

# 论全媒体时代 综艺品牌活动的转型

——《我是星力量》大型活动创作思考

陈 萍

**摘要:**在全媒体时代的全新背景下,信息技术更迭迅猛、受众市场竞争激烈,人们对于内容的渴求比任何一个时代都要旺盛,人们对于媒体的苛求比任何一个时期都要严厉。传统媒体如何加速融合新媒体,对多年打造的优质品牌项目内容进行升级换代,以适应新时期的受众需求,成了对当代媒体保护“无形资产”最基本的要求。杭州文广集团2019年在“星系列”品牌活动中推出新招,围绕“新中国成立70周年”这一主线,策划《我是星力量》大型活动,以期在融合传播的背景下对综艺品牌活动进行开

拓创新。

**关键词:**全媒体 综艺品牌 星力量

为深入开展“不忘初心、牢记使命”主题教育,践行“走转改”,切实增强新闻工作者“脚力、眼力、脑力、笔力”,培育更多爱岗敬业、技术高超的专业人才,杭州文广集团举办《2019“我是星力量”暨“我和我的祖国”大型媒体采风行动》,用文广人的视角和姿态,以丰富多彩的全媒体作品彰显媒体人的家国情怀。笔者作为《2019我是星力量》大型活动的策划人和执行总导演,根据亲身经历,

立足于传统媒体在全媒体时代的守正创新探索,结合活动的创新实践,对综艺品牌活动在新时代转型与提升进行梳理和思考。

## 一、举办一场形式新颖的媒体采风行动,守正则刚

面对新媒体的冲击和挑战,以及数字技术裂变式的发展,传统媒体如何重新审视和集结自身的强项优势,依靠品牌节目和活动,弘扬主旋律、传播正能量,杭州文广集团的媒体人一直在探索合适的路径。2017、2018年连续两年举办的“我是星主播”大型综艺活动,成了全国近年来自主主办的“规模最

大、规格最高、影响最广”的主持人品牌项目之一。在今年“星”系列活动的前期活动策划中,我们明确了“坚守正道、发出正声”的八字方针,不论活动形式如何多样,项目品牌怎样综艺,“守正”是本年度杭州文广“星”概念的首要关键词。

在规划整体框架上,主张“星品牌重新出发、星活动从心出发”。这颗心就是媒体人的初心,这样的初心和媒体人一直以来的坚守带给我们一种正向的能量。这种能量推动我们在策划的过程中确立了活动的正向发展,并最终促使2019“我是星力量”大型媒体采风行动应运而生。

从本意上讲,这场大型活动与其说是采风,不如说是让更多的传统媒体人与新媒体人一起,在“全媒体”的旗帜下,去沾点地气,沾点泥土。在新中国成立70周年的重要节点,让每一位文广媒体人,用脚步去丈量土地,用真心去感知冷暖,用思考去洞察变化,用记录去书写平凡中的伟大。

## 二、完成一次“星”概念的全面升级,创新则强

从活动形式来看,这是一次大胆的尝试,把杭州文广集团多年来全力打造的、并且已经在业内较具影响力的“星主播”转化为“星力量”,从单一却自带光环的主持人领域,拓展到除主持人外,都是“荧屏素人”的记者、编导、摄像、制作等多元岗位;从纯综艺的“颜值才艺秀”升级到主旋律的“我和我的祖国”,难度和压力都不容小觑。

“创新”成了活动成败的重要着力点。本届“星力量”的活动中,赛事管理部门和导演组力图在赛制、体裁、体制等多方

面进行大胆创新。在团队组建上,各频道、频率、新媒体单位可以打破本单位、本部门界限,进行重新自由搭配组合,实现资源优势互补;在项目选择上,一改传统“文字申报、领导拍板”的模式,由各组建团队所在的频道、频率、新媒体单位总监带队上阵,进行新媒体时代的项目路演,充分运用大小屏、PPT、PDF加精彩演讲,既把构思想法说清楚明白、又充分展现团队风采。另外,除作品必须为原创外,选题、形式、角度也都给予创作团队充分的空间。

从7月29日起,在两个月的时间里,杭州文广下属13家媒体、16支战队,历经项目路演、出征仪式、采风摄制以及融媒体展播,完成了一场灵感与创意的角逐,思想与激情的碰撞,他们以“个人”“家庭”与“国家”的关系为视角,将镜头、笔触、话筒对准基层一线,体验山区生活,记录城市变迁,和百姓共情共鸣,录制到了很多鲜活而珍贵的素材,用自己的踏实行动,多形式、多媒介地展现新中国成立70年来,社会各方面取得的辉煌成就。而沿袭“星”活动的特点,导演组仍旧沿用综艺的手法,派遣花絮小组,对每一组采风行动进行全程跟拍,真实记录每一位星力量队员的闪光点,并在全媒体渠道进行分发热推。这一点正迎合了受众“碎片化”的接受特征,不仅能够延长受众信息接收的时间,更能提高受众对电视内容的接触频次,在手机屏、电脑屏上通过社交平台、视频网站、门户网站等渠道提前了解到节目相关的讯息,并进行讨论、评价、分享。<sup>①</sup>

## 三、打造一个类型多样的综艺分享平台,有融则大

首先,因为“融”,它是一个技能比武的擂台赛。策划初期用杭州文广的“年度奥斯卡”来定义,实至名归。各创作团队把独具特色的见解转化为独具匠心的作品,用“十八般武艺”精辟转化,短视频、纪录片、新闻专题、情景剧、广播剧你方唱罢我登场。

专题片《迎丰村的“109个梦想”》聚焦新农村建设、展现党员干部用实干和担当与人民群众一起,同心共筑中国梦;音乐片《凝固的音乐——致敬大师》以独特的创作构思和抒情诗般的音乐风格,塑造了具有鲜明个性色彩的艺术大师和建筑群像,展现了新时代杭州市国际化的雄心与魄力。纪录片《接力1957》通过千岛湖引水工程,表现奉献精神,诠释每个人的力量像一滴水,汇聚成江、融进大海,方能酝酿出波澜壮阔的万千气象。《云端漫步》用立体化的摄影视角,忠实地记录下了一群平凡的90后女子,每天在百米高空完成非凡的4公里作业,画面感人,催人奋进。广播剧《我家住在解放路》文学构思巧妙,诠释角度独特,名为叙事,实为抒情,传递的是青春和梦想、时代与情怀。

其次,因为“融”,它也成为了一个饱含温情的故事会。“内容为王”依然是全媒体时代信息期待的共识与坚持。本次活动以一场颁奖晚会作为总结,其设计的意义绝非只是自娱自乐式的业务评选与表彰,我们力图通过各种文艺表现手法和展现形式来讲好故事,使晚会不再是由一轮轮单一的颁奖,或一个个孤立的节目拼凑组成,用一个简单的模式就是:“A+B+A”,即“主持人话题的引

入+引言人或开奖嘉宾故事化的讲述和节目演绎+主持人引导获奖者的分享”。这种在晚会中层层推进,最终达到情感升华的方式,充分调动了观众的情绪,使观众不论是否身处其中,都得到了极大的情感满足和认同。<sup>②</sup>因此,在策划中导演组有意识地制造紧张点、兴奋点、爆点,使晚会张弛有度。

再次,融媒体概念十足的本届“星力量”,在传播手段、方法、内容上也下足了功夫。探索融合传播的最佳途径和效果,实现传统媒体和新兴媒体融合传播的“突围”和提升,使故事动起来、活起来、亮起来。<sup>③</sup>融媒体作品《“爱上大运

河”全媒体行动》历时40天,行程2000公里,联合8省市12家融媒体中心以一场跨越时空的“联播”讲述大运河的故事,全网点击量突破1000万,整个行动获得国家广电总局的关注和点赞。其中短视频《媒体眼——穿越70年》不仅让观众200秒看遍杭州70年来的“第一次”,深切感受绵延的光阴带给人们的美好和温暖,还得到了《人民日报》《光明日报》《大河报》《每日经济新闻》等粉丝过千万的媒体大V号的转发,话题阅读量突破1亿。

#### 四、结语

时代在进步,传播方式在创新,但媒体的责任和担当却从未改变。跨界时代,行业洗牌,

但内容依然为王。“看我星力量”,以全媒体人的视角和姿态,守正、创新、有融,用丰富多彩的全媒体作品,讲述中国故事,彰显时代担当,完成了传统媒体已有品牌的全新转身。

#### 注释:

①张红军《论多屏时代电视内容生产和传播策略》[J]. 中国出版.2015(14)

②杨晓云、孙勤《“1+1+1”模式讲好中国故事》[J]. 青年记者.2017(08)

③李丽《融合创新,让新闻动起来、活起来、亮起来》[J]. 中国广播.2017(06)

(作者单位:杭州电视台西湖明珠频道)

