

西部广播电视

国际标准刊号 ISSN1006-5628 国内统一刊号CN51-1458/G2 出版日期2014年09月05日

- 中国期刊全文数据库全文收录期刊
- 中国学术期刊综合评价数据库统计源期刊
- 《中国核心期刊(遴选)数据库》收录期刊

2014 09 上半月刊
总第 337 期

ISSN 1006-5628



9 771006 562007

09 >

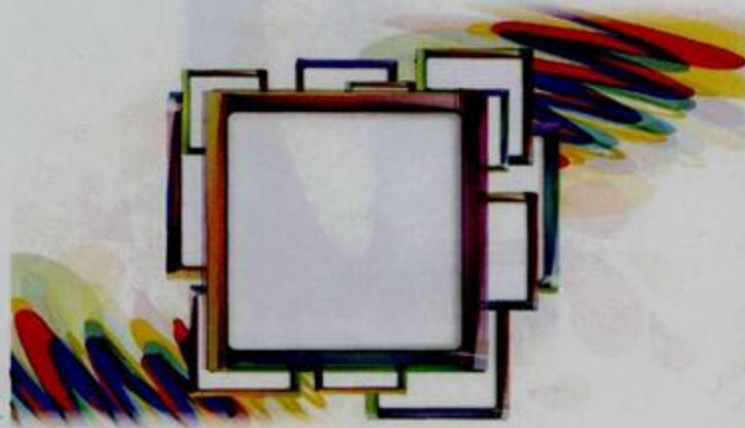


电视媒体与新兴媒体的融合发展 P05

大众文化传播走势和广播媒体产业化经营分析 P07

网络传播时代对网络媒体管控的思考 P61

CONTENTS 目录



THE FOCUS

聚焦：媒体融合与文化产业发展

- 1 四川新型文化产业发展思考 / 李翔
- 5 电视媒体与新兴媒体的融合发展 / 巫彬 姜娟
- 7 大众文化传播走势和广播媒体产业化经营分析 / 王飞
- 10 跨文化传播 / 韩卫卫
- 13 微信营销对企业的影响与短期效果分析 / 罗艳
- 16 湖南卫视的全媒体营销策略研究 / 吕慧杰
- 18 大数据时代，电视新闻准备好了吗？ / 王靓

THE PRONT

前沿

- 20 消费文化语境下中国媒介素养教育的缺失与建构 / 王赞
- 22 央视走基层“日记型”系列报道编播形态研究 / 李甜
- 23 微博微信与广播节目发展探微 / 贾延玲
- 25 新媒体时代的伪心理学传播 / 蔺荟南
- 27 电视公益广告的创作与指导实践——以获奖作品《拒绝》为例 / 郭玉真
- 28 新闻传媒公信力的重要性及构建方法探析 / 宋宇齐
- 30 广播电视编导专业实践教学的“模块”与“层级”设计——以成都大学为例 / 王珏殷

- 32 旧闻传播新探 / 王宇
- 34 当代娱乐新闻报道的弊端及对策 / 李雪峰
- 35 浓妆淡抹要相宜——试论新闻节目的“播”与“说” / 鲍晓红
- 37 电视包装中色彩的运用 / 刘旭江
- 38 如何培养一双敏锐的“新闻眼” / 王志顺
- 39 传统电视与新媒体的融合发展探究 / 索建宇 田芳
- 40 媒介融合下的电视新闻评论 / 管超
- 41 贵阳数字出版基地发展研究 / 杜唯
- 42 我国体育新闻报道评价体系探究 / 陈雨春
- 43 新媒体时代的网络传播 / 王国琴 武卓楠

THE FORUM

论坛

- 44 广播消息如何写出亮点 / 陈磊
- 45 电视新闻文字编辑的创作策略 / 丁妮
- 46 做好民族地区广播电视民生新闻报道的策略 / 范晓雁
- 47 如何提高电视新闻节目的时效性 / 嘎宗
- 49 新闻采编工作思路创新探究 / 高娃
- 50 寻找“无竞争空间”做好广播新闻现场报道 / 洪静
- 51 在学习、观察、实践中培养新闻敏感 / 胡岩峰
- 52 广播消息采写的特点与技巧探究 / 蒋晓宇
- 53 论传统媒体新闻评论的理性传播 / 李德华
- 55 广播节目制作的创新方法探析 / 李吉孟
- 56 民生新闻的发展探究 / 林琳 张媛媛
- 57 新媒体对灾难报道的舆论引导 / 林凌
- 58 新时期如何改变新闻报道方式——打造公益品牌 践行媒体责任 / 卢占恒
- 59 消防新闻中的人文关怀 / 路用全
- 60 网络对传统报纸新闻写作的影响 / 马影
- 61 网络传播时代对网络媒体管控的思考 / 张洋华
- 62 民生新闻舆论监督报道策略 / 牛亮
- 64 社会新闻与民生新闻的区别及联系 / 杨岚
- 65 多媒体时代背景下民生新闻的发展探究 / 秦刚
- 66 广播与新媒体融合的思考 / 申瑞英
- 68 从收视特性看电视午间段新闻节目 / 时
- 69 电视节目策划的方法及原则 / 唐艳秋
- 70 从可口可乐“个性瓶”看产品营销策略 / 李锦森

- 72 民生新闻要关注口头舆论 / 武新平
- 73 电视民生新闻刍议 / 严 昊
- 74 广电工程技术发展的现状及对策 / 王光付
- 75 新形势下加快发展广电工程技术的策略研究 / 吴承明
- 76 凤凰卫视新闻评论节目的优势和劣势浅析 / 冯婷婷
- 77 新闻舆论监督要贯彻党性原则 / 胥小锐

THE FILM 影视

- 78 电影放映技术的更新与发展 / 陈丽萍
- 80 剧情短片的拍摄刍议
——以原创短片《从未走远》为例 / 洪雪飞 苏 刚
- 81 《瞭望新闻周刊》封面报道特点分析
/ 张雨燕 刘远军
- 83 吴宇森电影“暴力美学”的魅力
王 淼
- 84 国产周播剧的发展现状和前景 / 王 婧 戴静静
- 86 少儿电视节目发展探析 / 田 薇
- 87 观众的审美趣味分析
——以《X战警：逆转未来》为例 / 王 帆
- 89 电视谈话节目的叙事结构分析
——以天津电视台《男人世界》栏目为例 / 郑 刚
- 90 吸血鬼电影背后的文化符码 / 药丹华
- 91 美国电影的跨文化传播策略 / 张 琳 郭玉真
- 92 论海南本土自然风光类纪录片题材的挖掘与梳理
/ 张景武
- 95 综合镜头如何增加纪录片画面信息量 / 张乃国
- 96 真相与理想
——对比分析郭敬明与韩寒电影作品中的人生观
/ 李 贺
- 97 音乐类型化电台的定位和编排研究 / 汪持平
- 99 对少数民族题材微电影创作的新看法 / 刘树刚
- 100 宣城广播电视总台媒资系统建设 / 张宗印
- 102 影视音乐的艺术形态与运用研究 / 田丽坤
- 103 从《舌尖上的中国》看地州电视台纪录片的创作
/ 任海山
- 104 上海高校宿舍楼管员电视媒体接触情况的实证调研
/ 周 棣 梦 倩 徐恬茵
- 106 中国电视节目与观众的互文性思考 / 梁春竹 杨嵩鹏
- 107 浅析电视娱乐节目公益化之路 / 周红莉
- 108 岩井俊二影视心理探究 / 霍 利
- 109 台湾综艺节目的大众文化消费特征与弊病
——以《康熙来了》为例 / 曾喜庆



- 111 论电影人的基本职业素养 / 朱立群

THE FRONT-LINE 一线

- 112 电视新闻播音主持的个性化风格 / 陈 尧
- 113 新形势下提升记者职业能力的思考 / 程 玲
- 114 如何做一名合格的新闻工作者 / 初清波
- 115 新闻采访中记者心理状态对新闻的影响 / 丛 力
- 116 如何提高新闻的时效性 / 崔贵文
- 118 新闻采访艺术探究 / 段红波
- 119 电视新闻编辑能力培养途径 / 冯 剑
- 120 基层播音员主持人的素质分析 / 付 聪
- 121 广播节目主持人如何实现风格创新 / 侯 康
- 122 电视播音员在新闻媒体中的作用与职业态度 / 李文婷
- 123 新媒体时代下新闻采编能力培养方法研究
/ 刘晓宾 李振华
- 124 电视新闻编辑如何提升自身的创新意识 / 马行艳
- 125 浅谈如何提高电视新闻采访中的有效性 / 赵卫阁
- 126 播音主持人采访技巧探究 / 王卫萍
- 127 电视台编辑处理新闻稿件的方式 / 张菲译
- 128 电视新闻节目对后期编辑的要求 / 袁 敏
- 129 电视新闻的编排技巧 / 乌云达来
- 130 非线性编辑在电视节目编辑中的应用 / 赵晓娟
- 131 如何做好新闻采编工作 / 张 琦
- 132 2014 年央视春节联欢晚会主持艺术 / 杨亦男
- 134 新闻采编工作中的团队精神探析 / 杨福义
- 135 如何掌控电视新闻播音技巧 / 郑永龙
- 136 电视新闻专题制作中非线性编辑系统的应用 / 朱晓营
- 137 论播音主持的艺术魅力 / 周 洁
- 138 采编播一体化对提高节目制作效果的作用探讨
/ 何 莉 钟铭华

- 139 新媒体环境下电视新闻采编策划特点及创新措施 / 邢红文
- 140 试析节目主持人的情绪控制 / 尹 颖
- 141 电台发展应该提倡主持人的自我风格 / 杨满英
- 142 论广播节目主持人的个性塑造 / 王忠岩

THE BASIC LEVEL

基层

- 143 县级广播电视新闻对农宣传中的难题及对策 / 高 锋
- 144 前谈县级广播电视台如何提升核心竞争力 / 胡金玲
- 145 融合地方元素 凸显本土文化
——浅谈地市级广电媒体开办
历史文化类栏目的重要性 / 李 玲
- 146 有偿公益地面电视推动农村数字电视发展 / 刘娟红
- 147 浅议县级台新闻编辑的守望职责 / 刘 琼
- 148 深耕基层做文艺 / 潘 辉
- 150 县级广播电视台节目脉络拓展 / 庞贵琦
- 151 如何做好广播电视新闻编辑工作 / 王 娜
- 152 县级电视台民生新闻发展探究 / 孙 超
- 153 地市级广播电视台与新媒体的融合 / 岩 晓
- 154 县级电视台农业节目的现状与发展策略 / 张有森
- 156 城市电视台自办栏目的现状及发展策略 / 王星铭

THE APPLICATION

应用

- 157 荆州电台直播车设计方案 / 程华栋
- 158 调频同步广播技术的应用及发展 / 邓祖平
- 160 电视摄像的光线运用 / 杜 君
- 161 数字化时代下非线性编辑的制作研究 / 贾 若
- 162 新闻直播室的音频设计与调音技巧
——以《都市快报》为例 / 郭艳虹



- 163 从 EFP 作业来谈导播的工作与修养 / 李四航
- 165 非线性编辑技术在电视节目制作中的应用 / 谭诗羽
- 166 构建演播室监控系统的技术策略 / 武晓晗
- 167 贵州交通广播高速公路调频
同步网电磁环境预测与评估分析 / 徐文笙

THE MAINTAIN

维护

- 169 有线数字电视前端系统运行与维护技术 / 范 颖
- 170 广播电视技术维护工作与方法 / 李伟锋
- 171 有线数字电视前端机房的设备维护措施探究 / 李彦锋
- 173 音频播出系统有源音分频繁报警的故障分析 / 孙新英
- 174 广播电视硬盘播出系统的维护和管理
/ 郭亦平 张荣辉
- 175 有线电视线路交流故障的检查与维修探索 / 杨如江
- 176 电视节目数字化播出的技术维护与管理 / 赵 辉

THE TRANSMISSION

传输

- 177 卫星电视接收系统的安装、调试 / 陈景东
- 178 广播发射天线地网对发射效果的影响 / 李艾红
- 180 自耦变压器降压启动配电柜的升级改造
/ 牛世超 董建波
- 182 调频发射机功率放大器故障分析与判断 / 齐 勇
- 183 数字电视广播工程运行过程中的关键技术探析
/ 叶育祥
- 184 10kW 全固态电视发射机的安装与维护 / 魏 晓
- 185 数字电视广播工程运行过程中的关键技术 / 袁增文
- 186 光电技术在 DX600 发射机中的应用 / 周 扬

THE NETWORK

网络

- 187 采用 EPON 技术实现互动式数字电视网络
/ 曹明锋 芳 菲 高 承
- 189 浅谈高清数字电视视频压缩编码技术 / 李 建
- 190 电视台全台网安全传输网关系系统分析 / 漆珂玉
- 191 关于 EPON+ 无源 EOC 宽带接入模式的思考 / 齐 岩
- 192 数字电视在互联网时代的增值业务平台设计 / 秦瑜轶
- 193 关于优化旬阳县域广播电视节目覆盖工作的探讨
/ 谢明成
- 195 制播分离与病毒防护 / 杨明志

电视公益广告的创作与指导实践

——以获奖作品《拒绝》为例

郭玉真

(作者单位:聊城大学传媒技术学院)

摘要:电视公益广告在传媒类学生的实践教学体系中是一个非常重要的类别,案例分析教学是电视公益广告教学的一种重要教学方法。本文从对学生作品的创作指导过程入手,从“看的远、站的住、移得来”三个角度具体阐述了电视公益广告教学案例选择的基本原则与方法,并就电视公益广告创意与制作经验进行了总结,以期为学生们的影视作品创作提供有益借鉴。

关键词:电视公益广告;创作实践;案例分析教学

聊城大学广播电视编导专业学生公益广告作品《拒绝》在2013年第二届全国高校廉政文化作品大赛获得了网络新媒体类作品一等奖。这既是对学生创作水平的肯定,也是聊城大学传媒技术学院广播电视编导专业实施技能培养教学改革的一项重要成果,对接下来电视公益广告乃至其他类型影视作品的指导与创作提供了经验和借鉴。本文以此作品分例,就大学生电视公益广告的指导与创作谈一点体会。

传媒类教学体系中包含各类电视作品的创作,电视公益广告也是其中之一。看电视公益广告、分析电视公益广告、创作电视公益广告是学生基本流程,各类电视公益广告是学生分析学习的对象。这个学习过程实现了传媒类学生由电视公益广告受者到传者的转变,也实现了社会教育与学校教育、品德教育与技能教育的结合。为实现上述转变,指导学生创作出优秀的电视公益广告作品,笔者执教的电视导演课程形成了以案例教学为主的基本教学方法体系。

1 实施案例分析,把握电视公益广告创作主题与创意

与其他类型的电视作品一样,电视公益广告具有非常强的时代性。这种时代性具体到创作实践中就是在任何一个特定时期内,电视公益广告会集中展现一个或多个主题,其传达的价值观或道德规范也会集中在一定范围内。电视公益广告在一定历时时期内传达什么,其根源性的动因来自于国家在一定时期内的宣传政策。

随着国家“厉行勤俭节约”“开展党的群众路线教育”“弘扬传统美德”等一系列宣传实践活动的开展,相关主题的电视公益广告成为当下电视公益广告的主要组成内容。如何更好地引导学生把握主题,把握电视公益广告在一定阶段内的宣传方向呢?虽然可以通过解读一定阶段内国家的相关政策性文件向学生进行阐释和教学,但笔者认为最直接有效的教学方法还是案例分析——把当下中央级电视媒体新闻频道、综合频道和纪录片频道播出的电视公益广告通过网络渠道进行搜集整理分类,拿到课堂上一一分析:有多少在宣传关爱父母,有多少在宣传勤俭节约、有多少在宣传关爱儿童,学生一目了然。这个这程不仅可以使学生有效把握当下电视公益广告的创作主题方向,还对学生把握当下电视公益广告的表现形式,避免电视公益广告创意的雷同具有重要参考价值。

例如,《拒绝》这则公益广告选题难度并不大,因为这个作品更像是一个命题作文,创作的起点是为了参加第二届全国高校廉政文化作品大赛。因此,“反腐倡廉”这个主题从创作伊始就是确定下来的,但接下来如何进行创意,从什么样的角度表现这个主题,就成了这则电视公益广告成功的关键。因为“反腐倡廉”为主题的公益广告数量庞大,创意形式也是多种多样,所以,如何能够避免与已有电视公益广告的创意相同,如何在别人已有创意的基础上延伸一步,始终是困扰创作团队的核心问题。围

绕创意、创新这个要求,笔者指导学生有序开展了以下几项工作。

第一,确定案例分析的范畴。“反腐倡廉”的电视公益广告及其他形式的公益广告数量层次特别多。在筛选过程中,按照“看得远、站得住、移得来”的基本思路对案例分析对象进行了遴选。

“看得远”是指分析的案例水平要高,所以将第一批分析对象定位于中央电视台和中央网络电视台上播出的所有相关电视公益广告;“站得住”是指分析的案例从思维水平到制作水平应与学生水平当,学生在技术和创意上达得到,才具有实践性,所以将第一届全国高校廉政文化作品大赛获奖作品作为分析的对象;“移得来”是指需要借助其他相关的主题创作,迁移其创意方法、创意思路,为之赋予新的形式,从而成就独特的作品,所以近几年全国平面公益广告大赛的参赛作品也纳入了分析范畴。

第二,对案例进行分析,进行创意。通过对上述三个类别的作品进行分析,发现以“反腐倡廉”为主题的公益广告,无论是平面还是视频,主要创意点集中在几个方向。一类的思想是震慑,创意的重点在于表现腐败给国家、给个人、给家庭带来的恶果;一类的思想是教化,创意的重点在于突出个人品德对于防腐的重要性;一类思想在于表现,创意在于通过各种方法展示腐败的产生过程,有现身说法的意味。基于此,提出了创意方向:避免冷冰冰的结果,多一些温情;避免道德似的教

(下转第33页)

是利用旧闻新报,全景式地回顾了驻马店的发展历程,收到了振奋人心,凝聚力量的良好效果。这种化陈旧为新鲜的旧闻报道,如同打开了一坛封存多年的老酒,散发出浓烈醇美的馨香。

3.2 旧闻传播具有岁月磨洗的吸引力

旧闻作为一种事实存在,为人不知或者少为人知,却以其时间发生之久更让人觉得有一种虚无缥缈的神秘。这种神秘感有着让人欲罢不能的吸引力,借助这种吸引力和人们的怀旧情结,旧闻传播得以拥有了广大的受众群和忠实拥趸。如果说人们对马航370失联、韩国“岁月号”失事等事件的关注是基于对新闻的获取本能,那么,沉没百年的泰坦尼克号仍然能不时地被媒体“打捞”、“炒作”并一再成为谈论的话题,则是基于人们

对旧闻获取再认知的欲望。某省级卫视台推出的《档案》系列,也是典型的旧闻报道,那些或惊心动魄或蜿蜒曲折或波澜壮阔的历史事件被重新一一揭开,极强烈地吸引着观众的眼球,满足了他们对前尘旧事进行了解和探究的心理。

3.3 旧闻传播具有光阴积淀的厚重感

旧闻发生既久,历经时光变迁,有深刻的历史背景,又有清晰的现实映照,所以往往能让人感觉到“白头宫女在,闲坐说玄宗”般的沧桑,因其沧桑,所以厚重;因其厚重,所以深邃。旧闻之所以深得媒体重视、受众欢迎,无疑是因为其承载的厚重历史让人能从中汲取无限的思想、文化、精神的力量。

3.4 旧闻传播具有历史检验的真实性

旧闻当然必须是真实的,失去真实

性就失去了其作为“闻”的根本,也就失去了传播的价值。而旧闻的真实性恰是无需证明的,因为是过去式,经过了历史的检验,其事件的真实、人物的真实、细节的真实毋庸置疑,所以能让人充分信任。而且,旧闻往往还有证伪的作用,可以帮助人们实现还原真相、弥补阙疑、解释悬案的目的。

当前,媒体的旧闻传播实践还在继续,无论在电视上、报刊上以何种面目、何种形式出现,其“旧闻”的本质是一样的。我们探讨旧闻,重新审视其传播价值、认识其传播特征、研究其传播规律,对于更好地开掘这一资源,更好地利用这一手段来丰富生活、启迪心智、传承历史将会大有裨益。

(上接第27页)

化,多一些生活。最终定位于“突出如果我们拒绝腐败,会有哪些益处”,并且将落脚点定位于家庭,定位于以情感人。因此,这则广告的广告语为“每一次拒绝,都会让你离家更近一些”。有了核心创意,接下来的分镜就比较简单了,电视公益广告常用的逻辑包括引申、归纳、分析三种路子。所谓引申,就是由现象引申出结果,进行警示;所谓归纳,就是由几个平行的现象归纳出结论;所谓分析,意在经由过程分析展现事件的本质。这则公益广告采用了“归纳”法,也就是选取几个能够代表腐败行为的瞬间作为腐败行为的代表,分组展示主人公拒绝腐败的决心和行为。围绕这个思路,选择了“公权滥用、公车私用、公费旅游”三种常见多发的腐败行为作为例子。最终形成的创意思路是:通过主人公拒绝权利违规使用、拒绝用公车送孩子回家、开会出差拒绝带家属同行三件小事反映“每一次拒绝,都会让你离家更近一些”的中心思想。

2 把握技术要领,进行电视公益广告的摄制

通过案例分析,我们发现当下电视

公益广告的表现形式可以大体分为两大类:一是通过表演进行视频拍摄与制作;二是通过动画进行表现。因为笔者所指导的学生为广播电视编导专业学生,所以采用了第一种表现思路,主要是为了避开学生的短板,发挥其特长。在确定进行拍摄而不是用动画表现后,接下来就是实施拍摄的过程,因为对于公益广告来讲创意是核心,有了创意就等于完成了大部分创作,所以这里仅就拍摄中的几个关键点进行说明。

2.1 严把设备关

因为电视公益广告属于短小精悍的作品,时间短,并且要求在极短时间内影响观众,所以其画面与声音必须精益求精。为拍出高水平的画面,结合学生的实际,让学生选择用佳能5Dmark II作为主要拍摄设备,而没有使用摄像机。这主要是因为这款设备在色彩还原和浅景深的获取方面有优势,且易操作。

2.2 严把时间关

这里的时间是指公益广告的最终播出时间,要求时间越短越好,把事情交待清楚,能让观众明白,是对学生做后期的基

本要求。把最精简的画面留下,把多余的、可有可无的画面删掉,用最短时间展现要表达的主题是最终的指导方向。

2.3 严把台词关

在整个拍摄过程和前期分镜阶段,把能用动作表示的不用语言这条原则贯穿到指导过程中,要求学生减少台词量,提升动作细节的表现。这样做一是因为动作表现更接近生活真实;二是因为台词的增加,必然会增加拍摄剪辑的工作量和难度。

《拒绝》的获奖激励着师生在教学中继续探索,也期待更多优秀的电视公益广告涌现于荧屏,倡导良好的社会风气,净化人心,绽放光彩。

参考文献:

- [1] 陈正辉.公益广告的社会责任[J].现代传播,2012,(1).
- [2] 王琨.浅析电视公益广告的创意表现策略[J].电影文学,2010,(7).
- [3] 刘世捷.谈公益广告的创意方法[J].商场现代化,2006,(8).

2015川台“欢乐3频道”精彩亮相

95534A

2014, -, 017

2015年,四川广播电视台经济频道将精心打造“欢乐3频道”媒体形象,以“欢乐生活、喜剧人生”为节目定位,构建“一主两翼”的品牌战舰——以欢乐时尚自制剧和情感电视剧为主轴,以特色自办节目和大型活动季播节目为两翼,整合资源,升级形象,大力推进品牌增值。《经视欢乐送》、《天天欢乐3》等一系列全新自办节目闪亮登场;自制剧独播剧场《麻辣烫》继续绽放异彩光芒;《百姓财经》、《蜀人蜀事》、《风云川商》全面改版提升;《黄金剧场》作为全川首轮情感剧场,继续为观众奉献高品质国产首轮情感大戏并联合新开辟的深夜电影院,为观众打造长达5小时大时段的超嗨视听极品时段,并针对不同时期、不同季节,各类节假日突出系列化、类型化编排,与观众订立不变的约定。



“欢乐3频道 我们快乐起航!”