

# 浅谈融合传播中时政摄像的转型

邵 帅

**摘要：**媒体融合不断向纵深发展的背景下，不少新闻媒体开始探索全媒体报道模式。时政新闻作为报道国家政治生活中新近或正在发生的重要事实的主要渠道之一，如何在兼顾内容的同时，创新其呈现形式成为一个重要议题。本文将从时政摄像如何在融合传播中转型入手，结合近期大小屏报道，对时政摄像的定位和发展趋势提出建议和思考。

**关键字：**时政新闻 摄像 多元化 融合传播

时政新闻区别于民生新闻的拍摄，需要遵循一定的拍摄规范，并对摄像在成片剪辑方面有更多要求。随着媒体融合的深入推进，在兼顾大屏报道的同时，时政新闻要想做出有流量、有热度的小屏报道，就需适应不同的媒体平台和受众需求，转变已有的固化拍摄模式，以更通俗、更贴近的拍摄手法，通过矩阵传播精准投放到目标群体。

## 一、时政摄像转型困境

### （一）时效性及人员缺乏

时政新闻往往有着固定的跑线记者，人员较为固定，在拍摄一条大屏报道时，每个摄像记者都有其固定任务，若此时要求其兼顾小屏拍摄，易出现因小失大的情况。此外，时政新闻拍摄时间多为半天以上，大小屏报道均由一人完成实属不易。若是碰到下午的新闻拍摄，小屏需较晚才能发出，时效性大大降低，点击量也略显不足。笔者认为，有条件下应分工明确，“人尽其才，物尽其用”。例如2023年的全国两会代表赴京，浙江卫视时政部全员出动，在前后方紧密结合下，于早上8点11分发出新媒体报道，做到全网首发，仅中国蓝新闻客户端点击量超8万。



图1 西湖大学校长施一公与河南省驻马店市委书记鲍常勇会见，（左为施一公，右为鲍常勇）



图2

### （二）内容敏感易出错

由于新闻报道的需求和限制，时政新闻画面相较其他类型新闻略显单一。第一，时政拍摄有着其固定套路，如拍摄会议，由远景到主席台领导特写，再到台下观众大景；再如调研拍摄，地点空镜接领导镜头，再接具体物样，然后空镜收尾等等。第二，时政新闻拍摄往往争分夺秒，若要求纪录片式拍摄，对每个镜头细心推敲，或产生心有余而力不足现象。第三，时政新闻更多的是展现新闻事件的庄重和正式感，一些相较炫酷镜头在此使用也并不合适。第四，时政新闻是报道国家重大政治活动和重大事项的渠道之一，若因个人创新或镜头运用不规范致其产生负面舆论亦是重大播出事故。如2023年4月18日的一张照片（图1），本是一张寻常的会见新闻大景图，却因拍摄者未注意到双方坐姿有别，致该照片在互联网上快速传播，并引发负面舆论（图2）。

### （三）场景单一不易制作新媒体

时政新闻拍摄场景主要分为以下三类：会议、会见、调研。其中，会议会见拍摄场景通常具有较高的相似性，主要以台上领导讲话和台下人员倾听为主。若制作为新媒体视频，画面相对单一，易形成“小屏版新闻联播”。为了避免这种情况，笔者通常会选择一些画面更为丰富的场景进行制作，例如颁奖、揭牌和签约等。如中国

蓝新闻客户端“政在看”栏目下的全省公安机关举行护航平安亚运誓师大会、第三届“最美浙江人·最美政协人”名单出炉、“宋韵今辉一眼千年”等。在拍摄传统大景之外，应多运用航拍、特写等系列镜头，以跳出会场的方式为观众提供更全面、多元的信息。至于调研，通常以走访、考察为主，画面相对有限。若要将调研制作成新媒体视频，一般需要选择具有代表性的画面，以展示调研的重要内容和结果，如瞻仰红船、浙江省政协“六送下乡”等。



政在看 | 全省公安机关举行护航平安亚运誓师大会  
政在看 | 点赞! 第三届“最美浙江人·最美政协人”名单出炉 来看看他们是谁  
政在看 | 宋韵今辉一眼千年! 德寿宫邀你来打卡

## 二、转型路径探讨

### (一) 自我重塑 打破局限

时政摄像作为时政报道的核心组成部分，其拍摄的真实性和准确性对于新闻的整体呈现至关重要。

首先，需要其具备强大的心理素质和职业素养以应对各类突发事件。而在融合传播的大环境下，固步自封坚持老一套已无法紧跟时代步伐，如何在原有基础上进一步重塑、突破自我寻求应变已成为当务之急。一方面，我们应转变思维模式，摆脱过去的范式束缚，不断学习和更新自己的知识与技能，以适应不断变化的时代需求。另一方面，我们需要对已发布的报道进行总结和分析，对传播效果和影响力较好的产品进行定期评估和复盘，为未来的报道提供参考。

其次，在新闻报道策划之初，可以借鉴其他省份或地区的优秀案例，预判可能出现的场景和状况。如2023杭州亚运会，大小屏报道铺天盖地。我们可以借鉴之前闭幕的成都大运会，其官方号红星新闻在视频号和抖音上发布的多个视频点赞量破万，以传播力先行把成都推向全国乃至全世界，我们可以按照此类成功的传播策略，结合杭州亚运会的实际情况，制定更具针对性的报道

道策划方案。

### (二) 配套产品呈现 形式多样化

在传统的时政拍摄中，要形成有亮点、接地气的新媒体报道具有一定难度。在融合传播的大背景下，挖掘深度、拓宽广度，呈现更多的配套产品已成为新的出路。例如，上海广播电视台的快看上海，在调研结束后，会前往调研点进行出镜呈现，形成相应的配套产品，增加报道的深度和广度。浙江广播电视集团的中国蓝新闻会提炼重点话语，形成时政原声，增强报道的针对性和影响力。陕西电视台的陕视新闻，则会以随团日志的形式，展现大屏之外的内容，拓宽报道的多样性和受众关注度。通过多样化呈现形式，不断探索和创新，运用矩阵传播等形式，提高报道的综合质量和影响力。

### (三) 跨部门合作 内容到“内容+”

在传统媒体时代，内容的质量和报道的方式是决定媒体传播力和影响力的关键因素。而在融媒体时代，好的报道不仅仅局限于内容本身，更应扩展到“内容+”的层面，即在保证原有内容质量的基础上，多跨协同，通过丰富传播渠道、传播形式，进一步提升内容的影响力和传播效果。例如，微信公众号“浙江宣传”发布的推文《“人民至上”不是“防疫至上”》，发文当日微博话题阅读量达5.2亿，冲上微博热搜第一。再如旅美熊猫丫丫被虐待视频曝光后，中国蓝新闻作为主流媒体迅速站出来为其呼声，第一时间关注事件的进展，并通过短视频、直播、评论等形式向大众传递最新消息，引发不少网友上门递送联名感谢信和鲜花。同时，中国蓝新闻持续关注丫丫后续最新状况并开展《丫丫回家》专辑，截至2023年7月9日，共发表118条短视频。

## 三、结语

时政新闻是主流媒体中最重要的一种报道类型，与其他类型相比却略显单一。在融媒体时代，作为拍摄者的摄像应该摆脱传统的固定套路，勇于走出舒适圈开拓新技术，从多元化的传播渠道和多样化的传播形式中创新出接地气、贴民生的新闻报道，让受众愿意看、愿意赞、愿意转，紧跟传播新时代，方能与时俱进不被淘汰。

(作者单位:浙江卫视)