

# 跨区域联合报道的路径探索

## ——以大型融媒体报道“沿着总书记的足迹·长江文明行”为例

文/程亮 赵青

**摘要：**随着系统性变革的推进，主流媒体打破“单兵作战”的创制模式，跨区域联动报道成为一种常用模式。这种创制模式有利于媒介资源的整合，有助于拓展传播的“朋友圈”。本文以11家区域性主流媒体开展的大型融媒体报道“沿着总书记的足迹·长江文明行”为例，从选题策划、内容生产、产品形态、传播方式四个维度，对跨区域联动报道的路径进行了探析。

**关键词：**主流媒体 跨区域 联合报道 融媒体报道

重大主题宣传涉及国家发展大局的重大议题，做好重大主题宣传是主流媒体的应尽之责。进入全媒体时代，内容创制技术更新，信息传播渠道延展，区域性主流媒体开始充分运用互联网思维，扬长避短、同向发力，通过联动报道的形式来增强重大主题宣传的覆盖面、公信力、影响力。

长江文明是讲好中国故事的重要载体。2024年，重庆三峡融媒体中心与湖北宜昌三峡融媒体中心、重庆工商大学文学与新闻学院共同发起，联动长江沿线11家区域性主流媒体，开展“沿着总书记的足迹·长江文明行”大型融媒体报道，推出1200余个融媒体作品，总传播量超3亿人次，唱响了新时代“长江之歌”。

### 一、协同议程设置：以“小切口”反映大主题

议程设置是传播的首要环节，指某一内容从媒介议程向公众议程的传递过程。这一传递过程的显著程度将直接影响内容传播的效果。在全媒体时代，面对海量信息，想要突破受众的“信息茧房”，就必须保持设置议程的热度，让议程传递的过程能够得到持续关注。

怎样的议程会有持续的热度？从传播规律上看，重大主题宣传属于宏大叙事范畴，容易陷入“长篇大论”的呈现困境，而受众更愿意接受简短的、有特色的议程。为了让“沿着总书记的足迹·长江文明行”大型融媒体报道深入人心，长江沿线的11家区域性主流媒体组成超200人的创制团队，协同设置议程，通过“以小见大”的方式，让受众在宏大叙事的背景之下，感受到生动的内容传播。

创制团队把诗词、文物、地标等作为议程设置的切入点，通过“点”与“面”的结合、“理”与“情”的融合、“人”与“事”的聚合，策划能够直观展现长江文明的选题，使整组大型融媒体报道既有“体量”又有“质量”。例如，湖北宜昌三峡融媒体中心在策划“沿着长江读宜昌”的选题时，就是通过讲述新石器时代“太阳人”石刻、长阳人遗址、商代袋足陶盂等的故事，来映现长江蕴藏的丰厚历史文化。

事实上，“以小见大”不仅体现在议程设置的切入口上，也表现于议程选择是否有足够的亮点。在开展“沿着总书记的足迹·长江文明行”大型融媒体报道时，创制团队既考虑整体又兼顾局部，立足报道主题，



“沿着总书记的足迹·长江文明行”大型融媒体联动报道《万州时报》刊发版面



“沿着总书记的足迹·长江文明行”大型融媒体联动报道大联播主题背景

把长江沿线不同省、自治区、直辖市最具特色的要素作为议程设置的重要依据，努力让“大珠小珠落玉盘”。例如，在绘制《新万里长江图》时，创制团队按照“一地一特色”的原则，将长江沿线各地的珍稀动物、地标建筑、文化场景等纳入其中，展现长江之变、文化之新，让“各美其美”成为“美美与共”。

## 二、合力构建年轻态内容：以“轻表达”提升感染力

在全媒体时代，年轻化是传播方式发展的必然趋势。怎样让重大主题在年轻受众中有吸引力，是区域性主流媒体在开展联合报道时面临的重要议题。重大主题自带深度感，但年轻化的传播方式与深度感并不相左，通过深入浅出的方式来呈现重大主题，能够提升跨区域联合报道的感染力，使受众真切地感受到深刻的内容。

开展“沿着总书记的足迹·长江文明行”大型融媒体报道时，中国地市报研究会创制团队进行了指导，重庆工商大学文学与新闻学院的教师全程“把脉”，围绕内容的挖掘方式、内容的呈现形式提出了诸多建设性意见，让“轻表达”有优质内容的根基成为本次融媒体作品创制的共识。

一方面，在创制融媒体作品的过程中，大数据、人工智能等新兴技术为“轻表达”提供了有效赋能。例如，为了让传统的报刊版面立起来、活起来，创制团队采用了手绘+AI制图的方式，巧妙运用山水、印章等中国元素设计版面，获得了受众的普遍赞誉。另一方面，把文字、数据等内容呈现要素转化为形象化、具体化的视听形式，已经成为受“Z世代”欢迎的“轻表达”方式。抓住这一趋势，创制团队在短视频生产过程中，通过引用数字人、AI歌曲等潮流呈现要素来丰富受众的视听体验，从而满足他们既获取信息又表达情感的双重需求，进一步增强了内容传播的影响力。例如，在

创制“诗意长江”系列融媒作品时，创制团队充分运用生成式人工智能技术，将诗词中展现的长江沿线壮丽山河、渔舟唱晚等场景的文字描述转化为动态图像，形成了具有冲击力的传播形态，使受众“身临其境”触摸长江文化的时空记忆成为可能，提高了传播的抵达率。

同时，创制团队十分注重沉浸式的表达，不仅让融媒体作品可听、可视，更可感，更通过营造“在场”的呈现生态，引发年轻受众的情感共鸣。例如，借助编程技术，《新万里长江图》设计了大量与年轻受众互动的场景。受众打开《新万里长江图》的页面，从点击“保护一滴水”开始，沿着长江的电子流域图浏览至青海玉树的风光页面，再点击“保护冰川”，就可以在漫天雪花飘落的虚拟世界中看到“点滴善意、汇聚成川”的效果，这既能让受众了解长江文明的丰富内涵，又能增强受众的环境保护意识，从而形成从“观看”到“参与”的情感认同、价值认同，深受年轻受众喜爱。

## 三、系统整合各方资源：以“多形态”延展价值链

在一定程度上，传播内容是否有价值，除与内容质量相关外，和内容呈现形态的丰富程度也有关联。在全媒体时代，个性化的内容接收方式带来了多元化的内容呈现形态，两者相依相促，共同影响着传播内容的价值链。换言之，内容呈现形态越丰富，受众接收内容的个性化选择越多，传播内容的覆盖面就越广。

与“单兵作战”的创制模式相比，跨区域联合报道的显著优势之一在于整合资源。事实上，不同主流媒体的思维模式不一样、报道手法不一样、擅长领域不一样，在相互协作的环境下，这些“不一样”能够被有效地整合运用，从而不断地创新和叠加内容的呈现形态，以确保报道内容的高效传播。在开展“沿着总书记的足迹·长江文明行”大型融媒体报道时，创制团队融合了不同区域性主流媒体的擅长之处，通过生动讲述上海崇明东滩保护百万候鸟、四川宜宾保护“水中大熊猫”野生长江鲟、湖南岳阳保护国家一级濒危动物麋鹿等故事，把长江沿线开展生物多样性保护工作的情况由“点”到“线”串联了起来，推出了《江滩护鸟人》《父子护江鲟》《呦呦鹿鸣》等系列短视频，赢得了受众口碑。这种抓住不同区域性主流媒体“擅长”的方式，能够从不同角度、不同侧面来展现同一主题，既体现了参与报道的各个主流媒体各尽其能的个体力量，又彰显了分工协作、“集团作战”的整体效应。

此外，在策划和报道过程中，创制团队突破了单一的内容呈现方式，通过有效发挥参与主流媒体的优势，聚力打造多元化的融媒体作品，形成了“5+4”的内容呈现形态：一

座长江沿线城市包括一篇深度报道、一组短视频、一件AI产品、一幅长江图卷、一场联播“五个一作品”；一整组“长江文明行”报道包括一期总结盘点式深度报道、一期融媒体创意产品、一幅万里长江文明画卷、一个新闻专题“四个一作品”。通过这种动态呈现与融合呈现相结合的方式，多维度、全方位、立体化展现了长江文明兼收并蓄、容纳百家的恢宏气度，达到了大制作、大气场、大手笔叠加的传播效果，受到了不同年龄段、不同领域的受众的喜爱，延展了内容传播的价值链。

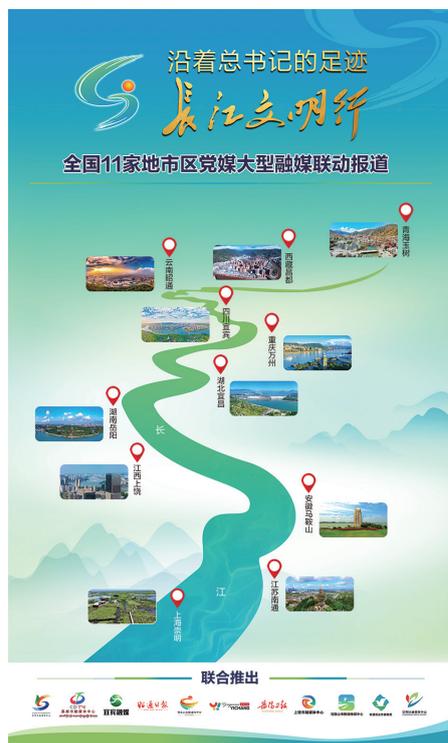
#### 四、调动全媒体矩阵：以“汇众声”增强影响力

除内容设置、内容创制、内容呈现外，传播方式是影响传播效果最直接的因素之一。不同的传播方式会带来不同的内容叠加状态，从而使受众产生不同程度的印象。从本质上看，传播效果就是受众心理印象叠加的结果，这种叠加就好比物理学上的波纹效应，即两条重叠的线如果发生叠加，就会产生更大的波纹。

过去十余年，媒体融合发展，主流媒体基本建成了“传统媒介+新兴平台”的全媒体矩阵，打破了内容传播跨时空“同频共振”的限制，为聚合传播奠定了基础。而跨区域联合报道有利于统筹调度不同主流媒体的全媒体矩阵，推动大屏与小屏联动，起到传播“放大镜”的作用，达到“汇众声”的目的。

在开展“沿着总书记的足迹·长江文明行”大型融媒体报道时，创制团队充分运用传播领域的“波纹效应”，促成了不同主流媒体、不同传播媒介的相互支撑。例如，“‘殷殷嘱托 长江回响’全国11家地市区党媒长江文明行大联播”从青海开始到上海结束，通过现场互动、特色访谈与演播室对话的形式，进行了总时长超8小时的直播，实现了包括中央级主流媒体在内的100多家主流媒体的“同频共振”，创下了以“长江”为主题的大型联播活动的新纪录，全网访问量突破1亿人次。有受众留言称：“看直播，就像在追一部高品质的‘长江故事’连续剧”“看完8小时的直播，就如同上了一堂生动的长江地理课”。

事实上，正是这种“汇众声”的方式，让“内容+技术+创意+美学”的传播形式成为可能。这种“可能”对主流媒



“沿着总书记的足迹·长江文明行”大型融媒体联动报道启动海报

体的运营理念、采编队伍、技术支撑等方面提出了新要求。在开展“沿着总书记的足迹·长江文明行”大型融媒体报道时，创制团队围绕新闻专题下功夫，运用不同媒介在文字、视频、AI产品、图画长卷等方面的传播优势，将不同呈现形态集于一体，通过文物实证与诗意重构，展现“多元一体”的文化基因图谱；通过生态修复与物种保护，揭示人与自然和谐共生的文明密码；通过治理创新与保护升级，书写长江各地高质量发展的文明新范式。系列报道在各地引起广泛关注，在“我的宜昌”客户端上的阅读量达1200万+，在“宜人宜宾”客户端上的阅读量达2000万+，达到了“同频共振”的效果。

#### 五、结语

重大主题宣传既要有正能量，又要有高质量，还要有大流量，这要求从

策划到传播的全过程都要发挥媒体自身的作用、契合媒体发展的规律。跨区域联合报道是全媒体时代新的内容策划、创制和传播模式，能够把区域性主流媒体“点”上的专长变成“面”上的优势，取得“1+1>2”的报道效果。作为跨区域联合报道的成功范例，“沿着总书记的足迹·长江文明行”大型融媒体报道是一次有借鉴意义的探索，提出了区域性主流媒体在传播全链条中叠加出圈的有效路径，映射了媒体融合十多年来区域性主流媒体的实力提升。

（作者程亮系重庆三峡融媒体中心副总编辑；赵青系中共重庆市委当代党员杂志社《党课参考》编辑部副主任）

#### 参考文献

- [1]曹小武. 守正创新联动协作 做好重大主题报道——以全国两会省级党媒跨区域报道为例[J]. 中国记者, 2024(05).
- [2]张宇强. 跨区域联动开展重大主题报道的创新探索——以5省(区)16市“攻坚黄河‘几字弯’”大型联动报道为例[J]. 中国记者, 2024(08).
- [3]龙波. 跨地域协作在重大主题报道中的突围——以“摆脱贫困 携手小康——宁波日报、黔西南日报全媒体联合采访行”为例[J]. 新闻战线, 2021(10).

【编辑：钱尔赫】