

新媒体趋势下的公众平台制作模式探析

吴云巧 翁志强 颜俊龙 蓝飞帆 方诗棋

浙江越秀外国语学院, 中国·浙江 绍兴 312000

【摘要】新媒体环境下,在新媒体的不断变化中,人们接触媒体的习惯也发生了变化,以微博、微信为代表的微传播已经产生了不可替代的作用。而短视频作为新媒体形式与新传播方法,成为了人们交流互动的重要途径。本文简要介绍了新媒体趋势下,对公众平台制作模式的探析,分析了制作模式的方法,同时探讨了融合短视频传播信息的有效路径,促进公众平台进一步发展。

【关键词】新媒体;制作模式;探析

项目编号:2018R433003。

1 研究背景与意义

1.1 项目背景

从宏观层面看,媒介融合的大时代,新媒体是一个变动的概念。目前是“交互式数字化融合媒体”移动端产品和服务是目前的一个主要发展趋势。据调研网民规模达7.51亿,手机上网用户突破11亿。数据说明我国随着互联网的进一步普及,互联网用户在未来还会增多,工信部2017年7月发布数据——我国移动电话用户总数达13.6亿,手机上网用户突破11亿,数据表示移动端用户数量庞大。新媒体以其特有的互动性而受到青睐。

从微观层面看,访谈节目综艺节目在变革。在新媒体的不断变化中,以微博、微信为代表的微传播已经产生了不可替代的作用。

目前关于新媒体微访谈节目或是公众平台短视频娱乐节目的制作较少,以电视访谈类综艺类居多。由此观之,新媒体微访谈节目或是公众平台短视频娱乐节目的制作是有必要的,是顺应时代发展的。

1.2 项目意义

原有媒体舆论离我们普通人是有一定距离的,我们只能阅读,而不能参与,通常都是由官方平台或者专业的媒体机构才能发布内容。而自从新媒体兴起,我们每个人都成为了内容的生产者和阅读者,每个独立的个人都有机会参与进来,发布信息。

本项目公众平台的制作,就是希望可以使信息有更广泛的传播途径,有更多的人可以拥有参与感。

2 核心概念

新媒体已经渗透到每个人的生活中,不管是政府还是普通人都离不开互联网,只需上网就能了解到这个世界发生的重大变化,但也会因此忽视了身边的微小细节。为了大学生可以了解到自己身边的大小事,增加人与人的交往,并且理解社会大众的人生观、价值观;也让社会体会到大学生的人生态度,增强下一代与社会的联系。为此我们决心打造一个微型访谈节目,采访对象为任意大众,增强人与人之间的沟通。

3 理论依据

新媒体的标准:媒体是传播和交流信息的载体。新媒体区别于广播,电视,报纸杂志等旧的“传统媒体”,是一种新兴的信息传播交流的方式。

(1)新媒体的即时性。新媒体的传播速度之快以至于我国网民可以通过手机,电脑或者其他智能终端就可以快速的发布信息和即时的接收信息,打破了传统媒体定时传播的规律。

(2)新媒体的交互性。对于以前的旧媒体,许多情况下都是广播,电视,报纸杂志等传统媒体的单向传播,媒体处于比较强势的地位,用户为被动,只能接受,很难进行信息的反馈。

(3)新媒体的超时空性。新媒体使用卫星和全球联网的网络进行数据的传输,让有线网络和国家等行政区的限制打破,可以让地球成为一个整体。

(4)新媒体的失真性。新媒体的传播的活跃让用户可以自由的发表自己的观点和消息。

综上所述得出项目理论依据:

(1)《话里人间》是对于特定的观众群体和访谈对象进行的一个访谈节目。特点为专一性强,有特定的品味和对象的分析与见解。

(2)此节目将利用新媒体的广泛传播性使人们的见解与感悟分享到其他用户,让其他用户可以得到这个见解与分享。

(3)当今社会人与人的交流逐渐变少,《这个街坊》增加人的相互理解与交流。

(4)《话里人间》《这个街坊》均提供了一个悠闲放松的方式来让人与人的交流,提供嘉宾对于自身或者一个问题的见解,使观看者可以更加放松的去观看。

4 项目研究过程

4.1 微型访谈节目策划方案之《话里人间》

(1)栏目名称:《话里人间》

(2)栏目目的:促进人与人之间的沟通,增加人们的相互理解,提供知识、培养积极的人生态度与彰显社会主义核心价值观。

(3)栏目宗旨:属于人们畅叙情怀和讲述自我的平台

(4)访谈类型:①平凡人物(补充见下文);②专业人士、技术人员,在某种行业有着资深阅历的人物。

(5)访谈主题:针对不同的访谈对象做一个相对应的主题

(6)前期准备:进入第一线获取事实与资料,在节目录制中把握节目进度。过程为进行采访对象的选取、与采访对象进行简单交谈、熟悉,拟定采访提纲、确定时间并且邀请采访对象与志愿参与者至演播厅参加录制(或是现场拍摄)、后期制作与包装、节目推广。

(7)访谈环境:①演播厅:沙发、电视机、小桌子,一束花、一杯热水;②外景:采访对象所在具有特点的工作地点、生活场所。

(8) 节目流程

(1)演播厅:①播放节目组制作的1分钟-2分钟VCR和栏目LOGO;②与采访对象对话(最后视频版成品约为10分钟)

(2)外景:①栏目LOGO;②与采访对象对话(最后视频版成品约为8分钟并额外在文中增加1-2分钟VCR)

(9)视频版节目时长:8-10分钟

(10)节目定位:访谈类节目

(11)机位:安排三台机位,安全机位负责中景,一号机位负责近景,三号机位负责全景。

(12)制播周期:由于节目自身内容限制,节目采取录播,一月一集,在制作完成后会在当周的周五晚,通过微信公众平台,于21时21分视频版、文字版和图像版同时准时更新。新浪微博、在21时25分准时推出视频版。新浪博客在21时50分文字版和图片版内容。网易云音乐电台22时推出音频版。线下推广时间为播出后的三天内。

(13)节目的制作补充:

①节目组策划本期节目主题,随后寻找并确定采访对象,采访对象为省内各大学安保员、宿管阿姨/大叔、食堂阿姨/大叔、老师或学者等校内群体人员,包括社会上的辅警、环卫阿姨/大叔,白领,餐厅老板、技术人员等社会大众。

②采访提纲的拟定遵守“缓入缓出”,以轻松回答的问题为先,难以回答、不愿回答的问题置后,结束时以访谈对象展望未来或是总结的问题结束,不过渡涉及个人隐私问题、不过渡挖掘个人情感,抹掉利益影响导致的畸形情感引导,尊重采访对象,以朋友的方式和他们聊天。

③对于微缩型(寻求典型人物)特稿,节目组会与采访对象接触长达一周至两周后的接触了解后(包括采访对象的生活、工作以及说话态度和方式等)再进行采访,综述型特稿(寻求特殊性)会进行群体的了解和资料收集后可开始制作。

④前期与后期制作方面,在演播厅录制时,会邀请大学生们来参加自己对于某一职业或是人群的理解和看法的录制,在节目中,让采访对象有所了解,酝酿情感,可加快情绪的进入和情感倾诉的欲望。而在外景录制时,则通过手机或是平板播放所制作的上述视频给采访对象观看,但观众不会在节目中看到,而是在当期节目的同文章内查看,形式如子节目。后期剪辑时采用轻柔的钢琴乐作为背景音乐,并在结尾时注明引用的曲目及作家,不进行景别的多次切换,符合情感表达的节奏,以中景为主。

⑤每期会制作一张海报,形式与时代周刊的封面相似,节目有文字图片版本、视频版本以及电台版三种。

4.2 娱乐节目策划方案之街拍

(1) 名称: 这个街拍

(2) 目的: 促进人与人之间的沟通

(3) 宗旨: 包含微访谈、街拍等多种娱乐模式的平台,记录当下的潮流,展现当代大学生的审美

(4) 类型: ①街拍; ②街拍; ③素人改造

(5) 主题: 针对不同的对象做一个相对应的主题

(6) 前期准备:

提前策划,寻找适合的节目对象。过程为进行对象的选择、与对象进行简单交谈、熟悉,拟定提纲、确定时间并且邀请对象与志愿参与者至指定地点参加录制(或是现场拍摄)、后期制作与包装、节目推广。

在人流量多的地方分设两组,发现合适的同学上前询问经过同意后,对其进行拍摄并记录下被拍摄人员的信息,被拍摄的同学将免费获得后期修图照片,最后将照片进行后期修图并进行公众号推送。

招募一名素人,由摄影师、化妆师、拍摄助理,全程定制拍摄,我们会通过前期面谈了解素人的性格和长相特点,进行设计达成改造拍摄计划,并进行一定程度的改造。

(7) 环境: 学校内的各类场所,例图书馆门口、广场

(8) 节目流程

①主持人进入话题

②与采访对象对话(最后视频版成品约为1分钟)

(9) 视频版时长: 30s-1分钟

(10) 定位: 综艺性节目

(11) 机位: 安排两台机位,一个机位负责中景,一个机位游走

(12) 制播周期: 一月一更,在制作完成后会通过微信公众平台进行更新。

(13) 节目的制作补充:

①节目组策划本期节目主题,随后寻找并确定采访对象,采访对象为任意大众

②采访提纲以轻松回答的问题为先,难以回答、不愿回答的问题置后,不过渡涉及个人隐私问题、不过渡挖掘个人情感

感,抹掉利益影响导致的畸形情感引导,尊重采访对象,以朋友的方式和他们聊天。

5 项目存在的问题与思考

(1) 指导老师胡秋芬老师在美学艺术和课程建设方面皆具有一定的造诣,我们可以在胡老师的指导下不断完善项目,从而结合理论与实际能在该项目上有所突破。

(2) 有利于社会效益强,意义显著。节目的传播对象主要是社会大众和在校大学生两类,大学生的新媒体使用频率高,社会责任感强,通过《话里人间》可以增进对社会的认识和理解;社会大众在心理上会有认同感,有一份关于他们的微缩型的特写和节目会是他们最好的心理药剂。

(3) 一份范本。为研究新媒体访谈节目的传播策略分析提供参考,包括传播手段、效果分析、传播内容和传播控制。如若成功,节目可为以后的新媒体访谈节目制作提供范本和参考。

(4) 人情味浓厚且不缺娱乐性质。人情味是本项目一大优势,是能够直击受众心里的,也是受众所感兴趣的,是新闻价值的一大要素。访谈节目的深入性强,是可以长期保存的,是拥有长效的生命力的。后续的娱乐版块,街访与街拍更是贴近了大学生的日常。

(5) “各司其职”。项目目前由5名学生组成,各有特长与优势,团队成员对访谈节目的制作兴趣极高,对社会群体的关注度高,对摄影摄像专业度高。团队的协调性高,分工极具明确性,针对性。

(6) 传播媒介的多样与节目形式多样。通过不同的新媒体进行传播、分享和扩散,节目由视频、文字、图片和声音构成,选择微信公众平台,为了针对不同的受众需求和适应不同的媒介特点,推出了专业版《话里人间》及娱乐版《这个街拍》。

(7) 镜头陌生。体现在《话里人间》系列节目制作过程中,克服采访对象的镜头恐惧、采访对象的时间冲突、采访对象的地点制约。为此我们制定了演播厅和现场录制的两种方式,在录制之前会与采访对象进行短暂几周的沟通并且表明意图。录制《这个街拍》和街拍时,受邀对象也会有不自然表现。

(8) 反馈少。节目初期传播困难,观众少,最大威胁是节目制作完成后,出现反馈不足甚至无反馈的情况,对此,正片之前播放节目预告片和联系当前社会问题甚是关键,其次则是正片播出后,宣传平台,可以通过短视频和子节目。

6 项目的创新点

(1) 景别集中。减少机位,将观众视角集中在采访对象的面部和上身,主要通过近景和中景实现。“形式多样”,以各类社会化媒体(主要为新媒体)为载体,使用文字、图片、视频和声音等不同传播符号,根据不同的新媒体平台的特性,对各类符号采取融合式形式的传播,目前选定的平台有微信公众平台。

(2) 意义显著。《话里人间》访谈节目的访谈对象为从事服务业的社会大众群体,挖掘他们的故事,面向在校大学生和社会大众,希望将乐观、积极的人生态度、社会主义核心价值观以及唤醒大学生群体的社会责任意识,从心理上让社会大众获得同感和安慰。《这个街拍》和街拍则更突显大学生的人生观与价值观,将更多的审美聚焦在年轻一代上。

(3) 可发展性极高。本项目的新媒体访谈节目属于原创,面向省内大学生,应考虑到多地采访,心理以及地理上的接近性,调动各大学同学和朋友,调动大学生参与到节目中来。

参考文献:

[1] 邹新. 新媒体语境下的高校宗教渗透问题刍议[J]. 潍坊职业学院学报, 2014(04).

[2] 陈伟. 论新媒体时代的食品安全舆论现状与对策[J]. 浙江万里学院学报, 2013(03).

作者简介: 吴云巧(2000.1—),女,浙江宁波,汉,本科,研究方向:群众文化。