

濟南大學

毕业论文

题 目 云录制的生产制播范式与效用研究

——以《天天云时间》为例

学 院 文学院

专 业 广播电视学

班 级 广电 1701 班

学 生 王璐瑶

学 号 20172522125

指导教师 俞艳庭

二〇二一年五月三十日

摘要

自 2020 年新冠疫情爆发伊始，全国人民处于居家隔离的特殊阶段，广播电视台行业运作停摆。为响应非常时期的宣传呼声，应对公众的客厅回归和情绪调节需求，各台网节目亟待复苏开工，云录制的节目样态产生。本文将以《天天云时间》这一节目的首发上线作为个案进行研究，具体考察其节目立项到流程运作，总结其选题广、模式新、轻量化、互动性、多点连接、技术创新式联合的制播特色，考量“云录制”这一多维度节目的整体上线情况，进而分析其生产传播机制的效用呈现，包括情感联络、公益责任和价值导向等。随着社会整体步入防疫常态化、复工复产的后疫情时代，常态化工作回归，云录制这一广电节目实验会否保留和延续，如何激活云思维，融合新技术得以实现生态演化的可能性，鉴于此，对“云”创新生产范式的前景发展做出展望。

关键词：云录制；后疫情；创新实验；综艺模式

ABSTRACT

Since the outbreak of the new crown epidemic in 2020, people across the country have been in a special stage of home isolation, and the operation of the radio and television industry has been suspended. In response to the publicity calls of the extraordinary period and the public's need for living room return and emotional adjustment, various network programs urgently need to be revived, and cloud-recorded programs have emerged. This article will take the first release of the program "Everyday Cloud Time" as a case study, specifically examine its program establishment to process operation, and summarize its wide selection of topics, new models, light weight, interactivity, multi-point connections, and new technological innovations. The production and broadcasting characteristics of the joint type, considering the online situation of "cloud recording" multi-dimensional programs, and then analyzing the effectiveness of its production and dissemination mechanism, including emotional connection, public welfare responsibility, and value orientation. As the society as a whole enters the post-epidemic era of normalization of epidemic prevention and resumption of work and production, and the return of normalized work, will cloud recording, a radio and television program experiment, be retained and continued? How to activate cloud thinking and integrate new technologies to realize the possibility of ecological evolution. In view of this, the prospects for the development of the "cloud" innovative production paradigm are forecasted.

Key Words: Cloud Recording;Post-Pandemic Era;Innovation Experiment;Variety Show Mode

目 录

摘要.....	I
ABSTRACT.....	II
前言.....	5
一、新冠疫情催生广电节目云录制的背景.....	7
(一) 疫情初期节目录制受限.....	7
(二) 常态化防控下节目形式改革.....	7
(三) 隔离期观众的“客厅回归”和情绪调节需求.....	8
二、云录制创新实验的生产传播机制.....	9
(一) 萌芽和落地——《天天云时间》首创云节目形式.....	9
1. 以疫情防控为核心的节目内容.....	9
2. 以创新联合为基点的云形式特色.....	9
3. 热度稳居前列的收视效果.....	11
(二) 制播流程的创新样态.....	13
1. 选题定位创新.....	13
2. 播放模式灵活.....	13
3. 制播机制轻量.....	13
(三) 多维度模式的衍生.....	13
1. 台网运营多样态展播.....	13
2. 融屏互动生态化呈现.....	14
三、云录制的效用呈现.....	15
(一) 治愈功用与情感联络.....	15
1. 表达情感诉求 变革无感化传播.....	15
2. 建构集体记忆 激活主体间交往.....	15
(二) 立项维稳：积极承担社会责任.....	16
(三) 圈层传播和集体记忆：树立价值导向.....	16
1. 多元化传播赋能 节目要素革新.....	17
2. 圈层化流量分成 节目逻辑建构.....	17
四、后疫情时代云录制生产范式的前景.....	18
(一) “云”形式的保留和延续.....	18
(二) 融合新技术以实现生态演化的可能.....	18
(三) 创新实践激活云思维 进入新常态.....	19
结论.....	20
参考文献.....	21

致谢.....	22
---------	----

前 言

自 20 年伊始新冠肺炎疫情发生以来，整个社会的经济文化等都经历了巨大的变革，传媒行业的正常运作受限，广播电视台节目录制停摆，在全国人民“居家抗疫”的特殊时期，电视重回客厅生活中心，“云综艺”的新形式在疫情状态下应运而生。

在电视媒体经受考验的重要时刻，湖南卫视率先进行创新实践、打破困局，依托《天天向上》等老牌节目的制作功底和忠实的观众基础，在综艺制作流程、演播形式等板块进行了全面的调整和革新，推出《天天云时间》一档“云微综”。从立项策划，到节目上线仅 5 天时间，突破了疫情期间的制播局限，通过了新形势对节目组创新力与执行力的双重考验。“云录制”作为一种非常时期的媒体实验机制，推动了特殊时期文化领域的创新求变，各单位积极探索、有序推进了广电行业的复工复产。

随着疫情蔓延速度逐步得到控制，社会发展开始复苏。基于疫情各个阶段的接续过渡，以及云综艺的创制呈现，云录制形式开始广泛应用于各大电视台和网络平台，多个热门 IP 综艺录制开播。如优酷《好好吃饭》，爱奇艺《宅家点歌台》，腾讯视频《鹅宅好时光》，芒果 TV《歌手·当打之年》等。（详见图 1、图 2）

本论文以“云综艺”为研究对象，以《天天云时间》的首发上线为个案进行研究，具体分析了该节目从立项到制播的全流程，总结其节目样态和播出特色，并以此作参考，考量后疫情时代“云录制”形式的未来趋向和发展可能。在 5G、AI 等新技术发展的同时，能否从“云”形式中得到启发，延续这一创新型生产范式。本文从《天天云时间》这一云微综节目出发，细致考察其具体流程和效用呈现样态，仅做个人考量。

节目名称	播出平台	开播时间	播出时段	互动方式
天天云时间	湖南卫视	2月7日	周间730	多点/接力视频连线式
嘿！你在干嘛呢？	湖南卫视	2月7日	周末晚间非黄金档	视频连线式
好好吃饭	优酷	2月8日	午间档	直播式
我们宅一起	浙江卫视	2月14日	晚间黄金档	脱口秀串联式
还能这样吃？	芒果 TV	2月15日	午间档	——
鹅宅好时光	腾讯视频	2月17日	午间档、晚餐档	多点/接力视频连线 VS 直播
宅家点歌台	爱奇艺	2月17日	午间档	电话连线式

图 1：云微综部分节目单

节目名称	播出平台	节目类型
歌手·当打之年	湖南卫视	真人秀-音乐竞技节目
声临其境 3	湖南卫视	真人秀-原创声音魅力竞演秀
云端喜剧王	东方卫视	喜剧竞演综艺
我是大明星	山东卫视	真人秀-金牌达人选秀类
开讲啦	中央广播电视台总台	青年电视公开课

图 2：云录制大型节目部分节目单

陈晨、李丹以《天天云时间》、《歌手·当打之年》等节目为例，具体分析了如何进行技术创新与模式创意交互协作，探讨由云形式所衍生的电视创新思维怎样实现长线发展，分析了非常时期的媒体创新实验对广电行业的深远意义。田园概述了云录制是特殊时期的生产范式创新的理念，从其视频连线、自助拍摄的核心角度着眼，分析融媒制播与全媒体新技术对“云”形式的助力，进而思考该实践带来的经验启示。

全文共四个章节，第一章主要阐述云录制形式产生的背景。第二章重点表现云录制创新实验的生产传播机制呈现，以《天天云时间》这一节目为例，从“云综艺”的萌芽、落地着眼，分析其具体流程的独特性。第三章着重展开叙述云录制的效用呈现，从主体的治愈功用与情感联络、行业复工和立项维稳、圈层传播和集体记忆四个方面来详细探讨“云录制”这一开创模式在主体、客体、社会等各方面所产生的积极作用。第四章则对后疫情时代云录制生产范式能否被保留、延续，进而实现合理的转化利用，以及其融合新技术以实现生态演化的可能性，新技术的前景进行了考量和展望。

在具体的研究方法上，本文主要运用广播电视台以及传播学的理论，采用文献分析法、案例分析法、内容分析法、比较分析法等方法，以“云录制”的开创节目《天天云时间》的案例解读为基础，对其节目内容和传播现象进行整体连贯的分析研究，内容丰富，结构完整，过程严谨，论证紧密。

本文创新之处在于从“云录制”这一新型广电节目录制形式着眼，对具体节目的全流程进行考察，分析特色，剖析影响，具有一定的补白意义。

从媒介融合大环境变革，到非常时期云综艺被迫上线，疫情下的广电行业，在撕裂、在拉扯、在重组。“云综艺”可能在未来的市场竞争中开发出一系列垂直细分领域节目，并带来“长尾效应”的爆发。本文整体的发展脉络是希望可以全面考量创新制播模式的研究工作，解读特殊时期的公众接受心理、主流综艺节目要素，调和社会倦怠情绪，看到互联网这一高维媒介的发展的可能性。后疫情时代，云录制的新型广播电视节目生产机制能否在电视荧屏和网络上得以延续？本论文将基于此，对“云录制”这一特殊时期产生的综艺制播形式进行分析和讨论。

一、新冠疫情催生产广电节目云录制的背景

新冠疫情的爆发，导致广播电视台行业面临着不同维度的限制，节目录制亟待改革创新。能否在坚守社会及行业价值观的基础上，展开一系列节目制播革新，解读“客厅回归”“社交倦怠”处境中观众的深度渴求，进而推动云录制生产范式登上行业舞台。

（一）疫情初期节目录制受限

2020年初，席卷全球的新冠肺炎疫情，改变了大众原有的生活常态，对媒体行业也造成了极大的冲击。^[2]疫情防控期间，国家广电总局统筹部署，要求多家卫视加强抗击疫情的报道，减少娱乐节目的播出。^[3]

在非常时期的特定环境中，线下作业的影视部门无法正常开工，各大平台综艺库存及常规节目内容储备告急，且社会各方处于居家隔离防控期，广播电视台网各部门运行停摆。基于此种大环境限制，原本已形成常规化制作模式的各综艺节目，暂时无法实现聚集录制。

新冠病毒疫情的蔓延，是一个跨国界、跨文化、跨意识形态的事件，需要全世界共同应对和协同思考。疫情导致的风险增加、全球封闭等带来的影响逐步在后疫情社会显现出来，造成社会内卷化加剧、社交降级，同时，在广电行业，影视工作停摆、各节目常态化运作无限延期。基于此种现实境况，广播电视台的生产传播机制迫切需要多重范式的创新和变革。主流媒体和网络视频平台能否把握时机，改革录制和播出模式，转变行业停滞的现状，需要业内各方协同创新、展开运作。

（二）常态化防控下节目形式改革

为了避免节目停播，并且抓住特殊时段受众的内容需求，上级管理部门也对综艺制播平台提出了提升疫情防控宣传的统筹要求。在疫情与市场环境的综合影响下，电视及网络综艺制作机构改革十分迫切，许多待播综艺节目陷入被动状态，给节目制作方、播出平台和娱乐产业带来了巨大损失。因此，积极调整制播策略，推出以疫情防控、居家隔离方案、社会公共卫生等为主题，与“抗疫防疫”背景紧密联系的“云综艺”节目迫在眉睫。这既是对国家总体防治办法的响应，也是常态化隔离背景下，广播电视台行业的自救。

（三）观众的“客厅回归”和情绪调节需求

特殊环境下影视行业复工难、居家隔离常态化，广大观众响应国家号召足不出户，线下社交的缺乏和停滞，直接导致了线上交流、互联网沟通占比的大幅上涨。同时，据数据显示，电视收视率和视频网站的会员注册率都高于同期水平。疫情助力客厅文

化回归，加之日常时间的碎片化和自由度增加，观众对电视节目、移动端内容的需求大幅上涨。在这种情况下，如何变革节目形式，积极调整制作策略，是各台网部门率先获得收视优先权的要点。

面对此次疫情的肇始者——新冠病毒，巨大的社会压力亟待社会多方戮力同心、共同应对。无论是公众，抑或私人生活的暂时性停摆，都使我们必须直面都市繁荣之下社会各方的脆弱。但新冠疫情是一个跨意识形态的严肃事件，防治的被动和正常生活的停摆，正在解构着人们的关系与信任链。^[4]受防疫管控和经济环境的影响，居家隔离直接导致了群体舆论、社交倦怠、互联网情绪激昂、语言暴力、观念冲突的社会图景。信任是社会实践、社会交往和社会协同中最为关键的粘合剂，然而，屏幕两端的间隔无法保证交往的顺利进行。再者，综艺节目作为调节心态、舒缓情绪的一种重要形式，能够凭借其话题敏感性和话语包容性，以独特的叙事风格和内容呈现方式实现思想的表达，以轻量化、娱乐性强的节目作为中介，可以更好地调和特殊背景下的观众心态。这种空间距离的削弱带来了时间和思想距离的消融，对于特殊时期观众的心态和情绪调节起着至关重要的作用。

二、云录制创新实验的生产传播机制

依托《天天向上》老牌口碑和IP影响力所衍生的云微综——《天天云时间》，于特殊时期率先立项，从节目顶层设计、台本创作、现场调度到后置播出，节目体量小、流程全，收视效果较为优秀，展现出了综艺节目在不同时期实现破局突围的可行性，是广电行业于危机中创新机的大胆尝试。

（一）萌芽和落地——《天天云时间》首创云节目形式

2020年初，为响应疫情防控号召，各行各业均推迟复工复产，居家办公、延迟返校等，鉴于此种大环境，广播电视台行业克服困难、积极应对，创新综艺节目制播形式，并迅速立项上线。湖南卫视作为广电行业排头兵，在电视媒体经受考验的重要时刻，率先创新实践、打破困局，已成为业界内外和观众的默认共识和共同期望。^[5] 鉴于此，《天天向上》的幕后制作团队沈欣工作室率先进行新形式节目的方案研讨。

“在疫情非常时期，总台希望卫视综艺骨干力量能输出一些既符合时期氛围，又能舒缓全国观众长期宅家负面焦虑情绪的内容，形式内容都没确定，唯一确定的是播出时间——2月7日（周五）上线。”湖南卫视沈欣在接到这项任务时压力很大，“不确定性一是来自于非常时期的内容把控，二是节目品质与执行操作之间的矛盾。”^[6]

2020年2月3日，湖南卫视在上级指引和内部协调的双向运作中，确认立项制作非常时期的一档创新型电视节目——公益脱口秀。2月5日晚，节目组最终确定采用“云录制”形式制作节目，随即开始联络嘉宾，试行相关设备。首期于2月7日下午三点起，两个半小时完成录制。2月7日晚10点送带，11点播出。

2020年2月7日，湖南卫视宣布于当晚23点档推出一档新型“云”录制智趣类脱口秀公益节目《天天云时间》，这是中国首档电视云节目。

节目组凭借突出的热点话题敏感度，依托专业素养和制播功底，以优秀的执行力突破时空局限，迅速且优质的完成首期节目的录制，并顺利上线播出。

1. 以疫情防控为核心的节目内容

《天天云时间》作为一档诞生于疫情防控特殊时期的云微综，其出发点与“抗疫防疫”的背景紧密联系，主题是分享非常时期的生活缩影，主要内容包括防疫常识、知识答题、魔术、美食、公益等内容。“答题王”将获得以个人名义捐赠物资的机会。

该节目以陪伴为中心，响应国家关于培养大众健康心理情绪的号召，传递正能量，对于广电文化传媒行业的发展有积极的示范作用。以主持人“天天兄弟”为串联核心，由一位主持人在演播厅，通过云视频连线隔离于不同地区的主持人及当期嘉宾，进行线上云交流互动，分享特殊时期的智趣宅家新生活。（见图3、图4）

2. 以创新联合为基点的云形式特色

(1) 短节目常态化播出

《天天云时间》作为一档云微综，每期平均时长约为 25 到 30 分钟，时长和内容较为精炼，具有灵活性、热点性等特点。在首播获得一定反响后，节目组调整播放策略，转为每周一到四带状播出，重新激活了“730”档的播出时段，接档于新闻联播节目后，实现了非常规时段的短综艺开发。“周间综艺带”的应用，对非常时段的综艺开发产生了积极的示范引领作用，为特殊时期的综艺复苏、行业回归正轨提供了全新的空间和思路，也为中小型量级的广告方建构了全新的市场空间，“长尾效应”的爆发在未来将有很大机会得以实现。

同时，制作组在每期节目播出后，迅速根据各平台收视情况及时调整节目安排，并在时事热点、话题榜单中准确的找到适合后期节目的主题。经过实时考察和迅速高效的调整后，节目内容和呈现更具稳定且保持持续输出，顺利推进常态化播出。

(2) 互动性多节点连线

该节目通过进行多点或接力视频连线，完成各期节目的录播和后制。这种与传统广电幕后工作大相径庭的线上录制形式，虽类似于近年的线上直播，但相较于此，广播电视台的制播要求和规则，仍有其独特性和高难度。实现多点连接的强互动和自然感，是“云录制”的一项关键节点。线上同频交流的形式，虽然一定程度上加大了后期调节的难度，但各个嘉宾和主持人对某一节点的反应和回复被放大，通过后期剪辑，可以较灵活且集中地放大节目看点，优化节目节奏和逻辑，有效避免“纯自然流”的播出观感，是更为适合于特殊时期的节目样态。

在节目调度和录制的过程中，主持人由总导演在演播厅进行流程和内容沟通，四名导演每人负责两位嘉宾，以留守湖南广电演播厅的一位主持做主要引导工作，串联脚本及节目内容。后台总调度室对九个窗口进行协调，拉进各方互动，实现“云录制”的顺利进行。每次彩排和录制进行技术及互动的优化——技术上追求更高效，工作机制追求更驾轻就熟，各部门配合更加紧密。^[7]（见图 5、6）

(3) 新技术创新式联合

《天天云时间》采用全国首创的“云录制”方式，全新整合利用线上“云”连接技术，将视频小屏投放至演播室大屏。为保证节目画面清晰度、流程顺畅性，稳定云视频软件运行，实现与常规演播厅录制系统的协作，提高音视频信号的兼容和匹配度。在某支持多人在线视讯交互的科技公司的协助下，依托创新程序，实现节目的高质量录制。各部门间的配合驾轻就熟。节目嘉宾摆脱了地域限制，工作室采用“9 路信号”进行录制，实现“云聚会”“云交流”“云互动”。

在全流程运作中，各方调度、台本沟通、团队工作机制协调，应对潜在技术与执行问题，筹划节目录播预案和未知问题解决思路，依托 5G、在线剪辑、AI 和云技术，充分地满足了“云录制”多地、多人、长时间同步在线的录制需求。依靠新技术和传统广电的创新式结合，不仅促进了疫情防控期间的节目上线，同时也推动了“云录制”不断进阶，进而使节目达成顺利录制播出。



图3：《天天云时间》特别设置云答题环节



图4：演播厅主持人汪涵进行防疫常识讲解



图5：云录制多点连接互动

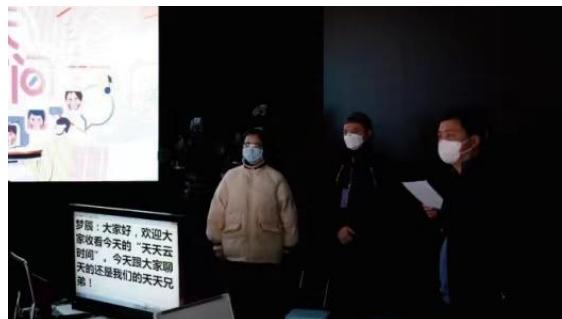


图6：台本工作流程预设交接

3. 热度稳居前列的收视效果

在一个月的陪伴之后，节目正式收官，全一季17期。其收视率自首期播出后，呈增幅态势，作为首档云综艺节目，以响应疫情防控号召为出发点，垂直领域内容延伸，打破了居家隔离期间受众的局促感、封闭性，有一定的交流效果和伪互动性，为生活注入一丝灵活的“综艺轻松感”，同时依托《天天向上》的老牌口碑和IP影响力，对热度的提升有正向作用。

根据中国广视索福瑞媒介研究（CSM）提供的“上星频道收视率数据”显示，节目定档首播卫视收视第一，创下了近两年湖南卫视“730”节目收视新高。^[8]首播试水后，改为带状播出，收视率稳居同时段同类型节目首位。（见图7）

各新媒体平台官微、抖音的话题讨论也十分热烈，微博话题热度只增不减。截止节目收官，#天天云时间#的话题讨论在微博上达到9.9亿阅读量和77.6万讨论，掀起了全民讨论的热潮。

《天天云时间》作为“云录制”综艺的排头兵，首面制播困境的同时，也把握了抢占领域主流的机遇。后期如《嘿！你在干嘛呢？》《鹅宅好时光》《我们宅一起》等云录制节目，虽有部分新模式和内容的出现，但均未突破《天天云时间》的收视率和反馈效果。

至3月5号节目收官，节目实现收益和口碑双丰收。（详细数据见图8、图9）



图 7：天天云时间全一季 17 期节目排名（数据来源于 CSM 全国网）

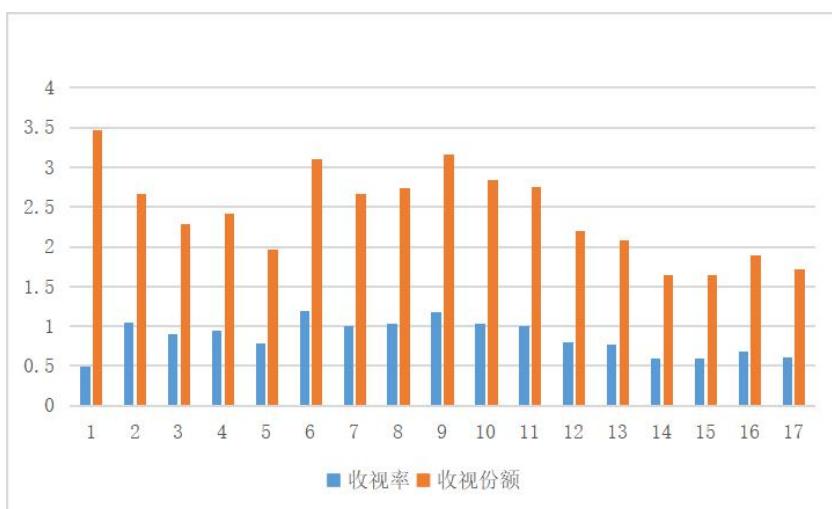


图 8：CSM 全国城市网节目收视率（数据来源于 CSM 官网）

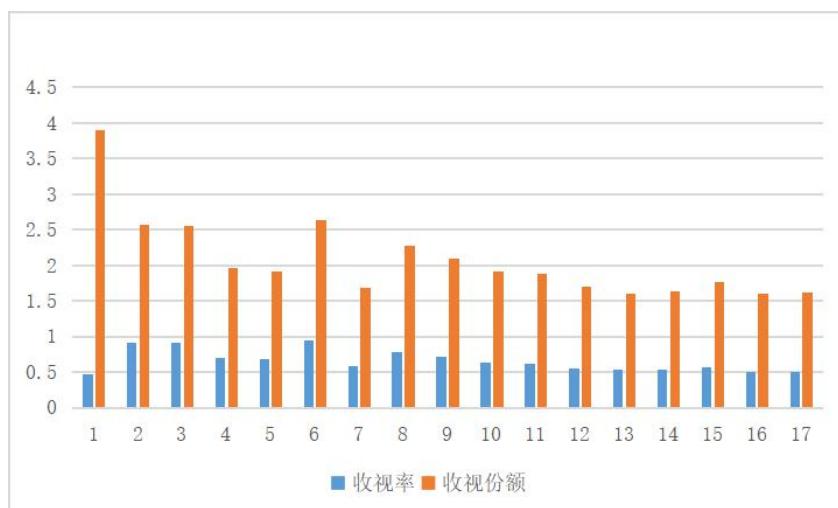


图 9：CSM 全国网节目收视率（数据来源于 CSM 官网）

（二）制播流程的创新样态

从整体看来，创新试验的先导性是该项目获得良好收益的一项重要原因，总体上，该档节目的优质收益反馈是内容、形式、口碑等多方面共同创新作用的结果。

1. 选题定位创新

在内容方面，选题以综合分享、深度垂直互动为例，各群体围绕不同主题，交流隔离日常生活中的生活方式、工作态度、公益行动等，日常化的内容可以拉进观众与屏幕的距离，时空距离缩小，一定程度上调整了防控常态化期间群体的社交倦怠和疏离感，同时抢占了细分领域的市场空间和份额。如依托“天天兄弟”“快乐家族”等IP群体定制，然后进行具体策划的节目则具有更强的发展空间。

2. 播放模式灵活

在播出形式方面，非常规综艺时段的播出形式——带状时段播出，有助于观众养成相对固定的收视习惯，具备连续性和灵活性，能够可持续地提升节目话题热度，在排播策略上优势较明显。且周间730时段的开发，重新调整了原有综艺节目的固化思维，拓展了节目播出的多层次、多维度呈现，此次创新试验是一次尝试，也激活了节目活力和优势。

3. 制播机制轻量

传统的演播厅录制，需配备多名现场导演及摄像、导播等进行全方位录制和定点，关注节目主体人物和内容的同时，要兼顾捕捉收录现场观众的反应和镜头，后期由专业剪辑团队、进行高强度后期制作。

以《天天云时间》这一云微综为例，在保证视听艺术效果回溯的同时，其节目体量较之传统规模时期的《天天向上》原生节目有大幅减小，无观众，讲求实效性、自然互动感，不追求完美，基本无重拍，减少平台投入，提升了性价比。尽管平行式交互对提高后制效率、保证老牌综艺质量提出了更为严格的要求，但浓缩式制播加速了综艺内容的表达革新。联合5G、AI剪辑等技术支持，为广电节目未来的升级改革提供了独特的实验角度。

（三）多维度模式的衍生

1. 台网运营多样态展播

在“云录制1.0”阶段，湖南卫视依托品牌节目班底，辅以云技术进行综艺节目录制的创新实验，广受关注及好评，对业界内外一定的参考意义。

为应对广电停摆的状况，各大电视台和互联网平台主动寻求创新，“云录制”这一形式被越来越多的综艺节目应用并进一步发展。

云形式节目数量增多、类型丰富。如湖南卫视王牌综艺节目《歌手·当打之年》、

《声临其境 3》等，开启云录制模式；针对疫情防控常态化情况，特别开发创新节目《嘿！你在干嘛呢？》、浙江卫视《我们宅一起》、东方卫视《云端喜剧王》、爱奇艺的“宅家”系列、优酷的“好好”系列等。

2. 融屏互动生态化呈现

中央广播电视台将云录制形式应用于互动类、综艺类节目中，使《越战越勇》《黄金 100 秒》等老牌综艺节目焕发新生，催生出《呼叫 027》《希望搜索词》等大量富于互联网基因的新节目，为融媒体环境下的转型升级探索新思路。青年电视公开课《开讲啦》于疫情期间顺利复播，并且围绕云制播，以陪伴式网络云直播的形式进行了融屏创作的尝试，引导观众参与网端“话题空间”，进行“云互动”。

这些节目采用“云录制+”的创新模式，模式创意和技术应用相交叉，以期实现形式和内容的多维度迭代融合。从疫情前期到后疫情时代，从卫视到线上视频网站，各平台推出的多档“云录制”节目，在融入“云公益”“云交流”等内容形式的基础上，通过精准把握互联网传播生态属性这一设计，从视听思维进行节目更新，建立了台网融合的新范式，实现融媒体、多屏交互生态化节目呈现，使录播节目焕发出直播的价值。

云综艺是对创新力和执行力的双重考验，广电行业顺势而为、主动创新，响应主流、高效运作，虽然部分节目是疫情期间的特殊产物，但其背后的“创新驱动”、“生态化融合”“时代记录价值”确实很值得业界讨论和思考。

三、云录制的效用呈现

作为基于非常时期社会背景所产生的广视听领域的新模式，“云录制+”这一创新实践模式产生区间的独特性，流量压力、用户需求的迫切性，社会集体记忆与价值传递的必要性，相互协调，推动了不同圈层受众的诉求表达和情绪调控，为社会维稳、节目创新提供了动力和可能，其背后有专属的创新驱动意义和时代价值。

（一）治愈效用与情感联络

1. 表达情感诉求，变革无感化传播

“云录制”，作为非常时期社会环境与互联网共同催生的节目样态，以内容日常化和仪式感回归，以社交链条作为“关系渠道”进行传播，给观众营造出新的审美体验，为广播电视台未来的融合发展传递价值。各“云综艺”节目用视频语言将理性、逻辑性的内容，以感性化的方式进行传播，迎合了多元主体对感性表达的渴求。

在理性逻辑与感性逻辑的交互下，媒介内容生态在触达、接受、解码以及认知这四个环节迎来了新的生产范式。^[9]广电行业的未来发展受人文和自然环境的双重制约，媒介生产还需以凝聚社会共识为目标，扩容并维系社群用户的无组织化参与；整合运用人机协同、新媒体技术、AI 交互等实现传统广电与融合媒体的结合，推动观众改变无感式、无逻辑的随意观感和节目取向，引导其达成多维度交互体验，储备全媒体传播式的业务素养和专业知识。

2. 建构集体记忆，激活主体间交往

后疫情时代，社交降级，线下孤独、线上热闹成为常态。朋友圈泛化下语境消解的焦虑、印象管理的疲惫和社交绑架的压力，导致居家隔离的群众，在一定程度上自我认知模糊、理性精神丧失，并由此产生孤独感和自我怀疑，人们不得不尝试通过“逃离”来缓解这种压迫感。因此，“云综艺”的出现，提供了一个渠道。

当社会的正常运作模式分崩离析，身处巴别塔不同层次的观众，可以靠着线上节目这一联结，建构特殊时期的集体记忆，重新确认彼此的存在，重温那些温暖又熟悉的记忆点，疗愈社交倦怠情绪，完成个人维度的情感诉求表达。

（二）立项维稳：积极承担社会责任

2020 年伊始，在疫情防控的特殊时期，文娱产业响应国家号召，停摆停录、中断工作、居家隔离，广电各级单位和部门整体受到较大的影响，复工复产受限，传媒行业暂缓运作。国家广电总局统筹部署，要求多家卫视加强抗击疫情的报道，减少娱乐节目的播出。

鉴于此种社会环境，以及各细分领域如电视节目、网络直播等各有不同的现实情况和困难。其一，各级电视台需要面向不同受众，进行公益性质的防疫抗疫知识宣传，积极引导观众有效隔离、保障自身公共卫生安全。

其二，人们长时间待在家中，“重回客厅”“回归电视”成为与“线上生存”并行的一种情境，各级台网收视率增加、平台会员充值等增幅加大。居家抗疫的特殊环境、其他消费支出的不确定性，使得线上文娱产品消费成为大众释放消费需求、缓解焦虑情绪的抓手。在这样的情况下，人们的文娱消费需求一度上涨，据麦肯锡报告显示，Netflix、爱奇艺、CatchPlay 等影音娱乐平台的订阅比例，近几个月持续攀升至 17%。广播电视台因此拥有一项独特优势。^[10]

其三，全行业的常态化隔离背景下，综艺节目制播时间短任务重，对节目内容和质量要求极高的线下制播受限，增加了存货调取的难度。

基于以上情况，“云录制”形式的创新实践迫在眉睫，因为方法、逻辑、速度和节奏都不一样，传统媒体和新媒体并不会在同一频道发生化学反应。^[11]不同类型的节目互相建构、流量分成，响应防疫的同时顺势而为，逐步推进广电部门的工作顺利回归，积极承担社会责任，彰显主流媒体的责任与担当，维持行业的稳定发展。

（三）圈层传播和集体记忆：树立价值导向

在大众传播时代，不可否认价值观是电视节目创新的核心，有着多层次的构成基础。“云”是特殊背景下衍生的国民情绪。非常时期，个体和各行业单位更应该树立积极健康的价值导向，借由线上互动来传递乐观的防疫态度和积极的生活观念。于业内而言，“云综艺”是复工复产的引路灯，但它更是一项传递价值的媒介、保留集体记忆的记录、融合圈层交流的新形式。

1. 多元化传播赋能，节目要素革新

例如，湖南卫视融媒体时代对融媒体内容、产品及技术的互动运用驾轻就熟。作为行业先行者之一，真正做到了顺势而为、积极应对，主动创新，研发并上线了诸如《天天云时间》这种以公益为本、态度积极、导向正确、格调健康的“云综艺”节目，满足了特殊时期大众对优质综艺节目的渴求，同时传递了主流思想和价值观，并且呈现出湖南卫视自身创新进取的文化风范与优秀品格。

当前阶段，互联网媒介正在逐步实现与新技术的融合升级。媒体融合是技术与内容上的交互协作，以深度连接重塑媒体角色，以新闻为纽带，将个体重新整合到社会公共生活之中。“云节目”这一多元化影像表达形式，依托能够有效地被网民接受的理论逻辑，以社会凝聚、圈层化的情感共振作为出发点，革新节目组成要素，阐释了重建信任的后疫情时代亟需传播与广播电视台生产范式的转型，进行新冠疫情中的节目构思和创新研讨。^[12]

2. 圈层化流量分成，节目逻辑建构

从疫情初期至今，我们真切的感受到，新冠肺炎疫情带来的破坏力不仅在于病疫本身，还在于信息疫情在社交媒体上的弥漫。涌动的疫情信息流以个体为节点，在不同圈层中流动、起伏、对冲与反转，制造公共焦虑，搅动了公众情绪。^[13]

社会关系的超域性特征，意味着人与人或网络用户之间可以通过网络中的任意节点实现超越时空的互动与聚合。正如《天天云时间》此类线上互动节目，其日常性营造出了全新的“在场感”和“代入感”，依托于圈层化互动实现了多维度的传播交流，达成广电节目的流量分成，进而实现长效收益。这种泛众化式的交流以及信息与意见之间的汇冲会极大地活跃社会氛围和文化创新，体现在不同类型和体量的圈层综艺中，对未来各形式节目逻辑的建构、常态化电视或网络综艺节目的创制有积极的引导和推动作用。

四、后疫情时代云录制生产范式的前景

在 5G、融媒体的背景下，各台网主动创新，从视听思维变革方面进行节目的革新，建立了融屏互动的新范式，互联网生态演进、圈层传播以及流量分成是新媒介形态能否实现长远发展的关键因素，“云录制”如何接续发展转型革新，值得拭目以待。

（一）“云”形式的保留和延续

从“云录制”的起源来看，这是疫情防控的特殊时期衍生的独特节目形态，各台网节目组充分利用自身品牌、优化编排、整合资源、创新传播，推出一系列以抗议防疫为本，以兼具创新和情怀为辅的节目，如新闻报道、娱乐综艺、特别节目、公益纪录片等，实现了电视荧屏上一场独特的节目交流。

根据云合数据，相较于网络电影和电视剧集，在疫情第一阶段率先出现下滑的品类首先是综艺板块；但在另一方面，常规综艺节目的短周期特点，带来了应对的灵活性。因此以湖南卫视率先出发，一系列“云综艺”陆续上线播出。

继而在后疫情时代，广电媒体所置身的社会圈层和行业范围发生了变化。这不仅给整个广电媒体生态系统带来直接影响及次生影响，同时对各级广电的内部生态、外部共生体系统产生了冲击，促使其进行“生态转型”，云录制形式将长期存在于广电业内。^[14]

（二）融合新技术以实现生态演化的可能

从全媒体融合方面来看，“云”形式与新技术有良好的生态融合趋向。

中央广播电视台总台依托 5G+4K/8K+AI 技术，重构媒体的各级制播流程，以云采访、云录制、云直播、云发布等方式，打通线上线下渠道，形成全媒体、全方位、全覆盖的信息传播形态，实现效果最大化，扩充内涵、拓宽渠道、丰富样态，对云传播进行了全新的尝试和探索，推出了一系列具有特色的“云”产品。^[15]

“云录制”这一创新实验成果，是互联网生态演进途中的一个小创新，却也是广电生产制播领域进行范式革新的一项重要成果。正如创新实践的原理一样，从 0 到 1 的创新，是实现从 1 到 100 的创新扩散的前提和基础。“云微综”“云录制”这一行为的原理、机制、运作、收效各部分缺一不可，顶层设计、台本创作、现场调度、后制播出各个环节紧密相连。

经过疫情前中后期各阶段的考察后，无论是新闻的生产方式、传播样态，还是用户的刚性需求、接受场景，均实现了不同程度的更新，完成了一定程度上的机制重塑。有鉴于此，笔者认为，节目形式的推陈出新、新技术研究上线，不仅保证了节目内容常态化的更新，同时也让观众见证了当前综艺制作技术联动上的高性能，以及内容生产的高效率。疫情是一面镜子，也是一个引子。^[16]

“传媒+云+N”是疫情后媒体的转型和发展方向。^[17]5G+4K/8K+AI的战略布局和云技术储备，媒体应用实验室战略布局，以内容生产为前提，同时着重把握新技术的应用，实现高效的资源整合，完成广电品牌延伸，扩充忠实受众。

（三）创新实践激活云思维，进入新常态

综艺节目“云录制”、新闻消息“云采集”、社会活动“云发布”、生产推广“云直播”……作为疫情常态化背景下的云传播应用，“云综艺”的出现，结合新技术，为广播电视台行业提供了创新形态参考和渠道的挖掘张力，顺应了大众数字社会的云生活趋势，提高了“云”传播的广度和深度，实现与观众的深度沟通互动。

伴随新媒体技术的不断发展和数字化手段、多媒体互动技术的融入，云传播加速媒体自我革新，大型活动的组织发布也会向云操作、轻量化的方向发展。^[18]在实践中，“云录制”探索已经突破了“云综艺”局限，拓展到新闻专题节目、直播、融媒体策划等更全品类、更大范畴，构建起大小屏互通、长短视频融合、多元平台联动的独特“云传播”生态体系，在特殊时期的社会洞察和时代记录中发挥着重要作用。

网络综艺在技术与政策红利下逐渐走上发展的快车道，但近两年内疫情防控常态化的特殊时期背景下，又构成对综艺视频的流量压力和用户需求压力。“云录制”能否长远发展面临着一定的局限，如何在与短视频的竞合中寻求发展路径，也成为网络综艺未来发展的关键问题。^[19]

总体来看，媒体创新实验并非必须继续推广云录制这一形式，而更应思考：在特殊时期，媒体应怎样中和受众对于广播电视台的“狂欢”与“倦怠”感；媒体应如何将“创新”发挥到极致，在数据时代的大环境下，推出可以与受众进行良性情感联络的新业态表达和节目呈现。通过长线内容的创新和受众取向的综合考量，重建信任，实现情感共振，推动“云思维”迈入新常态，转化为能够被网民有效接受的理论逻辑和实践范式。

由“云综艺”元年出发，要求我们更新思维、守护初心、广提升多反哺、运用新技术打造新方向和新综艺。“云录制”需突破各方局限，找到行业融合创新的“最大公约数”，达成节目制播的创新共识，顺应大众数字云生活趋势，把握时度效，提升传播力。“云思维”以人为本，接续发展，未来可期。^[20]

结 论

纵观已播出的“云综艺”，以一档云微综艺节目发源，“云录制”是基于非常时期社会背景所产生的，是广电视听领域的一道独特的风景线。

从首档《天天云时间》没有镁光灯加持，到逐步升级的“5G+8K+AI”全媒体辅助制播，云录制的各项实践，不仅是传统媒体在新冠肺炎疫情期间的应变之举，更是广电行业于危机中创新机的大胆尝试，是在融合背景下有效传递主流价值的创新实践，引领着综艺行业的改革制播风潮，其背后有着专属的创新驱动机制和时代价值。

另外，从受众角度出发，观众的客厅回归需求和情绪调节欲望，给广电节目录制创新实践提供了用户基础需求，轻量化、娱乐性强的节目，对于特殊时期观众的心态调整有重要意义。

基于常态化节目逻辑建构和风格化节目制播要素的革新，当下，涌动的疫情信息流以个体为节点，在不同的圈层中流动、起伏、对冲与反转，推动了广播电视台各类型节目的创制和呈现，实现各平台多维度的流量分成，为更多元的传播体系赋能，将综艺节目的制播引向创新化、生态化，促使这一由疫情特殊背景所衍生出的全新节目形式——“云录制”，得以更长远的接续创新和传承发展。

那么，疫情结束后，“云录制”将何去何从？广播电视台应该如何融入新技术业态，在5G、人工智能、融媒体的交互场域中，实现破局与突围，能否成为未来长远发展的新媒介形态呢？我们拭目以待。

参 考 文 献

- [1] 田园：《“云录制”的实践路径与前景展望——中央广播电视台“云录制”的实践与思考》，《传媒》2020年第13期，第9页。
- [2] 江波、张维炜：《后疫情时代的媒体经营转型与创新》，《新闻研究导刊》2020年第6期，第79页。
- [3] 《国家广播电视台组织网络视听媒体做好共同战“疫”宣传》，国家广播电视台，<https://mp.weixin.qq.com/s/9J2texkNXLqW15YFI36WYw>，2020年1月30日。
- [4] 喻国明：《重建信任：后疫情时代传播治理的难点、构建与关键》，《新闻界》2020年第5期，第13页。
- [5] 徐冰：《湖南卫视“云录制”：以双主流创新引领潮头》，《传媒》2020年第13期，第23页。
- [6] 陈晨、李丹：《“云录制”与“云综艺”：一场非常时期的媒体创新实验》，《观潮》2020年第3期，第17页。
- [7] 叶心怡：《新冠疫情背景下的“云综艺”创新策略解析》，《视听纵横》2020年第3期，第65页。
- [8] 数据来自央视-索福瑞收视率调查，<https://www.csm.com.cn/>，2020年3月5日。
- [9] 喻国明、陈雪娇：《理性逻辑与感性逻辑的交互与协同：媒介内容生产的新范式》，《湖南师范大学社会科学学报》2020年第2期，第120页。
- [10] 《麦肯锡报告：疫情之下的行业洞察》，BrandAds微信公共号，<https://mp.weixin.qq.com/s/5N4WBwdWoy1tquvPVnTNuA>，2020年4月13日。
- [11] 胡翼青：《走在媒介融合的十字路口》，《名家论道》2018年第9期，第52页。
- [12] 喻国明：《重建信任：后疫情时代传播治理的难点、构建与关键》，《新闻界》2020年第5期，第13页。
- [13] 刘运来：《介入与连接：后疫情时代媒体融合反思》，《青年记者》2021年第2期，第31页。
- [14] 任陇婵：《后疫情时代广电媒体的生态转型》，《中国广播影视》2020年第13期，第72页。
- [15] [18] 潘东辉 龙禹濛：《战略布局 技术赋能 融合驱动——中央广播电视台云传播创新实践》，《新闻战线》2020年第12期，第60页。
- [16] [17] 江波、张维炜：《后疫情时代的媒体经营转型与创新》，《新闻研究导刊》2020年第6期，第80页。
- [19] 杨雅、肖安琪：《“云”趋势与品效合一：我国网络综艺节目发展历程与新探索》，《教育传媒研究》2020年第6期，第77页。
- [20] 肖军：《战疫期间“云综艺”生产传播机制蜕变、功效及未来》，《声屏世界》2020年第8期，第93页。

致 谢

多少年，日升月落转瞬间过。于 2017 年初秋相遇，至 2021 年盛夏别离。

天道酬勤，功不唐捐。故九万里则风斯在下矣，而后乃今培风；背负青天而莫之夭阏者，而后乃今将图南。对广电的热爱始于中学，缘于一七年中传自主招生，后到济大的四年，又备考南大、转战华师，诸多遗憾、也多欢喜。与世殊伦，生有余幸。期待未来能够继续在新闻与传播的路上继续前行！

桃李不言，下自成蹊。首先谨以最诚挚的敬意感谢我的导师俞艳庭教授，本论文从选题的建议、格式的修正、内容的完善直至最终论文撰写，均给予了我建设性的指导和帮助。同时，在此感谢本科四年期间所有授课老师的教导，拓展了我的专业思维。幸遇良师，谨记教诲。祝愿各位老师在未来的工作生活中身体健康，工作顺利！

同窗四载，幸得知已。这世界上有让人立即安心的东西，或许就是我们短暂人生中最深的羁绊。平淡中互相扶持，失意时彼此依靠，各奔前程惟愿安好。感谢马冰同学在论文写作过程中给我的建议和帮助。不论日子好坏、爱在何方，祝我们保持热爱，奔赴山海，得偿所愿，万事胜意！

父母之恩，深切感怀。借此机会，感谢我的父母家人在学业和生活中给予的支持和陪伴。尊重我的决定，相信我的选择，开解我的压力，并在人生的各个阶段做我坚定地后盾。我一定会带着这份美好的期许继续成长，祝愿家人们幸福安康！

追风赶月莫停留，平芜尽处是春山。人和人是互相刮过彼此生命里的风，总有人跨进他的生命里，愿意和他站在这里听一阵风。论文已近尾声，文末搁笔，思绪繁杂。生活很广、人生很长，每个优秀的人都有一段沉默的时光，我们今天所走的每一步，经历的每一各瞬间，做出的每一个决定可能会成为遗憾，也会带你走向幸运。

道青山不改，绿水长流；等别来无恙，佳期将至；愿后会有期，来日方长。物来顺应，未来不迎，保持初衷，心怀热望，每一天都将耀眼。愿每一岁，奔走在热爱里。

最后，感谢各位评审老师在百忙之中抽出宝贵时间参与我的论文评审，多谢各位老师的宝贵建议和指导！