

融合新媒体交互优势 创新县域媒体生活服务类节目

潘旭东

新闻宣传和服务群众是县域媒体最重要的两大任务,特别是在县级融媒体中心的建设中,中央尤为重视县域媒体服务功能的发挥,强调“县域媒体要强化服务功能,整合资源,充分利用互联网,重点发展新媒体,建设综合信息服务平台”。在县域媒体向县级融媒体中心发展的过程中,电视生活服务类节目如何抓住融合发展的契机,发挥更好的服务作用?近年来,浙江义乌市广播电视台生活服务类节目《生活真有味》融合新媒体的交互式优势,线上线下齐发力,赋予了电视生活服务类节目重实用、可参与、有趣味等多方面的特性。本文结合《生活真有味》节目的实践,就县域媒体生活服务类节目的创新试作论述。

一、从实际出发,正视发展瓶颈

纵观国内县级电视台的荧屏,生活服务类节目虽然从未占据过主档节目的地位,但它以服务性见长,与群众的生活十分贴近,因此也是比较重要的一种节目类型,经历了从无到有、从单一到多样化的发展过程,并成为广大观众喜闻乐见的一种电视节目形态。义乌市广播电视台《生活真有味》节目取材于生活,也反映和展现着人们生活态度的变化,具有

接近性、实用性和大众化的特征,受到观众的欢迎。但随着民生新闻的崛起,特别是新媒体的发展,《生活真有味》节目遭遇了台内、台外两方面媒介生态环境的影响,似乎走入了一种“食之无味、弃之可惜”的尴尬境地,内容单调,手法老套,节目质量参差不齐,整体显得单薄乏力。

(一)服务意识不强

服务类节目的核心在于“服务”两字,但节目编导往往由新闻采编人员转岗而来,普遍习惯于新闻报道的思路,没有真正树立起“用户”的理念,仍然停留于我播你看的习惯性思维。如旅游类节目,往往致力于介绍当地的美景,而忽略了观众更加关注的食宿以及交通等信息的比较和提供。

(二)同质化现象日益严重

同质化主要表现在选题和表现形式两个方面。生活服务类节目注重生活与服务,但开办时间一长,试吃、导游、养生……大同小异的内容,千篇一律的表现形式,使观众容易产生“审美”疲劳。不是请来嘉宾介绍健康教育、美食做法或生活小技能,就是进饭店试吃,到景区游玩。这样的节目年年办,日日播,但选题鲜有出新,景就那些景,菜就那些菜,妙招还是那些妙招,选题重复、表现形式

雷同几乎无可避免。

(三)节目形式缺乏创新,后期制作过于简单

由于资金投入、人员配置等原因,节目往往以“主持人+单片”的形式呈现,表现形式比较单一。事实上,服务类节目对后期制作要求比较高,特技和音效使用较多,而这些又是许多县级电视台的短板,如果后期制作人员没有经过专门的培训,是制作不出精良节目的。

正因为有如此种种的发展瓶颈,县域媒体生活服务类节目的创新实践才显得尤为重要。

二、与新媒体相融合,创新县域媒体生活服务类节目实践

在发现问题正视发展瓶颈的基础上,义乌市广播电视台《生活真有味》栏目积极研究对策,努力突围困境。近些年,通过与新媒体的不断融合,栏目拥有了更加方便受众参与的交互性,同时也增加了受众与栏目的黏合度。

(一)让“用户”参与创作,不断丰富节目内容

《生活真有味》栏目组在节目制作过程中,让“用户”直接参与节目创作,不断拓展节目内容,在节目中形成了健康生活、生活小妙招、义乌味道三个主要版块。《生活真有味》最有特色的,就是“第一人称”办专

栏,形成了“我来露一手”“我爱旅行”“亲子”“萌宝秀”“保险微课堂”“等你遇见我”等固定版块,让原来作为观众的“Ta”登上电视荧屏,成为一个个创造内容的“我”。比如“我爱旅行”版块,以旅游资讯、旅游攻略、旅游心得为主要内容,分享义乌市市民旅游的经验心得,得到许多年轻观众的好评。再如栏目策划推出的单身男女婚恋交友公益平台——“等你遇见我”也颇受年轻观众喜爱。互联网改变了人们的生活方式,购物娱乐等消费方式也可以宅在家里通过网络加以实现,由此现实交往的朋友圈有的反而变窄了,尤其是一些忙于工作的人,生活变成了“两点一线”。在义乌,大龄青年的婚恋问题也是社会和家长普遍关注的课题。栏目创办的单身男女交友板块——“等你遇见我”,突出社会公益性和服务性,免费为适龄和大龄青年提供婚恋交友服务。这类节目的形式主要拍摄和展示服务对象的工作生活片段,为单身男女架起认识和交往的桥梁。

(二)线上线下齐发力,节目更接地气

《生活真有味》栏目围绕衣食住行、快乐生活的宗旨,以活动为载体,在微信、微博以及本地客户端“爱义乌”频频发力,努力提升栏目的影响力。

为了更好地与粉丝互动,栏目组这几年分别开通了微信公众号、微博,栏目还建立了三个微信群,总人数超过1000人。粉丝每天会在群里提供节目线索,分享日常心得。同时,栏目组积极布局微直播,拉近与观众的距离。2019年1月,栏目开展了“年货地图”——义乌广电

全媒体美食探访系列微直播,组织观众先后走进上溪馒头加工点、大陈年糕生产厂、廿三里麻糖专业村、大陈宦塘高粱烧酒厂等地,主持人充分展示其活泼幽默的特点,对美食的制作过程进行详细的现场介绍,通过微直播让观众身临其境地了解义乌传统美食的制作过程。全媒体美食探访系列微直播一共开展了四次,“爱义乌”客户端点击量达到8000多次。

除了线上的活动,栏目还积极开展线下活动,扩大栏目的影响力。2018年5月-9月,栏目组织社区厨艺大赛分别走进了江东街道鸡鸣山社区等11个社区进行比赛,活动吸引了500多位选手参加比赛,数万名观众现场观摩。此外,栏目还组织“小记者大世界”体验活动,内容涉及庆祝改革开放40周年“义乌地标行”“美丽乡村行”“健康素养66条系列宣教活动”等活动,吸引了数百位少年儿童参与。

(三)注重形式创新,增强节目可看性

随着融媒传播时代的到来,故事化成为人们最乐于接受的媒体叙事方式。在义乌,每到晚上6点多,许多观众就会在电视荧屏上看到《生活真有味》的编导表演的轻松幽默的情景短剧,节目编导寓教于乐地引出现场话题,进而传递生活知识与窍门,这样的形式更容易让观众接受。

这种叙事方式反映在电视节目中,就是程式化的结构和谋篇布局的定律被打破,故事性被进一步强化。越来越多的电视生活服务类节目开始通过悬念、细节、情境再现、角色扮演等表现形态,把故事传递给

观众。义乌市广播电视台生活服务类栏目《生活真有味》就特别注重情景短剧的运用,在栏目制作的《我的旅游攻略:小编带你探路马畷风筝节》等节目中,编导先是以当时刷屏的电视剧《延禧攻略》里的人物引出情节,然后自然过渡到此次的旅行目的地——马畷奇幻乐园。因为需要介绍马畷的风筝节,编导以主持人体验的形式,介绍了风筝节的情况,用放风筝、画风筝等形式与游客互动,接着又详细介绍了这次风筝节有哪些值得大家游玩的项目。整档节目细节展现生动,加上配合度较高的字幕和音效,7分多的节目看完还让人感觉意犹未尽。

在栏目的形式上,编导对字幕和音效的运用起到了画龙点睛的效果。在早期的电视节目中,字幕只是一种附加元素,只有在画面解释不了或解释不好的时候才会加上字幕。近几年,电视节目吸取互联网短视频的表现手段,在制作手段上求新求变,还出现了专业的后期制作团队。后期制作对节目进行整合和包装,其中非常重要的一环就是字幕和音效的制作。精心制作的字幕、用心选取的音效不但让观众有眼前一亮的全新感觉,节目的趣味性也随之得以提升。

三、结语

实用、娱乐、可交互是融媒体形势下生活服务类节目的核心。电视人孤芳自赏的时代早已过去,只有让观众真正参与进来,以最贴近的方式来服务观众,县域媒体生活服务类节目才能接上地气,真正融入百姓的生活当中。

(作者单位:义乌市广播电视台)