

媒介与技术交融：

南昌广播电视台世界 VR 产业大会的传播实践研究

彭金鸿，魏翔，万廷钰

摘要：为分析主流媒体如何充分运用媒介与技术的融合实现传播力影响力提升，采用个案分析的方法，以南昌广播电视台在 2022 世界 VR 产业大会报道中构建的“1+N”全链路报道体系、全产品生产体系、全平台传播体系、全要素技术体系进行分析。研究认为，在舆论生态、媒体格局、传播方式深刻变化的新时代大背景下，必须创新运用新理念、构建平台新矩阵、利用技术新赋能、实现融合新传播，巩固壮大主流思想舆论阵地。

关键词：世界 VR 产业大会；媒介仪式；技术体系；媒体融合；传播体系；数字化转型；重大主题报道

在智能传播时代，利用科技手段提升产出效率、创新呈现形式、丰富感官体验，成为传播社会主流意识形态、凝聚社会共识、塑造情感体验的重要抓手[1]。2022 年 11 月，全球 VR 领域规模最大、规格最高、影响最广的年度盛会——2022 世界 VR 产业大会在江西南昌成功举办。来自全球 20 多个国家和地区的 5000 多名嘉宾线上线下参会，近 10 万人次参观展览，超 1 亿人次观看大会直播转播。人民日报、新华社、中央广播电视总台等 50 多家主流媒体，今日头条、澎湃、抖音等 60 多个平台纷纷聚焦大会，盛况空前。

作为一场全球性的科技盛会，2022 世界 VR 产业大会构建了一个完整的媒介仪式空间。活动举办期间，作为大会宣传服务总包的南昌广播电视台突出思想性、系统性、时代性、创新性，营造现场感、鲜活感、沉浸感、交互感，汇集行业权威声音、深刻洞察用户需求、提供专业精准服务，通过全链路报道体系、全产品生产体系、全媒体传播体系、全要素技术体系“四位一体”布局，有力有效地提升了大会报道的影响力、引导力、传播力、穿透力。

1 主阵地：构建“1+N”全链路报道体系

全媒体时代，对于各级媒体纷纷聚焦的重大活动、重要事件，已经没有哪一家媒体能够独自掌握绝对的话语权与发言权。作为具有地域优势和经验优势的南昌广播电视台，必须充分发挥主流媒体的价值引领力、内容生产力和专业技术力，成为大会报道的重要阐释者、参与者、传播者。

1.1 理念创新：新定位新思路新表达

大型展会往往会集中宣传党和国家的政策主张，传达政府部门的重要举措，在发展战略上，具有较强的政治属性和较高的政治地位[2]。5 年来，世界 VR 产业大会连续性高规格举办，VR 产业飞速发展，这是习近平新时代中国特色社会主义思想的生动实践。

作为国际性活动的 2022 世界 VR 产业大会，设置线下南昌主会场、线上元宇宙主会场，同时还在奥地利设立海外分会场，其本身具有承载国家形象的价值属性，透过 VR 大会之窗，向世界展现现代、富强、

开放、充满希望的国家形象。同时兼具“媒介仪式”的概念性特征，即通过媒介与技术的相互融合，传统媒体和新媒体同频共振，以多渠道、全流程、全球性直播呈现一场具有媒介时空压缩效应的大型活动仪式[3]。因此，聚焦大会新闻宣传，必须构建起融合时间、空间、媒介、技术元素的多重属性，同时加强人文与情感的认同，增强受众的集体记忆。围绕大会“1”个主题，聚焦内容生产、平台拓展、技术赋能等“N”个环节，南昌广播电视台构建起“1+N”的垂直生产及传播体系，通过融媒直播、系列报道、平台联动、全媒表达等形式，实现全过程、全场景、全链路、全方位融合传播。

1.2 “四全”联动：打造全媒传播体系

全媒体不断发展，出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体，信息无处不在、无所不及、无人不用[4]。人工智能、大数据、云计算等新技术的发展和运用，使得主流媒体内容与技术的融合不断加强。在2022世界VR产业大会举办期间，南昌广播电视台充分遵循信息传播体系的内在逻辑和规律，紧盯全流程、构建新矩阵、拥抱新变化、实现新表达。

1) 全程报道。从2022年8月22日开始，南昌广播电视台开始在全媒体平台统一开设“VR让世界更精彩——VR点亮元宇宙”专栏，通过制作片花、动态图文和短视频倒计时等形式，进行会前预热宣传。在大会举办期间，充分发挥主力军作用，全面聚焦大会开幕仪式、主题论坛、市民体验、科普宣传、合作成果等内容，通过图文、视频、H5、直播、MV、沉浸体验等融合报道，实现全景呈现、全民互动、全

网传播。

2) 全员参与。成立工作专班，报道团队深入践行“四力”要求，采写了上千条生动鲜活接地气的报道。后方团队高效运转，在直播平台保障、内容生产制作等方面，原创了大量图文、短视频等优质内容。充分发挥出镜记者和主持人的个人特色，打造第一视角、沉浸式体验的融媒体产品，相关内容迅速“出圈”。由技术人员组成的专业团队，实现了从采编播摄录演等全流程的技术保障，为新闻宣传和大会举办保驾护航。

3) 全息呈现。数字技术的迅猛发展，以全要素呈现、全维度体验、全形态呈现的新闻信息，带给用户全息多维的感官体验。在 2022 世界 VR 产业大会上，元宇宙会场、AR 实景导航、虚拟主持人、特效开幕演讲、特效空间视频演艺、直播与 VR 直播等创新应用场景成为大会亮点。南昌广播电视台充分整合新技术运用，通过音视频、3D 建模、VR/AR 短视频、“5G+4K”超高清等新技术手段，实现大会报道可感可知。

4) 全媒联动。在大会举办期间，南昌广播电视台统筹大屏小屏、前方后方、网上网下、内宣外宣，凝聚全台各频率、频道资源，从广播端、电视端、新媒体端集体发力，打造 VR 大会宣传融媒体矩阵化旗舰品牌。向上积极对接央媒等国内头部平台，横向借助全国城市台力量，向下积极拓展县级融媒体中心，实现全国性联动、省市县互通、全平台覆盖。

1.3 技术赋能：构建信息传播新场景

媒介与技术融合的不断拓展，使信息传播变得更加多元化和深层次化，图文、音视频、VR/AR、人工智能等发展使得媒体传播更加集束化、完善化。互联网新技术新手段广泛应用于各级媒体的原创新闻之中，VR 新闻、H5 新闻、数据新闻等新业态的出现，让信息内容插上了互联网的翅膀，触达更为有效，影响更加深远。从微电影市场声名鹊起的 VR 技术，如今越来越多地应用在短视频领域。“VR+”成为继“互联网+”后又一个被全球热捧的金字标签[5]。

在 2022 世界 VR 产业大会举办期间，南昌广播电视台充分运用“5G+4K”、VR/AR、物联网、大数据等新技术手段，不断推动内容生产升级、智慧平台升级、应用领域创新。通过聚合 3D 建模、4K 高清摄像机、高保真录音、12 讯道转播车、360 度全景深演播大厅等设施装备，研发创作全息化、沉浸式、交互式、融入性创新产品。策划推出“VR+”主题系列报道，从“VR+课堂”“VR+文旅”“VR+游戏”“VR+社交”“VR+购物”等领域，为受众呈现全新的 VR 技术应用和数字化场景。

2 强资源：打造“1+N”内容生产体系

随着媒介技术的更新迭代，受众在传播环节的地位不断提升[6]，必须精准定位受众需求，持续创新话语表达，不断深耕精品力作，最大限度地利用独特资源优势，打破媒介之间的壁垒鸿沟，创造性进行信息内容的采集与转化，促使大会报道创新出彩。聚焦舆论宣传主阵地，南昌广播电视台首次研发搭建“1”个服务平台——2022 世界 VR

产业大会媒体服务平台，围绕新闻动态、大会直播、科普宣传、嘉宾专访等“N”个子栏目，形成“1+N”内容生产体系，借助全媒体传播和智慧应用服务平台实现内容拓展延伸。

2.1 明晰定位，做融媒报道的引领者

做好“家门口”的VR大会宣传报道，是南昌广播电视台作为省会城市主流媒体应尽的职责，具有中心化的地域特征，因而必须创造占据绝对支配地位的话语体系。大会举办期间，2022世界VR产业大会媒体服务平台开设融媒报道集锦、大会直播视频、背景资料库、大会日程等子栏目，同时开启搜索功能，面向广大媒体提供精准化专业化的信息服务。媒体服务平台同步南昌广播电视台原创稿件（素材）466条，344名来自中央、省、市媒体以及头部平台的50家媒体记者登录，平台访问总量达到4800余人次。陆续推出6个原创宣传片，在各级各类新媒体平台播发，同时在南昌市4条线路地铁电视、4000块公交移动数字屏、八一广场大屏以及全市9处办公大楼的电梯智能屏投放，日均播放517次。

2.2 明确内容，打造破圈层融媒产品

具有时代性、前瞻性、技术性的2022世界VR产业大会，创新性是其最鲜明而显著的特征。因此在大会报道中，必须充分运用“互联网+”的开放性特点和新媒体的多样表达形式，融合“思想+艺术+技术”理念，利用全新技术手段，通过打造立体生动、内涵丰富、技术赋能的内容体系，实现短视频、5G报道、VR报道、VR/AR产品等优质视听产品的“精准传播”“破圈传播”。其中，原创策划VR/AR主题

短视频《VR之眼看南昌未来》成为“网红”产品，观看人数超过1亿人次。

坚持移动优先、内容为王、创新为要，开幕式当天，南昌广播电视台采制了《2022世界VR产业大会开幕》《正式揭牌！南昌组建国家虚拟现实创新中心》等30余条现场短视频。主持的微博话题“2022世界VR产业大会开幕”阅读量达到1290万人次，登上新浪微博全国要闻热搜榜第6位。大会举办期间，通过聚焦大会盛况、访谈重磅嘉宾、对话龙头企业、直播VR应用体验等内容，移动端首发稿件76条，第一时间为全球云展盛会。南昌广播电视台官方抖音号话题“我是VR课代表”4天专辑阅读量389.3万人次，话题阅读量442.4万人次。

2.3 激活广度，共筑网上网下同心圆

传统主流媒体发挥着主流舆论的阵地作用，互联网作为新兴媒介传播形式有着更独特优势。南昌广播电视台充分整合传统媒体与网络媒体资源，坚持三端协同、全网发力、网上网下一体推进。台属三大广播频率利用独特的声音优势展现直击心灵的大会现场，四个专业频道一体推进，利用专题专栏集中呈现大会全程。高效统筹“两微一端两网两抖”以及学习强国平台、自有分发平台、视频号矩阵等渠道，全方位多角度立体化呈现大会盛况、展示活动成果，为大会成功举办营造了浓厚舆论氛围。其中，掌上南昌App在首页首屏开设“VR让世界更精彩——VR点亮元宇宙”专题，发布相关稿件800余条，阅读量超过1000万人次；官方微博主持话题“我是VR课代表”阅读量达2.2亿人次。

3 重合作：打造“1+N”平台传播体系

媒体深度融合和大数据时代的到来，使融媒体迈向智媒体，信息传播也打破了地域、时空、介质的限制。特别是对重大主题报道而言，必须通过建强全媒体传播矩阵，网上网下一体、内宣外宣联动，实现从区域性地域之间的合作到跨媒体、跨平台、跨行业的联动传播。在2022世界VR产业大会期间，南昌广播电视台立足大会主题，精心策划内容生产，全面加强融媒联动，实现了从中央、省、市、县“四级联动”与城市台之间的横纵交互、聚合传播。

3.1 外宣持续发力，全力唱响VR好声音

从2022年8月起，南昌广播电视台通过每日外宣高效推送，中央广播电视总台采用VR大会外宣稿件18条。大会期间，在央视《新闻联播》、央广《全国新闻联播》《新闻和报纸摘要》等重要新闻栏目上稿13条，平均每天6.5条。其中，11月13日在总台广播电视上稿11条；开幕式当天，《2022世界VR产业大会开幕》《总台与江西省人民政府签署战略合作框架协议》2条稿件登上央视《新闻联播》。在江西广播电视台上稿85条，其中《江西新闻联播》9条、《全省新闻联播》9条、新闻综合频道《整点新闻》57条。

3.2 全面加强合作，四级媒体聚力发声

大会举办期间，南昌广播电视台组织17家央媒、头部平台和3家省级媒体发稿450余条。其中大会2天时间组织刊播大会相关稿件150余条。开幕式上，人民日报、新华社、中央广播电视总台等“三

大央媒”平台，江西日报、南昌日报、今日头条、澎湃新闻、凤凰网、新浪微博等各级各类 56 家媒体 67 个平台（账号）开启联合直播。作为中国广播电视社会组织联合会理事台，南昌广播电视台还邀请了广州、武汉、长沙、贵阳、海口、扬州、枣庄、菏泽等全国 35 家兄弟台首次参与 2022 世界 VR 产业大会开幕式联合直播，直播转播观看总人数超过 1 亿人次，其中大会开幕式直播全网总播放量超过 1800 万，抖音平台相关视频播放量超过 8000 万。

3.3 联动县融，打通宣传“最后一公里”

在大会举办期间，南昌广播电视台全媒体传播中心与南昌市融媒体中心专班“两个中心”合二为一、协同作战，通过日常建立的高效协同、信息共享工作机制，一方面整合县区新闻资源，形成“聚合”，一方面为各县区“赋能”，实现网络传播效益的最大化。聚焦大会主题宣传，市、县融媒体中心高频对接，南昌市 12 个县级融媒体中心“火力全开”，共刊播 VR 相关稿件 1080 余条，通过市县联动、资源共享、全屏呈现，进一步拓展了基层传播阵地，打通了舆论宣传的“最后一公里”。

4 新技术：打造“1+N”要素创新体系

全媒体时代，谁掌握了科技发展主动权，谁就掌握了媒体变革发展权，谁就能够在未来媒体格局中引领潮流[7]。在 2022 世界 VR 产业大会举办期间，南昌广播电视台充分运用新技术赋能内容生产，从音频、图文、短视频、动画、直播、云展厅等“N”类新媒介要素，

持续加强产品创新和业态再造能力，实现“网、端、微、屏”协同传播，为有效提升传播力、影响力筑牢技术支撑。

4.1 沉浸体验：让 VR 大会可感可知

随着数字技术的发展，“沉浸式体验”在新媒体领域得到了更加广泛的应用，特别是与移动传播设备相结合，使得新闻产品在呈现和体验方式上更具创新性[8]。大会举办期间，南昌广播电视台首次采用虚拟演播室，运用以 AR/VR/MR/XR 等为代表的虚拟技术，将 18 个 VR 应用场景与主持人活动图像进行数字化实时合成，打造沉浸式虚拟演播效果，为观众带来更具视觉冲击力的“VR+”应用场景科普。

“VR 大篷车进社区”活动走进全市 10 余个社区，引导市民进行 VR 沉浸式观影、AI 数字虚拟人对话、VR 科普知识宣讲等互动设施参观体验，参与人数超过 5 万人次。全面创新表达，为受众多维呈现元宇宙现场、裸眼 VR 技术、眼动追踪技术、数字孪生、虚拟主持人、AI 灯光秀、XR 运动座舱、全息通信等新应用新场景；带领受众直观体验元宇宙博览会、国际通信电子产业大会、VR 反诈体验馆、VR 数字农业示范基地等沉浸式空间，让 VR 大会变得可见、可感、可参与。

4.2 创新研发，打造 VR/AR 融媒产品

数字技术在媒体场景中的广泛运用，使信息传播进入了全新的数字信息化时代，也为新闻传播带来了积极影响。围绕 VR 这个核心元素，南昌广播电视台运用 CG 动画、3D 建模、动态跟踪技术等推出 VR 大会系列主题宣传片。其中，“VR 之眼看南昌未来”主题 VR/AR 视频，以主题立意和视觉呈现创意为突破口，将 VR 大会主题视觉化，不仅

有壮美山河和辉煌成就，更有城市文化与发展成果的共同记忆与展望，增强了网友的沉浸感和体验感，带领观众共同体验一场科技革命带来的新中国图景。视频于11月11日在南昌广播电视台融媒体平台推出，一经发布便迅速出圈，央广网、大江网、南昌新闻、凤凰网、澎湃新闻、爱奇艺、腾讯网、搜狐网、新浪网等新媒体平台纷纷转发，总观看人数超过1亿人次。

4.3 专业服务，提供安全技术保障

大会举办期间，南昌广播电视台调配音视频、摄像等52名骨干技术人员、3辆高清转播车、30台高清摄像机，采用双备份措施确保信号采制、传输、流媒体推送等技术安全。圆满完成了包括元宇宙高峰论坛、2022南昌市电子信息产业发展大会、产业链供应链高峰论坛、“VR+”超高清主题论坛等在内的4场直播和22场论坛录制，总计直播推流11.5小时，录制高清资料54小时。承担现场执行导演及全程录制工作的“中央广播电视总台与江西省人民政府战略合作框架协议签约仪式暨中央广播电视总台江西总站揭牌活动”圆满举行。

5 结论与讨论

随着信息技术的不断发展成熟，数字化的虚拟世界将与真实世界深度融合，以VR等为代表的新技术，将更加广泛运用于新闻传播的实践之中[9]。2022世界VR产业大会，从VR的原点出发，利用“内容+技术+平台”的整合，形成了一次较为成功的传播实践，为业内媒体创新开展重大主题报道提供了一定借鉴。在此背景下，运用新理念、

新平台、新技术实现信息传播价值的最大化，成为各级媒体面临的重要课题。当然，人才资源、策划体系、内容生产、平台渠道等全要素的合理运用和高效运转，依然是重大主题报道是否出新出彩的关键。总之，各级主流媒体必须以高度的政治性、系统性、协同性思维开展新闻舆论宣传，才能巩固壮大奋进新时代的主流思想舆论，唱响时代最强音。

参考文献：

[1]何苑，张洪忠.“内容+科技”：智能传播时代媒体融合的路径选择[J].青年记者，2020（24）：13-14.

[2]王明浩，孔祥鑫.大型展会报道的三重思维以2022年中国国际服务贸易交易会报道为例[J].中国记者，2022（12）：87-90.

[3]王袁欣，车梓晗.技术与媒介的交融：北京冬奥会塑造国家形象路径研究[J].中国出版，2022（21）：27-30.

[4]沈正赋.论新闻舆论“四力”发展的动力建构[J].现代传播-中国传媒大学学报，2022（1）：9-18.

[5]张斌，耿然.5G时代主流媒体短视频建设的现状与创新[J].青年记者，2022（19）：56-58.

[6]郑夏育，于家强.新媒体环境下“Z世代”受众特质分析[J].中国记者，2022（6）：43-45.

[7]慎海雄.《解码十年》：礼赞山河锦绣[J].电视研究，2022（10）：4-7.

[8]张龙, 于洪娜. 元宇宙概念下的新媒体演进与策略[J]. 传媒, 2022 (14): 25-27.

[9]袁宏舟, 苗伟山. 虚拟现实综艺节目的现状与发展路径[J]. 青年记者, 2023 (8): 92-94.