

论融媒体时代 历史文化类节目的“推陈出新”

蔡毅 郑佩

摘要:中华民族具有悠久的历史,灿烂的文化。作为媒体人,传承发扬传统文化责无旁贷。当下传统媒体与新媒体的深度对接与融合发展,给电视节目制作与传播提出新的要求。兰溪电视台《大美兰溪》栏目作为一档原创历史文化类节目,不为传统所囿,创新节目内容与形式,积极适应融媒体时代传播多平台、广覆盖、强交互的特点,全方位增强了节目影响,成为荧屏“爆款”,也为地方台历史文化类电视节目的创新作出了探索。

关键词:融媒体时代 历史文化 创新传播

传统文化是中华民族的精神命脉,中华优秀传统文化是

当代中国最深厚的文化软实力。作为媒体人,我们所能做的是借助文字、图像、语言等方式予以忠实地记录,传达出历史时代的精神,同时以史为鉴,促进我们的文化自信。这些年,浙江省兰溪市也在下大力气,努力打造既有颜值又有气质的精品城市。2017年3月,兰溪广播电视台开办了大型文化类原创电视栏目《大美兰溪》,以挖掘、讲述兰溪地方传统文化的精髓与内核,以提纯与发扬为己任,让兰溪传统文化推陈出新,在新时代焕发出新的魅力和活力。

一、集思广益、精准定位,形成节目创作的“大合力”

兰溪三江之汇,七省通衢,自唐咸亨五年(674年)建县,至

今已有1300多年历史。这座千年商埠,积淀了丰厚的历史和文化底蕴。为深入挖掘兰溪之美,兰溪电视台首先对市域内历史文化进行搜集整理,发动社会各界人士为栏目选材、报题、征集节目线索,为《大美兰溪》栏目建言献策、把脉定向,同时建立栏目专家顾问团队,邀请文旅部门专家学者、文史爱好者作为栏目顾问、特约撰稿人。经过“头脑风暴”,最终确定《大美兰溪》以记录表现兰溪“四美”(即美景、美事、美食、美人)为主线,相应推出古韵、人文、乡愁、舌尖、善美等系列,多层面、多视角解读兰溪历史文化,使《大美兰溪》栏目成为一档既有品位,又真正走大众化之路的周播历史文化类栏

目,同时以栏目为载体,多部门、多渠道合作,共同推动兰溪文史事业发展。

二、精雕细刻、创新思维,以工匠精神突出“表现力”

品味往事,探究历史,能够追寻历史之美。而展现、挖掘其中深邃、悠远的美,需要创作人沉下心深入思考,用琢玉般的工匠精神来对待。为确保节目质量,兰溪电视台从全台选调最好的摄像、编导、制作人员,组成强有力的创作团队。同时从创作时间上予以保证,从节目开播前半年就开始酝酿,从选题、创意、拍摄、制作、包装各个环节,我台编委领导都亲自进行把关、审定、指导,单片的创作时间都在三个星期以上。

(一)编导手法要求变,让节目有新意

电视栏目的生命力在于创新,在融媒体时代,这种需求更加迫切,要求更高。一位好的电视编导,不仅观点要新颖,节目理念要创新,在表现手法上也要与时俱进。在节目编排上,我们认真学习借鉴央视《国宝档案》、《传承》等优秀人文纪录片的叙事手法,对每一期节目精心策划。

为了把收视群体向年轻人靠拢,我们经常采用影视剧、微电影演绎的方式,让主持人走出演播厅,邀请文史爱好者作为每期节目的嘉宾,一起到兰溪古城中去走街串巷,或深入古镇古村探寻体验,穿梭古今。只有让人们当下的生活与兰溪古城、古镇、古村的历史发生紧密的联系,才能让节目增加趣

味性、平易性,同时又不失深度、广度和厚度,才能让人们建立和坚定真正的文化自信。

现在观众已不再满足于“解说+画面”的呆板模式,解说越少越好,节目越精越好。在《大美兰溪》创作中,我们在《装裱三十载 乐享慢工出细活》等许多人物专题中大量采用无稿件、无解说的剪辑手法,用同期声、现场和音乐串接,让人物娓娓道来,体现他的喜怒哀乐,表达更自然、本真,更贴近生活。这样的人物塑造更加立体和鲜活,也更容易让观众接受。

(二)拍摄包装要时尚,让节目有颜值

电视专题片有明显的纪实风格,不允许有夸大虚假的成分,但却很讲究艺术性。《舌尖上的中国》是美食纪录片方面的巅峰之作。它不仅体现了传统文化的意蕴之美,还营造出了精彩纷呈的视听艺术之美。它山之石,可以攻玉。在《大美兰溪》之美食篇中,我们采用与国际接轨的碎片化、快节奏、叙事式拍摄手法,以真实人物为线索,快速地时空转换,快速地场面调度,并设置许多悬念,把兰溪鸡子粿、素包、神仙炖、羊糕等美食烹制过程用唯美的方式一一呈现,紧紧抓住观众的眼球。

日常创作中,栏目组为了增强专题片的艺术性,经常使用大小轨道、无人机、广角镜头、鱼镜头、水下镜头等器材,让镜头画面拍得更生动、更唯美、更大气。为了让镜头画面更写意,栏目组还申请了三盏新闻灯,在拍摄现场布置灯光。特

殊的光线效果,在烘托气氛、表达情节、传达情感、增加画面的趣味性等方面起到了很好的作用。比如在拍摄兰溪鸡子粿的时候,我们就巧用灯光效果,让一层层裸皮薄如蝉翼,透亮中闪着质感,非常具有艺术性。

好节目离不开精包装,也需要吸收当下的流行元素。我们参考借鉴《上新了 故宫》《国家宝藏》等文化节目和时下收视率较高的综艺节目的一些做法,从内容到形式,采用当下最流行的电视包装手法,从审美上向年轻人靠拢。

(三)讲述故事要温情,让节目有温度

每一座桥都有一个美丽的传说,每一座建筑都是一幅打开的历史画卷,每一条河流都是一曲流动的乐章。柏拉图有句名言:“谁会讲故事,谁就拥有整个世界。”央视著名主持人白岩松也说:“当下这种新闻的时代,不会讲故事的人,很难去做很好的传播。传播归根到底,就是你会不会讲故事的过程”。民国文化名人曹聚仁是兰溪梅江人,在他的故乡有一座廊桥——通州桥,当年,曹聚仁在家乡时,就曾与其结发妻子王春翠在这座桥上相亲相爱。“梅溪的水一如既往地桥下浅唱低吟,桥上却看不到那个一袭蓝衫的熟悉身影。”在拍摄善美人曹聚仁的过程中,我们就有意把两人的爱情故事用情景再现的方式,温情演绎了一段凄美感人的东方“廊桥遗梦”。在介绍廊桥的同时,也让大家对曹聚仁有深入的了解。

节目要想达到较好的传播

效果,对选题进行选择和设计是关键。国内第一部青春动画电影《昨日青空》作者、知名漫画家“口袋巧克力”(原名龚毅坚)是土生土长的兰江人,《昨日青空》融入很多兰溪的元素。口袋巧克力通过自己独特的视角和画笔,向世界展示着自己家乡的人文景观美,趁着电影《昨日青空》的热播,我们对其进行了独家专访。听他讲述创作故事,以及他对家乡发自心底的那份爱。

三、借力融合、同频共振,让人文节目更具吸引力

当下,全媒体时代扑面而来,传播主体大幅增加,“信息海洋”边界得到极大扩展。我们不仅要利用电视媒介弹好“独奏”,更应该迈出传统媒体和新兴媒体“大合唱”的新步伐。

一是善于借力,扩大传播覆盖面。我们积极加强与地级、省级,以及央视各大主流媒体的对口栏目合作,建立健全上送渠道。这两年我们仅在上级电视媒体播出的文化专题就有十多个,2019年9月《画家陈军:笔墨当随时代 艺术不忘初心》在中央三台《文化十分》栏目播出。同时我们积极携手新浪、腾讯、新华网、浙江新闻客户端等各大网站相关版块,邀请外媒看兰溪。2019年以来,已经有《宝塔探寻记》《千年古韵 美哉游埠》《兰溪汤圆》三篇专题先后被“学习强国”APP浙江平台《文化遗产》《最想去的地方》《秀》等板块采用,进一步展现了兰溪江南水乡的独特魅力。

在节目推广上,《大美兰溪》

栏目还建立了公众号、抖音号,将每期节目分割成一到两分钟的短视频,在公众号里提前做预告,或者制作幕后拍摄花絮,上传部分正片内容,扩大传播面、增加点击量,让受众接收更广泛、更迅速。

二是巧设热点,引起受众兴趣与共鸣,赢得节目收视。如今是“吃货”流行的时代,我们在介绍兰溪牛肉面的时候,就找到了一个很好的切入点。2019年,知名演员邓超在兰溪拍摄《银河补习班》三个月,期间在兰城一家牛肉面馆吃过二十多次。在电影推介会上,邓超盛赞“全北京都找不到如此好吃的牛肉面”。随着电影的大火,兰溪牛肉面也是名声鹊起,栏目组专门拍摄了一期《超哥爱吃的手擀面》,那家牛肉面小店迅速成为网红打卡地,热度“蹭”得相当成功。

四、注重策划、打造品牌,扩大主流媒体影响力

在栏目创办之初,我们就提出了“以节目推动活动,以活动构建品牌,以品牌营造效应”的栏目运营思路。近几年,兰溪市连续开展“大美兰溪 浪漫四季”文化休闲年活动,浓墨重彩推进全域化旅游。《大美兰溪》也顺势而为,为活动造势,通过拍摄古城、古镇、古村,让人们充分领略兰溪古城的独特风貌,以黄大仙、李渔、曹聚仁等历代兰溪名人的故事生动讲述兰溪文化。

2018年3月,兰溪市举办“诗路樱韵·浪漫芳华”首届赏樱大会,诸葛草堂两千多亩十万多株樱花花开烂漫。《大美兰

溪》提前介入,进行了景区航拍,精心制作了美篇,科普樱花文化,同时将其与传统文化相结合,策划了赏樱诗歌诵读会等活动。有了《大美兰溪》的加持,短短一个月,诸葛草堂吸引了杭金衢三地50多万人次前来赏樱观景。

2018年7月,《昨日青空》在全国各地热映,其中大量的兰溪元素掀起了一阵“圣地巡礼”的打卡热潮。《大美兰溪》栏目第一时间策划了广电主持人到兰溪古城寻找“昨日青空”中的怀旧时光地图,并组织“口袋巧克力”母校兰溪第三中学的学生穿着和电影中一样的校服,来到西门城楼、探花巷、章府里6号等场景,上演了一场“cosplay”。另外,我们还整合社会资源,先后推出了兰溪新地标、网红景点打卡创意赛、“大美兰溪”摄影大赛、“浙里是兰溪”自驾游、周末好去处等一系列活动,大大增进了栏目的影响力。

截止到目前,《大美兰溪》共推出一百多期精品节目,积累了两万多分钟的文史影像资料素材,其中相当一部分是抢救性纪录,用影像保存了兰城人民的记忆。节目也获得了多个奖项,其中《装裱三十载 乐享慢工出细活》分别获得2018年度浙江省广播电视文艺奖电视专题二等奖和2018年度金华市广播电视新闻奖文艺类电视专题一等奖。更重要的是,《大美兰溪》成了展示兰溪古韵之美、人文之美的金名片,了解兰溪的好窗口。

(作者单位:兰溪市广播电视台)