

由融媒体时代健康类节目转型和发展谈起

何凌

随着新媒体的快速发展,微博、微信成为当代受众获取信息和知识的重要渠道,电视作为传统媒体代表,在受众群体中的影响力不断弱化,对电视健康类节目的长远发展造成了巨大的冲击和影响。可能有人问:健康类节目有没有办下去的必要?答案是太有必要了。现在我国高血压患者超过2亿,每年增加1000万人;糖尿病患者9240万,1.4亿人血糖增高;心脑血管疾病患者超过2亿,占我国每年总死亡人数的1/3。一方面努力地改善生活,另一方面很多人在用不好的生活方式进行“慢性自杀”,古语说:大医治未病,进行健康科普宣传势在必行,媒体融合形势下电视健康类节目需要创新途径。

现从媒体融合、人才培养、资源整合三方面来谈谈我的粗浅认识和看法:

一、媒体融合使宣发渠道由单向传播转向双向交互式传播

强化公信力与权威性。通过邀请专业嘉宾或者与权威单位合办的方式,树立权威形象,积极创新电视传播形态,将移动终端设备与电视连接,受众可以通过多种途径收看节目,以新媒体作为新的传播载体,实现新媒体与电视媒体的深度融合。

做好节目定位。例如针对老年群体,可以将养生知识作为节目定位;再比如年龄25到55岁的职场人士,职场压力较大,工作繁重,身体长期处于“亚健康”状态,针对这一受众群体的特点,《职场健康课》可以推出健康知识服务,营造愉悦、轻松的节目风格,以诙谐的方式讲述健康知识。

加强受众互动。以往的单向信息传递方式逐渐被时代淘汰,要加强与受众的交流互动,通过开设社交平台等方式,比如增加微信公众号、短视频、视频号等多种宣传渠道,多方位立体化宣传,由单向传播转向双向交互式传播,为受众推荐喜闻乐见的信息知识。同时电视还可借助应用大数据技术,对受众的信息反馈进行整理和分析,打造具有健康特色的节目模块,提升节目对受众的吸引程度,定期举办各种线上线下活动,为受众提供全方位的健康服务。

提高节目主创人员综合素质。作为健康类节目要求主创人员具备一些医学知识和养生知识,强化节目的功能性和服务性。

鉴于当前国内尤其周边地区疫情形势,“外防输入”压力巨大,“解封不等于解除”,各类公共场所仍应落实落细各项防控措施,各医疗机

构应进一步加强院感防控管理;中高风险来芜人员要履行主动报告义务,自觉接受查验。

作为健康栏目,持续做好新冠肺炎疫情防控宣传引导工作责无旁贷,包括:及时准确报道疫情形势和防控政策举措;及时发布我市疫苗接种信息,报道我市疫苗接种进展,宣传国产疫苗安全性的消息;持续做好科普宣传,引导群众加强个人防护,养成良好卫生习惯,增强公共卫生意识。

媒体融合即利用传统媒体的内容权威、队伍建设等优势和新媒体的渠道丰富、体制灵活等长处,取长补短,优势互补,用互联网思维推动媒体融合发展,着力构建现代化立体传播体系,不断增强传播力,提升公信力,扩大影响力。我们相信在传统媒体上很强,在新媒体上也会很强。必须牢牢建立在内容基础上去探讨转型,怕的是转型和融合掩盖了自身很多问题,那就是传染病了。比如在融合的过程中长期炒菜,从不种地,传统媒体学会新媒体姿态、网红语言等等,注重外在说明,内容依然是陈词滥调,观众真的喜欢吗?

二、人才培养是传媒竞争的核心需进行合理配置和管理

推进人才工作创新发展,首先是在思想解放上实现新突破。要求采编人员既是一个操作者,也是观察者,要对技术、受众两个驱动因素保持高度敏感。传统媒体采编人员面临从思维到技能的全面转型。

积极开展形式多样、内容丰富的主题活动,特别是通过打造传媒文化,不断增强单位凝聚力和职工归属感。如“妇女节活动、青年志愿者活动、职工趣味运动会、红色之旅、记者节联欢活动”等。实施人文关怀,领导通过与员工谈话,帮助员工进行自我分析、目前职业岗位分析等协同谋划其短期、中期、长期的职业生涯规划;同时了解员工他们究竟是怎么想的,为什么这样想。

激励机制是吸引、留住核心人才的重要手段。全媒体时代,有竞争力的薪酬依然是吸引和保留人才的主要方式,但对于组织与领导的认同成为新经济形势下吸引和保留人才的关键。换言之,员工需要知道在组织中的定位,知道他人对自己的评价,从而获得关于自我的比较可靠而自信的个人发展目标。领导破格使用人才,为创新发展留住人,另外可以增加人才特殊贡献奖、最具进步奖、最佳营销奖、最佳委屈奖等,既有精神上的奖励,也有物质上的奖励。由此,赢得了人心,凝聚了力量,建立起一支想干事、能

干事、干成事的干部职工队伍。

设立人才基金,选派新闻宣传、网络技术、广告经营等方面业务骨干赴强势媒体进行考察、学习、培训。也可邀请中央、省级媒体及高校的名记者、名摄像、名主持人、管理专家和学者前来授课,让大家开阔眼界,增长知识,提高水平。也可围绕各类人才反映强烈、热切盼望解决的问题推进政策创新,以解决问题多少和实施效果来评价政策创新的成效。

三、整合区域媒体资源实现全平台深度融合

整合媒介资源,形成一体化的组织结构,遴选最能代表区域特征、有一定影响力的新闻门户网站作为媒体融合发展的互联网平台,其次整合传统主流媒体、移动运营商或网络技术方等互联网媒体所需的资源,着力构建区域性现代化立体传播体系。

整合新闻资源,确立“内容+服务”的传播方向。实现新闻信息一次采集、多种生成,在传播渠道环节,将手机报、微信公众号、官方微博、网上直播、手机推送等进行整合,实现新闻传播移动化、社交化、视频化,形成多元传播态势。

整合信息资源,推动大数据库建设。对带有“区域符号”特点的文化、产业、旅游等主题性内容,加强权威和深度发布,带动相关产业发展。

整合网络功能,一是与有实力的云计算项目合作,二是与大型门户网站联合,三是与电信运营商合作。

整合赢利模式,凭借强大内容作支撑,对微博、微信等自媒体平台,适时推动用户付费订阅、平台佣金、会员付费、电子商务等赢利模式,利用传播渠道多元化的优势,在项目包装、活动策划、品牌推广等方面形成强势广告效应,利用整合过程中的股份分红、利益分成等合作模式,进行线上线下互动赢利。

整合融资渠道,待网络日点击率达到一定规模,着手打造区域性综合门户网站这一新兴传媒概念,适时引入战略合作伙伴,以基金风投等方式进行融资。

融媒体时代,信息获取和宣发的渠道已经跟传统媒体时代有了本质区别。有人说传统电视节目已经没落。但我恰恰认为不是。如何因势利导,如何顺势而为,求新求变,这是我们每一个媒体人必须思考也必须回答的课题。本文正是基于这样的时代背景和现实需求,在实践中进行思考,在思考中进行创新求变。

(作者单位 芜湖传媒中心)

时政类新闻在媒体融合背景下的多样化表达

花磊

时政类新闻是主流舆论的重要内容,持续巩固壮大主流舆论是推进媒体融合的重中之重,因此,时政新闻是媒体融合时代壮大主流舆论的先锋和主力军。媒体融合发展为新闻传播提供了新平台、新渠道和更多的可能性,对时政新闻类信息而言,提升传播力、提高影响力、增强表达力,是在新的媒体环境下,地市级媒体发展和创新的必由之路。

一、多样化表达是媒体融合的必由之路

无论是党报、党台,还是都市报等各类媒体,时政新闻内容都是必不可少的,它是媒体公信力、权威性的体现。而随着新媒体的快速崛起,受众获取新闻信息的渠道和方式已呈现多元化的转变,在便利性、选择性增强的同时,不可否认的是,海量的信息也模糊了焦点,与受众关系密切的时政新闻内容越来越不容易抵达受众。

尤其是对地市级媒体来说,如何占领新的舆论阵地,传递好党的和政府的的声音,让时政新闻的表达方式更加亲民、便民,做好时政新闻的多样化表达,从受众的角度出发,改变传统媒体新闻信息“给予者”的定位,满足受众需求的同时,做到既传递声音,又抓住受众需求,形成“双赢”的效果,使得时政新闻在媒体融合的背景下,做到“三贴近”,即贴近实际、贴近生活、贴近群众。

二、拓宽传播渠道 形成新媒体矩阵

具体来说,当前包括抖音、微信视频号等各类短视频平台以及微信、微博等移动传播手段已经兴起,对传统媒体产生极大冲击和影响的同时,也为宣传党和政府的方针政策、传播主流价值观、加强思想引领、广泛凝聚共识方面提供了新的渠道和方式。

如何更好地发挥舆论导向作用,占领新的舆论阵地是地市

级媒体必须着力加强和探索的。以芜湖传媒中心为例,在时政新闻板块,除利用好中心已有的今日芜湖客户端外,还新增包括芜湖新闻频道微信公众号、新闻频道视频号、芜湖日报社微博账号、一点芜湖视频号、周璟工作室抖音账号、头条号等跨平台、跨媒体的新媒体账号矩阵。利用这些新媒体账号矩阵,芜湖传媒中心按照市委市政府的决策部署,将当前工作重点、全市经济社会发展情况等时政新闻内容,按照各渠道不同属性,利用文字、图片、视频等多种形式进行传播。

2021年3月起,芜湖市开展政企“畅聊早餐会”,市委市政府主要领导利用周末早餐的时间,与全市各类型企业负责人交流,增强与企业联系和沟通的同时,向全社会传达对于“双招双引”和服务企业工作的重视。该活动通过包括芜湖日报、新闻频道、电台频率等传统媒体报道后,在今日芜湖、新闻频道微信公众号、“畅聊早餐会”微信公众号等新媒体矩阵平台通过各种形式和方式进行全方位报道,迅速形成舆论热点。

三、充分利用 短视频形式 加强时政内容传播力

时政新闻通常没有过多的情感,较为客观,因此传统的时政新闻往往给人枯燥感,为了增加受众的接受度,充分利用新媒体特性,时政类新闻短视频的形式应运而生,它具有视觉、听觉等于一体的交互性强的特点。短视频有着诸多优势,相较于单纯的文字或图片报道来说,短视频新闻报道的现场感更强,能体现新闻的真实性;相较于传统电视报道新闻来说,短视频报道的画面更简洁,语态形式更活泼,大大拉近了与受众之间的距离,让受众更容易接受重大主题新闻信息;短视频可以利用抖音、微信、微博等新媒体平台进行传播,促进了新闻的实效性,延伸了话语空间。

浅谈新媒体时代电视节目后期编辑与制作

杨钦

时代的发展赋予了媒体更多的发展机会以及特点,随着互联网技术兴起,以新媒体为首的媒体形式正在不断影响着人们的生活、习惯等,电视行业的发展有赖于新媒体的快速发展,这样才能够呈现出节目后期编辑和制作的效果。基于此,本文对新媒体时代的有关理论进行了探讨,并对新媒体时代电视节目后期制作与编辑的原则以及策略进行了分析,希望能够为今后的新媒体发展提供参考。

前期节目拍摄素材一般较多,如果不经过剪辑以及后期制作,就会造成大众的视觉疲劳,无法使观众留下印象,通过电视节目的后期制作以及剪辑,可以将主题表达得更加清楚,提升节目的观赏效果。

电视节目的制作基本上包括两个主要部分:初始阶段和最后阶段。电视节目的编辑和后期制作主要是通过收集、整理素材、编辑制作、编辑制作后的特效加工处理,使得所要表现的内容更加突出,做出更丰富的电视节目。后期制作团队每周都会留出一定的时间来组织大家进行节目的剪辑。根据每个人的剪辑习惯,为特定创作分配一个后期制作清单。在制作过程中,需要列出所有过程的详细信息列表,并将其实施到个人创作中去。

后期设计特效时,需要关注的是特效的质量,而不是特效的数量。由于部分电视节目具有时效性,后期包装制作往往会被削弱,机械化的剪辑制作,会使得节目缺少美感。

后期制作和编辑团队之间的合作也需要不断磨合。节目编辑需要知道在哪里添加后期制作并为后期制作留出时间。写作团队也带来了专业的想法。这样,在交流时,双方就可以很容易地了解对方的想法。从所有相关人员的专业角度来看待这些意见,从而进行修改,让节目最终呈现较好的效果。

制作一期电视节目,为了节目更加精致,在设计花字时,不仅要注重人物的笑容,还要注意氛围和环境的变化。以“向往的生活”为例,情感的成熟需要后期处理的帮助。花字和音乐根据不同的主题和情节趋势创造不同的环境和效果,细化和增强2D视觉表达的体验。

与传统电视节目注重画面的追求不同,新媒体环境下的电视节目对技术和艺术的融合要求更高,电视节目在后期制作和剪辑方面的功能也比较齐全。创建节目形式更加多样,内容更加精致。从技术角度来看,新技术特效是当今视频节目吸引观众、活跃视频内容的重要途径。从艺术的角度来看,电视节目的声音、作曲、背景音乐等电视语言都需要与呈现内容高度一致,才能达到最佳视听效果。

比如在综艺节目中,这类节目的播出效果就是给观众带来更多的欢乐,传达现代人在业余时间的精神追求。为了给节目营造一个充满活力、温暖和轻松的氛围,后期制作和节目编辑通过添加字体、表情和特殊声音效果来强调节目的娱乐性,以提高节目的有效性。不

时政新闻内容通过短视频的方式变得更加容易理解、便于传播。让“新闻更好看,时政不难懂”。时政新闻短视频呈现出场景化、通俗化的表达方式,让时政新闻变得更加接地气,有利于提升其传播性与新闻影响力。传统新闻报道形式比较严谨,而时政新闻短视频则不同,可以采用多种拍摄和剪辑方式,采用可视化的解说、动画辅助等各种手段,将内容展开讲述,不仅增加了趣味性,同时提升了时政新闻的传播力。

时政新闻短视频是在新媒体背景下出现的一种新闻融合报道的方式,相较于传统电视新闻,时政新闻短视频在内容和表达形式上都有着一定的创新。在字幕、声音配合上有自己的特色,去电视化风格十分明显。从画面应用上来看,时政新闻短视频采用碎片化画面,可视化呈现方式的特征更加明显。但不可否认的是,在当前短视频市场上,优质的时政或新闻短视频数量还是比较少的,用户熟知的平台更是屈指可数,据相关统计表明,当前短视频平台中,泛娱乐化内容仍更容易获得受众关注。

微信视频号的出现,很大程度上将改变这一现状,微信视频号与微信高度融合,利用微信受众广、用户粘性强、活跃度高等特点,通过这一平台传播时政类新闻短视频,是一条可以发力和推广的路。今年以来,芜湖传媒中心利用该渠道制作推出的一系列时政新闻短视频内容均获得了良好的效果,多个视频点击量超10万,转发量和点赞数也突破新高,获得了良好的传播效果。

综上,在坚持做好传统媒体报道同时,利用新媒体渠道,增加多样化表达形式,拓展主流舆论阵地,壮大主流舆论声量,是新闻单位和新闻从业者的责任和义务,同时也是在当前媒体环境下,主流媒体行业必须探索和加强的工作。

(作者单位 芜湖传媒中心)

小议外采记者的新闻敏锐与采访编辑

倪逸

良好的新闻敏锐是新闻工作者开展工作的重要前提。在新闻采访的过程中,对事物以及人物的采访具有高度的新闻敏锐能够高效捕捉细节,最终促使后期新闻编辑内容能够得到优化,最终满足人们对新闻的高度要求。所以,当下应该不断对外采记者的新闻敏锐程度进行分析,并且能够对其采访编辑工作进行研究,以保证采编工作高效开展,促进新闻事业快速发展。

一、外采记者新闻敏锐的形成

在外采记者开展工作的过程中,其新闻敏锐能够深度挖掘新闻价值,促使新闻内容得到高效优化。在进行外采工作时,相关新闻工作人员需要对事件当事人进行采访,进而得到采访内容进行新闻编辑。在这一过程中,新闻记者良好的敏感感是有效提高整体新闻内容质量的前提,同时也是挖掘新闻价值的重要基础。外采记者的新闻敏锐来源于其知识的学习、能力的培养及经验的积累等。在开展外采工作时,新闻工作人员所处的环境、面临的事物以及面临的人物都对其新闻敏锐高度要求。只有其具有高度的敏锐性,能够在采访的过程中深入到人物内心,能够透过事物细节看到事物本质,进而保证后期采访编辑工作具有高

度的真实性。在外采记者新闻敏锐培养形成的过程中,其依旧要保证新闻采访相关要素的落实,避免因新闻敏锐导致采访出现自身观点以及评价,保证以中立的态度开展采访与编辑工作,最终能够有效避免出现不良舆论。通过外采记者新闻敏锐的形成,能够促使其在开展采访工作的过程中具有良好的思维能力,能够对事物进行全面分析与真实探究,进而保证新闻编辑内容真实性,也是满足新闻三要素的重要组成部分。同时,在日常生活中,外采记者还应该不断实践,不断培养提升自身新闻敏锐,这样才能在工作开展的过程中回归到实际生活,保证新闻内容的生动性。

二、外采记者采访编辑工作策略

做好采前准备工作。在外采记者采访编辑工作开展前,应该高度重视做好采访前准备工作。在进行采访编辑前,相关工作人员应该高度重视落实对人物了解,保证对突发事件以及问题做好充分应对准备;采访编辑工作开展前要对外采环境以及周边条件进行深入了解,以保证采编工作的开展能够深入实际,满足新闻真实性要求。同时,应该重视大纲的构成,能够围绕新闻实践进行大纲结构合理构造,在采访的过程中依据大纲有序开展,促使被采访者能够具有均

衡的内心环境,最终保证采访工作高效开展,满足新闻编辑要求。

保证外采工作灵活性。在外采新闻工作人员开展工作的过程中,往往由于其环境条件的变化等原因导致新闻采访终止,最终造成新闻采访无效化问题出现。因此,在当下的外采记者工作开展时,其应该保证自身工作开展的高度灵活性,在工作开展前对实际环境条件以及人物进行了解,应对采访过程中出现的各种因素。同样,其灵活性要求新闻编辑大纲需具有转弹性,避免刻板的大纲落实在采访工作中难以应对突变因素,导致采访工作开展受到阻碍。通过不断提高灵活性及机动性,能够为采访工作顺利开展奠定基础,为后期采编工作的高效开展做好前提保障。

重视后期外采记录整理。在外采工作开展结束后,新闻工作人员应该高度重视后期外采记录整理,这样才能够满足新闻编辑要求。首先应该保证采访过程中的相关重点信息能够得到应用。同时,在采访过程中由于时间或环境影响的不足信息应该在采访后期进行及时补充完善,以避免在后期编辑工作开展的过程中出现信息缺失等问题,保证记录整理能够在充分的采访信息背景下开展,满足新闻编辑对相关外采信息的高度要求。

(作者单位 芜湖传媒中心)