

创新重大主题宣传 提升新闻舆论“四力”

——全省广电媒体庆祝新中国成立70周年重大主题宣传调研分析

单烈 林勇毅 郑宇 吴生华

为推进全省广电媒体进一步创新重大主题宣传、成就宣传、典型宣传报道,不断提高党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力,今年上半年以来,浙江省广播电视局党组书记、副局长、巡视员单烈牵头,局宣传管理处、浙江传媒学院相关人员组成的课题组,通过实地走访、收听收看、座谈交流、案例分析等多种方式,对全省各级广电媒体庆祝新中国成立70周年宣传报道情况进行深入调研,总结提炼新形势下重大主题宣传报道的特色亮点和创新经验,深入剖析存在的短板及问题,并提出提升改进的意见建议,以促进广电主流媒体重大主题宣传报道、新闻舆论“四力”进一步提升。

一、省市广电媒体庆祝新中国成立70周年重大主题宣传特色亮点

庆祝新中国成立70周年主题宣传报道是今年宣传战线的重大政治任务和工作主线,全省广电媒体抓住各个重要时间节点组织推出系列重大主题报道,大力弘扬以爱国主义为核心的伟大民族精神,充分宣传新中国成立70年来特别是改革开放以来的光辉历程、伟大成就和宝贵经验,突出展示党的十八大以来党和国家事业取得

的历史成就,激励和动员全党全军全国各族人民更加紧密团结在以习近平同志为核心的党中央周围,不忘初心、牢记使命、永远奋斗。贯穿全年的全省广电媒体庆祝新中国成立70周年重大主题宣传,总体上策划精细,气势宏大,以传播手段的建设和创新,凸显广电主流舆论的传播力、引导力、影响力和公信力。

(一)发挥主阵地作用 凸显主流舆论

围绕“壮丽70年 奋斗新时代”重大宣传主题,全省各级广电媒体及早谋划,精心策划,做精做细宣传报道计划,用心叙写70年光辉历程,形象展现新时代浙江风貌,打开大视野,凸显主流舆论的强大传播合力。

首先是充分发挥主阵地作用,精心谋划主专栏,体现了多层次和分阶段的精细化宣传特色。浙江省市广电媒体于4月份同步推出《壮丽70年 奋斗新时代》专栏,组织分阶段不同系列的策划,报道层次丰富。浙江卫视、浙江之声、新蓝网-中国蓝新闻客户端、公共·新闻频道、交通之声等开设“壮丽70年 奋斗新时代”等重点专栏,着力做好《国企巡礼》等系列巡礼报道,以浙江国企、革命老区发展变化成果,展现浙江光荣

革命传统、不屈奋斗精神以及拼搏进取的时代风貌。在节目形态上,浙江卫视统筹协调各档重点新闻栏目,《浙江新闻联播》《今日评说》《新闻深一度》《正午播报》等重点新闻栏目联动,以多方位新闻视角展现不一样的浙江变化。《浙江新闻联播》4月起推出多层次系列巡礼报道,以大视角、小切口,回溯70年发展历史,展现多元化场景变迁。9月推出《壮丽70年 奋斗新时代》系列特稿,做好重大主题的综述报道。国庆节前再次策划重点推出《辉煌浙江70年》系列报道,以“讲述浙江历程+70年时间轴+点评浙江经验”的组化结构模式,呈现70年宏大主题宣传的大视角。浙江之声4月份以来连续推出《壮丽70年 奋斗新时代》《我和我的祖国》《声动浙江》等专栏和系列报道。8月《壮丽70年 奋斗新时代》主专栏在“国企篇”“老区篇”“标志性工程篇”等多层次巡礼系列基础上,又推出“首批文明创建巡礼”系列,集中展现文明创建的浙江成就。同时,浙江卫视、浙江电视台教育科技频道、浙江电视台钱江都市频道、浙江电台音乐调频等承办的《我的祖国——浙江省庆祝中华人民共和国成立70周年大型音乐舞蹈晚会》《十月的

阳光·浙江省庆祝建国70周年大型广场文艺晚会》等活动做出了气势和影响力。浙江电视台经济生活频道《有请发言人》推出特别策划“见证70年 浙里寻印记”，浙江电台民生资讯广播推出《壮丽70年 奋斗新时代——寻找浙江那片红》融媒体系列主题报道等体现了自身特色。

各市广电媒体都结合实际开展各具特色的庆祝新中国成立70年宣传报道，主题报道策划呈现出时间上大跨度、布局上多层次的鲜明特色。杭州台先后推出《我们的接力跑》《共和国巡礼》等多层次的系列报道，展示杭州发生的深刻变化。宁波台在《壮丽70年 奋斗新时代》专栏中策划推出“蹲点功能区”“蹲点大企业”“蹲点大项目”等“蹲点”系列报道，运用消息、综述、评论、专访、特写、手记、调查等多种报道形式，全方位展现新时代新征程中的宁波实践。温州广电传媒集团谋划七个“一”重点系列宣传项目，各频率各频道推出近20个专栏和系列报道。嘉兴台在广播频率、电视频道和新媒体端口推出《壮丽70年 奋斗新时代》《70年城市记忆——面孔》等20多个专栏与系列，累计播发稿件2000多篇。湖州台新闻综合频道重磅推出“重温嘱托 牢记使命”系列报道，沿着总书记的足迹，重访总书记走过的地方，反映十六年来湖州坚定不移沿着“八八战略”的指引，坚持“绿水青山就是金山银山”绿色发展理念所取得的成就。绍兴台《壮丽70年 奋斗新时代》主专栏推出“我为革命老区代言”“高质量发展的绍兴NO.1”等系列报道。金华台《金广早新闻》

用“声音纪录片”的方式回望70年来金华发展史上的典型事件。衢州台“壮丽70年 奋斗新时代”专栏先后采制播出“我说衢州的‘全国第一’”“我的我的祖国·致敬老兵”“寻找红色记忆”等多层次策划的系列报道。舟山台开设《献礼70年》等一系列小专栏、专版，突出建设“四个舟山”、加快推进浙江舟山自贸区的主题，讲述历史、记录当下、展望未来，热情讴歌新时代。台州市整合各中心、频道力量，在《壮丽70年 奋斗新时代》专栏中推出《我和我的祖国》《标志性工程巡礼》主题系列。丽水台重点推出《壮丽70年 奋斗新时代·城市印记》，做好庆祝新中国成立70周年主专栏宣传报道。

其次是纵横联合，以多种形式的联合行动和协作报道，扩大庆祝新中国成立70周年重大主题宣传的覆盖面和影响力。浙江卫视联动全省近百家市县广电媒体，推出“一起翱翔”年度大型融媒体新闻行动，利用5G航拍技术，以空中鸟瞰与地面微观关注相结合的方式，展示浙江大地美丽的自然景观和良好的生态环境，彰显经济建设和生态建设的辉煌成就。浙江之声联合全省市县台共同发起“声动浙江”大型全媒体采风活动，围绕“最多跑一次”改革、民营经济发展等十个方面，多个融媒体采访小组深入全省各地，全面系统地梳理和展现浙江成就以及为此做出的努力。杭州台积极参与由中广联城市台电视新闻委员会牵头、全国21家电视台联制联播项目大型系列纪录片《与共和国同行》，于9月28日起在全国21家电视台黄金时段同时播出。宁波广

播频率群联合中广联部分城市新闻台在余姚横坎头村启动大型全媒体新闻行动——“牢记嘱托，追梦新时代”，宣传报道各地落实总书记精神、实现经济社会跨越式发展的情况。由70家城市电台以及人民日报全国党媒平台、腾讯新闻联合推出“我家住在解放路”特别节目，温州交通广播、杭州之声、湖州新闻广播等积极参与，由温州交通广播采制的《温州解放北路：中国第一位个体工商户的创业之路》成为此次大型融媒体系列报道全国开播的首个节目，以家的视野折射国的辉煌巨变。嘉兴台积极参与中央电视台新闻频道推出的特别节目《走向复兴》，9月30日《嘉兴南湖：红船依旧 精神永恒》《红色之路 嘉兴南湖红船 梦想从这里启航》两次在央视新闻频道大屏直播、两次在央视网新媒体直播。湖州台全天6小时推出“乐在国庆”特别节目直播，联合东广长三角广播共同播出10期“我的家和国”特别联播节目。台州台新闻综合频道参与中央网信办和央视网主办的《人民记忆：70年70城》网宣片展示，拍摄制作的《记住台州椒江》短片展现70年来椒江的喜人蜕变，分享个体成长与城市发展、国家进步同呼吸共命运的真实历程。金华电台联合全市九县市区，推出连续10个小时的大型直播《这山、这水、这人》，见证金华城市的成长和繁荣。宁波舟山港主通道富翅门大桥即将通车之际，舟山广播联合央广、上海、浙江、宁波电台推出《大桥时代》融媒体特别节目，央广网、新蓝网、无限舟山APP同步直播，阐述舟山交通变迁，折射海洋强国的生

动实践。

(二)用好融媒体平台 彰显全媒体传播

互联网环境下,融媒传播已经成为时代主流。在庆祝新中国成立70周年的重大主题宣传报道中,全省各级广电媒体积极、主动地融入网络,用好网媒平台,显示出广电主流媒体“大小屏”流量通吃的强大全媒体传播力。浙江卫视大型融媒体直播新闻行动《一起翱翔》飞越杭州钱塘江畔和拱宸桥运河之畔、湖州南太湖等十多个站点,展现“大屏+小屏”“省台+市县台”融媒协作传播新方式,直播及相关内容阅读网超过500万人次。新蓝网-中国蓝新闻客户端“蓝莓视频”联动全省广电融媒联盟“蓝莓号”,推出特别策划“70年·70秒”大型融媒行动,面向全社会征集短视频,以创造者、见证者身份,记录和展现自信的浙江、奋斗的浙江和开放的浙江。浙江之声在国庆期间推出“我和我的祖国系列短视频”和“我和我的祖国升旗篇”两个系列新媒体产品。“系列短视频”选取70年来重要的历史节点或事件,采访亲历者,以“口述历史”的形式,展示浙江发展光辉历程的高光时刻。7月29日至8月4日每天中午12:00,新蓝网-中国蓝新闻客户端联合公共·新闻频道、浙江新闻广播、交通旅游导报、浙江城市广电报,联合流域沿线各县市台组成全媒体采访报道团,连续7天开展融媒互动行进式直播钱江奔涌——浙江广电集团融媒互动直播,从钱塘江源头出发,沿着钱塘江流域一路行进,从水陆空三个视角,围绕生态文明、乡村振兴的主题,挖掘民生故事,展现各地发

展,反映沿江两岸70年来的伟大变迁。

各市广电媒体充分利用自建客户端及全网各平台,开设专栏,进行融媒传播,把重大主题宣传报道扩散到更广的人群。杭州台联合北京、上海、深圳、成都等全国70座城市主流媒体,在新浪微博上推出“#70年70城#”献礼新中国成立70周年的线上主题活动,同时制作数条短视频在“抖音”平台持续发力,屡上热搜榜,取得较好的传播效果。其中,《阅兵时的脚步声怎么这么震撼?》播放量近7500万,点赞量超过221.5万;《放飞的7万羽和平鸽都从哪里来?》播放量近6000万,点赞量超296.8万。宁波台宁聚新闻客户端、宁波广电网首页首屏推出“壮丽70年·奋斗新时代”专题,下设“最新消息”“70年·光阴”“70年·成就”“70年·亲历”等版块,及时并持续集纳整合相关新闻报道,突出展现新中国成立70周年中国辉煌、宁波印迹。温州台在“快点温州”APP推出“荣耀温州·见证中国荣耀”短视频大赛,征集故事视频,展现展示温州民营企业自强不息、拼搏奋斗的时代精神。嘉兴台推出《画说嘉兴——庆祝新中国成立70周年》融媒体特别策划,以三维技术包装融媒体文化作品进行网络传播,仅在“禾点点”客户端每篇点击量均突破1万,全网累计点击量突破50万+。绍兴台“越牛新闻”客户端先后制作《越牛·中国!祝福祖国!》《名士乡·中国梦——全媒体特别报道》等多个移动专题,充分运用现场直播、创意短视频、视听H5等可视化新媒体形式,推出数十个新媒体创意产品。金华台

广众网-无限金华客户端推出《时代新人说——我与祖国共成长》等专题专栏,互动H5《我与祖国合个影 初心不改庆国庆》,系列海报短视频《向祖国表白:爱要大声说出来》等新媒体产品获得广泛转发。衢州台全媒体新闻中心通过无线衢州客户端、衢州传媒网、无线衢州官方抖音号以及微信号等,推出图文和视频直播、短视频、H5等多种形式的主题宣传报道产品,总阅读量达200万+。台州台策划推出融媒体特别报道“献礼祖国 共唱国歌”活动,选取9家代表性单位,联合组织9场升旗仪式,分别制作9个电视短片,将台州发展故事融入其中,展现城市发展变迁。

(三)讲好奋斗者故事 注重以情感人

在围绕“壮丽70年 奋斗新时代”重大主题的宣传报道中,全省各级广电媒体既注重成就内容展示,又注重成就主角的呈现,通过一个个故事的娓娓讲述、一个个鲜活人物的命运变化,真实生动、直抵人心,引发受众的情感共鸣。今年以来,浙江之声《我和我的祖国》《爱国情 奋斗者》两大系列报道已播出60多篇,既有30年来扎根基层的农民科学家,也有普通的红船讲解员和80后电力维修工,通过深入的蹲点式采访,让一个个普通的奋斗者形象鲜活了起来。浙江电视台钱江都市频道《范大姐帮忙》栏目推出“最美奋斗者”系列报道,讴歌新中国成立以来我省各行业、各领域涌现的先进人物,激励大众不断前行。杭州电视台新闻综合频道推出《爱国情 奋斗者》、西湖明珠频道推出《我们三代人》《我生于

1949》系列报道,影视频道推出《寻访杭州70年 一个人 一座城》系列报道等,在刻画典型人物的同时,也抒写了群像精神。宁波台新闻频道、新闻频率和宁聚新闻客户端开设“爱国情 奋斗者”“共和国追梦人”“宁波英烈传”等人物报道专栏专题,分别对宁波70年来经济社会发展作出贡献的先进典型人物进行全方位宣传报道。温州广电传媒集团各电视频道统一集中展播“最美奋斗者”温籍候选人事迹宣传片。台州台推出“70年70人70秒”系列短视频,通过电视和“两微一端”发布,寻访、拍摄70年来70位台州建设发展重大历史事件的亲历者、见证者、受益者。嘉兴台全媒体新闻中心先后两次派记者前往海南采访拍摄勇攀高峰的嘉兴南繁水稻育种团队,播出两组《跨越半个世纪的南繁路》系列报道。湖州台《湖州新闻联播》《湖广晚新闻》等新闻栏目节目高密度推出“我和我的祖国”“爱国情 奋斗者”等多个典型人物宣传的系列专栏,讲述爱国情、奋斗史。绍兴台电视专栏《爱国情 奋斗者》采用第一人称,以亲历者口吻讲述他们的奋斗故事,展现家国情怀。衢州台先后推出“爱国情 奋斗者”“我的我的祖国·致敬老兵”专栏和系列,从英烈到普通的劳动者,多层次讲述奋斗者的故事。

(四)调动爱国情表达 畅通交互渠道

新媒体所特有的交互特性,让百姓群众拥有更便捷的表达渠道。随着融媒传播的发展,我省各级广电媒体在庆祝新中国成立70周年的宣传中,注意充分调动融媒平台的交互手

段,表达和传递老百姓的爱国情怀。全省各级广电媒体记录下群众的歌声和行动,向祖国发起深情告白,为新中国成立70周年营造良好舆论氛围。浙江卫视《浙江新闻联播》栏目推出“我和我的祖国”系列报道,先后播出《文联深入企业开展献礼国庆汇演》《我们都是护旗手 黄岩学子真情告白祖国》等,为祖国送上真挚祝福。浙江电视台民生休闲频道《1818黄金眼》推出融媒互动报道《我有一张老照片》,通过微博、微信、热线电话等多个渠道,向观众和网友征集具有时代印记的老照片,见证时代变迁。浙江电视台国际频道联合浙江省侨联,特别策划全球70个浙籍侨团共庆新中国成立70周年活动,全球有40余个国家和地区的100多个浙江籍侨团报道参加活动,收集到的视频由国际频道剪辑成《全球华人一起唱——我爱你中国MV》及祝福语播出和推送。浙江广电集团“喜欢听”客户端联合8个广播频率,以新媒体音视频直播互动开展广电事业70年有奖问答,8个省级广播频率16档栏目的主播与网友、粉丝实时互动融入,将浙江广电事业70年的庆祝活动融汇进新中国成立70年宣传热潮之中。

地市台层面,宁波台宁聚新闻客户端推出大型互动活动“祖国,我唱给你听”,通过汇聚一座城市的赤忱歌声,共贺新中国七十华诞。温州台东海网在“快点温州”APP、“生活看温州”微信公众号等同步推出创意H5产品《中国,我为你祝福——全球共祝愿》,被央广网、搜狐网、温州网,以及意大利侨网、华人头条、华人街、香港新

闻传媒网、意中之声等海外华媒关注转发、客户端首页推荐,来自全球各地的华人纷纷通过这一活动为祖国点赞,转发、参与留言。嘉兴台《画说嘉兴——庆祝新中国成立70周年》融媒体特别策划发动市民撰写千字短文,最终从500多篇征文中选出17件作品进行二度创作,绘出了连续的绘画组图,让市民一图看尽嘉兴变化、领略发展魅力。金华台广众网-无限金华客户端5月初推出“寻找身边的建国”网络主题寻访活动,寻找和“建国”有关的人名、地名、学校以及相关的金华革命遗迹、红色故事、烈士事迹等,全网总点击量超过493万。台州台积极创新主题宣传内容、形态和表达方式,推出“我和祖国同欢笑”网络主题宣传活动,通过自拍、互拍和展示笑脸照片、视频形式,由新媒体发端、全媒体覆盖、线下行动延伸、受众广泛互动,用微笑传递正能量,激发广大网民的爱国热情。活动在新媒体时代,通过设置议题开展网络动员,策应重大主题宣传,得到中央网信办和“学习强国”平台的认可和支持,“学习强国”在“最美中国人”频道为活动开设了专区,每天发布来自台州的笑脸故事。

(五)改进采编播作风 推进“四力”践行

重大主题更需要深入采访,在新中国成立70周年之际,全省各级广电媒体以做好重大主题报道为契机,深入开展践行“脚力、眼力、脑力、笔力”活动,在实战中锤炼新闻队伍的采编播能力和工作作风。在采制《爱国情 奋斗者》专栏报道中,浙江之声要求记者与采访对象一起工作、一起劳动,以

“四力”践行感受奋斗精神。9月,浙江之声、浙江新闻广播“看最美的星空 听最美的声音”《星空朗读》活动执行团队走遍了全国15座城市,从中国革命红船起航地、改革开放先行地、习近平新时代中国特色社会主义思想重要萌发地浙江出发,来到中央红军长征途中翻越的最后一座大山——六盘山等,让执行团队感受了革命精神,锤炼了“四力”。浙江卫视《浙江新闻联播》的重大主题报道,都要求从小事切入,从浙江最新的变化讲起,通过实地和当事人的采访,还原70年历程和面貌,让观众能够找到共鸣点。杭州台2019“我是星力量”暨“我和我的祖国”大型媒体采风行动,将多年打造的“星”系列品牌活动,拓展到主持人、记者、编导、摄像、制作等多元岗位,推出全集团范围的岗位大练兵,通过形式新颖的技能大比武,践行初心和使命,增强“四力”,以丰富多彩的全媒体作品彰显媒体人的家国情怀,展现家乡和祖国的蓬勃巨变。宁波台组织《激流勇进70年》大型媒体行动,结合“不忘初心 牢记使命”主题教育活动,以寻访式报道、互动式采访、行进式拍摄的方式,“探访红色地标,追寻先烈足迹,重温风云岁月,感受沧桑巨变。温州台开展“这一片热土——温州小康之路融媒体新闻行动”,围绕“产业、环境、乡风、治理、增收、民生”六大领域,扎实采访,全面呈现温州深入实施乡村振兴战略、全面建成小康的创新实践。持续开展“增强‘四力’温州革命老区行”活动,在《温州新闻联播》快点温州客户端等开设“增强四力革命老区行”

专栏,采写播发报道50多篇,用一个个“沾泥土、带露珠、冒热气”的革命故事。嘉兴台全媒体新闻中心先后两次派记者前往海南采访拍摄勇攀高峰的嘉兴南繁水稻育种团队,播出两组《壮丽70年 奋斗新时代跨越半个世纪的南繁路》系列报道。台州台策划推出“寻访台州红色地标”全媒体新闻行动,选择台州九县市区的红色地标,由“集团领导1名+广播电视主播1名+全媒体采访记者1名+摄像记者1名”,组成九个采访组,重访红色遗存,重温先烈足迹,通过看变化,谈成就,实现红色文化有效传播。这些深入基层一线的采访活动,既是新闻采编播队伍的一次“四力”建设,深化“走转改”活动的过程,也是寻根溯源的一次初心之旅。

从新年伊始及早开篇和预热,到4月份正式启动《壮丽70年 奋斗新时代》主专栏的宣传报道,再到国庆前逐渐升温,全省各级广电媒体庆祝新中国成立70周年重大主题宣传计划周密,策划精细,时间跨度长,宣传报道和活动内容丰富,充分显示了新媒体环境下视听主流媒体融媒传播的强大传播力和影响力。同时,今年10月1日,全省各级广电媒体,还圆满完成了同步完整转播中央广播电视总台庆祝中华人民共和国成立70周年大会、阅兵式、群众游行和首都群众联欢活动的现场直播的任务。浙江卫视、浙江之声以及全省各级广播电视台主频道、频率均按照统一部署,转播工作周密有序、安全规范,取得良好的宣传效果,同时,各级广播电视台还立足本地特色,围绕主题精心策划、用心编

排,制作播出了丰富多彩的广播电视节目,展现各地人民群众良好的精神风貌和国泰民安的盛世景象,共同营造了举国同庆的喜庆氛围。

二、省市广电媒体重大主题宣传需要改进提升的几个问题

(一)重大主题宣传策划的创新性和系统性有待加强

做好重大主题新闻宣传必须策划先行,打好提前量,深入分析、研究和“头脑风暴”必不可少,认真思考、精心策划是重大主题宣传成功与出彩的关键环节。就这次省市广电媒体庆祝新中国成立70周年重大主题宣传报道和活动表现来看,富有创意的成功策划不少,如浙江卫视的“一起翱翔”、浙江之声的“声动浙江”、台州台的“我和祖国同欢笑”、嘉兴台的“画说嘉兴”等,但大多数的专栏和系列报道以及文化活动仍囿于借鉴和延续传统的宣传报道形式,缺乏具有时代性的创新点。特别是一些市级台模仿省级台策划的痕迹较为明显,缺乏重大主题宣传报道策划的独创性。同时,各台协调所属各频率、频道和新媒体端策划的整体性仍然不强。一些台的宣传报道计划单纯流于各频率、频道和新媒体部门的策划汇总,缺乏自下而上的系统性整合和自上而下的整体性谋划,呈现出一种散在的状态。有的台各频率频道的系列报道和活动看起来还各自“自成一派”,没有形成较好的资源整合与“联动效应”,同时也缺乏必要的执行情况监督。除了主频率、主频道有阶段性、分层次的系统化策划之外,一些台专业频率、频道庆祝新中国成立70周年主题报道、专栏报道推出节奏缓慢,报道总量

过少,难以形成重大主题系列报道的累积性传播效应。如某台一专业频道关于“70年‘国造’”的系列报道,一个多月时间才播出4期,且每一期的报道内容和主题都不统一,系统性、策划性不强,力度也不够,让人搞不清这一系列报道究竟是聚焦哪一方面的发展。

(二)宣传报道和活动形态同质化现象时有发生

在我省各级广电媒体庆祝新中国成立70周年重大主题宣传报道和活动中,报道题材和活动形态同质化的现象也时有发生。同一家广电台,报道题材的同质化现象较为明显,一些报道不同频率、频道采访的是同一个人或者同一个地点、单位,有的采访对象在去年庆祝改革开放40周年已经充分报道过,今年庆祝新中国成立70周年重大主题宣传报道的仍旧聚焦于这么几位,让人感觉某一地市除了这几位著名人物,就没有别的典型人物可作报道,这其实也是一种缺乏深入采访挖掘的表现。同时,宣传活动类型相同、内容重复,最典型的莫过于各地广电媒体组织报道的“快闪”活动。本来,最早以“快闪”的活动形式表现“我和我的祖国”主题是很有创意的,但是大家一窝蜂似地简单模仿,一样的歌曲,一样的形态,从主题创意到呈现形式都有雷同之感,让人感觉这样的爱国情表达还是流于浮浅的形式。

(三)新闻作品简单平移,新媒体平台原创能力不足

就全省广电新媒体平台的整体表现来看,大多数专题和主题报道依然是对广播电视报道内容的简单平移,真正立足于“移动优先”或新媒体平台特

征原创的作品总体数量还不够多。特别是一些台的新媒体部门,技术支撑明显薄弱,原创能力还不足。有些套用模板制作的H5作品,只是一些数据的堆砌,缺乏从数据当中提炼的新闻主题,以及进行可视化精细加工的意识 and 能力。同时,一些台广播频率制作的一些新媒体作品,在视频、音响、图片和文字等诸多环节也都还存在不少有待改进之处。

(四)融媒策划、交互传播的意识还需进一步提升

尽管去年的庆祝改革开放40周年和今年的庆祝新中国成立70周年两大重大主题宣传,都已经充分体现出全省各级广电媒体较强的融媒策划和交互传播的意识。全省不少广电媒体在策划时就已经考虑到“大屏”和“小屏”、声屏和新媒体端的联动与交互,但除了多平台的直播,与短视频、短音频的制作投放,很多直播活动和音视频产品却是一播、一推了之,然后就“坐等”流量收割和点赞跟帖,根深蒂固的单向传播意识,让很多策划和新媒体产品貌似披上了“融媒”的外衣,但其内容和形态的实质仍然是传统的,类似这样的作品放到新媒体社交平台上,自然难以激起用户的共鸣和传播效果的最大化。一些重大主题报道策划缺乏“大屏”和“小屏”面向不同终端与用户的细分化针对性,也缺乏与用户的深度交互和互动,作品呈现平面化,缺乏立体性,活动推进只有单一环节,缺乏阶段性和持续性。

(五)新闻采编队伍践行“四力”仍需进一步深化

做好庆祝新中国成立70周年重大主题宣传报道,激发广

大人民群众的爱情热情和奋斗精神,是各级广电主流媒体的职责所在,也是检验和推进新闻采编队伍“脚力、眼力、脑力、笔力”水平的良好契机。但是从面广量大的主题宣传报道中仍可发现,全省广电媒体新闻采编队伍践行“四力”还需继续加强和深入。一些台《壮丽70年 奋斗新时代》主专栏的消息报道就像“命题作文”,视角陈旧,手法老套,厚重有余,鲜活不足,缺乏思考与创新,程式化现象明显,缺乏能打动人的鲜活内容和精彩细节。一些台的主题报道专栏策划了较好的“记者手记”环节,目的是为了记者在深入采访之后,能够有所思考,并且以个性化的感言方式,实现与受众更加贴近的互动交流,但一些报道时间冗长,不仅原先策划要求只要四、五分钟时长的报道拖到了七、八分钟,半小时的新闻节目几乎被一条报道占去了三分之一,对题材的驾驭几近“失控”。同时,有的记者手记显得“大而空”,个别记者手记甚至就是报道部分内容的摘播,点不到要害上,缺乏思考性,使得原本出彩的策划显得徒具形式。这一些表现,或是“脚力、笔力”不足,或是“眼力、脑力”缺失。还有个别台,在广播的主题系列报道中,出现主持人导语部分播报口误、记者口述不清等问题,这些都是新闻采编播队伍“四力”水平参差不齐的表现,都需要在践行“四力”的过程中进一步提升。

三、创新和改进广播电视重大主题宣传的策略探讨

(一)用机制建设规范重大主题宣传的项目策划

广电主流媒体是党的耳目

喉舌,做好重大主题宣传是党和人民赋予的重要政治任务和职责。习近平总书记在全国宣传思想工作会议上明确提出,要“牢牢把握正确舆论导向,精心组织主题宣传、形势宣传、政策宣传、成就宣传、典型宣传”。因此,做好重大主题宣传报道和活动,对于广电主流媒体,不是一次性的,而是长期性的任务。既然是长期性的任务,就要筑牢“新闻立台”的根基,立足“新闻立台”的基本理念和根本出发点,形成重大主题宣传策划的制度性安排,为新闻宣传特别是主题宣传报道创造良好的环境和氛围。在决策层面上强化重大时政报道协调机制和重大主题宣传一体化统筹谋划机制建设,坚持贯通内容、频率频道和台网平台的一体化设计、多样化呈现。在管理层面上以完备的宣传考核管理机制,为重大主题宣传报道的开展提供政策依据和动力来源。在执行层面上建立健全新闻宣传项目化机制,将项目落实到台内各宣传部门。各宣传部门也要从各自定位出发,按期制定不同主题、不同形态的宣传项目,汇聚到编委会进行统筹协调,做到每个项目有主题和实施方案,有明确的项目实施时间和责任人,有可以跟踪推进情况、监测实施成效的过程性执行监督机制,确保重大主题宣传任务有完善的统筹、有精细的策划、有良好的执行,并且有良好的传播成效。

(二)用统筹之力托举重大主题宣传的策划开展

重大主题宣传任务中,重要会议和活动往往突击性强,要求严格,报道密度强、频率高,而重大成就报道则往往时间跨

度长,很难以一个专栏或一个系列报道的策划方案实现预期的宣传效果,因此,以加强统筹管理的总体思路,打好提前量,构建好一体化统筹谋划机制,是确保重大主题宣传报道任务圆满完成的关键所在。以统筹之力,调动最强力量,集中最优资源,精心做好各项报道的组织准备工作。要制订好总体方案,建立起整体台账,分阶段有序推进宣传报道的组织协调。特别是像庆祝新中国成立70周年这样的主题宣传任务,主题特别重大,时间贯穿全年,更加需要做好分阶段和分层次的设计与布局,使得整体宣传计划环环相扣不脱节。要按照分阶段、分主题、分类型、分平台呈现的思路,做到分类设计、突出特色、同频共振。同时注重过程化管理,设计、制订并不断完善各阶段宣传报道的实施计划,通过全台各部门的协调联动,资源整合,形成系统化的宣传布局。

(三)用融媒思维设计重大主题宣传的新闻产品

互联网的发展对重大主题宣传带来新的挑战,也为广电媒体做好重大主题宣传创造了新的机遇。近年来,特别是经过去年庆祝改革开放40周年和今年庆祝新中国成立70周年两大重大主题宣传战役的洗礼,我省广电媒体的融媒策划和融媒传播能力已经有了很大的提升,也有较多的重大主题宣传融媒传播产品取得了良好传播效果。但还是应当清晰地认识到,除了融媒直播和短视频产品的成功,广电媒体在重大主题宣传的开展中,还没有真正地在思维与理念上转变到融媒传播上来。重大主题宣传融媒

传播的成功,仍然仅仅停留于产品的层面,而还没有完全转变到全流程的观念、理念变革,这从我们的一些报道作品中就可以看出来。一些重大主题系列报道作品,仍然存在着“概念化理解、套路化策划、标签化反映、模式化撰稿”的传统陈旧操作模式,在宣传效果的评估上,关起门来作自我评价。而融媒体思维恰恰是需要摆脱这种自我陶醉式的策划和评价机制,真正地以新媒体的用户思维,以“小屏”的用户体验,策划“大屏”的传播思路,以“小屏”的用户反馈来检验“大屏”的传播效果,以“小屏”的用户评价来考核“大屏”的传播成果,真正构建起荧屏渠道和新媒体平台有分有合、分工协作、交互推进的有效传播机制。

(四)用交互手段调动重大主题宣传的用户生产

交互性是互联网新媒体具有基因性质的本质特征,考察我省广电媒体庆祝新中国成立70周年重大主题宣传作品,最大的不足就是交互手段的运用仍然不够。一些貌似参与面较广、互动性很强的传播产品与活动,经过仔细考察,仍然可以发现其背后十分明显的组织痕迹。比如一些“快闪”产品,连现场的观众最后也都手持国旗加入到了演唱的队伍中,就明显地反映出这些观众都是有组织地参与,而非真正的现场观众,这就失去了“快闪”真正的本质特征。应当承认,在新媒体平台上,用户生产已经成为传播创新的资源宝库。而广电主流媒体做好重大主题宣传报道,特别是像庆祝新中国成立70周年重大成就性的主题报道,更要找到那把“钥匙”,打开

用户生产的宝库,用交互手段充分调动重大主题宣传的用户生产,让重大主题宣传成为大小屏融媒平台上的“群众性国庆联欢”,这样才能形成更好的网上网下宣传声势。

(五)以“党媒算法”助力重大主题宣传报道成效

传统媒体时代,主题宣传报道的传播成效往往难以科学、客观地进行评估,而在新媒体环境下,大数据已经完全可以帮助我们解决这一评估难题。通过新媒体平台上的用户使用数据,把握主题宣传报道的受关注程度和受欢迎程度,以此

监测、调整宣传策略与重点。同时,利用“推荐算法”把受新媒体用户欢迎的重大主题宣传报道作品推荐出去。据了解,去年,人民日报新媒体中心会同百度算法团队共同研究推出了符合党媒用户特点、加入主流媒体价值权重的“党媒算法”,在人民号的算法推荐中得到广泛应用。今年全国“两会”报道中,浙江广电集团新蓝网-中国蓝新闻客户端首次使用“新蓝算法”,同样更加注重精准连接用户的“个性化”新闻体验,通过分析用户的使用习惯,智能选取与其兴趣爱好最为匹

配的新闻内容进行优先推送,从而更有效提升受众获取信息的便捷程度,增加用户黏性。今年6月,新蓝网向余杭区融媒体中心输出技术服务,在“看余杭”APP上线“新蓝算法”,让客户端变得更聪明,根据用户的个人兴趣爱好来传递信息。据了解,“新蓝算法”将会是浙江广电的“党媒算法”。借助“党媒算法”,我省广电主流媒体的重大主题宣传传播将更加精准,同时,也将经受更加严格的“用户数据”考验。

(作者单位分别为浙江省广播电视局、浙江传媒学院)

