

扶摇天地一镜开，山河巨变入画来

中国首部卫星新闻纪录片《太空的见证》创作记

网友评《太空的见证》

@ 灵狐不蹲

就该这样讲好我们的故事。以后,我们要继续讲,光明正大、敞敞亮亮地讲。讲得漂亮,讲得精彩。有多少国家,想做却做不到;有多少国家,甚至连想都不敢想。这就是奇迹。努力的奇迹,坚持的奇迹,奋斗的奇迹,刻苦的奇迹……

@ 安之念之的小故事

这几年脱贫攻坚成果,是肉眼可见的。我妈妈的老家,每一个贫困户都有指定的扶贫干部。我爸爸的同学参与精准扶贫,一年里有一半多的时间都是在山村里。我老公老家的贫困户,家家都养了牛羊,两三年过去了,逐渐养成了规模。每次看到这些信息都很泪目,我们生活在一个伟大的国家!

@ 梨味焦糖布丁

利用通勤时间看了一会儿。种了苹果以后贫困村的变化,那些数字看上去好像微不足道,但是配合画面和旁白真的好振奋人心。高中时上思政课,只是单纯背诵退耕还林的重要意义,但看了卫星图像后,才真正深刻理解了。真的太了不起了!

@ 五啊姐姐

认真看完了,不得不说不前对三区三州的状况了解甚少,感谢有这么个机会能通过卫星很好地了解当地的各种艰难,看到当地居民生活的大改变。

@ 妥妥

考上大学不易,从乡村考上大学更不易,深深为优秀英喝彩!“农村女孩,像你一样,考出来不容易”,看到这一刻,泪流满面。希望更多的农村女孩坚持住,贫困终会被克服,坚持下去,我们都有美好的明天。

@ B站弹幕

“看完感到自豪、骄傲、感动,还有更多的信心,对未来生活的信心!”
“脱贫只是开始,未来会越来越越好。”
“只有国家队才能做出这样的大片!”
“感觉如果电影院放这部纪录片,我绝对会花钱看。”
“不过瘾,期待下集!”
“我能做的恐怕也就只有让更多人知道这部纪录片。”
“我不喜欢说教,但这种实打实的把所有人都看得见的证据扔到脸上的方式,请多来点!”



《太空的见证》系列海报《墨脱公路》。 设计:董蕊

融媒故事

钟昊熹、程瑛、周锦帅、程婧、丁新珂、张帅

“46分钟,我居然用手机流量看完了,太震撼太感动了。”(微信用户:一根坏萝卜)
“太棒了!带着九岁的儿子一起看的,进行了一次‘用数据说话’的爱国教育。”(微信用户:Aminta·燃)
……

数十万真情感言和鲜活评论,是网民送给《太空的见证》创作团队最好的新年礼物。
告别2020年之际,新华社卫星新闻实验室推出国内首部卫星新闻纪录片《太空的见证》。上线72小时,系列产品全网传播量突破10亿次、互动量超千万次,转载转发突破8000家次,形成一次“现象级”传播。
短视频时代,一部长达46分钟、反映“三区三州”脱贫攻坚的主旋律纪录片,为何让用户如此动容?

“院线品质”创新主题报道

这是人类历史上规模空前、力度最大、惠及人口最多的脱贫攻坚战。如何记录这一“人间奇迹”?
“三区三州”脱贫攻坚主题确定之后,新华社相关领导提出,打造一部以卫星为主视觉的新闻纪录片,尝试用新技术新创意升级主题报道视听体验。

依托媒体融合生产技术与系统国家重点实验室科研成果,创作团队融合运用卫星遥感、航空测绘、三维建模、基于真实地理信息的科学数据可视化等多种技术手段,将来自深度贫困堡垒“三区三州”的9个小故事,以“一镜到底”式的长镜头语言,无缝融入“扶摇天地间”的视觉整体设计之中,给广大观众带来了一场大时空感知、全景式记录、沉浸式体验。
12颗卫星拍摄数千张遥感影像、10万张无人机影像数据合成的6个航空测绘模型、33个三维建模……这些数据技术,是创作团队打造全新效果的基础。
西藏墨脱公路穿山越岭、新疆策勒绿洲神奇“握手”、新疆柯坪3万亩新增农田、云南怒江森林“伤疤”修复……一系列新发现,也只有通过空天视角才能观察、捕捉,很多网友看了以后直呼,“不考虑出一组壁纸吗?”“节奏和转场实在太好了”“国产纪录片的镜头终于不土了”“赶紧拍下一部”。
运用卫星遥感等技术,地球尺度上的昼夜轮转、风云变幻、荒漠寥廓、冰湖沉寂,都成为中国脱贫攻坚决战决胜的宏大背景。视野之变、视听之变,让用户可以通过生理感官,具象感受发生在“三区三州”大地上那些抽象却又真实的“大地史诗”“人间奇迹”,其穿透力和感染力绝非文字描述可以比拟。

在音乐表达上,创作团队与专业团队合作,按电影标准为全片创作原创配乐,以交响乐打底,融入民族音乐元素、旋律结构创新、和声色彩运用、音乐调性转换、独特音色变化等声音手段,呈现出符合中国人文情怀、哲学思想和审美偏好的音乐语言,让新闻产品更具完整性,更有感染力。



《太空的见证》主海报。 设计:高鹏

有地理高度,更要有思想高度 情感温度

项目总策划刘思扬反复要求创作团队,既要有站在60万米高空看山河变迁“是什么样”的地理高度,更要有站在“天安门城楼”想决胜脱贫攻坚“为什么能”的思想高度,还要有走进人心、打动人的情感温度。
从太空看大地变迁不难,难点在于如何通过眼见为实的直观景象,串联起地上变化和人物故事,更深刻揭示巨大变迁背后的密码和逻辑。项目启动之初,创作团队就着手梳理党中央有关精准扶贫,特别是“三区三州”脱贫攻坚的重大政策、重要论述,从中抽取有关信息和线索,并与地理点位、人物故事结合起来。
在后期制作中,团队穿插运用总书记原声、受访对象同期声、画外解说等多种手段,实现声画融合,力求生动反映中国共产党精准扶贫、带领人民持续奋斗的伟大实践,深刻揭示创造人类减贫史上中国奇迹背后的思想逻辑。
很多观众感叹,从太空看地球的效果实在太震撼了。然而,更能打动人的,依然是人的故事、人的面容。作为一部融汇科学视角的纪录片,《太空的见证》要兼顾震撼与动人,就要将空、天、地、人融为一体,通过新技术实现从60万米高空,到人物个体命运的融合贯通。
跟随卫星从太空看“三区三州”,观众在领略大美自然、品味沧海桑田的同时,也能亲眼目睹,如临其境地体验脱贫攻坚带来的“星球变化”,这种前所未有的直观感受和震撼体验,更容易给人以信服感,引发共鸣共情。
很多用户留言:在目不暇接的视觉冲击下看完全片,担心“进度条”,希望多看一会儿。



《太空的见证》视频截图。四川凉山州“悬崖村”藤梯变钢梯。



《太空的见证》视频截图。西藏墨脱县茶农在采茶。

儿。不少用户感叹:“好家伙,还以为是超级壁纸”“每一帧都是屏保”。B站网友发弹幕说:“看着看着就流泪了,谁能人定胜天,唯我中华民族”“看完感觉自豪骄傲感动,比这更多的是信心,对未来生活的信心”“看到开头我就激动得颤抖了,我们有多棒?我们叫中国!”

融合传播让大流量充盈正能量

一部好的纪录片,要有品质、有流量,也要有口碑。《太空的见证》上线之前,创作团队反复思考:碎片化、浅阅读流行时代,这么正这么长的一部视频,用户会不会“买账”?有没有耐心看?
融媒体时代,三分靠制作,七分靠运营。创作团队将产品运营摆在重要位置,统筹各类平台,吃透平台调性,把握传播节奏,配合主片上线,综合运用话题式、交互式、碎片化等融合传播手段,努力提升产品传播力影响力。
围绕主打产品,运营编辑协同创作团队进行多元加工,制作预告片、海报、短视频、微博微信推文、报刊图文、抖快微视频、视频彩铃、彩信、5G富媒体消息等多种衍生内容,形成产品矩阵,覆盖线上线下17类传播终端,形成一体化发布体系。
在传播策略上,摒弃以往“排浪式”宣发手法,抓住关键点位撬动网络流量。预热阶段推出一分钟预告片,设置#卫星见证脱贫奇迹#话题,邀请正能量艺人转发推荐,将宏大主题与流量热度结合,营造线上热度。
纪录片主片以新华社客户端为首发端口,在微信、微博等主账号梯次发布,进而通过聚合平台、视频平台、直播平台等扩大线上

覆盖面,通过电视台、户外大屏等渠道覆盖线下场景,借助社交平台、知识问答、“二次元”社区实现互动传播。

此外,利用移动通信网直达用户优势,以多元加工生成的视频彩铃、彩信、5G富媒体消息、音乐等多种产品,覆盖移动、电信运营商线上传播渠道。向“现场云”用户、地方电视台和县融用户、相关省市区户外大屏推荐展播。

随着梯次发布,产品以高品质的制作、影院级视听享受、创新的表现手法,迅速得到用户认可。融合运营撬动了口碑传播,国务院扶贫办、共青团中央、航天科技、中科院空天院等上百个“蓝V”“大V”推荐转发。

有网友在知乎开设话题,讨论“如何评价中国首部卫星新闻纪录片《太空的见证》”。微博、微信、B站,甚至豆瓣等非传统新闻传播平台,也涌现出一批脱贫受益者、扶贫干部、相关地区行业人士发表的真情感言。有网友提出热切需求,希望《太空的见证》成系列、专题化,进校园、进课堂,期待出背景音乐专辑、出壁纸、出VR产品,希望有多语种版本在海外传播。

这些用户反馈与热切期待,是对创作团队的莫大肯定,更是一种鞭策激励。始终保持内容定力,不断创新技术手段,是新华社卫星新闻实验室的使命与价值。创作“更有趣”的内容、做“有意义”的传播,是我们融合创新路上不懈的追求。



扫描二维码,观看中国首部卫星新闻纪录片《太空的见证》,让12个卫星带你观察人类减贫史上的中国奇迹。