

## ■观点速览

## 学会从纪录片中更好认识“我们”

深度发掘中华民族的文化基因,是近年来历史人文纪录片内容创作的一大重点。在刚刚过去的2023年,《大运河之歌》《大敦煌》《山海经奇》等一批优秀纪录片,连接古今,带我们看古人如何理解天地、感悟人间,通过古人的故事,我们也读懂了自己;我们有关上善若水的感悟,早融于先人建设大运河的巧思中;我们有关美美与共的理解,早绘于敦煌石窟万象交融的美妙壁画中……纪录片不仅呈现大运河的千年过往,更展示今日沿岸的生机蓬勃;纪录片不仅呈现敦煌壁画上的精美飞天,更展示今日数字飞天飞向更广舞台。历史人文纪录片细读文化基因,讲述“我们的故事”,并以此标注文明赓续中更有活力的当下。

纪录片以创新性话语,生动讲述源远流长的中华文明,展现生生不息的烟火人间,也让“我们从何而来”的回答更加生动、亲切。《航拍中国》把镜头“放飞”于天际,带我们跨越广袤城乡、饱览千里江山,看见多姿多彩的我们;《如果国宝会说话》以单集5分钟的精练形式,以百集自先秦以降的宏伟跨度,细数国宝故事,讲述我们血脉中的家国情怀;《“字”从遇见你》聚焦汉字系统,通过动画、说唱等多种方式生动讲述汉字故事,也娓娓道出我们的文化基因……近年来,一大批优秀纪录片不断拓宽着讲述故事的广度,挖掘着解读文化的深度。

(1月12日 《人民日报》 顾晓燕)

## 在图书馆享受阅读而不只是“打卡”

近年来,城市新建图书馆、书店都很容易引发民众追捧,这得益于人们对过往文化空间建设的总结思考:既要先把游客吸引过来,让游客变成读者;又要清醒地认识到,书店的功能终究是阅读和购书,而不只是“打卡”。有学者提出,当人们在观赏电视荧幕里的绘画时,“是绘画在走向观赏者,而不是观赏者走向绘画”。其实,“打卡”背后的“图像文化”指向一种文化消费行为,而阅读的目的则是文化获取。如今,在媒体报道和网友讨论中,我们看到,越来越多的读者走进图书馆,沉浸在书海中,我们更深切地感受到,阅读的快乐是从自我出发走向世界,在优美舒适的建筑空间,与书籍产生更多、更深入

的连接。新近开设的一些图书馆、书店的进步之处,正是越发注重读者的阅读体验,以阅读为中心打造阅读空间。潮流总会过时,沉淀下来的才是经典。人们会删除在网红书店“打卡”的照片,却不会忘记京师图书馆建设的历史与掌故;人们会忘记社交平台上的点赞评论,却不会忘记正是在著名的莎士比亚书店的支持下,乔伊斯的世界名著《尤利西斯》才得以出版问世,而这出版事件被永久地写入了文学史。走进图书馆和书店,静下心来,感受现代建筑带来的美好舒适的空间体验;静下心来,享受阅读带来的无限滋养。在“打卡”之外,有更多乐趣和收获等待着读者们。

(1月10日 《光明日报》 陈雪)

## 电视新闻创作如何做好大小屏转换

□侯小俊

近日,前瞻产业研究院发布的《2024年中国智能电视交互新趋势报告》内容显示,2016年我国电视开机率为70%,2022年下降到不足30%。“中国电视开机率跌至30%”的话题一时间冲上热搜榜并引起传统媒体新闻创作者的思考:本着观众在哪里我们的媒体就应该在哪里的思路,新闻创作大屏小屏转换势不可当。

电视新闻创作者面对这一挑战,需要如何发挥自身优势,转换创作模式,开拓新的市场空间?

## 一、原因分析

(一) 观众对传播载体有了新的需求和习惯

首先,移动设备使用更为灵活,操作也方便,早已成为人们获取信息的最佳选择。其次,在数字化时代,新闻传播已多样化,包括社交媒体、移动应用、视频平台等。再次,媒体消费群有碎片化阅读和观看习惯,人们习惯于以碎片化的方式获取新闻信息。此外,电视机反复收费、操作难度大等问题也让大家对大屏有所疏离。

(二) 传统媒体依然具备制作能力与品牌优势

传统媒体在报道深度和专业性方面具备独特优势。传统媒体机构通常拥有多年积累的经验和专业团队,在新闻报道和内容创作方面有着较高的专业水准,能够进行深度调查和分析,提供独家报道,并在内容中保持严谨性和可信度。这些特点使得传统媒体在某些领域仍然更具权威性和可靠性。

传统媒体在品牌影响力和信任度方面具有优势。许多传统媒体机构拥有长期积累的品牌声誉和信任度,具备一定的权威性和可靠性。这种品牌影响力和信任度可以帮助传统媒体在大小屏转型中建立起稳固的用户群体。

传统媒体通常具备较高的制作质量和信息资源。传统媒体在内容制作、编辑方面注重细节和视觉效果,为受众提供更优质的享受。特别是在电视媒体领域,传统媒体通过精美的画面和音频效果,能够给受众带来更加丰富和震撼的

## 核心阅读

●通过数据分析,获取关于受众群体的喜好、关注点和行为习惯等信息。根据数据洞察进行精准报道和创作,提高新闻的可读性和吸引力。

●毋庸置疑,大屏小屏转换势不可当,但新闻创作者只要及时调整思维模式,灵活应对市场需求的变化,积极适应用户使用习惯的转变,就仍然能够保持自身优势,并在这个新的时代中脱颖而出、打出特色、树立品牌。

观看体验。

## 二、解决方案

针对以上分析,电视新闻创作者不仅需要提供更优质的作品,还需要从了解受众、分析数据和利用技术等方面破冰,寻找适合小屏的传播特征和传播方法。

(一) 破解碎片化阅读观看习惯

1.提供头条要闻和摘要。电视新闻创作者需要理解和迎合当下碎片化阅读、观看特征,将重要的新闻以及摘要精选出来,汇总成“精品新闻”呈现在大家可见的位置,提供简洁、精准的内容以满足用户对快速浏览和了解信息的需求。

2.创新内容形式。电视新闻创作者需要根据目标用户群体的喜好和需求,结合小屏幕特点,尝试不同的报道形式,例如视频、音频或图文结合,制作新颖有趣的短视频和快报,用简洁明了的传递方式,将内容推广出去。

3.优化移动端用户体验。确保移动端新闻阅读和观看的界面设计友好,让用户能够便捷地获取所需信息。

4.提供个性化定制需求。根据用户越来越注重个人兴趣爱好特征,电视新闻创作者需要通过技术手段提供个性化推荐和定制化内容,以增加用户黏性。

(二) 多渠道多方式融入新媒体传播平台

电视新闻创作者需要熟悉不同传播平台和媒体形式,以便选择最适合的渠道发布内容,并根据不同媒体的特点进行创作和调整。通过探索不同的传播载体,可以扩大覆盖范围,提升新闻内容的曝光率和传播效果。

(三) 利用大数据对受众进行分析

电视新闻创作者需要做数据分析。通过数据分析,获取关于受众群体的喜好、关注点和行为习惯等信息。根据数据洞察进行精准报道和创作,提高新闻的可读性和吸引力。在探索大小屏转型时,对数据的分析能力将帮助我们了解受众在不同平台上的行为特征,从而更好地定位受众并提供相关内容。

1.依托用户数据进行推荐。电视新闻创作者可以通过收集和分析用户数据及不同设备上的使用习惯,为每个用户提供个性化的、更加贴合的新闻产品和服务,满足他们的兴趣需求。

2.引入智能推荐算法。使用智能推荐算法,电视新闻创作者可以基于机器学习数据挖掘技术的算法,根据用户偏好和行为,自动分析和预测用户可能感兴趣的内容,并向其推荐个性化的推荐结果。

3.数据驱动的精准推送。通过收集、分析和挖掘用户的历史行为数据,包括浏览记录、购买记录、点击记录、搜索记录等,了解用户的兴趣、偏好和需求,实现精准推送和内容匹配,提高用户参与和忠诚度。

(四) 开拓新互动增加受众群体

1.开发个性化交互功能。为用户提供个性化交互体验服务,例如用户可以自定义感兴趣的新闻分类,设置推送提醒等。

2.开拓新的用户群体。需要针对“00后”新生代的性格特征制作他们喜闻乐见的新闻作品。

3.社交媒体传播。电视新闻创作者可以利用已经成熟的社交媒体平台扩大自身的影响力,吸引更多年轻用户。

(五) 借助人工智能

电视新闻创作者还可以借助人工智能、元宇宙等新技术,创造沉浸式的新闻体验。例如,利用虚拟现实技术,大家可以亲身参与到新闻事件的场景中,感受现场的氛围和真实性;使用增强现实技术,可以将实时信息叠加到用户周围的环境中,提供更直观和交互性的新闻表达。这些技术的应用将为新闻传播带来全新的体验和呈现方式。

在面对电视开机率下滑的挑战时,电视新闻创作者需要积极拥抱变革,不断创新和调整策略。通过与科技的结合,可以发掘出更多的机遇和可能性。毋庸置疑,大屏小屏转换势不可当,但新闻创作者只要及时调整思维模式,灵活应对市场需求的变化,积极适应用户使用习惯的转变,就仍然能够保持自身优势,并在这个新的时代中脱颖而出、打出特色、树立品牌。

(作者单位:山西广播电视台)

欢迎

订阅

《思想政治工作研究》

中共中央宣传部主管

全国重点社科期刊

思想政治工作领域的权威期刊

《思想政治工作研究》杂志1983年创刊,邓小平同志题写刊名,是中共中央宣传部主管的全国公开发行人刊物,是全国重点社科期刊和思想政治工作领域的权威期刊,是学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想的重要阵地,是交流宣传思想文化工作经验的重要平台。

2024年,《思想政治工作研究》杂志将深入宣传贯彻党的二十大精神,贯彻落实党中央关于宣传思想文化工作的重大决策部署,贯彻落实《关于新时代加强和改进思想政治工作的意见》,更好地深化理论宣传,推介鲜活经验,进一步增强杂志的思想性、权威性和指导性。

本刊为月刊,每册定价10元,全年120元,每月1日出版。竭诚欢迎全国各地党政机关、宣传思想文化战线、企业高校、思想政治工作部门、基层党组织及广大思想政治工作者订阅。

## 订阅方式:

一、线上订阅:

扫描右侧二维码,关注“思想政治工作研究”公众号,点击下方“杂志订阅”订阅。

二、线下订阅:

1.向当地邮局订阅,邮发代号:2-378。

2.向杂志社订阅。银行汇款户名:《思想政治工作研究》杂志社

开户行:中国工商银行北京珠市口支行

账号:0200003119200141237

咨询电话:010-67015561(兼传真) 联系人:祁琪 曹剑

邮箱:sxzzgzyjfb@163.com

