

全媒体时代电视编导的创作技巧

杨艳

(丹东广播电视台, 辽宁 丹东 118000)

【摘要】国民近几年致力于科技水平能够得到不断发展,而作为未来的主要发展对象,互联网被人们逐渐地重视起来。全媒体时代是以互联网技术为基础发展起来。医疗科普电视节目在这一形势下得以有了发展的新契机。在全媒体时代的带动下,各种娱乐类综艺节目在网络上飞速发展起来,逐渐蚕食了之前医疗科普类节目的领导地位。在当前严峻的形势下,医疗科普类节目不可掉以轻心不思进步从而导致被全媒体时代所抛弃的命运。本篇文章就医疗科普的电视编导在全媒体时代应该学习的创造技巧进行分析。

【关键词】全媒体时代; 电视编导; 创作技巧

医疗科普电视编导组主要承担的职责是策划、剪辑、后期制作等,但其职责大多是围绕着医疗的知识和话题而进行的。但在全媒介时代下,如果只是采用传统的创作技巧,节目就会很容易产生和时尚脱轨的现象,如果节目创新程度不足,观众没有兴趣看,就会造成栏目收视率的下滑,甚至直接造成收益减少,最终限制了医疗科普类节目的发展。所以,推动医疗科普类电视编导创作革新的脚步刻不容缓。医疗科普电视编导也必须提高自己的创作技巧,如此才能全面适应当前中国广播电视传媒产业发展的新需求。

一、全媒体时期医疗电视节目编导对电视节目的意义

(一) 医疗科普类节目编导对电视节目的影响

电视节目中关键性的工作人员非电视编导莫属,而且它在中国电视传媒发展中也有着特殊的地位。医疗科普节目编导在制作电视节目时要进行取材,接着再进行大纲制订,最后完成了初期摄制的工作,这样不仅可以保证了电视节目的实效,使医疗科普类电视节目更受广大观众喜爱,也同时促进了医疗行业更快发展,当然一部爆火的医疗电视剧背后离不开强大的故事背景,只有这些真实的故事题材才可以最为直接打动观众,成为获胜的法宝,它用每个人所经历的真实实例让大家产生情感共鸣,不自觉代入到相关角色中。这些都源于生活中的医疗知识,因此,栏目的走红就是编导对待栏目效果的掌控结果。

(二) 医疗科普类节目编排对医疗电视剧提供的助力

医疗科普电视节目编排身负重任,不但要作为栏目的组织者,而且需要对医疗科普类电视节目进行助力,不管栏目前期取材或是整个栏目的完善,还有

其中的策划编制、审核审查等几个步骤都不能缺席。为了栏目更受广大的观众们欢迎,就必须不断地加强医疗科普类电视节目编排的创作技巧和水平,而栏目的收视品质和播放质量也受到了编排的创意水准和技术实力的影响。实际上节目内容来自日常生活,但是,出色的医疗科普电视节目编导所推出的栏目必须超越日常生活才能更影响广大观众,因此综艺节目的高收视率多来自医疗科普电视节目编导所提供的创作助力。

二、全媒体时期对医疗科普电视节目编排创作技巧的新要求

(一) 由于医疗电视节目编排的写作方式需要变革

医疗科普节目内容编剧所采用的观点都比较传统,使得在全传媒时代下无法增强自己的创作能力,其对医疗行业发展产生了很大的影响限制。所以,医疗科普类节目编导人员应当紧跟时代,不断更新自己的创作理念,并借助最先进的理念,积极进行传统媒体和网络媒体的融合,以促进中国医疗行业得到稳步发展。

(二) 医疗电视编导的技能要求进一步提高

随着全媒介信息时代的来临,人民的审美与眼界获得了提高与丰富,医疗科普类电视节目编导工作需要进一步得到提高,如此才能适应当前大众的需要。同时,电视传媒为了提高竞争力还必须在电视内容与电视播放形态上加以革新,如此才能在全媒介时期赢得更多观众的青睐,达到医疗行业的双赢发展。因此,医疗科普节目内容创新,重点体现在传播形态与宣传理念上。以健康频道为例并加以分析,健康频道在和抖音新媒体融合之后,可以通过把一些健康小知识拍摄成短视频后再上传给抖音,从而使更多年轻人可以认识到医疗行业中的基本知识,从而引导观众去医疗

科普类电视节目上欣赏更多的细节内涵。同时,在节目之后新加入的微信互动功能等,也让之前传播方式出现了巨大的改变,也受到了人们的广泛重视与欢迎。

三、全媒体时代下医疗电视编导创作技巧的提高对策

(一) 提高了医疗电视编导的综合素养与专业技能水准

传统的医疗类电视遭受全媒介时代打击很大,同时互联网等新兴节目的诞生也造成了“独领风骚”的现状,而传统医疗电视节目的播出形态与内容上的同质化也导致部分年轻人对其失去了相应的注意与关心。所以,要想缓解这个状况,不让当前节目的品质再受负面影响,就必须了解现代人意识和审美理念的前提下,通过采取栏目制作变革和技术创新等方法适应现代人的审美要求。此外,互联网新传媒是一个崭新的媒介形态,我们可以利用各种途径得到自己想要的资讯和数据,可以按照自身的口味欣赏感兴趣的视频等,这也要求医疗科普类电视编导工作人员针对当前人们的口味全面提高自己的工作能力。另一方面,也可通过人才培养的方法,引入先进的创作技巧和艺术创作经验等,从而使医疗科普类电视编导人员在学科技术水平上和艺术创造力上获得有效提高;另外,医疗科普类电视编导还必须提高自己辨别信息真实性的能力,在掌握必要的专业性的基础上才能立足于自己的视野,从而提高了节目的品质。同时,为了每一项电视节目制作过程,电视节目编导都必须亲自把控,尤其是要从准备、录制和合成等过程中进行严格把控,以防止在整个电视节目拍摄过程中发生出错。

(二) 增强医疗电视编导的能力

创新是提高节目品质,增加创新度的最主要手段。所以,希望可以在电视作品中加入全新的内涵与表现形式,顺应全媒介时代的发展,需要对电视加以革新。一般而言,从事电视编导的行业相关人员不仅,需要每隔一段时间就对自己的从事经验进行相关的总结,将有效的经验进行累计;而且从事医疗科普类电视编导的相关人员,需要提高自己的综合素质能力,锻炼自己有一双能够洞悉媒体的眼睛,需要第一时间了解市场上医疗新闻的任何波动。在参与电视节目设计环节,所需要注意的是,相关人员设计出的节目需要切实符合当前社会的健康发展需求,同时也要满足新时代下观众追剧的需求,随着当前人们的生活水平逐步提高,他们也不仅仅满足于一般的影视作品,对于电视剧他们开始有了更多的追求,因此,为了留住观众,同时符合当前社会的发展要求,相关部门需要

提高电视节目的质量,加大电视内容的可信度,保证医疗科普类电视剧所涉及的内容都有迹可循,符合当前发展规律,以此得到广大人民群众的信服。只有观众开始相信电视剧的内容,才可以让他们身临其境的与电视剧角色产生共鸣。比如,我国一个较为出众的电视综艺《健康脱口秀》常常被作为电视编导行业的学习模板。通过从各项数据分析该电视综艺,可以知晓它是采用了线下电视直播以及线上平台直播的方法,并且这两种追剧方式同时进行,在互联网的优势下,只要观看该综艺的观众,就可以通过相关链接在网上选择自己最喜欢的医疗科普脱口秀主持人,这种方法不仅拉近了演员与群众之间的关系,而且反馈了群众对于该主持人的肯定与认可,也让观众受到了相应的尊重,拥有了自己的选择权,这种开放式的投票方法,让这个综艺节目的热度和播放量达到了空前的高峰,不仅在同一时间段没有对手与之匹敌,在不同的时间段内,也没有任何一个综艺节目可以超过它的收视率,这种方式直接拉满了宣传力度^[1]。其次,在目前的综艺节目中,通常会见到明星对医疗知识或者医疗产品进行宣传,这种方式是通过让自带热度的明星或者网络红人在网络平台上,宣传某些不为人知的护肤品或者医疗产品等,不仅可以拉动这些护肤品和医疗产品的销售量,还可以提高该综艺节目的播出效果,为综艺节目带来更多的经济效益,最终吸引到大量的合作商与之进行合作,进而达到双方共赢的目的。其次是相关工作人员需要充分利用到当前热度较高的短视频软件。目前较为火爆的小红书,抖音,快手等这些短视频软件自带流量,每天浏览的人数数不胜数,对于商家而言这些浏览量就是可以直接变现的资金。首先可以信属短视频软件的优势,它不仅可以让观众在较短的时间内了解更多的风景或者美食或者是网红段子,还可以让医疗类电视节目的编导充分利用该优点将需要进行宣传的医疗科普栏目内容通过短视频进行宣传,让更多的观众可以了解到医疗科普类的知识,为了保证观众再刷到该短视频时不会直接跳过,而是有耐心地看完医疗科普,医疗科普电视节目的编导需要将宣传栏目中最为精华,引人入胜的医疗知识放进时长为十几秒的短视频里,从而保证观众能够耐心的刷完栏目视频。目前,随着大数据时代的来临,与传统的宣传方式相比,大多数的年轻人通常会选择更具现代化的媒体平台,根据相关数据调查,越来越多的年轻人基本不再观看广播电视,倾听收音机等,因此广播电视编导需要充分利用年轻人这方面的特性,保证在相关人员的操作下,年轻人能够通过社交平台了解到该

电视节目,从而去搜索相关内容。比如,广播电视编导可以充分利用抖音,小红书,微博,微信等社交平台,通过这些社交平台上发放有关广播电视剧的相关片段,重点是需要截取引人入胜的部分,从而保证观众在刷到该视频后,不仅能够有足够的耐心看完,并且能够驱使观众去相应的平台观看剩下的内容,进一步提高电视节目的感染力。最后,通过针对医疗科普类电视节目,相关电视编导可以在各大媒体平台上播放有关人体健康的知识内容,让观看者与平台内的内容产生情感共鸣,从而产生观看兴趣,为了保证这些视频的真实性,需要对真人真实信息加以整理,再从这些信息中获得相应的经济信息。一般而言,做医疗科普栏目时需要从广大观众的视角入手,在当前医疗的背景下,通过宣传真实的医疗知识,让观看者能够直观地了解到医生对于人们健康的辛勤付出,同时,也可以让观众知道相关医疗产品的制作过程,这种方法在一定程度上提高了医疗科普栏目的浏览量,同时,完善了购买与卖家之间的售后关系,将安全健康的医疗产品推广到所有人的面前,避免了某些医生辛苦忙碌了一年,但是因为疫情的原因,无法将所研制出来的医疗产品带给人们,进而导致了这些医疗产品全部堆积在仓库中,最终烂掉,浪费了大量的成本,这种方面不仅保证购买者的健康安全,还可以提高医生的产品收入,从而提高了医疗产品栏目的社会适用性。

(三) 保障节目表现题材的创新度

节目质量和表现的题材有着很大的联系。所以,在节目制作前,医疗类电视编排人员还必须对节目的题材等内容加以明确,并确定好栏目的位置,让听众可以看到自己感兴趣的栏目。尤其是针对某些被界定为相亲节目、综艺节目、厨艺栏目、健康教育频道等的特殊题材栏目,在此类栏目中电视编排人员可以靠通过微信摇一摇、微信公众号、大众点评等方法 and 听众进行交流,与听众就好的观点和想要参与的活动情况等内容展开线上与线下的互动,从而完善栏目,并促使各类题材栏目越来越深入人心。以节目《急诊室故事》为例,这栏节目是我国第一部大型急救纪实真人秀节目,他通过深入挖掘一个个真实而充满人道主义精神的救治故事,让观众感受到病患如何被医治及过程中,医患间病人与亲友间的各种情感迸发,赞颂生命的力量与尊严,传递社会正能量。通过全方位记录还原真实医患关系,直击中国医疗现状,带领观众感悟人生百态。由此可见,医疗电视编导创作时必须对某个较好的题材加以挖掘,并探讨怎样被不同的人群所接收,得到更多听众的喜爱等等,这就要求了医

疗电视编导个人人才可以使用精湛的创作技巧,提高整个作品的知名度^[2]。

(四) 基于消费者的需要提高质量

全媒介时代的来临不仅反映在传媒市场的发展中,还反映在用户对电视节目的质量需求愈来愈高。所以,医疗电视编导在创造的过程中还必须考虑播出质量。并在获得了使用以后,让使用者体会到来自医疗科普类电视传媒的关爱,增强使用的满足感。例如,由爱奇艺,乐正传媒和健康报社制作的《中国医生战疫版》,他是以时间线为推进记录,从新冠疫情爆发到四月底,医疗队凯旋期间的在武汉的医护群体的战疫故事深度跟踪拍摄,武汉四家医院八个医疗队 30 多医护,20 多名医生不断进行记录,专家,医生,护士的故事为核心,从各维度讲述并结合多种病患案例展示温情故事。满足了当时的观众对于新冠疫情的敬佩心理以及好奇心理,同时也能让他们理解到我国伟大的奉献精神。所以,医疗科普电视节目必须提高自己的服务水平,充分发挥出服务链条的重要功能。

(五) 丰富了与观众的交流形式,增进与观众之间的互动

节目的开播要求观众共同参加交流,听众们在观看节目的同时也能够提出自己对于医疗方面的看法和意见,这种独特的方式就可以增加广大观众对医疗科普类电视节目的关注度,比如现在医疗节目的综艺,总是邀请了各个行业的嘉宾,针对广大观众各种口味,就会有各种各样的激烈反映,广大观众就可以接收到大批的资讯,要通过不断丰富与广大观众相互之间的交流形式,增进与广大观众间的相互交流,就可以更好地提高对医疗科普类电视节目编排的创作技巧,使节目有更良好的社会效应,从而得到广大观众的青睐,使医疗科普类电视等媒体事业继续向着更好的方面发展。

结语:医疗科普类电视编导在电视剧写作流程中占有关键地位,因此需要提高医疗科普类电视编导人才的能力,确定创新方向。这些方面所涉及的重点包括与广大观众的交流模式、节目题材的选择、对主流文化的把握等方面。所以,医疗科普类电视编导人才应该进一步增强医疗科普类节目的创作技巧,改变中国医疗发展状况。

参考文献:

- [1] 胡燕.全媒体时代电视编导的创作方法分析[J].新媒体研究,2016,2(05):128-129.
- [2] 卢山.全媒体时代电视编导的创作技巧探析[J].西部广播电视2015(19):129.