

电视综艺节目与短视频深度融合探析

——以浙江卫视《蓝莓孵化营》为例

高雅

摘要:全媒体时代媒体深度融合,传统电视综艺节目在冲击和机遇中更需要积极破圈,努力提高综艺节目的影响力和竞争力。本文将探究融媒体背景下电视综艺节目和短视频如何深度融合创新转型,如何打破电视综艺节目和直播屏幕次元壁,综艺节目的优质内容巧妙融合融媒体时代的思维方式、传播手段、技术来完成电视综艺节目的创新,以期为电视综艺节目的发展提供参考。

关键词: 电视综艺节目 短视频 深度融合

随着5G时代的到来,技术迭代加快了直播电商的整体规模,尤其受疫情的冲击影响,直播、短视频内容呈现井喷式爆发的同时,更出现了内容个性化、创新化、娱乐化、碎片化等新需求。这就需要直播、短视频内容越来越趋于垂直领域精细化,以及高水准内容制作的创新,以期带来全新的流量和观看体验,延长观众的观看时长。传统的综艺长视频,则需要紧跟直播电商的新趋势,打造创作内容的新生态,提升融媒体的全方位发展,塑造全新的台网融合联动,打破传统长视频和短视频的屏幕边界。鉴于此,探究融媒体时代背景下的传统电视综艺与短视频如何破圈共融,内容形式如何创新,浙江卫视《蓝莓孵化营》为全新的创新型文化价值内容输出作出了表率。

一、打破电视综艺与电商直播破次元壁的先鋒试验

作为传统媒体的代表,浙江卫视提出了打造“中国最有美好感的视媒体”的愿景,以及“美好无界”的开放理念——通过孵化无界的产品、追求无界的传播、打造无界的团队,达到无界的美好境界。^①在此背景下,浙江卫视推出

了国内首档互联网职业竞技励志节目《蓝莓孵化营》。

(一)《蓝莓孵化营》内容破圈传播的创新

节目采用全新创作模式“综艺+直播+短视频”,构建出全新“三维输出”的内容格局。短视频符合综艺宣传碎片化传播的特点,播放时间和播放形式比较灵活,可以通过直播互动的形式,跟观众较好地互动沟通,吸引观众的眼球,增加观众黏性。电视综艺节目与直播、短视频深度合作,可以呈现互联网内容生态的多样化,形成传播合力,发挥各自优势制作和分发优秀内容。长视频、短视频和直播内容的互补有望推进平台互相导流和传播共振,拓宽综艺内容、平台联动、价值传播、运营模式等更多创作的空间。

《蓝莓孵化营》不同形态的内容输出、多维度表达、互相引流,实现内容创新、策划出众、整合优势、精细化的内容运营正向传播,满足了各类观众的不同需求,提高了观众的观看黏度。在疫情的影响下,广告投放越来越追求品效合一,直播比综艺更为高效地进行品牌转化,而综艺更加注重品牌本身,两者的广告投放目标不同,只有有效地创意结合,才能形成共赢局面。

(二)“大小屏”双屏联动的融合破圈发展趋势

《蓝莓孵化营》12期平均收视率同时段排名第一,全网播放量近10亿,抖音视频总播放量近4.5亿,快手视频总播放量超4.8亿。^②将“大屏”和“小屏”的受众打破屏幕壁垒,线上实时直播,弹幕互动,可以增加受众的真实感和互动感,也能给节目带来话题和热度。线下综艺节目内容打造,增加了文化、娱乐等元素属性。《蓝莓孵化营》还联动贫困县市代表和线

上观众参与到评判环节,为他们心目中的项目人进行加油助力,传达大众对真实又美好生活的向往,传播了正能量的文化价值。

二、新生代网络达人多样化才艺表达形式的重新定义

在节目初期,《蓝莓孵化营》用长达一个多月的时间集结了21组风格多元、个性鲜明、来自不同短视频平台的项目人,他们在不同领域出众的才艺,通过主题“万有引力”“大自然的馈赠”“碰撞”等多样化短视频内容的价值输出,向观众传递出美好生活的积极人生态度,深挖每个项目人背后隐藏的生活故事,全面看到在“小屏”背后短视频创作的全过程,传递出正确的价值导向,锤炼主播的各方面素养,培养他们成为这个行业的佼佼者。

比如,“乡村超模”陆仙人用普通的编织袋、篷布、大蒜等生活用品,自己设计全新的时尚单品,在田野里走秀、拍短视频,从“乡村超模”走进法国巴黎时装周,激励那些跟他一样的普通人去大胆追梦;在疫情期间,凌云舞峨眉剑扔垃圾的短视频火了,她希望人们能够将中国传统武术发扬光大;王小潮穿着精致的中国传统服饰,一边唱自己作的rap,一边做菜,原来做美食也可以这么潮。节目播出后,各平台项目人不仅突破自身能力迅速成长,并且展现出强大的短视频创新力,同时收获了大批观众的喜欢,满足观众对于短视频创作背后窥探的好奇心,鼓励普通人有更好的发展机遇,提升了传统文化价值的传播影响力,拓展了未来多维度的精品综艺内容的新方向。

三、融媒体时代多元文化下的价值输出探索

《蓝莓孵化营》最后从21组项目人中通过初评分级、直播、短视频创作等重重考验,在明星导师的全力打造下,最终选出9组项目人,成为全国九个贫困县市的“帮扶公益大使”,助力脱贫攻坚。在公益助农直播环节,项目人分别前往温州、衢州和吉林延边等地考察,通过亲身体验,把大山里的当地特色农产品经直播“小屏”和“大屏”双屏联动,分别在抖音、快手、淘宝、微博等多平台打通。特别执行官杨澜,三位首席孵化官王祖蓝、李诞、张萌和21

位项目人走进雪梨和林珊珊的直播间,总观看量近1700万,总点赞量近800万,助农商品秒售罄。“综艺+直播”的节目新模式帮助了农户增加经济收入,将农产品带入到更广阔的市场,开拓了新商业模式。综合直播、综艺、广告、公益进行多元文化的价值输出,探索不同视频形态融合,多场景的传播共振,同时提高互动营销服务,为多元内容格局提供了更多的探索空间。

项目人云南小花,去过云南40多个贫困村镇,走过2万公里的路,帮助农户卖出将近五百吨的农产品。她一开始做直播、短视频的初心,就是想通过互联网的力量,卖出更多的农产品,帮助更多的农户,实现真正的贫困公益助农,给更多人带来幸福。多元化内容格局,发展新模式,促进公益,帮助了更多的贫困人。

除了公益助农外,在“国货冲冲冲”主题直播中,《蓝莓孵化营》向观众展示了绒花、鲁班锁、苗绣等非物质文化遗产,也有旗袍、油纸伞、口红纸、老北京布鞋、硫磺皂等经典国货,^③还有复兴号高铁模型、火箭模型、杂交水稻等中国制造,以及传统民族乐器和戏曲的弘扬,拓展了文化艺术的传播边界,达到无界传播,坚持传播形式和内容的创新,坚持正能量的价值引导,让传统文化和直播进行融合,让观众更好地进行参与和互动,真实感受中国传统文化的传承与历史沉淀,同时也让这些传统文化真正在年轻人中“活”了起来。

四、结语

随着融媒体的政策不断出台,《蓝莓孵化营》有效结合了“综艺+直播+短视频”三维内容创新模式,打破了单一的综艺长视频内容输出形态,多平台打通,实现了“大屏”和“小屏”破圈共融,也借助了短视频和直播弥补了长综艺内容的局限性,有效结合,多方位满足观众需求,为多维度内容创新生态模式的发展提供了典范。

参考文献:

①《美好集装,生猛开箱!浙江卫视以“无界营销”推新“潮品季”》,今日头条(2020) <https://www.toutiao.com/>

i6875425016842813966/。

②《从单枪匹马到“三”众一心，〈蓝莓孵化营〉全方位培养“无界”主播》，传媒内参（2020）
<https://www.toutiao.com/i6875425016842813966/>。

③《用综艺聚合优质内容实现公益助农新业态》，光明网（2020）
https://m.gmw.cn/toutiao/2020-12/12/content_34457507.htm?tt_group_id=6905359621452464654。

（作者单位：浙江卫视战略发展中心）