

分类号 G206  
U D C

密级  
编号 10741

兰州财经大学

LANZHOU UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

硕士学位论文

(专业学位)

论文题目 场景理论视域下慢直播的场景构建策略研究

研究生姓名: 石耘辉

指导教师姓名、职称: 黄建军 副教授

学科、专业名称: 新闻传播学 新闻与传播

研究方向: 网络与新媒体

提交日期: 2024 年 6 月 1 日

## 独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 石耘辉 签字日期： 2024.5.30

导师签名： 葛志军 签字日期： 2024.5.30

导师(校外)签名： 张林奇 签字日期： 2024.5.30

## 关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定， 同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1.学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2.学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 石耘辉 签字日期： 2024.5.30

导师签名： 葛志军 签字日期： 2024.5.30

导师(校外)签名： 张林奇 签字日期： 2024.5.30

# **Study on the scene strategy of slow live broadcasting from the perspective of scene theory**

**Candidate :** 石耘辉

**Supervisor:** 黄建军

## 摘要

随着传播环境和媒介生态的深刻演变,场景已然成为媒介传播中不可或缺的要 素,为行业带来新的增长点和发展机遇。在融媒体时代的大潮中,移动平台凭借其高度的灵活性和便捷性,正在直播市场中逐步扩大其影响力。与此同时,网络直播行业以其独特的互动性和创新性迅速崭露头角,成为引领行业趋势的重要力量。慢直播作为一种全新的直播形态应运而生,不仅为直播行业注入了新的活力和创新元素,更在央视频 APP 的火神山和雷神山医院建设系列慢直播后,引起了社会各界广泛的关注和讨论。至此,慢直播的应用场景不断扩展,传播内容也日益丰富多样。

本文基于场景理论,采用访谈法和案例分析法相结合的方法对慢直播的场景化传播进行研究,全文共分为五章进行论述。第一章为绪论,主要对慢直播及场景理论的基础概念进行系统的梳理与阐释。第二章深入探讨慢直播的发展历程,并在场景理论的框架下,详细剖析慢直播与传统直播的异同点,以及慢直播场景构建的核心要素,从而深化对慢直播场景化传播机制的理解。研究发现,慢直播在场景形式、目的和互动上与传统直播有显著差异,其要素构建尤其关注空间环境、用户状态及社交氛围的营造。第三章从传播场景出发,将慢直播细分为新闻、风景、生活和萌宠四大场景,深入剖析了各类场景的独特价值,包括加深认知、塑造景观、提供心理补偿和宠物体验等。第四章则通过传播渠道、受众和传播效果三个角度,全面探讨了场景理论下的慢直播传播策略。其中,社交媒体和网络传播被视为核心渠道,受众既是参与者也是内容创造者,传播效果则强调沉浸式体验和情感陪伴的重要性。第五章深入反思了慢直播的场景传播策略,揭示了慢直播存在商业化倾向、传播方式单一、内容雷同以及互动不足等问题,并针对这些问题提出了优化建议,旨在通过生产高质量内容、丰富信息阐释和加强隐私保护等措施,推动慢直播的可持续发展,为其提供理论支持和实践指导。

**关键词:** 场景理论 慢直播 场景构建 传播策略

## Abstract

With the profound evolution of communication environment and media ecology, scene has become an indispensable element of media communication, bringing new growth points and development opportunities for the industry. In the tide of the era of financial media, mobile platforms are gradually expanding their influence in the live broadcast market by virtue of their high flexibility and convenience. At the same time, the network broadcast industry with its unique interaction and innovation quickly emerged, becoming an important force leading the industry trend. As a new form of live broadcasting, slow live broadcasting has not only injected new vitality and innovative elements into the live broadcasting industry, but also attracted wide attention and discussion from all walks of life after the construction of a series of slow live broadcasting in Huoshenshan and Leishenshan Hospital of Central Video APP. At this point, the application scenarios of slow live broadcasting continue to expand, and the dissemination content is increasingly rich and diverse.

Based on scene theory, this paper adopts the method of combining interview method and case analysis method to study the scene communication of slow live broadcasting. The whole paper is divided into five chapters to discuss. The first chapter is the introduction, which mainly combs and explains the basic concepts of slow live broadcasting

and scene theory. The second chapter deeply discusses the development process of slow live broadcasting, and analyzes in detail the similarities and differences between slow live broadcasting and traditional live broadcasting under the framework of scene theory, as well as the core elements of the construction of slow live broadcasting scene, so as to deepen the understanding of the scenario-oriented communication mechanism of slow live broadcasting. It is found that slow live broadcasting is significantly different from traditional live broadcasting in terms of scene form, purpose and interaction, and its element construction pays particular attention to the creation of spatial environment, user status and social atmosphere. Starting from the communication scene, the third chapter subdivides the slow live broadcast into four scenes: news, scenery, life and cute pets, and deeply analyzes the unique value of various scenes, including deepening cognition, shaping landscape, providing psychological compensation and pet experience. The fourth chapter comprehensively discusses the slow live broadcast communication strategy under the scene theory through the three angles of communication channel, audience and communication effect. Among them, social media and online communication are regarded as core channels, audiences are both participants and content creators, and communication effects emphasize the importance of immersive experience and emotional companionship. The fifth chapter deeply

reflects on the scene communication strategy of slow live broadcasting, reveals the problems of slow live broadcasting, such as commercialization tendency, single communication mode, similar content and insufficient interaction, and puts forward optimization suggestions to solve these problems, aiming at promoting the sustainable development of slow live broadcasting by producing high-quality content, enriching information interpretation and strengthening privacy protection. To provide theoretical support and practical guidance.

**Key words:** Scene theory; slow live broadcast; scene construction; communication strategy

# 目 录

<b>1 引 言</b> .....	<b>1</b>
1.1 研究背景及研究意义 .....	1
1.1.1 研究背景 .....	1
1.1.2 研究意义 .....	1
1.2 研究现状 .....	2
1.2.1 慢直播研究现状 .....	2
1.2.2 场景理论研究现状 .....	5
1.3 研究方法与理论依据 .....	7
1.3.1 研究方法 .....	7
1.3.2 理论依据 .....	8
1.4 创新点与难点 .....	8
1.4.1 创新点 .....	8
1.4.2 难点 .....	9
<b>2 场景理论视域下慢直播的基本概况</b> .....	<b>10</b>
2.1 慢直播的发展历程 .....	10
2.1.1 国外慢直播发展状况 .....	10
2.1.2 我国慢直播发展状况 .....	11
2.2 场景理论视域下慢直播与传统直播的差异 .....	13
2.2.1 场景形式的不同：主导与自组织 .....	13
2.2.2 场景目的的不同：快接受与慢共享 .....	13
2.2.3 场景互动的不同：单一性与多样化 .....	14
2.3 场景理论视域下慢直播场景要素构建分析 .....	14
2.3.1 空间与环境：“后台”前置塑造原生态场景 .....	13
2.3.2 用户实时状态：“集体记忆”凝聚情感共鸣 .....	13



2.3.3 用户生活习惯：精准定位迎合受众需求 .....	14
2.3.4 社交氛围：互动沟通形成社会共识 .....	14
<b>3 场景理论视域下慢直播的场景内容构建类型及价值 .....</b>	<b>18</b>
3.1 慢直播+新闻内容场景：加深新闻事件的整体认知 .....	18
3.1.1 为受众完整呈现客观、真实的现场实况 .....	19
3.1.2 满足受众对信息真实性和实效性的要求 .....	19
3.2 慢直播+风景内容场景：塑造身临其境的独特景观 .....	20
3.2.1 给受众营造身体的“虚拟在场” .....	20
3.2.2 促进旅游业的发展和文化交流 .....	21
3.3 慢直播+生活内容场景：营造感同身受的补偿心理 .....	22
3.3.1 形成有趣和谐的互动氛围与情感体验 .....	22
3.3.2 营造舒缓欢乐的心理状态与感官体验 .....	23
3.4 慢直播+萌宠内容场景：打造在场“撸宠”体验 .....	24
3.4.1 场景适配下的线上“饲养员”形象 .....	24
3.4.2 场景适配下的萌宠“拟人化”形象 .....	25
<b>4 场景理论视域下慢直播的传播策略分析 .....</b>	<b>28</b>
4.1 传播渠道：社交媒体的连接与网络传播的助力 .....	28
4.1.1 惯习行为的重塑：社交媒体的连接形成圈层文化 .....	29
4.1.2 资本要素的交互：网络传播的助力创造群体符号 .....	29
4.2 传播受众：媒介事件的参与者与内容的产消者 .....	31
4.2.1 理念场景：媒介事件参与者的共情唤醒 .....	31
4.2.2 工具场景：媒介内容产消者的二次传播 .....	31
4.3 传播效果：虚拟在场的沉浸式传播与情感式陪伴 .....	33
4.3.1 技术构建的共享：实现虚拟在场的沉浸式传播 .....	33
4.3.2 “云在场”的创造：满足虚拟在场的情感式陪伴 .....	34
<b>5 场景理论视域下慢直播的传播策略反思与优化 .....</b>	<b>36</b>
5.1 场景理论视域下慢直播传播策略反思 .....	36
5.1.1 场景仪式商业化：虚拟仪式场域削弱情感共识 .....	36

5.1.2 场景传播单一化：镜头切换少导致传播效果不佳 .....	37
5.1.3 场景内容雷同化：跟风式慢直播缺乏创新意识 .....	38
5.1.4 场景互动缺失化：缺乏及时互动造成流量流失 .....	38
5.2 场景理论视域下慢直播传播策略优化 .....	39
5.2.1 生产优质内容：提高受众观看慢直播的使用黏性 .....	39
5.2.2 增加信息阐释：拓展慢直播的传播形式与应用价值 .....	40
5.2.3 制定相关条例：加强慢直播传播过程中的隐私保护 .....	40
5.2.4 加强技术运用：技术助力实现传播场景专业化 .....	40
<b>6 结语 .....</b>	<b>42</b>
<b>附录 .....</b>	<b>49</b>

# 1 引言

## 1.1 研究背景及研究意义

### 1.1.1 研究背景

我国的网络直播起源于 2005 年，尽管其诞生时间相对较晚，然而其发展势头迅猛，受众群体广泛，逐渐成为了人们生活中不可或缺的一部分。据中国互联网络信息中心 CNNIC 发布的第 51 次《中国互联网络发展状况统计报告》得知，截至 2022 年 12 月，我国网络直播用户规模达 7.51 亿，较 2021 年 12 月增长 4728 万，占网民整体的 70.3%<sup>①</sup>，且呈持续上升趋势。慢直播作为媒介融合的一种新形式，它不仅在实践中被广泛应用于各地的媒体融合，而且以其独特的传播方式和内容价值引发了公众的积极参与和关注。2020 年初，央视频 APP 推出的关于雷神山、火神山医院建设系列的慢直播，在播出后迅速吸引了近 9000 万网民的观看与积极参与评论，其影响力之广、参与度之高均达到了空前的水平，标志着慢直播在国内首次成为一个具有现象级重要性的议题，展现了其在信息传播和公共参与方面的巨大潜力。

慢直播的兴起进一步拓宽了“直播”的概念边界。相较于电视直播和传统网络直播，慢直播以其特有的缓慢节奏和较长时长，摒弃了主持人的实时解说以及后期的剪辑制作，从而更为全面且真实地呈现了事件现场的原貌。在场景时代的背景下，慢直播的场景构建呈现出日益多样化的趋势，引发了学术界的广泛关注与研究。本文旨在以场景理论为框架，深入剖析慢直播的场景建构与传播策略，进而提出针对性的优化建议，以为慢直播的实践发展提供一定的理论支撑和实践指导。

### 1.1.2 研究意义

#### (1) 理论意义

作为一种新兴的传播形式，学术界对慢直播的研究多集中于 2021 年之后，

<sup>①</sup>中国互联网络信息中心（CNNIC）. 第 51 次中国互联网络发展状况统计报告[R]. 2023. 3

研究问题大多是慢直播在新冠疫情期间发挥的特殊功能和作用，案例也多以“雷神山”“火神山”的系列慢直播为主。随着时间的推移，将慢直播这一新兴传播形式的研究局限于其在疫情期间的应急作用，显然已无法满足当前学术与实践的需求。鉴于此，本文基于场景理论，采用整体性的研究视角，深入探究慢直播的场景构建类型与传播策略。从研究的深度与广度来看，本文在慢直播研究领域具有一定的探索性和创新性。

## （2）现实意义

本研究的现实意义在于，通过对慢直播场景构建的细致剖析，以及对其传播策略中存在不足的深入探讨，为后续相关研究提供了有益的借鉴和参考。同时，本研究针对慢直播在传播策略上的不足，提出了具有针对性的重构建议，有助于慢直播在社会、政治、文化等多个领域更好地发挥其独特作用。此外，本研究还强调了慢直播内容伦理与价值导向问题的重要性，为慢直播未来的健康发展提供了有益思考方向。

## 1.2 研究现状

### 1.2.1 慢直播研究现状

当前，学术界对于“慢直播”议题的讨论与研究逐步增多。截至到2023年12月，在CNKI上检索“慢直播”关键词可得相关论文共490篇，其中期刊472篇，硕士学位论文18篇。文献发表时间大都在2021年以后，金曙《从慢直播实践看视频直播生态的融合与创新》一文，最早将慢直播作为一种传播形态来研究，通过对大量的慢直播案例进行分析，得出慢直播与传统直播的区别，同时强调慢直播可能是未来视频直播发展的新方向。<sup>①</sup>而后2020年3月宋成发表的《“慢直播”与“饭圈文化”：“云监工”的传播学解读》<sup>②</sup>一文，获得了较高的引用量和下载量，慢直播研究开始走进更多人的视野，相关论文和文献呈爆发式增长。在已有的研究中，对慢直播的研究方向可以大致分为以下几个方面：

#### 一、从功能角度来分析慢直播

曾抒羽在《对慢电视、慢直播陪伴性功能的解读》中提到，慢直播为用户营

<sup>①</sup>金曙. 从慢直播实践看视频直播生态的融合与创新[J]. 上海广播电视研究, 2019, (01): 106-111.

<sup>②</sup>宋成. “慢直播”与“饭圈文化”：“云监工”的传播学解读[J]. 新闻与写作, 2020, (03): 56-61.

造了身体的“虚拟在场”体验,除了高清画质和细腻音效所带来的沉浸式感受外,观众之间的互动与交流也增强了慢直播的吸引力。<sup>①</sup>程雅堃与刘远在《千万“云观看”背后:慢直播网民互动心理探析》中提到,慢直播的自然态、无媒介、无干预的直播样态,已成为了受众进行线上社交,唤起受众情感共鸣的重要传播手段。<sup>②</sup>刘晓来在《慢直播:沉浸传播的渲染与重叠共识的构建》中提到,慢直播通过凝聚情感的共识,来形成“集体记忆”,并不断在交流整合中发展为真实群体。<sup>③</sup>张一帆在《慢直播在城市形象传播中的应用——以《美丽河北》为例》中提到,通过慢直播对城市形象进行传播,能在“慢”中实现情景融合,加深城市印象,优化用户体验,增强文化共鸣,提升传播效果。<sup>④</sup>杨曦与赵迪在《慢直播提升新闻传播力的策略与路径——以运城日报社融合创新实践为例》中提到,慢直播作为一种新兴的直播方式,以无剪辑、沉浸式获得了用户的喜爱。并为主流媒体提升传播力、引导力、影响力、公信力提供了新路径<sup>⑤</sup>

## 二、从传播学理论视角来分析慢直播

王琦和常世林在《使用与满足视角下的慢直播分析》中提到,通过分析受众对慢直播的使用动机及需求满足程度,得出了慢直播将会给用户带来情绪价值和社会价值的双重效用。<sup>⑥</sup>郑浩然在《共情视角下慢直播的传播策略研究——以央视频《疫情24小时》为例》中认为,慢直播最显著的一个特征是通过营造身体的“虚拟在场”来让用户实现情感上的链接,从而达到共情传播,凝聚合力,并对慢直播的共情传播提出建议。<sup>⑦</sup>张漫莘在《全景敞视视域下慢直播的发展局限及对策探析》中,结合全景敞视理论指出慢直播通过24小时不间断的直播,给用户营造出“全景监狱”式的体验,满足了用户对信息的“实时”需求,并结合全敞视理论对慢直播的发展提出优化建议。<sup>⑧</sup>徐丽娟在《5W视阈下沉浸式新闻传播研究——以央视频慢直播为例》中,基于拉斯韦尔的5W从传播主题、传播内

①曾抒羽.对慢电视、慢直播陪伴性功能的解读[J].中国广播电视学刊,2020,(07):62-64.

②李菲.情感、话语与价值认同:慢直播中当下记忆的建构——以《疫情24小时》为例[J].怀化学院学报,2020,39(03):89-96.

③刘晓来.慢直播:沉浸传播的渲染与重叠共识的构建[J].海河传媒,2020,(06):20-24.

④张一帆.慢直播在城市形象传播中的应用——以《美丽河北》为例[J].传播与版权,2023,(23):79-82

⑤杨曦,赵迪.慢直播提升新闻传播力的策略与路径——以运城日报社融合创新实践为例[J].中国报业,2023,(23):59-61.

⑥王琦,常世林.使用与满足视角下的慢直播分析[J].上海广播电视研究,2023,(02):109-114.

⑦郑浩然.共情视角下慢直播的传播策略研究[D].安徽财经大学,2023.

⑧张漫莘.全景敞视视域下慢直播的发展局限及对策探析[D].河北大学,2022.

容、传播渠道、传播受众、传播效果对新闻类慢直播进行研究,探讨其特性。<sup>①</sup>

### 三、从新闻应用视角来分析慢直播

高凌在《慢直播在新闻传播中的应用与功能》中提到,慢直播+新闻的新形式给媒体带来了增加受众黏性的机会和空间,这种新形式以多元化的参与式体验,提升受众的关注热情,从最基本的追求流量和点击率上升为让受众“留得住”、“黏得紧”。<sup>②</sup>邵婉霞在《“新闻+慢直播”的融合与创新实践——以火神山、雷神山医院慢直播为例》中提到,新闻+慢直播的新形式在用户的互动交流中影响了舆论导向,这种让渡传播话语权的方式增强了用户参与感、沉浸感、互动感,未来将成为新闻事件常态化的传播手段。<sup>③</sup>孟秀玲在《慢直播在新闻视频领域的实践与创新》中提到,慢直播的“慢”节奏是对新闻现场的“实时展现”,用户可以更直观的了解新闻事件的全过程,起到更好的监督作用。<sup>④</sup>

### 四、从媒介融合角度和未来发展方向来分析慢直播

王晴在《融媒时代主流媒体新闻报道的创新——以央视频“两神山医院建造慢直播”为例》中提到,央视频 APP 关于“两神山医院”建造的系列慢直播可以为主流媒体探索媒介融合提供新的发展思路,慢直播作为一种新兴的直播形式,兼具互动、反馈与内容的创新。<sup>⑤</sup>穆素华在《融媒体直播的创新探索——以中央广播电视总台“慢直播”等为例》中提到,慢直播重构了新闻的生产,推动了媒体融合向纵深发展。中央广播电视总台的相关慢直播,可以为地方媒体发展慢直播提供借鉴意见。<sup>⑥</sup>沈毅玲在《媒介融合视阈下地方主流媒体慢直播优化策略探析》中提到,地方主流媒体在推进媒介融合时,尤其要注重慢直播在媒介融合中所发挥的重要作用,利用慢直播放大仪式化效果,从而提升受众的情感共识,更好的传播主流声音,打造地方城市形象。<sup>⑦</sup>

然而,尽管慢直播已经引起了学术界的兴趣,并在多个领域展现出其独特价

①徐丽娟. 5W 视阈下沉浸式新闻传播研究——以央视频慢直播为例[J]. 科技传播, 2020, 12(08):63-64+68.

②高凌. 慢直播在新闻传播中的应用与功能[J]. 新闻世界, 2023, (10):93-95.

③邵婉霞. “新闻+慢直播”的融合与创新实践——以火神山、雷神山医院慢直播为例[J]. 青年记者, 2020, (14):6-7.

④孟秀玲. 慢直播在新闻视频领域的实践与创新[J]. 青年记者, 2020, (14):4-6.

⑤王晴. 融媒时代主流媒体新闻报道的创新——以央视频“两神山医院建造慢直播”为例[J]. 传媒, 2021, (20):32-34.

⑥穆素华. 融媒体直播的创新探索——以中央广播电视总台“慢直播”等为例[J]. 中国记者, 2020, (03):14-16.

⑦沈毅玲. 媒介融合视阈下地方主流媒体慢直播优化策略探析[J]. 闽南师范大学学报(哲学社会科学版), 2023, 37(04):19-26.

值,但当前的研究仍存在两个方面的不足。第一,对慢直播的理论研究尚显薄弱。目前的研究多从实证角度出发,分析具体案例,而对其背后的传播理论、受众心理等方面的深入探讨相对较少。第二,慢直播的跨文化研究有待加强。不同文化背景下,慢直播的接受度、应用场景和传播效果可能存在显著差异,这方面的研究将有助于我们更全面地理解慢直播的社会文化意义。

## 1.2.2 场景理论研究现状

当前,国内在场景理论方面的研究尚显不足。通过在中国知网(CNKI)以“场景理论”作为关键词进行检索,可得到相关文献共计600篇,这些研究主要集中在以下三个领域:

### 一、关于场景理论的研究

彭兰在《场景:移动时代媒体的新要素》一书中深入探讨了场景概念,她将其定义为个体与周边环境之间相互作用的整体,并强调了在对场景进行研究时需综合考虑环境中的人的因素。当前学术研究普遍认为,场景在移动互联网时代占据了核心地位,成为了媒体在竞争与发展过程中至关重要的资源。<sup>①</sup>郜书锴在《场景理论:开启移动传播的新思维》中提到,移动互联网思维成就移动传播新常态,场景理论的提出为媒体融合发展开启新思维,为移动传播技术开发孕育新机遇。场景五力成为移动互联网发展的核心驱动力,将引领媒体转型与信息产业发展的新方向。<sup>②</sup>而谭天在论文《从渠道争夺到终端致胜,从受众场景到用户场景——传统媒体融合转型的关键》中也从学术角度提出,在互联网背景下,场景可细分为“虚拟场景”和“应用场景”,并指出在移动互联网环境下,场景已然成为了媒体生存与发展的核心竞争要素。<sup>③</sup>

### 二、关于场景建构的研究

在关于场景建构的研究中,喻国明和梁爽在《移动互联时代:场景的凸显及其价值分析》一文内,从社会与个人双重视角深入探讨了场景的构成要素及其相

①彭兰. 场景:移动时代媒体的新要素[J]. 新闻记者, 2015(03):20-27.

② [1]郜书锴. 场景理论:开启移动传播的新思维[J]. 新闻界, 2015, (17):44-48+58.

③谭天. 从渠道争夺到终端制胜,从受众场景到用户场景——传统媒体融合转型的关键[J]. 新闻记者, 2015(04):15-20.

互关系，强调了这两大要素在场景构建中的交织与互动。<sup>①</sup>同时，黄蒙水和倪学礼通对比分析方法，指出了物理环境、冲突价值及戏剧价值在影视剧场景构成中的必要性。<sup>②</sup>而尹晖则从另一个维度出发，将影视场景的构成要素细分为物质与情绪两大类，为场景研究提供了新的学术视角。<sup>③</sup>这些学术成果共同推进了场景理论的发展与完善。

### 三、关于场景在具体媒介中运用的研究

谭天和张冰冰在《“互联网+电视”的场景构建》的文中指出，在移动互联网的时代语境下，“场景”已成为推动传统电视向数字化转型与升级的重要策略，其对于促进互联网与电视媒体的深度融合具有显著意义。<sup>④</sup>王海玉在其研究的论文《场景理论视角下的图书直播互动研究》中，基于场景构建的理论框架，探讨了图书直播互动在场景化发展过程中的实践价值与影响，并结合案例，运用传播学的相关理论，系统分析了场景化现象背后所存在的内在逻辑与运行机制，为相关领域的研究提供了新的学术视角与思路。<sup>⑤</sup>

通过梳理国内研究现状可知，学界对慢直播的研究越来越重视，已经涉及多个研究角度，然而以场景理论为视角来对慢直播进行研究的论文并不多，例如，夏露在《全媒体时代慢直播应用场景与发展路径》中，从宏观视角将慢直播分为新闻类场景和非新闻类场景两类，并提出新闻场景类慢直播将成为融媒体产品的热点。<sup>⑥</sup>朱碧云在《场景视域下的“雷神山”“火神山”移动新闻慢直播研究》中，对移动新闻慢直播的场景内容构建进行研究，并指出未来的移动新闻慢直播应用于合理、正确的场景之下，将会有令人无限想象的空间。<sup>⑦</sup>冯佳红在《场景理论视域下的慢直播研究——以 iPanda 熊猫频道为例》探讨了单一的动物类慢直播 iPanda 熊猫频道在社交氛围、用户生活习惯、用户实时状态、空间与环境的场景构建。基于此背景，本研究将依托场景理论框架，对慢直播的场景构建策略展开全面且细致的分析。通过深入探究，旨在剖析慢直播在场景构建过程中的

①喻国明, 梁爽. 移动互联时代: 场景的凸显及其价值分析[J]. 当代传播, 2017(01): 10-13+56.

②黄蒙水, 倪学礼. 浅议电视剧的场景叙事[J]. 当代电视, 2014(05): 61-63.

③尹晖. 影视美术中的场景建构[J]. 电影文学, 2009(16): 145-146.

④谭天, 张冰冰. “互联网+电视”的场景构建[J]. 视听界, 2015(03): 25-29.

⑤王海玉. 场景理论视角下的图书直播互动研究[J]. 出版发行研究, 2022, (01): 41-46+53.

⑥桂涛, 胡远珍. “慢直播”的场景建构与注意力效应——以疫情期间的“慢直播”为例[J]. 武汉交通职业学院学报, 2020, 22(04): 92-95.

⑦朱碧云. 场景视域下的“雷神山”“火神山”移动新闻慢直播研究[D]. 江西财经大学, 2022



成功实践及面临的挑战，并针对现有不足提出相应的优化策略。

## 1.3 研究方法 with 理论依据

### 1.3.1 研究方法

#### (1) 案例分析法

案例分析法乃社会科学领域一种至关重要的研究方法，其核心在于对单个或多个具体案例进行深入、详尽的探究，以阐释某一特定现象或问题。该方法着重于对实际案例的细致观察和深入分析，旨在揭示案例背后的深层逻辑、影响因素及其相互关联。在本研究中，笔者将案例分析法作为主要研究方法，精心选取了“雷神山火神山”建设系列慢直播、“杭州亚运会”慢直播、旅美大熊猫“丫丫”归国慢直播以及“美丽河北”慢直播节目等一系列国内慢直播实例作为研究样本。基于场景理论，笔者深入剖析了这些慢直播案例在场景构建与传播策略方面的表现。同时充分借鉴了现有的优秀研究成果，通过这一综合分析，本研究不仅系统总结了当前慢直播传播策略存在的不足之处，更为慢直播的未来发展及相关研究提供了宝贵的参考与借鉴。

#### (2) 访谈法

访谈法乃社会科学研究中一种重要的定性数据收集方法，其核心在于研究者与受访者之间通过面对面的深度交谈来获取丰富而详尽的信息。此法通常不依赖于预设的标准化问卷，而是基于一份概括性的访谈指南来灵活引导对话的展开。访谈法的优势在于研究者能够根据受访者的实时反馈进行针对性的追问和澄清，从而深入探究受访者的观点、经验、态度及行为模式。在本研究中，为深入剖析慢直播场景构建的独特性以及受众的真实感知体验，笔者采用深度访谈法作为主要的数据收集手段。经过严格筛选，最终选定 8 位对慢直播有深度参与和体验的忠实受众作为访谈对象，并制定了详尽的访谈提纲以确保访谈过程的系统性和深度。通过此种方法，笔者得以获取关于慢直播场景构建、受众观看体验及其对慢直播态度和看法的一手资料，为后续准确分析慢直播的传播策略、受众需求及未来发展趋势奠定了坚实的基础。

### 1.3.2 理论依据

“场景理论”源自于媒介理论家麦克卢汉的媒介理论与社会学家戈夫曼的拟剧理论的深度融合。在戈夫曼的视角下，个体在日常生活中的社会互动被视作一种表演艺术，他们在不同的社会场景中灵活切换角色。<sup>①</sup>而麦克卢汉则秉持“媒介即信息”的核心理念，认为新兴媒介的涌现将重塑社会行为的标准与模式。梅罗维茨在这些理论的基础上进一步阐释，新兴媒介不仅催生了新的社会场景，更在这些场景中孕育出崭新的社会交往范式。电子媒介的兴起，尤其打破了传统场景在时空维度的限制，使得社会交往的本质发生深刻变革，场景的存在不再依赖于物理空间，而是以信息流的方式重新定义。此外，电子媒介也消解了个人前台与后台的界限，将原本私密的个人场景融入广阔的公共场景之中，从而引发了学术界所关注的“地域消失”现象。<sup>②</sup>

在媒介融合的时代背景下，场景作为一种新型核心资源，具有显著的现实意义，并逐渐凸显出其重要性。未来的传播趋势预计将不可避免地以场景传播为主导。因此，学术界对场景理论的研究兴趣正逐渐增强，相关的学术成果也日益丰富。同时，多个领域正在积极进行多维度、深层次的场景构建，旨在实现更为理性和高效的传播效果，以期在社会层面产生深远而广泛的影响。这一发展趋势不仅凸显了场景理论在学术研究中的重要价值，同时也揭示了其在实践应用中的广阔前景。

## 1.4 创新点与难点

### 1.4.1 创新点

近年来，学术界对慢直播的探讨逐渐增多，然而从场景理论的视角深入剖析慢直播场景构建策略的研究仍显不足。本文创新性地以场景理论为分析框架，着重探讨慢直播在场景构建方面的样态特征及其传播策略，力求为慢直播研究注入新的视角和深度。同时，针对慢直播场景构建传播策略中存在的不足，提出自己的优化建议，推动慢直播在场景化时代背景下实现更为创新和持续的发展。

<sup>①</sup>欧文·戈夫曼. 日常生活中的自我呈现[M]. 北京:北京大学出版社, 2008:94.

<sup>②</sup>约书亚·梅罗维茨. 消失的地域:电子媒介对社会行为的影响[M]. 北京:清华大学出版社, 2002:32-40.

### 1.4.2 难点

本研究面临的难点主要在于，慢直播作为一个相对较新的研究领域，在我国学界自 2021 年才开始陆续受到关注，导致相关研究的文献数量相对有限。这种研究现状不仅限制了本文在理论构建方面的深度和广度，同时也增加了对慢直播现象进行全面深入分析的难度。因此，本文在理论阐释的深度和丰富性上仍有待进一步挖掘和提升。

## 2 场景理论视域下慢直播的基本概况

在场景理论的框架下，慢直播的传播过程被视作一种具有显著场景化特征的信息传播模式。该理论强调传播行为与环境、情境之间的紧密关联，主张所有传播活动均发生于特定场景之中，并深受场景因素的制约与影响。基于此，对慢直播场景建构的深入研究对于全面把握其传播机制及效果具有不可或缺的重要性。因此，本章将系统梳理慢直播的发展历程，以场景理论为分析工具，深入探究慢直播与传统直播的异同之处，并对慢直播场景构建的核心要素进行细致剖析，以期更为深刻地揭示慢直播的场景化传播本质。

### 2.1 慢直播的发展历程

慢直播从其诞生至今到广泛流行，可划分为三个显著的发展阶段，即电视慢直播、网络慢直播和移动互联网慢直播，这三个阶段的划分是根据慢直播的发展形态差别来划分的。早期的慢直播只存在于电视直播中，用户只能通过电视来进行观看，互联网的普及，使慢直播的形态由早期的电视慢直播向网络慢直播转移，网络慢直播崛起并成为主导形态，用户可以随时随地的观看慢直播，互动交流。而后，伴随 5G 等新技术的发展，移动智能设备的普及，慢直播的形态开始由网络慢直播转向移动互联网慢直播，这种转变不仅打破了时空界限，更赋予了用户随时随地观看的灵活性。慢直播的三个阶段是依次出现的，而并非交叉出现或相互补充的，这种补充性发展揭示了慢直播在不断适应技术进步和用户需求变化的过程中所展现出的多样性与灵活性。

#### 2.1.1 国外慢直播发展状况

慢直播作为一种独特的传媒形式，以其长时间、少量剧情或无剧情、缓慢的节奏和客观的观察视角吸引着观众的目光，根据国外慢直播的发展过程，我们可以窥见不同国家在慢直播领域的多元实践和探索。在澳大利亚，1927 年的沥青滴落实验成为了一种经典的慢直播实践。该实验用围成一圈的高速相机捕捉沥青滴落的过程，这不仅是一次对物理材料的探索，也是一次对人类观察、记录和解

读世界的耐心的挑战。这一慢直播项目持续多年，每一滴沥青的滴落都成为了一次时间和空间的记录，也揭示了时间和物质之间微妙而深刻的关系，可谓历时最长的“慢直播”实验。美国则展示了慢直播在记录日常生活细节中的应用。1963年，诗人约翰·乔尔诺的睡眠过程被实时记录下来，长达5小时20分钟。这不仅是对人类睡眠状态的观察，也是对慢直播表现生活真实面貌的一种尝试。类似的，1966年的《圣诞日志》通过记录圣诞夜晚壁炉中火焰的跳动，带给观众温暖而平静的圣诞氛围。

挪威的NRK广播公司则在慢直播领域做出了多项创新。从2009年的火车驾驶过程到2011年客船航行的全程记录，再到后来的驯鹿迁徙和游轮沿途风景，这些慢直播节目不仅展现了挪威美丽的自然风光，也让观众在长时间的观察和体验中感受到自然的力量和生活的节奏。这些慢直播项目也展现了NRK在技术应用和创新上的领先地位。英国的BBC同样如此，在慢直播领域也有所尝试。《国家美术馆》的慢直播节目带领观众游览了美术馆的珍贵藏品，为艺术爱好者提供了一次特别的观展体验。而《启程吧》则记录了巴斯-肯尼特-雅芳运河的行程，为观众呈现了一条历史悠久、风景秀丽的运河的真实面貌。

这些慢直播实践不仅展现了各国在传媒领域的创新力和想象力，也为观众提供了一种全新的观察和理解世界的方式。它们让观众有机会在快节奏的生活中暂时放慢脚步，去感受时间的流逝和生活的美好。同时，这些慢直播项目也提醒我们，传媒不仅仅是信息的传递者，更是生活的记录者和诠释者。

### 2.1.2 我国慢直播发展状况

慢直播在我国早期的发展并不顺利，很长一段时间内处于无人知晓的阶段。国内公认的最早慢直播平台是iPanda熊猫频道，该慢直播平台是一个以直播大熊猫为主的慢直播平台，通过发布海量原创趣味视频，全天候的实时直播，让用户观看大熊猫的生活状况、日常起居、饮食习惯等。观众在足不出户下，就能见到可可爱爱的大熊猫，观看它们的日常生活、游玩嬉戏。此后，随着技术的革新发展进步，慢直播开始出现于更多的场景下，但仍处于不温不火的状况。



表 2-1 iPanda 熊猫频道慢直播

2020 年初，央视频 APP 推出《疫情 24 小时》系列慢直播，其中关于雷神山、火神山医院建设系列的慢直播，在播出后迅速吸引了近 9000 万网民的观看与积极参与评论，其影响力之广、参与度之高均达到了空前的水平，标志着慢直播在国内首次成为一个具有现象级重要性的议题，展现了其在信息传播和公共参与方面的巨大潜力。央视频 APP 在疫情期间的系列慢直播成功后，使国内媒体开始认识到慢直播的重要性，效仿央视频开始进行慢直播。例如，武汉电视台开启“云上”赏樱花的慢直播，通过搭建慢直播平台，让全网用户足不出户线上就能欣赏樱花的绽放。杭州亚运会期间，中国蓝新闻以俯瞰视角的慢直播形式，把杭州的景观、古村古镇，杭州范围内的亚运场馆陆续呈现在了全球观众面前。在全程 17 个小时的慢直播中，每隔几分钟，就能看到不一样的风景，最终这场慢直播获得数百万和千万的点赞量，相关话题讨论度更是居于当天微博热搜榜前列。这些案例均体现了慢直播的广泛应用，也使慢直播得到深入研究和探索。



表 2-2 杭州亚运会慢直播

## 2.2 场景理论视域下慢直播与传统直播的差异

### 2.2.1 场景形式的不同：主导与自组织

慢直播的场景传播模式相较于传统直播场景形式展现出显著的区别。在慢直播的整个过程中，信息传递摒弃了传统的线性结构，进而演变成为一种更为复杂的网状传播形态。参与者在这一传播环境中自发地汇聚成一种类似克莱舍基所描述的“无组织的组织力量”，其中传播者与接收者的界限变得模糊，每个个体都有机会以平等的身份参与到这场传播活动中来。“无组织”这一特性并非指慢直播中缺乏传播活动的组织者，而是强调受众在参与慢直播时拥有更为广泛的自主性和解码空间，能够更为主动地参与到信息的解读与传播之中。传统直播为了能短时间内吸引大量的用户进行观看，往往会有目的主导直播内容。而慢直播则因为全程直播、无剪辑、无组织可以为每一个用户提供合适的场景交流空间，受众在自发的讨论中感受事件的发展变化，他们不再是被动的信息接收者，而是主动地参与到慢直播的传播链条中，通过发表观点、分享感受、互动交流等方式，成为内容的产消者。这种自组织性不仅丰富了慢直播的内容，也提升了传播受众的参与感和满足感。

### 2.2.2 场景目的的不同：快接受与慢共享

场景理论视阈下，不同的场景慢直播存在着不同的意义。每一种场景都有其意义深厚的文化内涵所在。从场景传播的目的来看，传统直播主要讲究快，它要求受众在短时间内接受到大量的信息，而后及时作出反馈，进而达到设置议程，引导舆论的作用。例如，新闻直播会在30分钟内告诉观众所要传递重要新闻。这种传播模式强调了直播的实时性和受众反应的迅速性。相较于传统直播，慢直播的场景传播目的呈现出截然不同的特点。在慢直播中，由于缺乏传播者的引导和程序设置，加之其特有的长时间播放和缓慢的传播节奏，与当下快节奏的社会环境形成了鲜明的感官对比。这种传播方式赋予了受众更大的自主权，使他们能够从容地对慢直播所传递的内容解码，进而产生共享感。这种慢节奏的直播体验不仅为受众提供了一个放松的空间，也让他们能够更深入地理解和感受直播内容。

例如，央视频 APP 在国庆期间对各地风光的慢直播，使人们足不出户，就能沉浸在美景中，享受场景化过程中带来的共享体验。

### 2.2.3 场景互动的不同：单一性与多样化

符号互动论，这一重要的社会分析理论范式，强调社会互动是通过符号系统进行意义交流与生成的。在此背景下，慢直播以其独特的叙事策略，为观众构建了一个多元且开放的场景互动空间，显著拓宽了话语表达的维度。从叙事学角度观察，慢直播在坚守明确直播主题的同时，其叙事视角呈现出了原始且未经修饰的特点，摒弃了加工、剪辑及背景音乐等传统制作手法，从而极大地减少了第一文本的人为干预。此举为“第二文本”的生成提供了广阔的空间，赋予了参与者更大的话语权，进而激发了他们对“第二文本”的创造性解读与再生产。在慢直播的实践中，平台与受众之间的权力关系发生了重构，受众不再是被动的解码者，而是能够根据个人或群体意愿主动解码并创作的主体。由于慢直播具有时间灵活、进出自由的特点，受众得以在这一空间中自由地创造新话题、新符号，不断丰富和拓展第二文本的内容与意义。

## 2.3 场景理论视域下慢直播场景要素构建分析

关于场景构成要素的学术研究呈现出多样化的视角。罗伯特·斯考伯与谢尔·伊斯雷尔从技术的维度阐释了“场景五力”理论，即将移动设备、社交媒体、大数据、传感器及定位系统视为构成场景的核心要素，并强调这些要素缺一不可，否则场景将失去存在的基础。<sup>①</sup>相较而言，国内学者彭兰则从更宽泛的角度出发，提出了场景由空间与环境、用户实时状态、用户生活惯性及社交氛围四个要素构成的观点。<sup>②</sup>这些要素相互关联、相互作用，共同构成了一个完整而丰富的慢直播场景。尹晖在深入分析影视场景时，将场景的构成要素精细划分为物质要素和情绪要素两大类。<sup>③</sup>与此同时，黄蒙水和倪学礼通过系统的分析对比影视剧中的

①[美]罗伯特·斯考伯，谢尔·伊斯雷尔著，赵乾坤，周宝耀译. 即将到来的场景时代[M]. 北京:北京联合出版公司, 2014:11.

②彭兰. 场景:移动时代媒体的新要素[J]. 新闻记者, 2015(03):20-27.

③尹晖. 影视美术中的场景建构[J]. 电影文学, 2009(16):145-146.



场景构成,进一步指出物理环境、冲突价值和戏剧价值是构成场景的三大必不可少条件。他们认为,物理环境是场景存在的基础,为角色和情节提供了发展空间。这些观点为影视场景的构建提供了更为全面的理论支撑和实践指导。<sup>①</sup>

在场景时代背景下,慢直播的传播实质上是一种场景化传播方式。因此,对慢直播的场景建构进行深入分析显得尤为重要。而明确构成场景的相关要素,则是对慢直播场景建构类型及传播策略进行细致探讨的先决条件。基于此认识,本文借鉴彭兰的场景理念,系统地从空间与环境、用户实时状态、用户生活惯性以及社交氛围这四个维度出发,对慢直播的场景构成进行了全面的剖析。

### 2.3.1 空间与环境：“后台”前置塑造原生态场景

在深入探讨慢直播的场景建构时,空间与环境要素显得尤为关键。它们不仅是构建虚拟现实传播场景的基础,更是影响用户体验与互动的核心要素。这些要素被视作场景建构的“硬”组成部分,既涉及具体的物理空间定位,也涵盖了在特定空间环境下个体的行为模式、互动方式以及心理状态。

理解并巧妙运用空间与环境要素,对于为用户匹配恰当的慢直播内容至关重要。在慢直播的语境下,场景不再受限于传统的地理位置束缚,而是通过技术手段将“后台”前置,为用户呈现一个未经修饰、原生态的场景。这种场景构建方式使得慢直播与用户之间的互动更加自然、真实,仿佛用户身临其境般融入了这个有序的信息系统中。值得注意的是,慢直播间的设置类似于物理世界中的“小房间”,这样的设计为用户提供了一个相对私密且自由的空间。在这个空间里,用户可以依据自己的喜好和特色自主搭建个性化的场景,并在其中进行符合场景氛围的表演行为。这种自主性和参与性不仅提升了用户的观看体验,也进一步增强了慢直播的吸引力和传播效果。

综上所述,空间与环境要素在慢直播的场景建构中扮演着举足轻重的角色。通过“后台”前置的方式塑造原生态场景,慢直播为用户提供了一个沉浸式的观看体验,同时也为内容的传播和互动创造了更多可能性。

### 2.3.2 用户实时状态：“集体记忆”凝聚情感共鸣

<sup>①</sup>黄蒙水,倪学礼. 浅议电视剧的场景叙事[J]. 当代电视, 2014(05):61-63.

用户的实时状态，可以被界定为“行为场景”的重要构成，该概念广泛涉及用户在特定时空域内的身体状况、行为模式、需求集合以及由用户兴趣所塑造的环境信息。值得注意的是，此类实时状态既体现了用户的历史惯性，又随不同场景而展现出显著的随机变动性。在此，“实时性”被视为该概念的核心属性，它赋予用户以高度的个性化和自由度，使其能够依据自身需求和情境变化在不同类型的场景间进行即时切换。因此，对用户实时状态的精确判识被确立为实现场景传播效果优化的关键要素。特别是对于慢直播而言，全面而深入地掌握用户在不同时空及环境条件下的实时状态与心理特征，是精准洞悉其消费需求并进而提升传播效能的必由之路。进而，通过基于场景的个性化适配策略，慢直播可为用户提供高度定制化的服务，以满足其独特的需求。这一过程不仅彰显了慢直播对用户个体差异的尊重，也体现了其以用户为中心的服务理念。

慢直播这种自然态、无媒介、无干预的直播样态，已成为了受众进行线上社交，唤起受众情感共鸣的重要传播手段。在慢直播模式下，观众们在评论区不仅会相互分享消息，还会将自己的感情融入进来，当两个人对某一事件有相同的看法时，就会产生感情上的共鸣，再进一步上升到一个感情团体，这个团体的感情累积起来就是集体感情。同时，人们对这一事件的回忆也将不再属于一个人，它将成为一种由全体人员共同体验到的“集体记忆”，并在此基础上深化和丰富个人对这一事件的认识。在对某一问题进行交互的过程中，群体中的相互理解会生成特定含义的团体标志，这种团体标志某种程度上凝聚了集体的回忆，是团体情绪的投影。通过这种分享与共振，一些人因事件而产生的消极感受，如焦虑、忧虑等，会被转换、化解，并最终转变成正面的身份。所以，慢直播中的观众们不但可以分享自己的知识，还可以在感情上产生共鸣。通过对公共关切的探讨与交换，可以引发感情上的交流与共振，从而充实自己的情感经历，形成了一种独特的情感共同体。

### 2.3.3 用户生活习惯：精准定位迎合受众需求

用户生活惯性要素指的是，用户在多样化场景下所展现的需求、服务偏好和行为活动，这些均可视为其在现实社会角色、时间分配、空间占据和行为模式上的连续性与延伸性的体现。慢直播正是基于对此类用户生活动态的深度解析，以

及其行为模式的系统性把握，从而实现对用户习惯的全面理解。在移动互联网的广泛渗透下，对用户既往生活惯性的精准洞察已然成为场景传播研究中的关键要素。研究表明，用户的日常举止和行动往往与其长期形成的生活习惯保持高度的一致性，表现出稳定且可追踪的行为特征，而非无规律的突变。例如，央视频APP推出“去现在，看火箭发射”的慢直播，以固定镜头的视角，全程实时直播神州十七号载人飞船发射的全过程，为用户提供了一个学习航天知识的平台，也让用户看到了火箭从装运、发射、升天的全过程，满足了用户的需求、在场景构建的过程中，慢直播以其独特的呈现方式和真实性，成为了满足用户需求、赢得用户的重要手段。

### **2.3.4 社交氛围：互动沟通形成社会共识**

社交氛围要素相较于其他要素而言，具有更深层次的影响力，能够深入剖析受众心理并影响其选择的心理场景要素。在物质生活日益丰富的时代背景下，用户对于慢直播的需求已不再仅仅局限于获取信息，而更多地转向寻求良好的社交氛围和情感共识。作为一种具有高度交互性的直播方式，慢直播为用户构建了一个类似真实环境的社交场景，使用户沉浸在这种社交氛围之中，进而相互沟通形成生活共识。在情景营造中，社会气氛是不可或缺的因素。社会化媒体的发展，使得人们在日常生活中的双向沟通和交互变得必不可少，而慢速直播凭借自身的社会化媒体特性，为人们创造了全新的交谈空间。这种媒体交互情境以一种创新的方式瓦解了现代社会中的层级结构，它创建了一个使用者在其中享有平等话语权的对话空间。在此空间中，经济地位、社会角色等传统等级标识被暂时悬置，用户之间的互动主要基于共同的兴趣爱好和价值追求。由此，这种情境实际上重塑了人际关系的模式，将其从等级分明的社会结构转变为以共享兴趣为纽带的群体互动，为现代社交动力学研究提供了新的视角和分析工具。

### 3 场景理论视域下慢直播的场景内容构建类型及价值

内容是事物内部所包含的实际属性。哲学上认为的内容是事物内部存在的全部要素。场景重构了慢直播的内容生产逻辑，将“后台”的场景和信息呈现在“前台”，全程呈现真实场景。不同的传播场景能产生不同的传播效果，在场景时代，合理的场景内容构建可以为传播提供便利，产生多方面的影响。为了深入探究场景在慢直播中的内容构建样态特征及价值，本章研究采用访谈法作为主要研究方法。笔者精心挑选了抖音、微博、客户端等慢直播平台上的8位用户进行访谈，通过与他们的沟通交流多角度收集一手材料，并进行详尽的访谈对话分析。并为揭示慢直播场景内容构建的内在逻辑和用户价值提供有力支撑。（详见表3-1访谈用户信息表）

编号	性别	年龄	职业	文化程度
G1	男	35	某汽车品牌销售	研究生
G2	女	28	医生	研究生
G3	女	36	自由职业者	本科
G4	女	22	学生	本科
G5	男	30	自由职业者	本科
G6	男	29	郑州市某区公务员	本科
G7	女	32	自媒体工作者	本科
G8	女	40	教师	本科

表 3-1 访谈用户信息表

#### 3.1 慢直播+新闻内容场景：加深新闻事件的整体认知

在场景时代的背景下，随着人们对信息需求的日益增强，单纯的切片式新闻报道已无法满足用户对新闻事件完整性的渴求。因此，“慢直播+新闻内容场景”的组合应运而生，以其详细且全面的呈现方式，使用户能够置身于一个“实时”的状态之中。这种报道模式不仅深化了用户对新闻事件的整体认知，为用户完整展现了客观、真实的现场实况，同时也满足了受众对信息真实性和时效性的高标准要求。

### 3.1.1 为受众完整呈现客观、真实的现场实况

新闻是指新近发生事实的报道,新闻场景类慢直播是在新冠疫情期间央视频APP关于“雷神山”“火神山”系列的慢直播爆火后才逐渐增多。与传统直播相比,慢直播以其特有的缓慢节奏和较长时长,摒弃了主持人的实时解说以及后期的剪辑制作,为用户客观且真实地呈现了事件现场的原貌。正是因为这些特点,使慢直播拥有了“客观”和“真实”的特性。慢直播通过镜头,连接着新闻事实和新闻受众,可以第一时间为用户呈现客观、真实的现场实况。

在内容偏好与真实性感受方面,有受访者表示,慢直播以其独特的魅力吸引了他们。例如,受访者G1提到:“我第一次了解慢直播是在疫情期间雷神山、火神山的建设慢直播。慢直播为我全程呈现了当时的建设情况,让我感到很真实。”这种真实感受在慢直播中尤为突出,它不加剪辑、不经加工地展示了事件的原始面貌。同样,受访者G3也表示:“我平时闲来无聊时就会观看慢直播,慢直播可以让我更客观、更真实地了解现场情况。”以及G7补充道:“慢直播给我带来最大的一个感受就是真实,让我身临其境。”这些访谈结果揭示了慢直播在内容构建上注重真实性的重要性,以及用户对于这种真实性的高度认可。



图 3-2 雷神山火神山慢直播实况

### 3.1.2 满足受众对信息真实性和实效性的要求

在后真相时代,由于传播主体的多元化,主流媒体的话语权面临挑战,假新

闻和反常新闻屡见不鲜。而新闻内容场景慢直播不仅能向受众完整展示客观、真实的现场情况，满足他们对现场的了解需求，还能确保直播新闻的真实性和时效性，使观众仿佛亲身经历新闻事件的发生。此外，通过深入探讨“慢”新闻的内容，我们可以增进对这类新闻的理解和认识，这也为社会大众提供了一个监督新闻真实性的平台。

G2：“现在假新闻太多了，与传统的直播相比，我更相信慢直播的真实性，因为它是全程直播的。”G4：“我主要观看新闻事件类慢直播，与传统的短直播相比，慢直播更能让我详细的了解事件全过程，实时关注新闻事件的进展和事件背后的一些小插曲，更真实。”G8：“我发现有时候一些新闻报道也是截取慢直播的部分镜头，还不如观看慢直播来的直接，信息更真实有效。”

### 3.2 慢直播+风景内容场景：塑造身临其境的独特景观

在移动媒体时代，随着自我意识的日益凸显，人们越来越追求个性化和碎片化的信息产品服务。单纯依赖内容已难以满足用户的多元化需求，因此，场景适配成为提升用户体验、增强用户忠诚度和粘性的关键。其中，“慢直播+内容风景场景”的组合创新，不仅打破了空间与环境的限制，为用户营造出身临其境的独特景观，更在媒介平台上展现出巨大的潜力。如果慢直播平台能够进行合适的情景适配，并为其提供与之相匹配的服务，则更容易获得用户的认可，树立良好的口碑，吸引更多的流量，进而带来可观的广告收入。这种基于场景适配的服务模式，为移动媒体时代的信息产品服务创新提供了新的思路 and 方向。

#### 3.2.1 给受众营造身体的“虚拟在场”

风景内容场景慢直播更多的体现在使受众达到身体虚拟共同在场，打破时间和空间的界限，有效延伸感官功能，身临其境，让使用者能够一边在家中收看慢直播，一边通过网络直播平台与远在万里之外的景区直播间工作人员进行交流互动，受众在社交场景、旅游场景等多种媒体场景中进行转换和漫游，营造身体的“虚拟在场”，足不出户便能游览千里之外的风景，一定程度上舒缓了身心，放松了心情，排解了孤独寂寞。

G1：“我日常工作压力大，与平常看到的一些带货直播相比，风景类慢直播

能舒缓我的身心，让我感觉很舒适，也很解压。”G3：“与某个景区旅游旺季相比，我在网上观看，不用人挤人，而且也不会错过精彩的时刻，到实地游玩反而有时候会看不到一些景区的特色风景。”G6：“我上班比较忙，平常无法外出游玩时，就会看一下风景类慢直播，不用出门就能欣赏到各地独特的景观，体验感很强。”

### 3.2.2 促进旅游业的发展和文化交流

随着越来越多的媒体参与到慢直播中来，利用慢直播全程实时展现当地的自然和人文风貌，一定程度上也促进了当地旅游业的发展和文化交流。例如2022年9月河北广播电视台推出的《美丽河北》慢直播节目，节目挖掘河北省自然资源、人文资源优势，分别以时间、空间、地域、类型等，对慢直播内容展开了主题性编排、集中式呈现，以展现河北生态环境之美、地理人文之美为主题内容，依托“即时慢直播画面+实时拍摄素材”的呈现方式，将固定点位的客观镜头与随机点位的主观视角相结合，辅之原生态画面、代入式长镜头、悠扬的背景音乐和滚动的字幕信息，带领观众随时随地“云游”河北，感受人文胜景的同时，见证城乡变迁。根据收视数据分析，河北IPTV平台在电视端早、中、晚三个时段的节目收视数据呈现出持续提升的趋势。相较于开播前同时段的内容，收视率分别实现了153%、102%和145%的显著增长。同时，冀时客户端的浏览量更是突破了亿次大关，新媒体平台相关内容的全网传播总量也超过了3.8亿。这些数据不仅表明了节目的受欢迎程度，也反映了观众对于优质内容的迫切需求。

进一步来看，直播间中用户的互动交流沟通不仅促进了当地的文化交流，还成功地吸引了越来越多的游客前往河北欣赏美丽的风景。这种互动式的传播方式，不仅增强了用户的参与感和归属感，也为河北地区的旅游发展注入了新的活力。

G3：“通过观看各地风景慢直播，有时我也会标记一些不错的地方，空闲时间去实地游玩一下。”G5：“上次国庆看到长城的慢直播，让我深深感受到了祖国的壮观、美丽，内心不由激动，如果有机会我一定会去爬长城。”

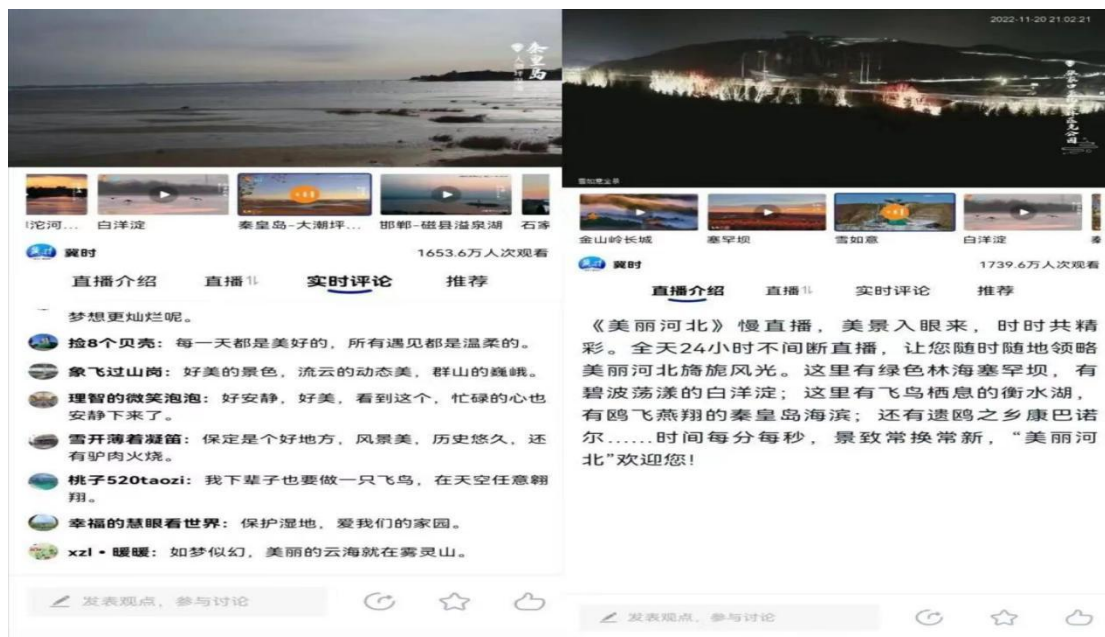


图 3-3 美丽河北慢直播

### 3.3 慢直播+生活内容场景：营造感同身受的补偿心理

在场景建构的复杂生态中，各要素之间相互作用、相互影响，共同塑造着社交氛围。其中，社交属性以其多变、丰富且敏感的特性，在人们的日常生活中扮演着愈发重要的角色。特别是在移动时代背景下，社交氛围的营造对社会活动的影响愈发显著。相较于其他场景样态的慢直播，“慢直播+生活内容场景”的组合呈现出独特的优势。这种直播形式通过精心选择的生活化内容，为用户营造出一种感同身受的补偿心理，使用户在观看过程中获得情感上的共鸣和满足。同时，评论区的弹幕互动形成了一种有趣且和谐的互动氛围，进一步舒缓了用户的心情，增强了他们的感官体验。

#### 3.3.1 形成有趣和谐的互动氛围与情感体验

慢直播给用户提供了交流的平台，将处在不同时间和空间区域的使用者集中在同一个场景中，场景距离不仅指物理距离，还应包括人际交往过程中更深度的交流互动，即心理层面的距离。在线上场景进行交流互动时，由于在线直播中的使用者具有匿名性，所以使用者可以将其真正的身份隐藏起来，不会产生集体的压力。每个场景都可以自由进出，用户可以选择自己所喜爱的互动氛围，并加入



其中。

在慢直播为观众营造身体的“虚拟在场”体验的过程中，除了高清画质和细腻音效所带来的沉浸式感受外，观众之间的互动与交流也起到了不可或缺的作用。这种社交互动不仅增强了慢直播的吸引力，也让观众在享受美景的同时，感受到了来自他人的温暖与陪伴。有受访者表示，他们在观看慢直播时，经常会通过发弹幕的方式参与其中，与其他观众一起分享感受、讨论话题。例如，G2提到：

“我经常在观看慢直播的时候发弹幕，大家在评论区一起互动感觉很有趣，我很喜欢这种氛围。”这种实时互动的方式让观众感觉自己并不孤单，而是与众多志同道合的人一起共享这一美好时刻。同时，慢直播也为观众提供了一个就某一事件或场景进行深入讨论的平台。G3表示：“大家就某一个事件积极讨论，达成共识，这种感觉很棒。这种讨论不仅增加了观众对直播内容的理解，还促进了彼此之间的交流与沟通。”此外，一些观众还通过慢直播结识了新朋友，甚至建立了长期的联系。G7认为：“我很喜欢这种互动氛围，我甚至加了一些网友的联系方式。”这种社交体验让观众在享受慢直播的同时，也收获了珍贵的友谊。

不难发现，慢直播通过高清画质、细腻音效和社交互动等多种方式，为观众营造了一种身体的“虚拟在场”体验。这种体验不仅让观众能够身临其境地感受远方的风景，还让他们在与他人的交流中获得了更多的乐趣和满足。同时，慢直播也为观众提供了一个发现新世界、结识新朋友的平台，让他们的生活更加丰富多彩。

### 3.3.2 营造舒缓欢乐的心理状态与感官体验

此外，生活场景慢直播也承担着陪伴的作用，慢直播在直播时，整个过程都很轻松，没有压抑的氛围，也没有太多的信息量，一切都按照真实的场景进行。全程的信息获取，都是由观众自行选择，按自己的喜好来选择播放、回放、快进，大大降低了观影过程中的分心，让观众容易更全身心地投入其中。

G1：“与传统的直播相比，在观看慢直播时大家都更多的关注事件本身，不讨论视频之外的事情，很轻松愉悦。”G8：“在看慢直播时，我可以根据自己需要选择播放速度，直播节奏很舒缓，我的观看体验很好。”

### 3.4 慢直播+萌宠内容场景：打造在场“撸宠”体验

在慢直播的场景构建过程中，作为一种视觉时代的媒介产物，慢直播为受众创造了一种沉浸式的体验环境。特别地，“慢直播+萌宠内容场景”的组合有效地缩减了人与动物之间的场景距离，使得广大受众能够在“虚拟空间”中共聚一堂，享受自由的互动与交流。这种创新的直播方式不仅为用户提供了一种新颖的线上“撸宠”体验，满足了他们在线饲养宠物的需求，同时也展现了宠物们鲜为人知的一面，丰富了用户的感知和认知。通过这种方式，慢直播在场景适配的基础上，成功地打造了一种线上与宠物互动的新模式，为现代社会的宠物爱好者提供了全新的娱乐和交流平台。

#### 3.4.1 场景适配下的线上“饲养员”形象

场景适配下最为火爆的动物类慢直播最早的时间可以追溯 2023 年 4 月 iPanda 熊猫慢直播频道，该慢直播平台是一个以直播大熊猫为主的慢直播平台，通过发布海量原创趣味视频，全天候的实时直播，让用户观看大熊猫的生活状况、日常起居、饮食习惯等。观众在足不出户下，就能见到可可爱爱的大熊猫，观看它们的日常生活、游玩嬉戏，慢直播平台弹幕的互动交流让用户实现了“云养宠”。

G1：“因为居住条件的限制，我所住的地方没办法养宠物，所以我会慢直播上进行观看，也会发弹幕互动云养宠” G2：“只在线上观看，没有什么成本，既满足了我养宠物的心愿，也愉悦了我的身心。” G5：“我喜欢观看熊猫慢直播，每次观看慢直播时候我就会感觉我是它的主人，在喂养它。” G7：“每次看它们时，我都会给这些小动物起一个有趣的名字。”

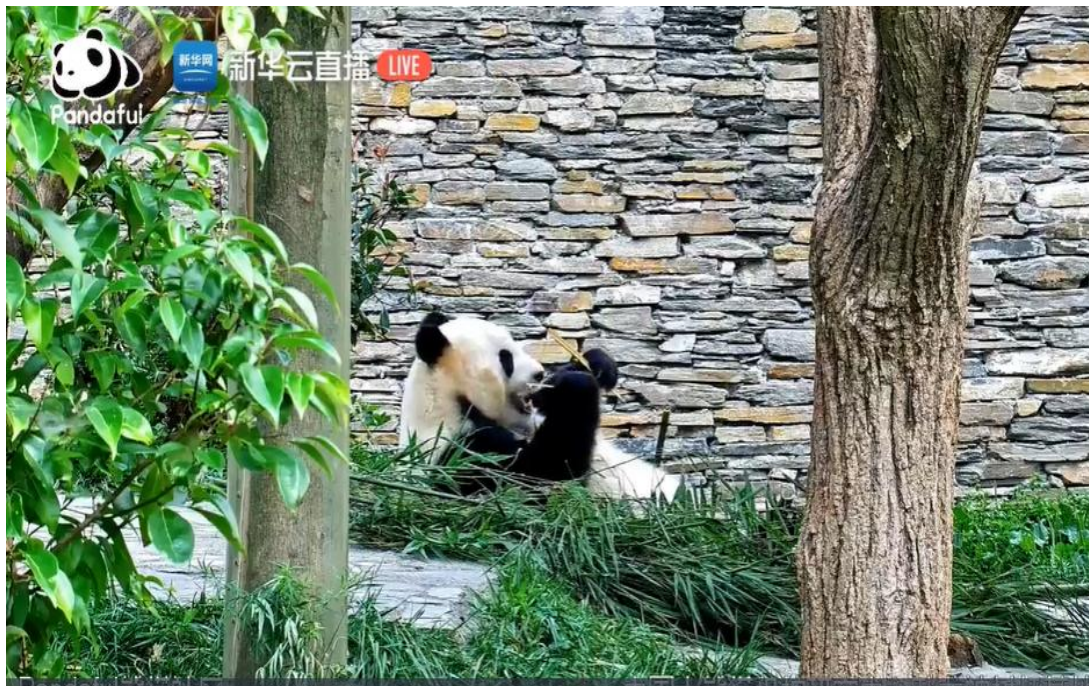


图 3-4 熊猫慢直播

### 3.4.2 场景适配下的萌宠“拟人化”形象

除了能满足用户在线“云养宠”的需求外，一些萌宠的“拟人化”形象也受到很多慢直播用户的喜爱。2023年8月8日是国际猫咪日，新世相互互联网传媒公司借势这一小众节点开启下午两点至晚上八点六个小时的慢直播中，邀请所有观众一起享受被猫咪治愈的时刻。猫咪慢直播的初心也是希望在国际猫咪日到来之际为观众带来片刻的温暖和宁静，传递生活中那些细碎的美好时光。慢直播一经发布之后很快便达到了“10万+”的阅读量和“1000+”的点赞数。新世相借助慢直播的形式，全方位地呈现了猫咪所具有的治愈特质，以此吸引受众在世界猫咪日这一天参与直播，与全球范围内的猫共度一日。通过独特的主题设定、有趣的内容编排以及新颖的传播形式，新世相成功地捕捉到了广大“猫猫教徒”的心理需求，进而引发了他们的情感共鸣和关注。这一举措不仅为新世相增加了一批忠实的粉丝和关注度，还进一步强化了其重视人文关怀的品牌形象。同时，利用国际猫咪日这一特殊节点，新世相开展了一场富有创意和影响力的萌宠营销活动，实现了品牌传播与市场营销的双赢。

G3：“在观看它们时，一些动物萌萌的，太可爱了，很有趣。” G4：“我比

较喜欢小动物，家里也养，也会观看动物慢直播，很治愈”G5：“因为是全程直播的，所以有时候能表现出一些动物不为人知的习性，让我感觉很有意思。”



图 3-5 人类不能没有猫慢直播

在场景适配的框架下，除了已广泛认知的四种主流慢直播场景样态，还涌现出如“慢直播+科普内容场景”与“慢直播+电商内容场景”等小众的慢直播形态。尽管这些形态在公众的熟悉度上尚未达到主流样态的水平，但它们在特定领域亦展现出不可忽视的影响力。科普内容场景巧妙地融合了教育与娱乐，通过生动有趣的方式向用户普及日常生活小知识，同时传递准确的科学观念，实现寓教于乐的效果。而电商内容场景则可视作直播带货模式的一种创新拓展，其全程直播的特性确保了产品的质量透明度，同时为消费者提供了一种新奇的购物体验，进而提升了他们对产品的认知度。展望未来，随着科技的不断进步与革新，我们有理由相信更多创意十足的慢直播形态将陆续登场，为用户带来更加丰富多彩的慢直播选择空间。

在慢直播的内容多样性与实用性方面，不少受访者表达了自己的看法和体验。除了风景、活动直播外，科普慢直播和电商慢直播也逐渐成为观众关注的焦点。G1表示：“我有时会关注一下科普慢直播，一些生活类小技巧很实用。”这显示出慢直播在传播知识、提升公众科学素养方面的潜力。通过生动有趣的展示和解说，科普慢直播能够将复杂的科学知识以易于理解的方式呈现给观众，让他们在享受娱乐的同时，也能学到实用的生活技巧。与此同时，G2提到：“在看科

普慢直播时，我有时候会与弹幕互动，在其中我既是受教者，也可以充当他人的解惑者。”这种互动式的学习方式不仅增加了观众的参与感，也促进了知识的共享和传播。观众之间通过弹幕交流心得、讨论问题，形成了一个充满活力的学习社区。此外，电商慢直播作为一种新兴的购物方式，也受到了不少关注。G6表示：“我也会关注一些电商慢直播，全程的直播让对产品质量、产品安全更清楚，同时也是一种新奇的买货体验。”电商慢直播通过实时展示商品的制作过程、使用效果等，为消费者提供了更加透明、真实的购物体验。这种直播方式不仅增加了消费者的信任感，也激发了他们的购买欲望。然而，也有一些观众对慢直播电商的概念感到新鲜和陌生。G8表示：“我感觉慢直播电商这个概念比较新鲜，好多带货直播还是传统那样。”这说明慢直播电商作为一种新兴业态，还需要进一步加强宣传和推广，提高公众的认知度和接受度。

综上所述，慢直播在内容多样性和实用性方面展现出了巨大的潜力。无论是科普慢直播还是电商慢直播，都为观众提供了更加丰富、有趣的体验。未来随着技术的不断发展和创新，相信慢直播将会在更多领域发挥更大的作用。

## 4 场景理论视域下慢直播的传播策略分析

在场景理论的视域下，对慢直播的传播策略进行深入分析显得尤为重要。在构建慢直播的场景类型时，打破空间与环境的限制成为其基底性的架构要素，而保持慢直播场景的实时状态以及允许用户在多个场景间自由切换则成为其关键所在。此外，迎合用户的生活习惯、营造互动和谐的交流氛围也构成了慢直播场景构建的前提条件。这些因素共同作用于慢直播的场景构建过程，不断地塑造和影响人们的感官体验、日常惯习以及思想行为，更在深层次上改变了场景的塑造方式。鉴于此，本章主要从传统渠道、传播受众以及传播效果三个维度，对慢直播场景建构的策略进行系统的剖析。通过这一分析，我们期望能够更全面地理解慢直播在场景构建中的策略运用，以及这些策略如何有效地提升了慢直播的传播效果和用户体验。

### 4.1 传播渠道：社交媒体的连接与网络传播的助力

慢直播是一种新兴的直播方式，不仅要在主流媒体平台上进行播放，还要在互联网上或地方媒体平台上进行播放，才能获得更多的观众，实现更好的传播。社会化媒介环境下的线上沟通，将单向的信息传递扩展为双向的信息相结合，呈现出一种网状扩散模式。在慢直播的场景架构中，不论是以单一方式发出信息的媒介，或是以交互方式进行沟通的观众，均为信息传递通路上的结点。这种网络式的沟通方式打破了平台和用户的边界。

以微信为例，慢直播的传播方式分为两种。首先，是以媒体组织账号发布内容为主导的引流传播方式。在这种模式下，媒体组织通过分享慢直播的入口链接，引导微信平台上的用户点击进入观看。用户只需轻触链接，即可无缝接入慢直播内容，体验流畅且便捷。其次，是一种基于关键词和话题引发意见共鸣的传播形态。在慢直播的观看过程中，观众会提炼出富有意义或价值的核心内容，并在微信平台上进行观点阐述。这些表达往往能吸引具有相同兴趣的用户参与公开讨论，进而围绕慢直播及其相关事件形成更广泛的网络舆论。值得一提的是，这些微信平台上的讨论与互动又会反过来为慢直播带来流量，吸引平台外部的潜在受众。这两种传播方式在微信上相互交织、互为补充，共同构成了慢直播在微信平台上

的传播生态。

#### 4.1.1 惯习行为的重塑：社交媒体的连接形成圈层文化

2003年美国社会学家兰德尔·柯林斯于《互动仪式链》一书中提出的理论框架指出，个体间的互动行为实质上可被视为一种仪式性实践，这种实践构成了社会动力学的核心要素。<sup>①</sup>柯林斯详细阐述了互动仪式形成的四个必要条件：其一，需要两个或更多个体在物理或虚拟空间中的共同在场；其二，互动仪式必须对外在观察者设定清晰的界限；其三，参与者需将注意力聚焦于同一焦点或活动上；其四，参与者之间需共享一种情感或体验的共鸣。这一理论与新媒体时代的网络传播现象高度契合，为分析集体行为和网络社群互动提供了有力的理论工具。慢直播作为场景传播的一种创新形式，不仅继承了传统直播的即时性和互动性优势，更通过营造沉浸式场景体验，深化了受众间的互动反馈机制。

慢直播所精心构筑的社交化传播场景，凭借其独特的“符号在场”机制，为个体跨越物理空间界限、共融于虚拟共享空间提供了可能，进而在寻求彼此认同与共鸣的过程中扮演着关键角色。在这一范式下，受众参与直播活动已不再是单向度的观看行为，而是转化为一种积极主动、深度参与的社交实践。具体而言，受众通过弹幕发送、观点分享、言论回应、疑问解答以及观点阐释等多元化方式，紧密围绕直播内容展开互动，这些行为已然深度融入其日常生活之中，构成了一种新的常态化存在。与此同时，直播互动过程中所衍生出的群体符号，亦在巩固与强化受众的群体认同感及归属感方面发挥着不容忽视的作用。如特定的弹幕语言、表情符号等，不仅增强了群体成员间的身份认同感，也深化了个体对所属群体的归属感，从而促进了圈层文化的形成与发展。

#### 4.1.2 资本要素的交互：网络传播的助力创造群体符号

现代社会，人们的生活节奏越来越快，而“慢直播”最大的特征就是能够不间断地对直播现场进行实时记录，将直播的所有细节都展现得淋漓尽致。与其它直播方式相比，慢直播为用户提供了一种独一无二的交互环境。通过这种方式，

<sup>①</sup>兰德尔·柯林斯. 互动仪式链[M]. 林聚任, 王鹏, 宋丽, 译. 北京: 商务印书馆, 2009: 87.

观众可以充分发挥他们的想象空间和利用自己的创意，把枯燥无味的东西变成趣味，给观众带来身临其境的感受。一个“慢”字，就是在一个特定的时间段里，展示屏幕中的内容要素相对较少，但却不会影响到用户之间的交流与沟通。相反，人们会在屏幕中的有限的内容上进行无穷无尽的创作，于是就出现了更多的互动交流方式，让用户参与和用户体验达到了一个良好的循环，让更多的用户积极参与到了这场慢直播之中。这种创意的内容，不但满足了用户的心绪，而且还产生了许多可以进行深度挖掘的微观主题。从而塑造并巩固了慢直播用户群体的独特符号。在此过程中，用户沉浸于直播内容之中，引发了对直播内容的真实感知与共鸣。通过这种长期的、持续性的慢直播形式，用户得以获得一种连贯的、深入的文化体验。基于个人的情感纽带，用户与其他用户建立联系，展开深入的交流与互动，并最终在群体内达成共识。这种共识不仅增强了用户间的情感联系，也进一步丰富了慢直播的文化内涵。

例如火神山雷神山慢直播期间，众多网友给工程车起昵称，在众多提及工程车昵称的留言中，“叉酱”提及率高居榜首，占比 24.3%。火神山、雷神山医院建设直播过程中，万千“包工头”为“叉酱”打 call，誓要“守护全世界最可爱最努力的小叉车”。这种助力是网友对建设者的支持，也是网络传播助力创造群体符号的生动体现，产生了良好的传播效果。



图 4-1 工程车昵称助力榜



## 4.2 传播受众：媒介事件的参与者与内容的产消者

传播受众在媒介事件中扮演着至关重要的角色，他们不仅是信息的接收者，更是内容的参与者和产消者。在当今社会，网络已成为人们生活中不可或缺的工具，它深刻地改变着人们的信息获取方式和生活方式。慢直播作为一种新兴的媒介形式，为人们提供了了解外部世界的独特视角，使人们能够实时地获取更多真实、生动的信息。通过慢直播，传播受众可以身临其境地参与到事件的进程中，感受事件的发展变化，并在其中发挥积极的作用。他们不再是被动的信息接收者，而是主动地参与到慢直播的传播链条中，通过发表观点、分享感受、互动交流等方式，成为内容的产消者。这种参与和互动不仅丰富了慢直播的内容，也提升了传播受众的参与感和满足感。

### 4.2.1 理念场景：媒介事件参与者的共情唤醒

受众在观看慢直播的过程中，不仅作为旁观者目睹事件的进展，更积极地介入其中，成为事件发展的参与者。慢直播所呈现的画面内容极为丰富，蕴含深厚的内涵，这可以让用户更细致的观察慢直播的主体，深入领悟和全面剖析。受众在参与慢直播时，需主动调动自身的感知与想象力，以融入由共同想象所构筑的社群，对直播内容进行深度解码。此过程不仅深化了受众对慢直播内容的理解，更实质性地促使他们参与至直播事物的内核。同时，受众必须考量自身在资本符号交换与匹配上的能力，这些符号既承载信息，又作为互动媒介，为受众构筑了一个共享的交流空间，进而推动了事件的持续关注 and 有效传播，同时也获得了较好的传播效果。

### 4.2.2 工具场景：媒介内容产消者的二次传播

受众的高度参与性激发了其显著的主动性，这种主动性体现在受众在接受信息的过程中，同时也在积极探索、解读信息并生成新的意义。这一现象与罗兰·巴特在《作者已死》一文中所阐释的观点有着异曲同工之妙。他提出，作品一旦完成并脱离创作者之手，创作者对作品的控制权便随之消失，文本因此获得了独立自主的地位。然而，这并不意味着受众可以完全主宰文本，相反，文本的自由性

为受众提供了更加广阔的发挥空间，使其能够在文本的基础上进行自由创作。因此，慢直播可以被视为一种相对独立于制作者控制的客观性表达形式，其深层意义的挖掘和文化价值的创新在很大程度上依赖于受众的积极参与和解读。在受众与直播内容以及其他受众的互动交流中，新的意义和价值得以创造并得以呈现。在这一解读与创作的过程中，受众牢牢把握了传播的主动权，积极主动地进行解码并生成新的内容，实现了从被动接收到主动产消的角色转变。然而，这并不意味着传播过程中传者与受众是完全分离或对立的。事实上，传者组织在慢直播的制作和技术运用上仍具有主导地位，而受众则在这一基础上进行解码和再编码，进而通过议程设置和话题讨论等方式对直播内容进行反馈和影响。这种互动关系使得慢直播的传播过程更加动态和多元，传者和受众在相互影响中共同塑造了直播内容的意义和价值。

例如，在旅美大熊猫“丫丫”归国的慢直播中，慢直播平台通过对“丫丫”生活状况的直播，引发了人们对事件的关注，“丫丫”归国慢直播的相关视频累计超过 1300 万人次观看，依托社交媒体平台，人们的共情触发点异常增多。图片、文字、视频等多形式的文本扩展了受众的接触面，大熊猫“丫丫”高居热搜榜 50 余天，引爆“国宝大熊猫”等相关话题。据不完全统计，自 2023 年 2 月 21 日起，有关“丫丫”的相关话题在各社交媒体热搜总量有 500 余条。



图 4-2 熊猫“丫丫”相关热搜话题

### 4.3 传播效果：虚拟在场的沉浸式传播与情感式陪伴

兰德尔·柯林斯的理论强调，身体共在的群体聚集为参与者营造了一种共享的情感状态，这对于促进群体团结、增强个体情感能量以及提升尊重感至关重要。<sup>①</sup>该观点凸显了个人身体在场在社会交往活动中的核心地位，并阐明了物理空间在形成个体意识和态度感知中的基础性作用。换言之，物理空间下的身体在场对传播效果的提升具有显著影响。相较于传统直播，慢直播通过固定镜头的记录方式为直播事件构建了一个更为稳定且适宜围观的虚拟物理空间。而VR技术与慢直播的深度融合，则进一步增强了这一虚拟物理空间的沉浸感。此外，慢直播通过长时间、实时的记录方式，有效打破了受众无法亲临现场的空间限制。借助手机等终端设备，用户得以全面跟进事件进程，从而实现虚拟在场。由此可见，在慢直播所构建的虚拟物理空间及受众的虚拟在场情境中，同样能够完成物理空间下身体在场所能实现的社会交往和情感沟通功能。这一转变使得受众仿佛身临其境，进而实现了沉浸式的传播体验。

#### 4.3.1 技术构建的共享：实现虚拟在场的沉浸式传播

在慢直播的场景建构中，技术作为基础性架构要素，扮演着举足轻重的角色。卡斯特在其著作中深入阐述了新媒体技术对个体和集体存在过程的直接影响，揭示了技术在社会交往中的核心地位。<sup>②</sup>与此同时，海德格尔的哲学思考也为我们提供了重要启示，他指出技术作为时代的座架，为文化行为的产生和发展提供了先在性前提，进而深刻塑造了人与世界的相互关系。随着技术的不断革新与进步，用户得以更加深入地体验慢直播所呈现的虚拟在场感，从而实现了沉浸式传播的共享体验。这一过程不仅彰显了技术在慢直播中的重要作用，也为传播学研究提供了新的视角和思考。

慢直播场景的构建离不开技术的支持，在讨论场景与人体的互嵌过程中，首先要注意的便是技术与人体的关系。麦克卢汉曾言：“媒介即人的延伸”，技术的进步加强了人们在观看慢直播时的感知，延伸和扩展了用户的器官。伴随着用户身体的不断扩展，场景逐步打破了现实与虚幻之间的内在边界，让用户可以在

<sup>①</sup>兰德尔·柯林斯. 互动仪式链[M]. 林聚任, 王鹏, 宋丽, 译. 北京: 商务印书馆, 2009: 87.

<sup>②</sup>[西]曼纽尔·卡斯特. 网络社会的崛起[M]. 夏铸九, 王志弘译. 北京: 社会科学文献出版社, 2001: 64

虚拟场景中得到真实的感官体验。于是，人的感觉延伸到视觉、听觉和触觉，形成了一个完整的知觉空间，使人体的感官功能得到加强。同时，基于“身临其境”的沟通，产生了更加深层、持久的场景体验，实现了“场景”与“身体”的密切结合和互相嵌入。使用户实现了真正意义上的“虚拟在场”，用户在媒介场景中的共生共融状态，共同构建着我们的感知世界。

例如，中央广播电视总台在春节期间，利用慢直播+5G+VR 的技术，全程实况直播云南红河移民管理警察夜间执勤情况，用户可以通过上下左右的晃动实现场景的转移和切换，给用户带来了新奇的体验，达到了很好的传播效果。



图 4-3 5G+VR 慢直播

#### 4.3.2 “云在场”的创造：满足虚拟在场的情感式陪伴

詹金斯在《文本盗猎者：电视粉丝与参与式文化》中强调，受众的参与行为会随着媒介技术的发展产生相应改变。在参与式文化中受众起着重要的作用，是该文化的创造者。<sup>①</sup>在社会化媒体环境下，社会化媒体以一种“伴随”的方式出现，其传播内容和交互方式都以“伴随”的形式出现，并更加关注观众的主观性。慢主播因其有较强的互动能力而备受公众注意，在慢直播中，通过“云在场”的创造，重塑了传统的“传播—接受”的关系，催生了一种新型交互形式，实现了

<sup>①</sup>汪金汉. 从“文本盗猎”到“公民参与”：詹金斯的“参与性”媒介受众研究[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2016(02):191-197.

良好的社交氛围，让受众在这个进程中从一个消极的信息接收者，变成了一个巨大的网络空间里的感情社区的一员，彼此间共享情感、共筑意义。随着网络技术、传输技术和交互技术的不断进步，为慢直播的场景适配创造出了更多的可能性，其应用场景也从单纯的“看”向“多维”发展。涵盖新闻场景、风景场景、生活场景、宠物场景等不同的领域形式，打造出了更多的互动体验，提高了用户的沉浸感，逐渐成为人们在家获取新闻信息和休闲娱乐的理想方式。

以央视频 APP 的珠峰慢直播为例，通过固定镜头，对珠峰全貌的进行全程实况直播，不仅丰富了用户对珠峰信息的认知深度，还进一步提升了用户的参与感和沉浸感。此外，依靠慢直播“云旅游”、“云游博物馆”、“云考古”等“云”系慢直播活动，打造出线上多场景的云端陪伴体验，有效满足了用户的休闲娱乐需求。这些实践不仅展示了慢直播在信息传播和用户体验方面的独特优势，也为未来慢直播的发展提供了有益的探索和借鉴。



图 4-4 三星堆“云考古”慢直播

## 5 场景理论视域下慢直播的传播策略反思与优化

场景时代背景下，慢直播模式日趋成熟并催生了慢直播经济的兴起，慢直播模式被重塑，慢直播场景化传播日益渗透进人们的日常生活中。对于用户和慢直播平台而言，慢直播也开始追求社会、政治、文化价值，更多的希望借助各种技术手段丰富慢直播在内容以及社交场景上的呈现，从而实现慢直播的塑造和价值延伸。当前观察结果表明，慢直播在场景建构方面已取得显著成效。然而，从更为深远的视角审视，慢直播场景化传播亦暴露出一些不容忽视的问题，诸如场景仪式的商业化倾向、场景传播的单一化现象、场景内容的雷同性以及场景互动的缺失等，这些问题均在不同程度上削弱了用户体验。鉴于此，本章将针对研究过程中发现的上述问题，深入探讨慢直播在场景建构中所面临的挑战与困境，以期为推动慢直播的持续发展提供有益思考。

### 5.1 场景理论视域下慢直播传播策略反思

#### 5.1.1 场景仪式商业化：虚拟仪式场域削弱情感共识

场景化传播为慢直播提供了适配的平台，慢直播作为一种“前台”，带有天然的表演性。与吃播、电商直播等如今已发展较成熟的直播类型相比，受到内容主题及弱叙事性特点的限制，相对来说互动性较弱，盈利渠道较少，难以形成足够的影响力和变现力。因此，虚拟在场和情感共识是大多数慢直播在初期的主要影响。随着慢直播平台内容影响力和流量的提升，慢直播规模的扩大和用户的增多，受成名期望和商业利益带来的诱惑式压力，使部分慢直播逐渐发展出了一套商业逻辑。如风景类慢直播会在直播间里挂上景区门票，宠物类慢直播会在直播间里挂狗粮、宠物用品等。

这种变现方式因其较高的用户接受度和强大的吸引力而备受青睐。然而，在商业化收编的影响下，一些慢直播逐渐偏离了其初衷，转而基于“声誉经济”而非真正满足用户需求来运作。为维持出镜率和固定的更新频率，这些慢直播开始脱离其核心特质，失去了原有的意义。它们逐渐从陪伴者的角色转变为专职带货者，将虚拟在场和情感共识的初衷异化为赚取流量利益的工具。这种转变不仅破

坏了原本积极和谐的场景画面，而且长此以往容易引发部分用户的反感，最终可能得不偿失。



图 5-1 某慢直播场景商业化

### 5.1.2 场景传播单一化：镜头切换少导致传播效果不佳

传统的直播模式中，直播平台会通过手动切换不同的镜头画面来丰富内容展示和提升观众的观看体验。然而，在慢直播的实践中，平台往往倾向于为受众提供一个相对单一的全景画面，其呈现方式主要以单个固定镜头为主导，镜头之间来回切换较少。这种设置限制了受众对场景细节和事件过程的全面感知，导致他们无法深入参与直播内容，进而降低了互动积极性。其必然结果是产生了一定量的无效信息，这些信息无法有效吸引受众的注意力，也无法为直播内容的传播提供有力支持。

客观、无剪辑和无主持人本是慢直播的优点，但同时也造成它叙述的不准确性，新进慢直播间的用户可能无法理解慢直播所传递的信息，这就构成了一种传播障碍，使慢直播成为一种走过场的直播形式，无法达到预期的沟通作用。如果一段时间都是同样的视频，或是缺少对情节的阐释，用户只有自己想像出一个完

整的画面，才能理解完整的资讯，也就难以引起使用者的注意，使得用户在收看节目时的感受大大降低，甚至会半途而废。

### 5.1.3 场景内容雷同化：跟风式慢直播缺乏创新意识

2020年初，央视频APP推出《疫情24小时》系列慢直播，其中关于雷神山、火神山医院建设系列的慢直播，在播出后迅速吸引了近9000万网民的观看与积极参与评论，其影响力之广、参与度之高均达到了空前的水平，标志着慢直播在国内首次成为一个具有现象级重要性的议题，展现了其在信息传播和公共参与方面的巨大潜力。央视频APP在疫情期间的系列慢直播成功后，使国内媒体开始认识到慢直播的重要性，效仿央视频开始进行慢直播。但纵观许多慢直播，虽然投入了大量的人力、物力和财力。其影响力并未达到预期的广泛程度，也未能在大量受众和舆论中产生深远影响。造成这一现象的核心原因在于，一些慢直播在没有做好充足的规划和选题筹备工作的基础上，只是一味地照搬流行的慢直播，什么慢直播火，就播什么慢直播，什么慢直播观看人数多，就播什么慢直播，并没有对其内涵进行深度的发掘与搭配，缺乏特色。不仅加重了观众的审美疲劳感，还会使用刚进慢直播间的用户产生迅速退出的想法，切换下一场景。造成了资源的无效利用，还导致慢直播板块乃至整个平台的跳出率显著上升，用户黏性随之下降。

### 5.1.4 场景互动缺失化：缺乏及时互动造成流量流失

由于慢直播具有强互动性的特点，在直播时与观众的互动有利于为观众答疑解惑，提高流量留存。但是这种场景互动行为受到互动方式的限制。当前，在用户与用户之间以及用户与慢直播平台之间的场景互动中，主要以评论、点赞、转发等形式为主，这些互动方式相对单一且持续时间有限。此外，在部分主题不够明确的慢直播中，由于缺乏必要的解释和提示，使得新进入直播间的观众或对慢直播内容不熟悉的受众在理解上存在困难，导致他们感到困惑，无法明确直播内容的含义。这种情况引发了慢直播传播过程中的“编码”与受众“解码”之间的信息偏差，进而产生了传播障碍。最终的结果是，受众难以深入理解慢直播的内容，从而阻碍了慢直播平台与用户之间建立深层次的情感联系，并导致了流量的



流失，为慢直播的传播带来不利影响。

## 5.2 场景理论视域下慢直播传播策略优化

面对慢直播在场景化传播中出现的乱象，如何进一步促进其优化发展也是值得研究和探讨的课题。针对慢直播场景化传播中所出现的乱象，应当立足实际进行本质分析。场景时代下相关平台要采取有效措施，生产优质内容，增加信息阐释，利用技术增强场景适配。相关部门要制定条例，加强传播过程中的隐私保护。通过多方合力打造良好的直播场域，优化场景体验，从而充分发挥慢直播的积极优势和效应，未来才会有更好的发展态势。

### 5.2.1 生产优质内容：提高受众观看慢直播的使用黏性

随着慢直播领域的细化，用户对高质量慢直播内容的需求日益增加，慢直播需要创新场景内容，打造具有文化内涵的慢直播间。创新慢直播内容可以针对某一垂直领域进行内容生产，以满足对小众慢直播有着特定需求的用户，也可以通过合适的选题，通过搭建个性化场景，高效匹配有着特定品类需求的用户。具体而言，从内容角度，要坚持“内容为王”，依据区域的特色进行慢直播，将内容与场景有机结合，实现“大叙述”向“个性化”叙述的转变，使内容表现更鲜活。以四川观察慢直播频道为例，其主要内容聚焦于直播四川成都的大熊猫生活；北京卫视的慢直播则倾向于对故宫、长城进行实时呈现；而海南卫视的慢直播多展现沙滩、大海的自然风光。在选题策略上，应注重创新性，避免重复老旧的内容。结合当前热门话题，推出与之相契合的慢直播内容，既能体现“慢”的核心理念，又能有效吸引观众的注意力

### 5.2.2 增加信息阐释：拓展慢直播的传播形式与应用价值

传播障碍，作为一个学术概念，指的是在传播活动过程中，由于传播系统本身存在的结构性问题和功能性缺陷，如传播制度设计的不合理、传播渠道的不畅通等，而导致的传播行为受阻或效率降低的现象。为了有效应对这些障碍，学术界和实践界需要不断探索和创新传播方式。在场景时代，慢直播的“慢”特性表

现为单位时间内信息流速的减缓、总体直播时长的延长以及直播节奏的舒缓。与此同时，直播内容的解读方式也发生了转变，由过去专业媒体人的权威解读逐渐演变为公众智慧的个性化解读。这种“人为的有意退场”策略旨在更有效地实现传播目的。然而，当发现传播方向与传播目的出现偏差，表现为过度娱乐化的趋势时，我们必须加强对慢直播的信息阐述，及时纠正直播过程中的不正之风，从而为观众提供既具有审美情趣又符合正确价值观的观看导向。纵观那些成功的慢直播，详细的解释阐述，多元化的慢直播场景形式，都是必不可少的条件。若仅仅依靠个体对新闻的解读，不但会造成受众接收信息狭窄的问题，而且还会降低其传播的有效性。

### 5.2.3 制定相关条例：加强慢直播传播过程中的隐私保护

在社会发展的进程中，各社会主体之间的交流沟通扮演着至关重要的角色，其本质可以被理解为信息的交换与共享。然而，当某些行为或实践与既定的社会目标或期望发生偏差时，便会出现所谓的“越轨”现象。这种越轨行为可能对社会秩序和稳定造成潜在威胁。为了规范和约束社会主体的行为，人们在社会交往的过程中逐渐形成了一套广泛认可的社会行为规范。然而，在慢直播这一新兴信息传播方式中，由于直播内容的实时性和公开性，隐私权保护成为了一个亟待解决的问题。在慢直播场景构建中，由于慢直播平台的隐私保护意识不强或用户之间的过度交流，使一些本该在“后台”的信息，暴露在“前台”之中，很容易造成侵犯他人隐私安全的问题，产生不良的社会影响。

为了防止社会主体在慢直播过程中出现越轨行为，如未经授权的隐私披露等，有必要制定并强化相关的隐私保护条例。这些条例应明确规定慢直播的传播范围、内容审核机制以及隐私权侵犯的法律责任等，以确保社会主体在享受慢直播带来的便利与乐趣的同时，其隐私权也能得到有效保护，促进慢直播行业朝着安全方向发展。

### 5.2.4 加强技术运用：技术助力实现场景传播专业化

慢直播，作为一种随着技术不断革新而逐渐成熟完善的直播形式，其发展历程深刻体现了技术进步对传播方式的深远影响。从最初的高清慢直播技术，到随

后的超清、乃至虚拟现实（VR）直播技术的出现，每一次技术的飞跃都为慢直播带来了更加丰富的场景化传播可能。这些技术的运用不仅显著提升了用户的观看体验，使之更加沉浸和真实，更有效地实现了“虚拟在场”的传播效果。

以“云旅游”慢直播为例，用户现在可以自主选择观看角度和镜头，根据个人喜好和兴趣定制专属的慢直播画面。这种个性化的观看体验不仅增强了用户的参与感和满足感，也进一步推动了场景传播向更加专业化和精细化的方向发展。因此，我们可以清晰地看到，技术的不断运用和创新正在为慢直播的场景传播专业化提供强大的助力和支撑。

## 结语

在移动互联网迅猛发展的时代，场景作为连接用户与内容的桥梁，已经演变成新的流量突破口。随着人们对个性化、定制化内容需求的不断增长，场景的应用范围也在不断扩大，其重要性愈发凸显。与此同时，场景理论的不断完善和深化，不仅为各学科专业提供了全新的研究视角，也为其发展注入了新的活力。特别是在慢直播领域，场景逐渐成为其核心要素之一，发挥着举足轻重的作用。

本文从“场景”的理论视角切入，采用案例研究法和深度访谈法相结合的研究方法，对慢直播的场景构建样态特征及其传播策略进行了深入剖析。在探究慢直播场景建构要素的过程中，本文从空间与环境、用户实时状态、用户生活惯性以及社交氛围四个维度出发，系统梳理了慢直播场景构建的关键因素。同时，本文还针对当前主流的四种慢直播样态特征进行了详细分析，不仅揭示了其独特的价值所在，还进一步探讨了其相应的传播策略，以期对慢直播领域的理论研究和实践应用提供有益的参考。

场景化慢直播目前正处于不断探索与发展的阶段，关于其场景化传播的标准尚未形成统一共识。在这一过程中，难免会出现一系列问题，这些问题主要表现在场景仪式的过度商业化、场景传播形式的单一化、场景内容的雷同化以及场景互动环节的缺失化等方面。为有效应对这些问题，慢直播平台需致力于生产高质量的内容、增加信息的详细阐述、加强先进技术的运用，同时国家层面也需制定相关法律法规，多方合力协作，以期更好地推动场景化慢直播的传播与发展。

尽管当前的慢直播实践在某些方面仍有待进一步完善，但慢直播绝非一时之热，而是具有广阔发展前景且正处于蓬勃发展阶段的新型传播方式。慢直播的场景化传播不仅为我国媒介融合提供了稳定且可持续的演进路径，更凸显了其作为新兴传播手段的巨大潜能。随着技术的持续进步和受众需求的日益多元化，慢直播有望展现更加多彩、富有创新性的传播面貌，从而为媒介生态的多元化发展注入源源不断的新活力。

## 参考文献

### 期刊文献

- [1]李哲. 媒介场景理论:媒介研究的新视角——读梅罗维茨的《消失的地域》[J]. 新闻世界, 2012, (05):225-226.
- [2]彭兰. 场景:移动时代媒体的新要素[J]. 新闻记者, 2015(3):20-27.
- [3]郜书锴. 场景理论的内容框架与困境对策[J]. 当代传播, 2015(4):38-40.
- [4]喻国明, 梁爽. 移动互联时代:场景的凸显及其价值分析[J]. 当代传播, 2017(01):10-13-56.
- [5]郜书锴. 场景理论:开启移动传播的新思维[J]. 新闻界, 2015, (17):44-48+58.
- [6]聂晶. 融媒体时代媒介场景论研究——读梅罗维茨的《消失的地域》[J]. 传媒论坛, 2019, 2(16):112+114.
- [7]金曙. 从慢直播实践看视频直播生态的融合与创新[J]. 上海广播电视研究, 2019, (01):106-111.
- [8]董香玉. 媒介场景理论下电商直播现象的发展研究[J]. 传播力研究, 2020, 4(17):118-119.
- [9]穆素华. 融媒体直播的创新探索——以中央广播电视总台“慢直播”等为例[J]. 中国记者, 2020, (03):14-16.
- [10]宋成. “慢直播”与“饭圈文化”:“云监工”的传播学解读[J]. 新闻与写作, 2020, (03):56-61.
- [11]张文娟. 互动生成中的传播共振——以央视频“火神山”“雷神山”慢直播为例[J]. 当代电视, 2020, (04):16-19.
- [12]郭淼, 马威. 互动仪式链视域下的“慢直播”分析[J]. 新闻与写作, 2020, (06):97-100.
- [13]曾抒羽. 对慢电视、慢直播陪伴性功能的解读[J]. 中国广播电视学刊, 2020, (07):62-64.
- [14]程雅堃, 刘远. 千万“云观看”背后:慢直播网民互动心理探析[J]. 现代视听, 2020, (07):45-47.
- [15]殷乐. 见证、陪伴与建设:慢直播在重大突发事件中的角色解析[J]. 电视研究, 2021, (01):44-47.

- [16] 杨继红. 慢直播传播特征: 场景介入+用户卷入[J]. 中国记者, 2021, (01): 74-79.
- [17] 魏梦鸽. 场景理论下网络视频直播平台的建构[J]. 新闻世界, 2021, (04): 3-5.
- [18] 王悦. 场景理论视域下网络直播对场景的重构效应[J]. 新闻论坛, 2021, 35(01): 69-70.
- [19] 和曼, 焦飞越. 突发公共卫生事件报道中慢直播的创新应用[J]. 青年记者, 2021, (04): 60-61.
- [20] 孙海龙, 唐瑞蔓. 媒介即存有: 作为“后勤型媒介”的慢直播[J]. 现代视听, 2021, (06): 49-54.
- [21] 王菁菁. 凝视、监督、陪伴: 慢直播的兴起与发展探究[J]. 新媒体研究, 2021, 7(12): 79-81.
- [22] 张存艳. 从慢直播到“慢直播+”——慢直播发展路径探究[J]. 西部广播电视, 2021, 42(16): 39-41.
- [23] 刘佳. 陪伴式心理传播生态变革传媒技术赋能——慢直播“云监工”的多维度解读[J]. 中国广播电视学刊, 2021, (12): 48-50.
- [24] 邱月. “慢力量”: “云监工”慢直播的媒介价值[J]. 华夏文化论坛, 2022, (01): 229-234.
- [25] 汪文斌, 唐存琛, 马战英. “慢直播—短视频”的融合传播路径探索[J]. 电视研究, 2022, (10): 66-69.
- [26] 张婷婷. 主流媒体“慢直播+新闻”传播探析[J]. 青年记者, 2022, (18): 69-71.
- [27] 魏婷. 后疫情时代慢直播发展的新特点与新趋势[J]. 青年记者, 2022, (24): 92-94.
- [28] 葛莺. 慢直播的融合创新启示及发展趋势——以央视频的慢直播栏目为例[J]. 新闻世界, 2023, (01): 45-49.
- [29] 陈沫. 融媒时代“慢直播”: 地面电视频道宣传新路径[J]. 全媒体探索, 2023, (01): 75-77.
- [30] 常世林. 慢直播的叙事节奏和内容营销策略[J]. 记者摇

篮, 2023, (03): 48-50.

[31] 田园子, 谭舒妍. 新冠疫情背景下主流媒体的融合创新——慢直播的传播优势与思考[J]. 新闻前哨, 2023, (09): 27-28.

[32] 张頔, 刘阿龙. 慢直播提“鲜”: 景观轮动、受众互动、热点联动[J]. 全媒体探索, 2023, (06): 94-95.

[33] 刘长亮, 张振峰. 创新打造融媒时代主流媒体宣传样本——以《美丽河北》慢直播节目为例[J]. 新闻战线, 2023, (16): 76-78.

[34] 杨天童, 朱媛媛. 慢直播在新闻传播中的应用与创新[J]. 全媒体探索, 2023, (08): 79-81.

[35] 高凌. 慢直播在新闻传播中的应用与功能[J]. 新闻世界, 2023, (10): 93-95.

[36] 李庆池. 新媒体时代慢直播的媒介特色探析——以“火神山”“雷神山”慢直播为例[J]. 新闻研究导刊, 2023, 14(21): 79-81.

[37] 侯恩盼. 基于场景理论视角的直播电商发展策略研究[J]. 互联网周刊, 2023, (10): 55-57.

[38] Leyda Julia, Brinch Sara. Anthropocene slow TV: Temporalities of extinction in Svalbard[J]. Journal of Scandinavian Cinema, 2020, 10(3)

[39] Mark Perry, Mathias Broth, Arvid Engström, Oskar Juhlin. Visual Narrative and Temporal Relevance: Segueing Instant Replay into Live Broadcast TV[J]. Symbolic Interaction, 2019, 42(1)

[40] Wallenius Wilhelmsen vessel transmits live streaming of four-month, equator-crossing sea voyage enabled with Marlink connectivity services; Norwegian Aquavit manufacturer uses slow TV to prove that traditional four-month, ship-board maturing process still produces the best taste[J]. M2 Presswire, 2018.

## 学位论文

- [1] 杨冉. 幕布后的表演—场景理论视角下的网络直播[D]. 安徽大学, 2017.
- [2] 钟丹. 场景理论视域下网络直播平台传播策略研究[D]. 湖北大学, 2018.
- [3] 周倩楠. 互动仪式链视域下央视频慢直播研究[D]. 西南政法大学, 2021.
- [4] 马旭. 网络慢直播的互动式社交研究[D]. 华东政法大学, 2022.
- [5] 张岚华. 传播仪式观视角下的慢直播研究[D]. 西南财经大学, 2022.
- [6] 冯佳红. 场景理论视域下的慢直播研究[D]. 黑龙江大学, 2022.
- [7] 胡文慧. 慢直播互动仪式链中的情感能量研究[D]. 湖南理工学院, 2022.
- [8] 祁梦琪. 互动仪式链范式下的“慢直播”研究[D]. 华侨大学, 2022.
- [9] 王剑. 电商直播的场景化营销策略研究[D]. 河南大学, 2022.
- [10] 荆培珩. 慢直播场景中的共情影响因素研究[D]. 山东大学, 2023.
- [11] 郑浩然. 共情视角下慢直播的传播策略研究[D]. 安徽财经大学, 2023.



## 著作

- [1] 约书亚·梅罗维茨. 消失的地域: 电子媒介对社会行为的影响[M]. 北京: 清华大学出版社, 2002: 32-40.
- [2] 欧文·戈夫曼. 日常生活中的自我呈现[M]. 北京大学出版社, 2008: 94
- [3] 兰德尔·柯林斯. 互动仪式链[M]. 林聚任, 王鹏, 宋丽, 译. 北京: 商务印书馆, 2009: 87.
- [4] [美] 罗伯特·斯考伯, 谢尔·伊斯雷尔著. 赵乾坤, 周宝耀译. 即将到来的场景时代[M]. 北京: 北京联合出版公司, 2014: 11.

## 电子文献/报刊杂志

- [1] 中国互联网络信息中心 (CNNIC). 第 51 次中国互联网络发展状况统计报告 [R]. 2023. 3

## 致谢

春风若有怜花意，可否许我再少年。依稀记得刚收到录取通知书时候的兴奋；记得对兰州这个新城市的憧憬；记得初来上学时对未来学习生涯的期待。不知不觉，研究生三年生涯已到了尾声，始于 2021 年金秋，终于 2024 年盛夏。回首往昔，有遗憾也有收获，感恩相遇，感谢兰财。

首先要感谢我的导师黄建军教授，感谢他对我论文进行悉心指导。黄老师品性温良敦厚，对人和蔼可亲，感谢他锻炼了我自主学习的能力，衷心的祝愿黄老师身体健康，工作顺利，家庭美满。

感谢我的室友们研究生三年对我的帮助，让我在千里之外感受到家的温暖。感谢研究生生涯中所有陪伴和给予过我帮助的人，谢谢你们带给我的温柔。年年岁岁花相似，岁岁年年人人不同，祝大家前程似锦，得偿所愿。

最后，感谢我的父亲母亲哥哥，感谢他们的养育之恩。感谢他们对我的支持，我脾气有时不好，感恩他们对我的包容。我爱你们，你们是最坚强的后盾，希望他们身体健康，平平安安。

再见了，我的学生时代。再见了，段家滩 496 号，后会有期！

## 附录

开场白：您好，我是兰州财经大学商务传播学院的一名研三研究生，正在进行场景理论视域下慢直播场景构建传播策略的研究，希望通过与您的交谈中了解慢直播场景构建的类型及价值，本次访谈将会严格保密，不会泄露您的任何个人信息，谢谢！

1. 人口基础信息：您的年龄、性别、学历、目前的工作/学习情况是？
2. 观看情况：您是怎么了解到慢直播的？
3. 您是否有持续关注的慢直播类型？
4. 您通常在什么情况下会观看慢直播？
5. 您喜欢看哪种场景的慢直播？
6. 您是基于何种需求观看慢直播的？
7. 在观看慢直播时，您会在发弹幕或者评论吗，内容通常是什么？
8. 您在观看慢直播后，会在私下搜索相关内容吗？
9. 慢直播对您的产生了什么实际影响吗？目前您在慢直播中获得了什么？
10. 您认为目前的慢直播还有什么需要改进的地方吗？
11. 您希望慢直播可以引入什么内容？

除了上面所讲的，您还有没有其他想补充的问题？

感谢您真诚的回答此次采访，再次感谢！