县广播电视台报送的一等奖新闻性短视（音）频新闻作品《骆驼之约》以现场跟拍与实拍、可视化技术、无人机航拍、人物采访等形式，生动鲜活地反映了浙江数字赋能为

青海巩固脱贫攻坚成果注入的活力，网友纷纷为“数字化”放牧点赞。

二、不足与建议

（一）新闻价值较弱，舆论监督偏少

新媒体新闻作品是数字媒体技术与新闻的融合与衍生，即借助互联网进行新闻内容的生产及分发。但需要注意的是，新闻性是其本质与核心，传播新闻是其主要功能。本次报送的作品虽不乏《杭州南苕溪发现江豚 记者直击搜救现场》（杭州网报送）这类新闻性和现场感较强、节奏紧凑、画外音贴切的作品，但整体而言，大部分作品尤其是新闻性短视（音）频作品和新闻直播，在新闻性上稍显不足，仍以策划性、主题性内容为主，而具有现场性、突发性、即时性的作品很少，没有很好地体现出媒介技术与新闻生产的融合效果。因此，如何利用新技术提高短视（音）频新闻和直播新闻作品的新闻性，是今后提质创优的关键点。

舆论监督作为主流媒体重要的社会功能之一，在新媒体作品中应当延续传承，历年的中国新闻奖评选也设有舆论监督报道专类。本次报送的作品除了《学院十一峯“瘦身钢筋”成舆论焦点，全省开展大排查》（温州市广播电视台报送）突破传统舆论监督报道风格，以说唱、表情包等新媒体用户喜闻乐见的形式进行全方位报道外，其他舆论监督报道的作品较少。因此，各级新型主流媒体在新媒体新闻实践中应当坚持正面宣传与舆论监督相统一，秉承建设性态度，把握“时度效”原则，通过客观报道和理性分析，切实促进实际问题的解决。

（二）“去电视化”的新闻生产意识有待加强

新媒体新闻作品与传统电视新闻作品都以影像和声音作为传播符号，导致不少新媒体新闻作品虽然通过互联网渠道发布，但仍然停留于传统媒体的创作理念和表现手法，甚至少数作品将传统渠道播出的内容原封不动“搬运”到网络平台，反映出部分参评媒体对新媒体新闻的思维理念、视听符号、剪辑制作等维度把握不够。同时，在新闻直播中过多铺陈新闻背景，且场景单一，未能充分发挥移动直播的诸多优势。因此，为了更好地契合数字媒体的传

播规律，扩大媒体网络影响力，占领网络传播主阵地，各级新型主流媒体应该进一步培养和加强适应网络传播需要的“去电视化”的新闻生产意识，产出更具“网感”、更符合用户视听兴趣的新媒体新闻作品。

（三）互动体验不足

为了给用户带来更佳的沉浸式互动体验，创意互动类作品通过非线性叙事和交互设计赋予用户更强的新闻参与度。但本次报送的大多数创意互动类作品只关注了“创意”，仍然囿于传统线性叙事模式以及触屏点击、滑动等交互功能，“互动”维度还需进一步优化开发。另一方面，随着用户自主性操作的提升，新闻叙事逻辑的把握难度也会相应增加。因此，创意互动类作品在今后的开发中，还可以运用字幕、操作提示等对用户进行适当引导，有助于用户更深入地解读和体验新闻产品。

不仅体现在创意互动类作品的互动体验感不足，可以说，互动体验本来就是新媒体作品的题中之意。在新媒体新闻直播和新媒体主持人等作品中，单向输出过多、互动体验不足仍然是亟需跨越的沟坎。

（四）分享感和场景感的个性化不足

如果对新媒体主持人的理解，仅仅是比电视主持人活泼一些娱乐一些，或者仅仅是一个出镜的人格化符号，那是一个很大的误解。在这次报送的一些作品中，尽管已经意识到了现场分享体验的重要性，但其分享体验所塑造的场景感和个性感普遍不足，尤其是以建立社群为目标的人格化传播能力亟待提升，在新媒体传播环境下无法体现“这一个”主持人的存在感和必要性，影响了受众对主持人的喜爱，进而关注和信任主持人的冲动。

随着媒体融合的不断深入，新型主流媒体的建设面临更加空前的挑战。尽管“新闻+”不断裂变出新的表达形态和服务样式，但内容生产和传播力建设始终是新型主流媒体首当其冲的使命担当。作为媒体人，要深刻理解互联网传播视域下主流媒体的本质逻辑，守正创新、多策并举，构建新型的用户关系，传播主流媒体的主流价值。

（作者单位：浙江传媒学院）