

从湖州台“云上活动”实践 探析融媒体语境下的电视转型

朱鸿洁

摘要：今年年初，一场特殊疫情催生出了湖州电视台首个“云上活动”，使正在摸索求变中的电视人找到了电视节目创新的一个突破口，看到了融媒体语境下电视节目转型的一个新窗口。从“云策划”“云采集”“云制作”“云直播”“云互动”到“云反馈”，一个建立在“云平台”上的电视生态系统应运而生。这也启发电视人要从“云”端寻找到改变未来电视的新趋势、新生命。

关键词：“云上活动” 融媒体思路 转型创新

2020年3月8日是“三八”国际妇女节130周年日，湖州电视台原本定于这一天要举办隆重的现场主题活动，突然而至的疫情打乱了原计划，放弃还是继续？难题摆在了面前。考虑到活动运营是城市台品牌打造和经营创收的重要载体，轻易放弃实在不甘；而如果继续举办活动，显然跟疫情当前明令禁止的聚集性活动有相违背。经过认真思考和反复推演，导演组做出决定：活动继续，但形式要转变，做一场“湖州市庆祝‘三八’国际妇女节130周年‘云上活动’”。当作出这个大胆决定时，我们忽然发现，这也许是我们一直在找寻的活动创新的突破口。等到活动结束后，我们真实地看到了现场活动融媒体化的成果和启示。

一、“云上活动”让电视大型主题活动从线下转到线上，从舞台艺术化转型为社会生活化

湖州台以往所有的大型主题活动都属于舞台艺术，观众和嘉宾们齐聚一堂，活动在演播厅或者大剧院完成。现场不但有美轮美奂的舞



美包装和灯光音响，还会结合各种舞台化的表演以及活动主题视频，用舞台表演艺术的形式加以呈现。而“云上活动”没有美轮美奂的演播厅，没有表演嘉宾、观众齐聚演播厅的现场，转而以网络为载体，通过视频连线、在线直播、vlog、网友互动交流等方式，把原本一小时的舞台庆典活动转型为一天的“云上活动”。没有了载歌载舞的舞台表演环节，取而代之的是直播端的全民互动；没有了千余名现场观众，却增加了几万名移动端的“线上观众”。除了电视转播平台，在新媒体网端实现了全天候网络和手机双屏直播。整场活动分设三个云端子活动：《万朵鲜花送女神》《38张最美女性面孔》《你笑起来真好看》。专家学者在线上和大家一起分享‘三八’国际妇女节130年以来的辉煌成就，以及湖州妇女运动中涌现出来的感人故事。同时，这场“云上活动”还展现了当今妇女的美丽身影，以及她们在社会、家庭中的重要作用。此外，活动还在云端连线援助湖北的医生家庭和医生本人，展示抗“疫”一线医护人员的具体工作和真实感受，并通过云端把医护人员一家三口的温馨交流展现在网友面前，真切传递抗“疫”人员的平凡与伟大，以及家人的挂念

和支持。《万朵鲜花送女神》和《你笑起来真好看》板块互动端收到了“线上观众”几千份照片和留言，有鲜花赠爱人、鲜花赠同事、鲜花赠母亲、鲜花赠姐妹，更有鲜花赠援鄂的医生和护士。

活动前期在云端征集到的网友心中“最美女神笑容”，有专业相机拍的，也有手机随手拍的，记录的是身边的亲人、朋友和同事。每一张照片后面都附上了记录人的祝福和想说的话。活动当天发起的“云端”集赞评比和互动网友抽奖环节，充分调动了“线上观众”参与“云上活动”的积极性，有近4万女性同胞在线上一同过节。这次“云上活动”云端收到的网友互动留言10万+，推送的内容素材千余条。

二、“云上活动”为电视节目转型创新提供多种可能

本次活动从节目生产到播出真正融入了“云平台”，全部生产制作流程采用“云制作”手法，终端充分运用“云接入”和“云直播”方式。通过这次活动创新，我们也得到了一个宝贵的启示，“云上活动”可以延伸到“云综艺节目”“云民生节目”，乃至更多的电视节目转型创新当中。

城市台综艺节目似乎一直以来是块鸡肋，相对于省级卫视的大投入、大资本、大资源，城市台望尘莫及。虽然我们一直致力于寻找草根综艺，但是挖掘力量有限，展示的平台和方式也有限。据群邑智库数据统计，2018年市县级电视台收视率同比下降24%，这个数据给电视人敲响了不小的警钟。城市台综艺节目一直因为投入成本小，制作不够精良，欣赏美感一般，导致节目效果不佳、收视率偏低。这次“云上活动”的实践与收获，为城市台综艺节目改版提供了新的思路。城市台可以尝试内容“云征集”、方式“云制作”，播出“云平台”，充分利用大众自媒体手段，真正做成小成本、大视野的草根类“云综艺”。每一个人都是记录者、表演者、参与者，同时也是观众，一个建立在“云”上的草根舞台由此诞生。城市台可以通过建立内容收集的云平台，支持线索汇聚、选题策划、审核入库、多元分发，充分运用“云功能”和“云制作”手法，让每一个拥有移

动终端的人成为云端的“融媒体”记者。

三、“云上活动”倒逼电视从业人员以融媒体思维实现自身转变

湖州电视台“三八”妇女节主题活动“云”转型的背后，真正蕴含的重要因素是团队融媒体思维的转型。从内容素材来源、传播手段、实现方法以及后台技术的支持等方面入手，可以做深入思考和详细探讨，摒弃以往做舞台活动和电视节目的常规思路，用网络的思维、新媒体的思维去思考这次“云上活动”的核心变化、主办方的终极诉求，以及云端受众的审美需求。对“云上活动”的每一个活动环节，每一个制作细节进行推敲，寻找融合传播的最佳途径和效果。

今年疫情期的银屏上众多省级卫视的“云制作”节目也体现了传统电视人的理念转变。比如湖南卫视《天天云时间》通过“云分享”“云答题”“云公益”“云美食”四个板块每期设置不同主题；^①东方卫视的《欢乐喜剧人》改版后的《云端喜剧人》，所有的喜剧段落都不超过3分钟，尝试由大部头的喜剧到短平快喜剧的传播方式转型，改变后全网播放量破20亿，放大了它在新媒体端的传播势能。^②湖南卫视《歌手·当打之年》第3期，在五地连线录制歌手表演的同时，500位大众评审在线观看演唱并在线上投票。^③由此可见，这些台网互动的节目在疫情条件下不但创作思路得以创新，而且也是“新媒体化”理念转变带来的创作形式的转型。这样的思路转型正是目前传统电视行业中每位从业人员亟需的转变。

回看这次“云上活动”，不但是疫情期间的应急之需，更是传统电视媒体的转型之需。它倒逼着传统电视人改变思维，主动融入新媒体语境，以便对传统电视节目更好地去突破、去尝试和创新。

参考文献：

①③古娟 云综艺助力抗疫新招式，安全复产好方法 《广电时评》 2020.3.21。

②浅度《欢乐喜剧人》如何领军电视喜剧艺术云转型 《传媒1号》 2020.3.8。

（作者单位：湖州电视台文化娱乐频道）