

讲好故事，更要把故事讲好

浙江电视台钱江频道 韩果子

参加工作7年以来，从传统电视转型到新媒体平台，再转向个人IP打造。可以说我的工作轨迹正是媒体这些年来全面转向的过程。去年有幸参与第十届“好记者讲好故事”活动，并进入全国30强，在比赛中回顾自己的过往，也学习和感受其他媒体战线同行的经历。有一个感受非常明显，媒体的环境和形态不断改变，但是内核始终不变。必须牢牢把握“变与不变”的辩证关系，才能穿越周期，做好时代和人民的守望人。

我自己是学新闻学专业的，我印象很深的是大学课程中国新闻史。那个时候觉得很无聊，学这个有什么用呢？直到工作了这些年，我发现这个课是有用的。因为现在我们自己成为新闻史的一部分了，你就能看到这个历史的脉络或者浪潮是往哪边推进。媒体生态的发展，从来都是伴随媒体技术的不断迭代。汉代的新闻媒介“邸报”因为技术的限制，只能做到人抄马送，仅供小部分执政人员阅读，属于官报。到了宋代活字印刷出现后，面对大众的“小报”开始盛行，这就是技术改变媒介。工业印刷技术的成熟，带来了中西方纸媒的黄金时代。甚至包括中国近代革命，也和进步的报纸、杂志分不开关系。无线电的发展带来了广播、成像技术带来了电视。纵观媒体内容形态的发展史，其实就是一部人类科学技术的进步史。从这个角度上来说，媒体融合转型符合客观世界的发展规律。我们当前就处在这个发展浪潮的最前端，融体深度融合改革的主动性就源于认识到这个客观规律，并且通过实践中不断总结经验、找到方法。这也是当前媒体工作中需要把握的“变”。

我所在的单位，近年来正是在不断改革中追求变化，适应变化。以电视节目，浙江省新闻名专栏《九点半》为例，这原本是一档传统的新闻杂

志栏目。2018年起，为适应网络传播的特点，节目开始抽调一部分力量，把电视节目片段进行裁切分发。用今天的眼光来看，这是非常原始且没有目的性的做法，从结果来看，也确实不算一个非常有成效的改变。但是这个操作，给栏目的编辑人员上了非常重要的“数据课”。通过观察在网上的数据反馈，及时调整内容方向和表达形态，这个阶段的探索帮助频道和栏目培养了一批初步具有互联网嗅觉的人员，我也是其中之一。

在2019年短视频浪潮兴起的时候，频道果断开始转型，投入力量打造短视频平台矩阵。到2023年，钱江频道短视频账号“钱江视频”全网粉丝超过1500万，运营的“美丽浙江”账号粉丝超过3000万。作为“钱江视频”新媒体内容负责人，我给团队最核心的要求就是“快”。快速反应，快速抵达现场，快速制作内容。这要求记者编辑始终保持一种应对“突发”的状态。

互联网时代，抵达现场的“快”还需要接触群众、依靠群众。2022年4月，浙江宁波象山海域一头抹香鲸搁浅，我和团队获取线索后第一时间立刻出发。从杭州到宁波滩涂现场，再快也要一个半小时时间，在路途上，我们积极联络过往采访过的当地群众，想方设法找到了在现场第一线参与救援的村民，并指导他们提供直播信源。传统的广电技术是封闭系统，为了播出安全和符合广电信息标准，我们从拍采，到剪辑制作播出，用的机器软件设备，居民消费市场上一般是买不到的。所以有些人认为，广电这个，叫专业人才。但在现在这个时代，你除了做好专业，还必须去做一件事情，就是用最简单，老百姓能理解能操作的方法，去发动群众帮你解决一些事情。比如现在农村里，50多岁的阿姨，都知道抖音点开可以开直播，就提示我们要用这么简单的技术方案。我们也是和趣看之类的企业一直在磨合，现在这套系统已经很成熟了，基本也是一键开播还带美颜。这样在事件中，你就能第一时间开启直播。我们到现场之后要做的，就是联动现场消防和民间救援力量去多角度呈现救援情况。当晚，救援进入关键时期，我们联络长三角海洋生物领域的专家，对于鲸鱼搁浅的原因，施救难点，后续可能出现的情况等进行科普点评。同时我自己也抓紧写了一篇有关浙

江在海洋人物保护及救援方面的评论，在直播中穿插点评，正面引导舆论。最终，这场惊险的救援直播全网观看超过 2000 万人次，仅抖音平台就有超过 1300 万人次观看，成为 2022 年上半年社会新闻爆款直播，并入选平台优质直播案例。

抢抓网络最前线，并不意味着是对于流量热点的迎合，而是解构关注背后的社会情绪和逻辑。例如抹香鲸救援事件，本质上反映的是浙江人民的善良，是生态文明理念深入民间的证明。通过短视频+直播+评论的方式，由表及里把这个热点的价值做精做透，才是媒体在当前应该做的价值引领，也是我们这几年来坚持的价值导向。

一个好的平台能够放大记者报道的影响力，但是真正要把发生在一线的故事讲好、讲精彩，个人的“内功修炼”同样重要。锻炼内功好的办法，还是多实践多创作，最重要的是到网络阵地第一线去搏击，亲身感受当下时代舆论的脉搏。

2019 年短视频快速崛起，大量抢占用户的时间精力。机构媒体面临新一轮压力，流量的丢失意味着又一次技术内容转型的窗口已经开启。所有人面对的都是一个新事物，在没有理论指导也没有经验可循的情况下，下场探索是唯一的办法。

2019 年年底我创建了个人账号，主要以新闻评论赛道为主。做这个账号的初衷有两个，一是短视频账号虽然粉丝量很大，但在一些社会热点事件中舆论引导能力不足。没有一个可感的个人形象，观众很难与内容产生共鸣。第二是我个人的一点个人期望。在工作中我主要以时政报道为主，经常发现基层有很多好的选题、好的实践。但是依靠传统的表达方式和播出渠道，很难把这些好内容做出影响力。在社交媒体开设账号，也是为了找到一条全新的路径来做好传播。

2020 年浙江广播电视集团开始集团层面的“中国蓝名嘴”孵化项目，作为第一批入选的账号，我开始全量运营新媒体账号“果子 Albert”。账号运营近 3 年，目前全网粉丝超过 100 万。这并非成就，而是三年来更新视频

作品 700 余条，文字作品 1500 余篇，超过 40 万字文稿积累所得的自然结果。

2022 年 10 月 16 日上午，一条视频冲到了微博热搜榜的第二位，话题叫做“安徽浙江拿 5 亿元进行水质对赌”。那天是党的二十大召开的日子。这条视频是我撰写制作的新媒体评论《新安江模式十周年，跨省流域生态补偿探索，这场赌局双方都是赢家》。发表在个人账号“果子 Albert 上”，累计阅读超过 2.3 亿人次，数十家央媒和区域媒体转发参与。这条视频实质上是对浙江安徽两省跨省流域生态补偿机制探索情况的回顾和评论，但用了新的表达和呈现手法，取得了意想不到的效果。

二十大召开前夕，主题报道策划的任务繁重，更重要的是如何在重要会议周期中让报道出圈，做出影响力。新安江模式十周年对于浙江和安徽两省有重要意义，这是两省政府和群众通过实践探索出来的新方法，兼顾经济效益和环保效益。这套补偿机制在不断迭代发展中，深入践行绿水青山就是金山银山理念，也作为可复制经验在全国推广开来。

为了让这个内容能更好传播，我多次前往千岛湖，调研了解当地与环境治理有关的情况，尤其是寻找当年水库建设阶段和水域治理阶段的亲历者。因为他们的眼里的家乡变化，是最富有情感的。在这段视频里我从 20 世纪 90 年代开始两地人民因为发展和环境的矛盾讲起，用最新的三维地图动画技术，展示了从新安江的源头开始顺流而下的画面。区别于传统的讲述方式，我把叙述视角做了转化，观众并不是坐着一叶扁舟在领略两岸美景，而是化身那时候每年 5 万方，顺着新安江冲进千岛湖的生活垃圾。当十年之约已到，新安江上下游壮丽的景色出现在画面里的时候，我相信观众能真切感受到政策机制给生活带来的变化。

除了画面上的巧思，如何让用户在很短的时间里，迅速理解复杂的政策概念又不失好奇与兴趣，是这条评论最大的难点。所以我选取了“对赌”这个易于理解的词，把复杂政策简化为生活概念。这样观众就不需要花费太多精力在理解晦涩的政策上，有更多空间和余力去思考政策与自己的关

联。

事实证明这个做法也是正确的，在一个环保政策经验的话题下面，老百姓居然在讨论他自己家里的老母鸡，比如有网友评论：老家安徽用的水炖老母鸡汤老好喝了，在外地怎么炖都没有老家那种味道。还有的和公考做了关联：我前段时间做过这个题，今年公务员考试申论写到这个点了。还有在浙皖两地工作的网友说：说我一个安徽人在浙江，一时间不知道该投谁的注。这些评论增加了选题的趣味性，更多地和百姓生活关联在一起，也进一步助推内容的传播。从这个角度讲，融媒时代的观众既是媒体内容的消费者，也是媒体内容的生产者。观众反馈本身就是报道的一个有机组成部分，意味着在策划阶段，我们也必须把评论互动作为一个重要的元素考虑进去。从记者的角度，这当然不是一件容易的事，但少了这个环节，报道本身就是不完整的产品，后续影响力又达不到预期，也是理所当然。

当然，账号的运营也不是一帆风顺的。虽然有机构平台内容的生产经验，但是投身到一个新账号的运营中，还是一个完全不一样的体验。首先，失去了机构平台的各项基础，制作的内容会直面“惨淡的流量”。大多数媒体从业者也是倒在这第一关上。这是一个磨炼自己心性的过程，要耐得住寂寞。

不过，流量的起落其实是次要的。个人下场，意味着失去机构的防火墙，面对舆论场的直接压力。可以说每个字都需要细细斟酌，在内容的准确度和导向把握上，需要投入更大的精力，做更仔细的思虑。这也恰恰是在当下把内容做出彩的两个重要条件。通过不断感知当前网络空间的舆论走向，捕捉网友关注的焦点，把这些经验和线下的采访活动对照起来，找到其中的共性，多数情况下这就是所谓的“流量密码”。

我的理解是，“流量密码”并不是经验性的刻舟求剑。做过账号的同志都有感觉，火过的东西还会再火。从工作的角度来讲，这是一个办法，是提升流量的捷径，但如果媒体在网络上只选择走捷径，一定是会被群众抛弃的。媒体的价值从来不是搬运流量密码，而是去挖掘社会的价值共性。

是不断通过实践、采访来修正自己的价值判断，直到训练出一套符合时代要求，群众期待，社会价值的判断体系。以前叫新闻嗅觉，现在叫网感，其实是一回事。流量是这个判断体系的一个参考标准，不要把它当成目的，那是本末倒置了。

在第十届“好记者讲好故事”活动中，我把过去几年在新媒体端的实践，想法以及对自己的要求作了分享。也非常高兴这些内容获得了各级主管单位，高校以及专家学者的认可。这既是一种荣誉也是一种鞭策，新时代的好记者该怎么做？我想这个问题的答案就和我们面对的形势一样是不断变化的，但不变的是作为一个媒体人的初心，以及践行“四力”的基本要求。在坚持长期主义的道路上不断成长，穿越周期。