

如何激发网络视频创作的活力

——2021第九届中国梦(浙江)网络视频大赛综述

袁筱华 鲍雯君

《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2021年6月,我国网络视频(含短视频)用户规模达9.44亿,网络视频已经成为仅次于即时通信的第二大网络应用。短视频成为人们用来叙述故事、表达情感、传递信息的重要介质,随着高频稳定内容输出,粉丝渠道越来越宽,传播价值也越来越受重视。如何让更多高品质、正能量、有精神内核的优质内容,获得更高权重的传播、获得更多流量支持?中国梦(浙江)网络视频大赛作为一个网络视听行业内拥有权威性的品牌活动,承担着这样的社会责任和担当。

大赛由中共浙江省委网络安全和信息化委员会办公室、浙江省广播电视局、浙江广播电视集团主办,今年已经第九届。本届大赛分为四个竞赛单元:微纪录片、剧情类短视频、V眼看家乡、手机影像计划,作品时长都控制在10分钟之内。从今年5月14日启动到10月初截止,共收到1835部参赛作品,无论从数量、质量,还是从参赛覆盖面、表达多样性方面看,作品都较往届有了很大提升,也从侧面反映出全社会参与网络短视频制作、传播、分享和讨论的热情。复盘今年作品,也能从中观察行业动态、洞悉时代发展,以及网络视频创作的“考点”和亮点。

一、以时代为基石,引导作品植入正向基因

在纷繁复杂、野蛮生长的网络视频环境中,引导作品关注时代主题、形成大赛品牌价值,这是作为主流媒体网络平台必须坚守的根本取向。今年大赛以“不忘百年初心 讴歌美好生活”为主题,引导作者致敬建党百年,创作出符合时代价值的网络视听佳作,凸显大赛守正创新的原则,成为网络市场上讲好中国故事的

一股清流。

不少作品紧扣“建党百年”“初心”“党员”“红色”等关键词。例如,浙江电视台教科影视频道的《一朝入党 一生为党》聚焦一批光荣在党50年的优秀老党员代表,从94岁老党员胡兆富讲述不畏牺牲、守护战友的故事引入,见证一位位老党员初心如磐的使命和爱党爱国爱人民的铮铮誓言,描绘出奋斗不息的百年征程,让受众汲取砥砺奋进的力量。金华市广播电视台的《主播读“红色家书”》系列作品,主播朗诵“红色家书”,告诉大家书信背后的故事,再现了不同时期共产党员和革命战士崇高的理想信念和坚强党性,让受众在一封封家书中感受革命志士的豪情。

很多参赛作品贴合时代主题,现实题材厚重,敏锐地感受到了时代脉搏、准确把握住了时代精神,同时在艺术表达上也与时代精神相匹配,与时代审美需求相适应,真正做到了上接天线把方向、下接地气暖人心。

二、以轻盈语态为呈现 倡导用年轻视角讲述宏伟主题

“太惊喜了!年轻语态也能讲述宏伟主题。”在评审现场,大赛评委们给出了这样的评价。新时代背景下的文化内容一定是反映新时代的主流生活。一部好的作品一定在某个时代触及灵魂,与受众产生共情、引发共鸣;一定是和时代同命运共呼吸,让受众通过作品感受到时代的变迁,对美好生活的礼赞。当然,大主题并不一定是大制作、大场面、大事件,也不一定用厚重的语言体系来表达,在移动网络端,年轻人更愿意用年轻的表述语态、轻盈的叙事方式来表达对重大主题的理解,对党、对祖国、对生活的热爱之情。

例如,上海广播电视台《5000张照片穿梭时空!阿卡贝拉原来还可以这么玩》,用阿卡贝拉歌曲串烧讲述中国共产党带领全国人民走向胜利的伟大历程。导演组与上海阿卡贝拉组合跨界联动,从选歌、编曲、棚内录音,到撰写脚本、制定拍摄计划,每一个环节都紧紧相扣。最终,通过无伴奏合唱+逐格动画演绎的方式,将听觉与视觉的体验推向极限。又比如,浙江广电集团融媒体中心《“浙”百年 漫漫看》,将一百年间浙江党史大事件,用一本手绘连环画的形式精心描绘出来,带网友一页页回顾历史,领略共产党人的勇气智慧、热血初心和激扬风采。还有将动漫的表现手法运用到作品中的《工人“X”的献身》,语态年轻化、技术手段超“酷感”,动画面风的呈现方式风格鲜明、精巧别致,生动讲述了孙良惠从一名备受压迫的工人阶级成长为工人先锋,并为革命事业奉献生命的热血故事。

此外,短平快的第一视角、vlog式短视频、原生态记录等都成为不可或缺的表达方式。这些作品令人耳目一新,观感颇佳,突破了常规化表达的藩篱,具有互联网传播的基因。

三、多元的参与者 助力大赛内容升级

目前,国内短视频的发展已经构成生产传播完整链条,影视公司的蓬勃发展打破了视频创作的固有结构,商业化的运作模式也更加凸显创新活力。大赛通过对参赛机构的研究足以窥探到行业的发展趋势。

(1) 媒体机构稳定输出

传统媒体尤其是广电机构在短视频创作生产上具有天然优势,尤其是媒体融合环境下,纷纷成立短视频创作工作室作为媒体融合的重要突破口。例如,余杭区融媒体中心短视频部负责人沈雯拥有10年纸媒工作经历,转身视频创作上更有文案方面的把控优势,其代表的整个团队也更加专业化。他们创作的一等奖微纪录片《我不是牛肉西施》,讲述了余杭姑娘张婷帮父亲在牛肉批发档口直播带货,在生鲜直播领域迅速蹿红的故事。作品以纪录片的内核、新媒体的外衣来展现娇小甜美的张婷和批发市场里日夜颠倒、磨刀砍肉的环境形成的鲜明反差。去年的大赛获奖作品《你要跳舞吗》也出

自这个团队。

本届大赛,媒体投报的632部作品占主要地位,达到总量的35%,作品质量也保持一如既往的精良,从中欣喜地看到传统媒体主力军进军主战场的趋势愈来愈明显。

(2) 个人创作者风格鲜明

知名影视公司及个人导演也是本届大赛的重要参与方,503部参赛作品占据总量的28%,其中不乏优秀知名创作者,如曾参与过《环太平洋2:雷霆再起》、追光动画《阿唐奇遇》等影片创作的青年女导演姬京璐,曾制作央视春晚主题宣传片、东方卫视年度宣传片的80后导演代表人物之一林旭坚等。参赛作品烙印着创作者鲜明的个人特色,例如林旭坚作品《搜索2020》,将2020年大事件巧妙串联起来,根据百度搜索热门词汇,从不同职业、年龄、经历的人的视觉出发,讲述了他们在一年中搜索的答案,环环相扣的镜头激荡起观众情绪的共鸣,巧妙的构思体现了林旭坚风格。

优秀创作者的参与让大赛竞争升级,出众的叙事功底和独特的意向表达,将影像的力量拉得满满,也让大赛作品质量再度“升舱”。

(3) 高校参赛数量逐年上升

学生作品呈现上升趋势,视角更加鲜活,无论是情节还是情感,都有着“Z世代”独特的视角和表达,用青春的姿态观察社会、描写时代。主流大赛发挥了官方引领力,引导师生在创意性和知识性并重的内容生产、文化学习、审美体验和视觉创作中提升影像素养。

四、创新策划运营传播,实现成果转化,传递正能量

形式好玩、内容有趣、具有一定的网络传播性是新时代一部好作品评价的重要维度。大赛很多作品创新的表现形式突破了固化表达,呈现出互联网应有的特色。好的作品不应束之高阁,要实现成果转化、平台转化,在新媒体平台用多样的形式将作品的玩法、创意、内容传递给受众。

为助力本届作品出圈,大赛承办方联合快手平台发起短视频话题挑战赛,通过设置话题“我想对你说·说说我和党的故事”“我想对你唱·唱唱红色经典老歌”“我想带你看·重走红

色旅游地”吸引全网用户参与短视频创作。短短三四个月，话题“V眼赞百年”在快手上获得800万左右的播放量，其中不少作品都成为点赞过万的“网红”作品。大赛承办方还邀请快手头部达人参与在线红歌接唱，首创红歌MV进行热门商圈投放，吸引了人民日报、中新网、今日头条等40多家主流媒体的报道。除此之外，大赛在浙江广电集团的新媒体主平台中国蓝TV上开设了展示专区，优秀作品实时呈现。从2021年8月31日起，大赛结合重要时间节点，推出了系列线上主题展播季：9月份“开学第一课”、9月3日抗日战争胜利纪念日“向老兵致敬”、9月10日“教师节”等主题策划，将优秀作品“搭配”展示、“打包”展播，收到了很好的效果。

线下，在全省11个地级市热门商圈、在杭

城东南西北中地标大屏上、在公交地铁全线，处处可见大赛作品的身影，全天候展播让作品成为吸睛焦点，全范围露出。此外，大赛推出“光影映初心”百部红色经典电影展映活动，结合大赛内容走进校园，让孩子们重温经典电影、延续红色血脉；并在国庆期间打造“中国梦影评馆”线下展播快闪店，市民现场观影发送弹幕，打卡人次破10万……在评审现场，评委在听取大赛作品传播数据后感慨：“这届真‘网红’！线上线下打造出了流量之王。”

从大赛洞察视听行业发展将是一个很好的窗口。在未来，中国梦（浙江）网络视频大赛还将会继续坚守主流媒体导向力、提升内容创造力、打造“中国梦”网络视听品牌，用新媒体影像作品为时代凝神聚力。

（作者单位：新蓝网）

