

总局工作信息

7月全国国产电视动画片制作备案公示。2019年7月,经备案公示的全国国产电视动画片为35部,10634分钟。按题材划分,童话题材8部、1839分钟,占备案公示总数的22.9%、17.3%;现实题材1部、520分钟,占备案公示总数的2.9%、4.9%;科幻题材5部、2996分钟,占备案公示总数的14.3%、28.2%;教育题材10部、2460分钟,占备案公示总数的28.6%、23.1%;历史题材2部、210分钟,占备案公示总数的5.7%、2%;神话题材4部、1433分钟,占备案公示总数的11.4%、13.5%;其他题材5部,1176分钟,占备案公示总数的14.3%、11.1%。按所占比例大小排名,备案公示的国产电视动画片题材依次为:教育题材、童话题材、科幻题材、其他题材、神话题材、历史题材、现实题材。

“中俄电视周”促进两国媒体深度合作。8月14日,中俄人文合作委员会媒体合作分委会第十二次会议暨2019年中俄电视周在黑龙江省哈尔滨市举办。会议提出三点倡议:一是进一步加强媒体政策对话交流,当前媒体生态和格局正发生重大变革,中俄政府主管部

门应进一步加强媒体政策沟通;二是进一步全面推进节目内容交流合作,希望中俄双方不断深化和巩固联合制作和互译互播合作,也希望双方择机签署电视合拍协议,为内容产业繁荣发展提供有力支撑;三是积极推动媒体技术产业合作,中俄两国在技术创新、媒体融合发展等方面具有非常广阔的合作前景,希望双方能不断深化在广播电视和网络视听节目、技术、产业、人才等方面的交流合作。本次推介会共有19家中俄媒体对20个项目进行推介。其中,中方10家媒体11个推介项目。“中俄电视周”将每年在两国轮流举办,中方举办地将永久落户黑龙江。除共同展播两国优秀视听节目外,还将举行节目推介、评选等一系列活动。

推动广播电视和网络视听产业高质量发展。日前,国家广播电视总局印发了《关于推动广播电视和网络视听产业高质量发展的意见》的通知。《通知》从“加速升级新型产业体系”“大力优化产业布局”“大力完善市场体系”“加强政策支撑”四大方面提出具体意见。在“加速升级新型产业体系”方面,要推动内容产业健康繁荣。以实施“新时代精

品工程”为抓手,谋划实施好电视剧、纪录片、动画片、广播电视节目、网络视听节目等重点创作规划。强化好节目进入好平台、好时段的政策取向,建立正向舆论引导和市场激励机制。要加速广电网络提质升级,加快建设广电5G网络,打造集融合媒体传播、智慧广电承载、智能万物互联、移动通讯运营、国家公共服务、绿色安全监管于一体的新型国家信息化基础网络。在“大力优化产业布局”方面,要鼓励优势产业区域率先发展,强化区域资源整合和合作联动;要发挥高质量产业基地(园区)的辐射带动作用。要提升品牌展会的市场影响力,扩大广播电视对外贸易和文化交流。在“大力完善市场体系”方面,要营造健康有序的营商环境,持续深入实施“放管服”改革,在符合法律法规的前提下,进一步研究放宽市场准入条件,积极引导社会力量进入广播电视和网络视听产业,增强市场活力,指导民营企业参与广播电视公共服务领域建设;要培育壮大骨干企业;支持已上市企业做强做大;要探索建立产业与金融市场对接机制,探索建立广播电视和网络视听产业发展联盟。在“加强政策支撑”

方面,总局会加强组织领导、用足用好财税优惠政策、争取政府购买、服务支持、建立完善产业项目库、强化人才保障、完善统计支撑。

“五个一工程”获奖名单公布。8月19日,第十五届精神文明建设“五个一工程”获奖名单正式公布。中宣部发布《关于表彰第十五届精神文明建设“五个一工程”组织工作先进单位和获奖作品的决定》,共评出组织工作奖15个,浙江省委宣传部入选;特别奖13个,浙江有电视剧《可爱的中国》、图书《心无百姓莫为官——精准脱贫的下姜模式》入选;优秀作品奖60个,浙江有电视剧《麦香》、歌剧《呦呦鹿鸣》入选。

(据总局文件)



今天,你追《新闻联播》了吗?



“集数无极限,时长不特定,全程无广告,剧情不注水,全程高能且硬核,每晚7点央视及各大地方卫视全国播映。”如果只看前几句,你也许猜不出网友口中说的是什么,但最后一句一定能让你恍然大悟,这正是被中国青年报称为“2019年最火的‘电视连续剧’”的《新闻联播》。

在过往印象中,对年轻人而言,《新闻联播》是爷爷奶奶、爸爸妈妈才看的节目。但7月底以来,《新闻联播》靠着种种“接地气”的表现圈了一波年轻粉丝,并开设了脱口秀形式的竖屏短视频《主播说联播》梳理当天重点大事和主流新闻,引发14亿人的在线追更。

专业又不失幽默风趣

作为《新闻联播》的“衍生品”,《主播说联播》能走上“网红花路”还要从“令人喷饭”四个字说起。7月25日的

《新闻联播》中,康辉义正辞严地播报了一篇名为《究竟谁在全球到处欺侮恫吓他人?》的国际锐评节目播出后, #荒唐得令人喷饭#这一话题迅速登上微博热搜榜,其阅读量更在过去的一个月中累计达到6.8亿, #今天追新闻联播了吗#也成为近期的热门话题。7月29日,央视新闻官方微博推出了梳理当天重点大事和主流新闻的《主播说联播》,在当日发布的66秒竖屏短视频中,康辉走出《新闻联播》演播厅,用一句“该高大上绝不低姿态,该接地气也绝不端架子”开启了《主播说联播》的“网红”之路。

从《主播说联播》起,康辉、海霞、刚强、欧阳夏丹、李梓萌等主播又坐回《新闻联播》的演播厅,但与平日里在镜头前不苟言笑的形象不太相同,《主播说联播》更像是主播们的脱口秀平台,他们“一本正经的幽默风趣”,不仅如挥手、敬礼的肢体语言和微笑、皱眉等面部表情丰富起来,播报内容的文稿遣词也变得幽默风趣。海霞用胳膊倚靠在主播台上,完成了女主播在《主播说联播》的第一次亮相,文案的遣词造句比起《新闻联播》更加口语化、生活化,其中的“梗”和“包袱”也是层出不穷,加上主播口播时抑扬顿挫间夹杂的一些情感色彩,原本严肃刻板

的时政新闻播报瞬间有温度起来。

此后,“我也只能‘呵呵’”“咱要不上点榨菜?”“No zuo no die”“你们离凉凉不远了”等出自《主播说联播》的词句开始被网友广泛讨论,其中不少还登上微博热搜。这些词汇语句既有化用网络流行语的,也有被《主播说联播》使用后一举化身新晋流行语的,虽然乍一听觉得有些好笑,其实既犀利精辟,又通俗易懂,在原有观众的基础上吸引了更多的年轻人来关注国家大事。

出圈的多个打开方式

随着互联网和移动终端的普及,人们获得时政信息的途径也越发多元。除了让表达方式更风趣之外,主流声音怎么才能接足地气地传播进广大观众的心里?让严肃新闻打破圈层,推出《主播说联播》这个“非常规”操作最瞩目的亮点,当属采用以竖屏小视频为载体进行传播。

《主播说联播》一共推出了24期,24期竖屏小视频最短仅有15秒,最长的也不过89秒。在不到2分钟的时间里,《主播说联播》以专业的态度,用幽默或动情的口吻播报了每一天的大事小情。转发、评论、点赞一气呵成,网友参与互动更加方便,也更加频繁。而以短视频作为传播载体的《主播说联播》还在文案以外带给网友“惊喜”。譬如,《主播说联播》称“美方的一些人总是摆出一副霸道总裁的样子”,该条视频的背景音乐也应景地采用了“霸道总

裁偶像剧”《王子变青蛙》的主题曲《迷魂计》,被网友直夸“稳中带皮”。

此外,为了更好地让融媒体联动助力“联播”“出圈”,《新闻联播》公众号“新闻联播”上线。新闻联播公号不仅用推送的形式整理了《主播说联播》的视频+文字版,推出了“联播划重点”,推送每日的新闻要事。原本《新闻联播》《主播说联播》中硬核又“刚”的“脱口秀”片段就在抖音、快手等短视频平台上获得了超高的播放量和点赞量,《新闻联播》分别开设了官方抖音号和快手号,开辟了舆论场的新阵地。据粗略统计,在入驻快手App 2小时内,《新闻联播》的入驻视频播放量已经超过6000W。

从大屏纵身“跃”进小屏,《主播说联播》精悍短小的体量更适合当下这个碎片化时代,也更容易点燃网络热议。央视广告经营管理中心数据显示,7月1日至8月6日,《新闻联播》在15-24岁年轻人群中的并机总收视率(所在地区同步播出新闻联播的所有频道收视加和)提升明显,在35中心城市并机总收视率较6月份提升26%。《新闻联播》这档中国最老牌的节目在41岁的“不惑之年”突然爆火,像康辉在《主播说联播》中所提到的那句“美好即价值”,《新闻联播》也正在向着更符合时代、更吸引受众的美好方向继续奔跑,用活泼接地气的画风,持续传递权威的声音。

(来源:“广电时评”微信公众号)

