

始情节,以用户挑战单位时间里为习主席点赞的数量实现与用户的个性化互动,而在用户点赞的同时,五年来的成就就会再次以简练的文字短句形式逐一出现,其形式类似于整个跨媒体叙事的最初环节《中国很赞》中的歌词,也在用户的交互动作上回应了《中国很赞》中的关键动作“点赞”。

事实证明,这样一种将移动传播特性融入跨媒体叙事策略的策划原则,在移动舆论场取得了良好的效果。人民日报微博发起的“中国很赞”话题总阅读量超过了10亿,参与讨论量超过了1000万,真正实现了超越圈层的传播。在叙事时间元素上做出延伸的《中国一分钟》系列短视频,全网总播放量达3.5亿。强交互式H5产品《重返这五年》,在上线不到24小时的时间里,点击量就突破了200万。成就报道的最后,展示习主席宪法宣誓及五年来的成就、邀请网友再次点赞的强交互性H5产品《你有一条来自人民大会堂的视频邀请》,总页面浏览量(PV)超2300万,网友总点赞次数超6.6亿。^[1](作者张梓轩是北京交通大学语言与传播学院副教授;徐丹是人民日报社新媒体中心副主任;白慕豪是北京交通大学语言与传播学院学生。本文是北京社科基金项目“基于移动优先战略的北京市主流媒体深度融合模式研究”(项目编号:17XCC010)的阶段性成果。)

【注释】

[1] 周岩森. 新媒体时代新闻编辑的再定位. 新媒体时代新闻编辑的再定位. 新闻爱好者, 2011.3 (下半月)

[2] Jenkins, H. (2003). Transmedia Storytelling[OL]. <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>, 2003-01-15.

[3] Jenkins, H. (2007). Transmedia Storytelling 101[OL]. http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html, 2007-03-22.

编辑 张 垒 leizhangbox@163.com

媒介融合背景下主流媒体时政报道中新闻游戏创作的体验与反思

内容提要 近年来,新闻游戏崭露头角,在时政新闻报道中发挥着独特作用。我国时政新闻游戏创作应该摆脱同质化问答测试,拓展新闻游戏新种类;紧抓热点与兴趣,巧择内容和视角;融入多种媒介技术,增强玩家沉浸体验;丰富游戏环节,适配移动终端。

关键词 主流媒体 时政报道 新闻游戏

文/闻学 胡琪

媒介融合作为一种应对话语,涉及文本、渠道、组织、所有权等层面的立体融合。“在新闻业中,逐渐出现了这样一个发展趋势:将两个明显不相容的产业——新闻业与游戏产业整合起来。”^[1]2015年以来,以人民日报、新华社等为代表的主流媒体积极响应国家推进媒介融合的号召,推出了很多爆款新闻游戏产品,尤其是在时政新闻报道实践中,通过寓教于乐的方式将时政“硬新闻”生动、有趣地传递给受众。

一、2015-2018年主流媒体时政新闻报道中的新闻游戏

“新闻游戏”这一概念最早由乌拉圭游戏设计师弗拉斯卡(Gonzalo Frasca)于2003年创办新闻游戏网站Newsgaming.com时提出,用以指代有新闻价值事件的视频游戏。^[2]目前,学者伊恩·博格斯特(Ian Bogost)对新闻游戏的定义较有代表性,他认为:“电子游戏的仿真和互动功能可以为新闻业所利用,新闻游戏本质上是一种程

序修辞,通过创建可以与读者进行互动的游戏模型来模拟新闻故事。”^[3]受限于制作周期和故事题材等诸多因素,时效性较弱的解释性报道成为创作新闻游戏时的首要选择。

经过梳理,2015-2018年间,人民日报、新华社、中央人民广播电台、中国日报、国务院客户端、共青团中央青微工作室等中央级主流媒体时政新闻报道中的新闻游戏共20个,内容涉及党代会、全国两会、杭州G20峰会、“一带一路”国际合作高峰论坛等重大会议和长征胜利80周年、中国人民解放军成立90周年等重大纪念日。

二、主流媒体时政新闻游戏的分类与特点

根据哥伦比亚大学学者福克斯曼(Foxman)2015年发布的《玩新闻:数字新闻中的娱乐与游戏》研究报告^[4],本文对这四年间主流媒体创作的时政新闻游戏进行归纳分类和特点分析。

(一) 徽章、点数和奖励:轻量

简单重“煽情”

徽章、点数和奖励类新闻游戏的环节和操作比较简单,承载的新闻内容相对较少。这类游戏一般应用在时政新闻的前期报道,旨在通过轻松简洁的方式首先吸引受众对某一重大会议的关注,或是在重大纪念日激发受众的爱国情感。例如,2016年《人民日报》在杭州G20峰会期间推出的《G20小精灵GO GO GO》。该游戏设计了3个全景场景,玩家通过左右拖动页面,在限定时间内找到10个代表不同与会国的卡通小精灵,即可获胜。寻找精灵的过程是玩家欣赏杭州特色的自然人文景色的过程,更是了解与会国和峰会理念的过程。2017年,在八一建军节前夕推出的《快看呐!这是我的军装照》H5小游戏,通过美颜PS技术将玩家上传的个人照片与选定时期的军装照相结合,生成的个人军装照满足了大多数人对自己军人形象的想象,也借此庆祝建军90周年,抒发对祖国强军力量的赞叹。

这类时政新闻游戏占比达三分之一,以轻量型H5小游戏为主。游戏操作设置简单,制作难度较低,周期较短,是国内最常用的新闻游戏形式之一。考虑到此类新闻游戏重在引发关注,因此环节设置无须太过复杂,但是仍存在模板单一、元素较少、交互感虚假等问题。

(二) 测验与问题:模式固定多信息

测验与问题类新闻游戏通过选项设置,让玩家在不同选择对应的结果中获取信息。这类新闻游戏包含的新闻内容较多,“选择题”式的设置给予玩家对与错的直观感悟,多用于知识普及和



政策解读,尤其是对重大会议内容,如政府工作报告的解读等。

1. 普通版问答

普通问答测试会设置正确与错误选项,只有一个选项是正确的。例如,配合2017年“一带一路”国际合作高峰论坛推出的《一带一路行走记,看看谁是最强大脑》,以选择题答题的形式,配合动漫的画风,让玩家在答题过程中了解“一带一路”的历史文化知识。

2018年全国两会期间推出的《民生大礼包 你get到了吗?》,共设有10道题目,玩家答对5道可以参与抽奖。这种新闻游戏是较为传统的问答游戏,玩家成功答对进行下一题,若答错,屏幕显示答案,告知正确时政信息。

2. 升级版测试

升级版测试不再追究问题的绝对对错,旨在让玩家的每一次交互行为都能接收到相应时政信息的反馈。例如《“一带一路”带给了我们啥?新买买提致富记》,玩家从商人买买提的视角出发,需要拓展巴旦木生意到海外市场,在10多个问题中做出选择。选择不同,获得的收益也就不同,无论结果如何都可以让玩家领略“一带一路”带来的巨大商业变化。

除了选择题类型的游戏,2018年两会期间还推出了《“日”字加一笔,你能想到什么字》的字谜游戏和《我为总理做同传》的口译游戏,让玩家在体味汉字一撇一捺的变化和体验翻译官工作的同时,对政府工作报告中的精华内容加深了理解和记忆。

3. 模拟直播答题

2018年初的直播答题类节目备受欢迎,2018年全国两会期间的《记者跑两会知识问答》,模拟直播限时答题,玩家也可发送弹幕和领取复活卡,在聆听主持人讲解和体验直播答题的过程中了解两会知识。

测验与问题类的时政新闻游戏制作起来较为简单,因此非常普遍,同质化程度高,难出新意。虽然各主流媒体在积极谋求问答游戏与多元表现形式的结合,但是套路化的对错模式和“严肃无趣”的测试内容很难刺激受众的分享

行为,时政新闻的传播范围也因此受到限制。

(三) 具体情景设计: 依托场景多交互

“具体情境设计类的新闻游戏,是将一些独特情景中的数据资料转变为游戏模式。”^[5]该新闻游戏依托特定的社会情境和场景,能够引发受众的多级交互行为。在我国,主流媒体对此类新闻游戏的应用主要体现在对微信群聊和朋友圈场景的模拟。

模拟微信群聊天场景的新闻游戏自2016年起连续三年都被用于时政新闻报道,依托H5技术创造的情景跟真实微信群聊页面十分相似,带给玩家极强的代入感。2017年《全国两会喊你入群聊》和《十九大邀你入群聊》在延续点击输入、发送等按键实现与国家领导人和知名党代表微信群聊的基础上,通过发红包的形式跳转到朋友圈,巧妙设计内容和文字评论,生动呈现两会和十九大报告中的内容。除此之外,2018年中央人民广播电台推出的《王小艺跑两会,一切听你的》以微信朋友圈页面为入口,创新融合了视频、拍照等元素,加入了玩家可以主导内容走向的多级互动。对不同手势“OK”“1”“2”、不同街采对象“蓝色外套的小哥哥”“在看手机的小姐姐”“黑色外套的小伙子”等的选择会导致不同的场景活动和结局体验,具有趣味性和开放性。

具体情景设计类时政新闻游戏成为主流媒体吸引受众关注的重要突破点和亮点,它以具有共识性的情景引发受众共鸣,巧妙新颖,趣味十足。这种融合了多种视听元素的生活化社会场景的

新闻游戏增强了受众参与感,促进用户自觉分享。

(四) 视频新闻游戏: 角色扮演重移情

视频新闻游戏(游戏世界)是新闻报道与视频游戏的结合,相比较前三类新闻游戏,其资金技术等投入更大,创作更加复杂,更像“严肃游戏”,但根本区别体现在与新闻机构的合作和对新闻原则的坚守。玩家通常扮演某个角色,沉浸在特定游戏情景中依据个人选择推进事件进程。由于视频新闻游戏的创作风险较大,国内对此类新闻游戏的开发较少,在这20个样本中,仅有2016年共青团中央青微工作室、观海网联合橙光游戏推出的《重走长征路》,该游戏根据长征史实改编,旨在纪念长征胜利90周年。玩家作为长征路上的一员,在重走历史和选择路线的过程中感受血与泪。游戏共有50种结局,你或许能够走完这段征程,也许会牺牲在路上,但是红军长征的珍贵历史和宝贵精神将永远铭记在心。

视频新闻游戏带来身临其境的独特用户体验,沉浸在丰富环节和逼真游戏感中的玩家,其个人感知会从生理层面上升到心理层面,更容易在移情中潜移默化地汲取到时政新闻信息。此类新闻游戏的开发潜力最大,但是如何把握新闻与游戏的边界问题是创作时政新闻游戏最先要考虑的问题。

三、国内媒体时政新闻游戏创作的若干改进建议

碍于技术、人才、资金等因素,国内新闻游戏的发展存在很多问题。而从技术层面观察、总结西方类似案例,

可为国内媒体时政新闻报道中新闻游戏的创作提供一些启示。

(一) 摆脱同质化问答测试,拓展新闻游戏新种类

时政新闻不同于有清晰线索和复杂情节的真实事件,可能因题材缺乏故事性等原因很难用新颖多样的游戏类型呈现出来。玩腻了P图换装、问答测试和微信群聊模拟等套路化、同质化的新闻游戏,受众需要新类型的新闻游戏重新唤起兴趣。2018年《金融时报》基于真实报道和司机访谈制作了《The Uber Game》,玩家通过角色扮演和全程对话选择来推进游戏进程,体验零工经济下Uber司机的工作和生活。游戏设置了Easier和Harder两种模式,以及作为Uber司机的玩家将面临的一系列问题,例如周五之前完成75个订单、忍受乘客的抱怨和差评、车型选择和保养事宜、如何平衡工作和生活等的关系等。不同的难易程度、情景场合会有不同的行为选项供玩家选择,结果导向也因人而异。这种回归“简单”的内容叙述、操作模式类似于文字冒险的新闻游戏受到用户的喜爱,点开该游戏的三分之二用户玩完了全程。^[6]爆款的线上新闻游戏同时催发了线下的实际行动,Uber和Lyft都采取了一系列措施来改善司机的工作条件。因此,国内媒体可根据新闻内容特点,运用灵活多变的游戏形式,在各媒体盲目跟风、扎堆制作的背景下采取差异化策略吸引受众注意力,更好地发挥新闻报道的实际作用。

(二) 紧抓热点与兴趣,巧择内容和视角

媒体在明确时政新闻报道内容和目标的基础上,结合当下热点或受众群

体感兴趣的内容,创新思维和开阔视角制作新闻游戏才能够实现精准有趣的互动传播。国内也在这方面努力探索,例如2017年底比较受年轻人喜爱的小程序“跳一跳”就被运用到了新闻游戏中,在2018年全国两会期间,大众网推出《“跳”重点 2018中国这么干》,长城新媒体集团制作《幸福跳起来!过去五年,这些大事办成了!》,但是制作相对粗糙,游戏感不足。2016年《华盛顿邮报》为了吸引年轻读者关注美国总统大选,根据风靡一时的游戏《飞翔的小鸟》(Flappy Bird)改编制作了《不确定的候选人》(Floppy Candidate)。延续原有游戏玩法的基础上,总统候选人唐纳德·特朗普、希拉里·克林顿等政客们的大头代替原版游戏中的小鸟,他们要绕过的是白宫的围墙和围绕自身的丑闻。每位候选人都有自己特色的主题建筑,设置的问题也是反映政客们鲜明个性的趣味八卦和时事热点。所以说,抓住受众感兴趣的热点是重要契机,新闻游戏的内容设置和视角选择才是关键。不仅如此,游戏中画面、声音、形象等的选择都要十分考究。

(三) 融入多种媒介技术,增强玩家沉浸体验

在被称为“VR元年”的2016年,国内主流媒体尝试着将虚拟现实技术融入时政新闻游戏中。例如新华社推出的《测一测,你能当两会记者吗?》运用VR全景相机拍摄到的全景图片再现两会报道现场,《G20小精灵GO GO GO》设置了三个全景场景呈现杭州自然人文景观,但是它们对全景技术的运用停留在静态全景场景,沉浸体验较为

浅层。虽然自2013年《丰收的变化》率先实现VR技术、游戏元素和新闻报道的完美结合以来,国内外还没有出现能够超越该VR新闻游戏的案例,但是纵观西方各数据新闻大奖中编辑室在新闻报道中对增强现实、传感器、机器学习等技术的探索,国内媒体也应紧跟前沿,勇敢创新。例如获得2018全球数据新闻创新奖的《隐藏的空中侦察兵》,该作品由BuzzFeed News制作,训练计算机学习认知已知的监控飞机数据,然后将其运用到数据库中。因此,借鉴国外数据新闻的创新实践,尽可能融合新兴媒介技术,带给玩家深层的沉浸体验与感知触动,使新闻游戏成为时政新闻报道的得力助手。

(四) 丰富游戏环节,适配移动终端

目前国内开发的时政新闻游戏多为触屏点击的H5小游戏,游戏环节简单,视听元素融合较少。其实,即使看起来都是手指的点击操作,也可以融合多种元素,更具游戏参与感。2018年5月,BBC开发了一款旨在提升青少年媒介素养的交互式游戏,玩家担任一名BBC新闻编辑室的记者,模拟真实编辑部生产新闻,在主编出差时独立负责今日内容的选题和发布。该游戏以社交媒体页面为内容载体,以手指触屏点击产生交互和进行游戏,但是在平均20分钟内即可通关的网页游戏中,玩家可以接听视频电话、聊天互动,操作简洁、内容有趣。另外,《华盛顿邮报》在明确70%以上的用户通过移动设备来获取新闻后,精心设计新闻游戏使其便于在社交媒体中分享。^[7]因此,在移动互联网时代,国内媒体应努力实现游戏操作

复杂度和受众耐心程度之间的平衡,设计环节丰富、玩耍流畅、适配移动终端的新闻游戏,方便用户随时参与和分享。

新闻+游戏的跨界组合自诞生以来就被很多学者质疑,担心游戏的虚拟性、娱乐性和主观性会削减新闻的真实性、严肃性和客观性。以时政新闻为主的严肃新闻并不意味着枯燥、不生动,它跟“有趣”“愉悦”等并不是截然对立的关系。^[8]当然,时政新闻游戏的创作也应量力而行和适可而止,不能为盲目追赶媒介融合大潮而“事事游戏化”。

总而言之,在坚守新闻真实性的前提下,在将外来经验予以本土化改造的原则下,媒体应学会用娱乐游戏承载时政新闻,用新瓶装旧酒的方式,打破时政新闻严肃沉闷、枯燥无趣的刻板印象,用新颖灵活、有趣活泼的新闻游戏“让新闻更好看,让时政不无聊”。

(作者闻学是北京交通大学语言与传播学院教授,胡琪是北京交通大学语言与传播学院研究生;本文是北京交通大学基本科研业务费人文社会科学专项基金重点培育项目阶段性研究成果,项目编号:2018JBWB004)

【注释】

- [1] 张建中,朱莉·波塞蒂,艾比盖尔·盖齐.2015年新闻编辑室的九大发展趋势[J].青年记者,2015(22):85-86.
- [2] 蒋晓丽,贾瑞琪.新闻游戏:一个属性的界定[J].新闻界,2018(01):42-47.
- [3] Bogost, I., Ferrari, S., Schweizer, B. (2010). Newsgames: Journalism at Play[M]. Cambridge, MA: The MIT Press, p6-13.
- [4] Foxman, M. (2015). Play the News: Fun and Games in Digital Journalism[EB/OL]. http://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/PlayTheNews_Foxman_Tow_Center.pdf.
- [5] 张建中,李建飞.重启新闻叙事:本土化新闻游戏的创新与实践[J].当代传播,2016(06):45-47+51.
- [6] 当新闻遇上游戏,是冲突还是机遇.
https://mp.weixin.qq.com/s/NJsoA_4sMZ_U-5jh_NpqnA[EB/OL].2018-8-28.
- [7] 张建中.用新闻游戏吸引受众:《华盛顿邮报》的创新与实践[J].新闻界,2016(17):53-57+72.
- [8] 陈映.当新闻游戏遇上严肃议题:冲突与机遇[J].新闻界,2017(09):22-26.