

创新传统节庆活动 打造亮丽城市名片

——以象山广播电视台“海洋卫士创新大赛”活动为例

金 宇

经济的不断发展、文化的持续繁荣，全国各地以地方文化传统为标志的节庆活动已经屡见不鲜。面对这些一年一度的传统节庆活动，地方媒体如何创新报道方式、丰富报道内容，在提高节庆活动影响力的同时，增强媒体的传播力，是许多媒体都在追求的目标，也是众多传播学者研究的重要课题。

象山广播电视台以第20届中国开渔节为契机，精心策划并成功举办了中国（象山）“海洋卫士”公益创新大赛，并于2017年9月16日晚，联合腾讯网对中国（象山）“海洋卫士”公益创新大赛颁奖典礼暨中国开渔节20年晚会进行现场直播。这次活动的成功举办不但创新了历时20年的开渔节活动的庆典形式，也使海洋文化的传播遍及全国乃至全世界，同时象山广播电视台的传播力得到进一步提升。可以说，象山广播电视台这次中国（象山）“海洋卫士”公益创新大赛的成功举办，为全国各地方电视台在创新传统节庆活动传播方面提供了一个范本。

一、创新活动策划主题，契合时代精神需求

传统节庆活动的起源和发展，必然打上时代的烙印。传统节庆活动的传播主题，应该跟随时代的变化不断融入新的元素，契合时代精神的需求。只有这样，才能在保持活动高度吸引力和影响力的基础上，为受众设置舆论议程，引领时代精神，实现有效传播。

象山“中国开渔节”从1998年创立至2017年，已经整整20周年。从最初单纯的民

间文化节庆到国家层面的海洋环保标志，“中国开渔节”业已成为全国具有较大影响力、以“保护海洋 感恩海洋”为主题，具有浓郁渔家文化、海洋文化和海洋旅游的综合性节庆活动。历经20年的“中国开渔节”，除了海洋环保理念深入人心外，象山凭借此项活动，在经贸活动、地方文化挖掘、民俗人文形象塑造、对外影响力和城市形象提升等多方面都取得了长足发展。观念的转变、认识的提升以及伴随而来的经济和社会的发展，在过去的20年间都在媒体上得到了较为全面的展示。那么，在“中国开渔节”20年庆典活动中，倡导什么样的主题和意识，才能使“开渔节”活动注入新时代的内涵，深化“开渔节”的文化主题，引领新时代海洋文化精神，这是活动的策划者和传播主体所要面对的重点和难点。

象山广播电视台的全体主创人员深入全面地分析中国开渔节20年的历史经验和时代主题，思想上达成了共识：海洋环保观念的普及，尚缺乏有影响力和号召力的产业支撑；节庆及与之相关的配套经贸活动，尚不足以影响和构建象山的地方海洋产业布局；在海洋环保主题之下，还缺乏引领和影响国内相关行业参与的特色产业平台。要弥补这些短板，发展全民公益创新是一个行之有效的手段。首先，借助公益创新，可以吸引更多的人投身和从事海洋公益、践行社会责任。其次，用创新逐步带动产业平台的建立，从而为世界性的海洋环保产业博览会开办积累资源。另外，还可以使以前的文化节庆向产业节庆、经济节庆过渡。因此，

将这次节庆活动的目标确定为：以“感恩海洋、护卫海洋”为主题，将传统的开渔节打造成为全国乃至全世界海洋公益领域的创新创业平台，推动海洋公益领域的大众创新和万众创业。

传播学者郭庆光认为：大众传播具有一种为公众设置“议事日程”的功能，传媒的新闻报道和信息传达活动以赋予各种“议题”不同程度的显著性的方式，影响着人们对周围世界的“大事”及其重要性的判断。事实证明，象山广播电视台这次活动的前期宣传和后期的成功实施，掀起了“海洋公益”的热潮，从活动启动的2017年7月到三个月后活动结束，受到了全社会专业、民间常年从事海洋公益环保人士的极大关注，收到了194件海洋公益和环保类的创新项目案例。而活动的现场直播收视率直线攀升，短短8分钟内，收视率已经突破10万人次，最后以53.667万人次完美收官。活动虽然结束，后续的影响力却不断发酵，公益投资意向不断增强。

二、创新活动参与形式，打造亮丽城市名片

地方传统节庆活动的举办，往往会进入一个误区，这就是请明星歌舞助阵，形成热热闹闹的活动场面。其实这是一种“虚假的繁荣”。活动表面上热闹非凡，但活动结束后一切“烟消云散”，不能形成持久的影响力，对城市形象的塑造和传播并无实质的帮助。

要打破这种误区，就要根据节庆活动的主题和表现形式，挖掘节庆活动的历史渊源和未来发展趋势，邀请真正符合节庆活动主题的知名人士，在更大的地域范围和专业领域突出本地区的文化形象，形成更为持久的文化影响力，打造亮丽的城市文化名片。

象山广播电视台的“海洋卫士”公益创新大赛活动完全突破了“强大文艺明星阵容”的误区，寻找能够真正符合这次活动的知名人士，寻找和这次活动有关的“草根人士”，来到象山、聚焦象山、传播象山，让象山这座以“海洋文化”“渔业文化”著称的小城名扬海内外，成为“保护海洋”的代表城市。首先，在

嘉宾和评委的选择上，注重主题的契合。在晚会文艺节目中，出现了一个并不为众人所熟悉的人物——明星柯受良的儿子柯有伦。有“亚洲飞人”之称的柯受良祖籍象山，在他的大力倡议下，象山在1998年举办第一届“中国开渔节”，柯受良也成为“开渔节”的形象代言人，并担任过六届“中国开渔节”的形象大使。如今，他儿子柯有伦参与“柯受良20年前回家”为背景的文艺节目，具有特别的意义，其影响非其他明星所能代替。其次，“海洋卫士”的遴选，打破地域限制，在全国的“热爱海洋、保护海洋、创新公益”人士中进行海选，也使这次活动的参与人群更为广泛和典型。在收到的194件海洋公益和环保类的创新项目中，组委会层层遴选，最终确定50个项目进入腾讯公益平台进行配捐。在活动现场，来自全国各地的“海洋卫士”带着自己的海洋公益前沿经验，共话海洋生态保护。获奖项目中有两次获得联合国开发计划署基金支持的大连市环保志愿者协会；有推动深圳地方海洋保护立法的深圳市绿源环保志愿者协会；有影像保护南海的潜水“大咖”；有极度濒危物种“神话之鸟”保护的象山野鸟保护志愿者大队；有两个举报内容获得中央环保督察组督办的黄渤海滨海湿地鸟类保护；有生态海堤、线纹海马高效繁育技术；更有技术远超国际水平的民间“科研达人”的珊瑚种植、首批国家海上牧场示范建设的渔山列岛保护。

另外，大赛还邀请了来自中国公益界、海洋环保界、文化旅游界的14位投资人，深度对话参赛项目，对这些公益项目的可行性、市场前景深度“把脉”，形成投资意向。晚会从海洋环保人人有责、人与自然生命平等、海洋保护离不开国家重视、社会动员；海洋保护需要创新技术；我国目前海洋保护在世界科技领域的地位和对世界海洋的贡献这五个层面，对获奖项目进行了诠释，全景式地展现了中国海洋环保民间力量的真实现状。

三、借力网络媒体平台，实现资源有效整合

新的传播环境下，媒体融合早已不是新鲜

话题, 各级各类传统媒体为了扩大媒体的传播范围和提升传播影响力, 都在进行媒体融合的探索, 并取得了一定的成就。但是, 作为地方传统媒体, 要通过媒体融合的形式实现全媒体传播, 扩大在全国范围内的影响力, 难度之大显而易见。本地域以外的互联网和移动媒体用户, 根本不可能下载相关APP去观看与自己距离非常遥远的相关内容。

因此, 不管是一般的新闻传播还是大型活动的开展, 地方传统媒体要想突破地域限制, 形成更大范围的传播影响力, 借力知名门户网站的网络平台和移动传播平台, 不失为一种双赢的选择。就公益活动而言, 传统媒体的优势在于内容的生产和对决策层的影响力; 网络媒体有广泛的民间基础, 也是民间公益力量的主阵地, 民间公益力量在网络媒体中有无可替代的效应, 但是他们的声音却很难影响决策。这次的“海洋卫士”公益创新活动, 从筹备到各个环节的实施, 再到最后公益晚会的直播, 在自身融媒体传播的基础上, 很好地借助了腾讯网的传播平台, 达到了很好的传播效果。

首先, 联合当地“古村之友”公益组织开发适合互联网公益的PNPP模式, 以领捐、引捐、配捐、物捐、智捐等多位一体的互联网公益PNPP模式, 既能高效联合社会资源, 又能形成影响面最为广泛的社会动员。因此, 运用互联网公益PNPP模式来开展海洋公益项目大赛能充分调动广大个人和机构的积极性, 形成良好的舆论氛围, 产出一批卓有成效的项目成果。在整个海洋公益活动筹办过程中, PNPP模式发挥了重要作用。项目的报名采用了线上平台报名的方式, 在复选阶段又采用了导师评分和网络投票相结合的方式, 入选项目的项目设计、文案撰写与修改、动员与筹款等内容都采用线上指导, 并入驻腾讯公益筹款平台, 实现了互联网传播一条龙。截至当年9月16日12:00, 网上配捐人数已

达到2.1万人次, 累计筹款137万元。按照每50个网络浏览人中有1人捐款的大数据统计, 前期赛事进行中的深度阅读量超过100万人次。

其次, 中国(象山)“海洋卫士”公益创新大赛颁奖典礼暨中国开渔节20周年晚会于9月16日晚19:30通过象山广播电视台和腾讯网直播平台同步直播, 达到了53余万人次的高收视率, 很好地提高了这次活动的影响力。

这次活动的成功举办, 很大程度上得益于多种媒体联动的方式, 以电视媒体为主体, 使各种社会资源得到了广泛而有效的整合, 引起了全社会的广泛关注, 形成了叠加效应, 对参与其中的社会公益组织、海洋文化机构、民间公益人士等行业和个人形成了推动和促进作用。根据中国民间公益界人士的评价, 这次活动实现了“三个一”: 海洋类公益组织第一次以电视新闻颁奖晚会的高礼遇高规格呈现; 海洋类公益组织第一次现场跨界呈现在国家海洋局、地方政府和企业面前; 海洋类公益组织第一次得到了以“海洋公益”为文化形象的地方政府的支持。“三个一”的实现, 让历经20年的中国开渔节树起了保护海洋、绿色发展的大旗, 标志着中国开渔节从单纯的民间文化节庆提升到了国家层面的海洋环保行动。

《全民海洋意识宣传教育和文化建设“十三五”规划》指出, 以增强公众海洋意识、弘扬海洋文化、提升海洋强国软实力为核心, 全面打造海洋新闻宣传、海洋意识教育和海洋文化建设三大业务体系。新的时代背景下, 象山广播电视台通过传统的节庆活动, 倡导海洋公益事业, 借助民间公益力量, 带动全民关注和参与海洋文化, 必将带动海洋公益事业全面繁荣, 同时也是通过全媒体联动的方式, 不断提高传统媒体公信力和提升城市文化形象的有益尝试。

(作者单位: 象山县广播电视台)