

主流媒体公益传播价值赋能： 让正能量成为大流量

——以浙江卫视《奔跑吧》节目为例

熊侃

摘要：目前，“泛娱乐化”“纯流量型”的创作热潮正在逐步退去，立足现实主义打造影视精品成为共识；综艺节目作为文娱市场具有强大竞争力的内容产品之一，应如何完成“现实主义转型”，以更好地传播公益正能量，赋能更多社会价值，为大众奉献既有意思更有意义的文化产品，成为行业关注的一大焦点。面对这一挑战，浙江卫视人气节目《奔跑吧》持续突破选题高度，在保证内容主题鲜活性与贴近性的同时，借助品牌IP不断试验主旋律表达与综艺形式的有机融合，以优质内容展现综艺节目的价值表达力，践行主流媒体传递社会主义核心价值观的使命和担当。

关键词：主流媒体 公益传播 《奔跑吧》 正能量

“弘扬主旋律，传播正能量”始终是主流媒体的任务之一。随着社会和科技的发展，尽管新媒体在传播形式、传播速度、传播成本等方面有很大优势，但主流媒体始终占据着重要的市场地位，在拓宽社会主义核心价值观的传播渠道中扮演愈发重要的角色，发挥愈加重要的作用。

一、主流媒体向现实主义转型的巨大挑战

多年以来，综艺节目作为文娱市场具有强大竞争力的内容产品之一，对大众的精神生活产生着深刻而广泛的影响。但在如今的社会背景下，依托主流媒体综艺节目的“现实主义转型”成为一大难题。如何完成转型，以更好地传播公益正能量，赋能更多社会价值，为大众奉献既有意思更有意义的文化产品，逐渐成为行业关注的焦点之一。

浙江卫视人气节目《奔跑吧》作为依托于主流媒体传播的综艺节目，在“泛娱乐化”“纯流量型”的创作热潮正在逐步退去、打造现实主义作品成为共识的当下，向现实主义的转型也将成为其面临的巨大挑战与机遇。

二、《奔跑吧》的应对与实践

主流媒体传播力和影响力的提升对我国社会主义主流意识形态的有效传播与行稳致远起着不容忽视的作用。^①《奔跑吧》充分认识到，主流媒体的性质及其所处社会地位都较为特殊，肩负着党的思想文化与社会群众的传播连接作用，是党与人民思想互通的重要渠道。^②同时，《奔跑吧》作为依托于主流媒体的综艺节目，也充分认清了自身所肩负的社会职责，以及其对于社会舆论的重要引导作用。因此，在整个节目制作周期中，通过一系列实践，不遗余力克服当下现实主义转型困境，以传播公益正能量，体现更多社会价值，打造兼具趣味性与社会意义的文化产品。

（一）高站位抓选题立意，精细化做内容呈现

《奔跑吧》紧扣重要的宣传热点，精心提炼创作主题，并已形成一套有力的方法论，即“高站位抓选题，精细化做呈现”，使内容有趣而不失内涵，轻巧而不失厚重，切实做好引领社会价值的功能。例如对“建国70周年”“龙羊精神”“垃圾分类”等主题的制作与宣传便是如此。

1. “建国70周年”主题节目

2019年是新中国成立70周年，《奔跑吧》积极响应，选择走进与共和国同龄的大型钢铁企业鞍钢。在进行宏大叙事的过程中，节目选

择了以小见大、化刚为柔的手法，通过35对鞍钢父子之间的对决，一方面展现父爱如山，鼓励人们勇敢表达对家人的爱；另一方面用“青出于蓝而胜于蓝”的深层内核，致敬继往开来的美好时代。

2. “龙羊精神”主题节目

龙羊峡水电站是黄河上游的第一座大型电站，1976年开工建设，1989年完工运行，库容247亿方，相当于1700多个西湖水量，在机械化水平不足的当年创下坝体最高、蓄水量最大、单机发电量最多等多项亚洲记录，而实现这一壮举基本靠人力。在节目中，跑男团成员兵分两路在龙羊峡小镇破难题、开宝箱，游戏背后实则是在探寻小镇故事。打开龙羊峡公安局、青年广场、水电四局职工医院三地宝箱，“龙一代”在这里克服重重困难从零开始的故事逐一浮现。而龙羊峡集贸市场、龙羊逸夫中学、羊峡工委码头三地宝箱，则呈现出建设者子女“龙二代”的故事。他们在这里度过童年、校园时光，长大后很多人又继续回乡建设，传承父母精神。如今大多地标已繁华不再，但两代人的故事历历在目，他们对龙羊峡深切的情怀令人动容，朴实而伟大的“龙羊精神”不仅在他们中间传承，也正通过节目传递给更多人。

3. “脱贫攻坚”主题节目

《奔跑吧》以“实地采访”为切入点，跑男团深入青海各个特色县，在与当地人游戏、互动过程中，青海当地的文化和产业特色得以巧妙融入。在水清如镜的龙羊湖，通过合理捕捞享受大自然的馈赠，正是当地“生态扶贫”的体现，让脱贫攻坚与保护生态实现双赢。而在“拉面之乡”化隆县，跑男团亲身感受当地的拉面文化。作为国家扶贫开发工作的重点县，化隆县在十三五规划期间有近三分之一贫困人口靠拉面产业实现脱贫。说起“脱贫密码”，不得不提化隆县开发的智慧拉面大数据平台，全国1.8万家拉面店实现智能一体化管理，店面转让、选址开店、融资贷款、食材采购等均可在这一平台实现。

跟随跑男团的足迹，节目生动呈现了青海的产业特色和脱贫致富成果。在生态扶贫、就业扶贫、旅游扶贫、消费扶贫等多种方式配合

下，该地区因地制宜，合理开发与利用各类资源，实现“精准扶贫”。

4. “垃圾分类”主题节目

2019年，住房和城乡建设部等9部门联合发布《关于在全国地级及以上城市全面开展生活垃圾分类工作的通知》，全面启动生活垃圾分类工作，“垃圾分类”进一步成为全民关注的焦点议题。同年4月，《奔跑吧》第三季首期节目便以“环保”为主题，结合实地体验和趣味游戏，有深度地向观众展示了“垃圾分类”的重要性。节目中，一车车残羹剩饭、触目惊心的垃圾山、环卫工人在脏乱差环境下的辛苦劳作等强烈冲击了无数观众的内心，深刻唤起了大家过去未曾察觉的公民责任。“垃圾分类”在播出当晚登上热搜，引发各界广泛热议。首播后，浙江卫视对本期节目进行了高频重播，活用跑男团的号召力与平台影响力，不断给大众强化垃圾分类工作的迫切性。

（二）高创新做策划布局，公益性助主旨升华

《奔跑吧》节目推出九季以来，策划了一系列公益活动，例如，“阳光跑鞋计划”为39所学校捐赠了超过15000双新跑鞋，“阳光跑道计划”为孩子们修建了7条崭新的阳光跑道，“奔跑阳光+”建成了39个快乐体育乐园，“向阳奔跑，用爱陪伴”搭建了31个梦想图书室，“全民公益跑”等一系列活动持续让奔跑有意义、有温度、有活力。

2019年，在新中国成立70周年、澳门回归20周年之际，《奔跑吧》在澳门特别行政区举行第三季公益行活动“奔跑吧，宝藏”启动仪式，陕西延川布堆画走进澳门展览，旨在呼吁社会各界关注、扶持延川布堆画的发展。2020年在广西桂林升级策划的“奔跑吧，宝藏”公益活动，邀请广西壮族自治区级非遗保护项目的代表性传承人黄硕夫、黄可人父女。兄弟团感受学习广西非常有民族特色的一项民间传统工艺，在团扇上画出你心里的“美好生活”。2021年《奔跑吧》公益活动策划济南皮影戏，2008年它被评为国家级非遗项目，2011年，包括济南皮影戏在内的中国皮影戏被联合国教科文组织列入人类非物质文化遗产代表座

名录，活动邀请济南皮影戏国家级非物质文化遗产代表性传承人李兴时共同和跑男团互动演绎皮影戏。非物质文化遗产是一个国家和民族历史文化成就的重要标志，它不仅对于研究人类文明的演进具有重要意义，而且对于展现世界文化的多样性具有独特作用，是人类共同的文化财富，策划非遗公益活动旨在号召更多观众尤其是年轻人了解非遗、感受非遗，发扬新时代青年加入到非遗的保护与传承中，增强人民群众对文化遗产保护重要性的认识，从而绽放更强的生命力。

（三）大视角融全局意识，定基调助脱贫攻坚

《奔跑吧》深入贯彻国家大局意识，始终紧跟国家重点工作的前进步调，以更好地宣扬社会正能量，脱贫攻坚就是重点工作其中之一。讲好脱贫攻坚中国故事，有利于彰显中国脱贫攻坚事业的世界意义，是分享中国经验、传播中国智慧、提供中国方案，向世界展现一个真实的、立体的、全面的中国的重要机遇。浙江卫视在这一场必胜的脱贫攻坚战中，以“故事讲述者”“助农好帮手”“士气助推手”的身份，高站位融入其中，大格局率先谋划，自觉承担社会责任，并深入基层，联动社会各界力量融合发力，成为撬动脱贫攻坚的有益力量。

作为国家广电总局2020年重点项目，2020年第四季度《奔跑吧·黄河篇》发挥品牌综艺传播优势，主题化搭载时代议题，聚焦黄河生态经济带沿线的文化、美景、好物，综艺化讲好脱贫攻坚、生态发展的黄河故事。“跑男团”成员李晨、杨颖、郑恺、沙溢在宁夏回族自治区中卫市沙坡头区郭滩学校参与“大漠长河，为爱读诗”多一克温暖公益活动。在“塞上江南”宁夏闽宁镇，节目嘉宾化身20年前村民，欣赏当地壮美秀丽自然风光的同时，通过幽默生动的表演与互动，让观众更加直观地体会到曾经的缺水困境以及脱贫致富后的美好生活，深入体验脱贫背后的艰辛与不易。他们深入当地工厂，走进直播间，用奔跑不止、永不言弃的跑男精神与当地百姓脱贫攻坚、勤劳致富的精神完美融合，共同揭开闽宁两地协作、发展致富的生活图景，鼓励支持当地人民一同

向美好未来出发，《奔跑吧》遇上《山海情》，共同传递奋发向上正能量。6期节目在黄河上中下游沿线重要城市，从生态环境、历史文化、经济发展等不同角度，推广黄河生态经济带的“文化之美”，助力脱贫攻坚。

（四）深主题做精神传递，高价值做文化表达

作为一档始终致力于传递快乐与正能量的节目，《奔跑吧》以“接地气”的形式传递宏大主题不仅是节目的使命，更是一种责无旁贷的义务。《奔跑吧》节目中7位嘉宾跑进联合国，身体力行地呼吁更多人关注联合国17个可持续发展目标。节目中，跑男团用鲜明的立场为中国青年在世界发声：“我们坚持奔跑在自己的路上，和全世界一起奔跑！”郑恺更是将“绿水青山就是金山银山”理念带进联合国，用英语演讲的方式传递给全世界。同时联动共青团浙江省委，在省11个地市，50所学校举办“红领巾乐学英语PK中国蓝之跑男团”英语演讲竞赛活动。不仅各大主流媒体平台对此次活动予以高度评价，也受到了联合国两大官微的发文点赞。《奔跑吧》节目不忘自身的社会责任与担当，积极践行社会使命，做宏大主题的传递者，引领中国青年为梦发声，积极展现中国新青年的新风采，将综艺节目真正做到了既有意思又有意义。这种以身作则和首开先河的行为，其实早就奠定了《奔跑吧》“国民综艺”的地位，甚至超越了传统电视综艺的意义和价值，凸显了《奔跑吧》不忘自身的社会责任与担当。

浙江的美丽乡村建设始终走在全国前列，2021年《奔跑吧》第九季节目来到浙江湖州，走访妙山村、鲁家村、安吉余村，通过游戏互动与深入游览，对乡村的经济、文化、生态进行全方位了解与展现；在跑男团亲身游历和当地基层党员的讲述中，展现浙江美丽乡村建设的丰硕成果和现代化治理能力。在《奔跑吧》“献礼建党百年特辑”，走进美丽乡村，游历绿水青山，展现“诗画浙江”的美景、现代化治理的能力。节目以综艺内容探索乡村题材创作新模式，将主旋律表达与综艺形式有机融合，放眼新时期的时代变革。用脚步丈量着祖国山河的壮阔图景，礼赞建党百年的丰功伟业。从

去年黄河流域的扶贫攻坚，到今年绿水青山的绿色转型，《奔跑吧》借助品牌IP不断试验主旋律表达与综艺形式的有机融合，以优质内容展现综艺节目的价值表达力。作为王牌栏目，持续突破选题高度，保证内容主题鲜活性与贴近性的同时，也不遗余力地展现中国共产党百年来的伟大历史成就。节目对综艺审美价值的重塑，对新时代伟大成就的再现，不仅反向拓展了节目自身题材领域和价值空间，也构建了综艺内容审美与价值表达的新坐标。

三、主流媒体公益传播的价值赋能

《奔跑吧》继一系列成功尝试后，兼顾了积极内容的传播——对奔跑的渴望、对美好的追求，对温暖的传递，以及社会价值的体现。浙江卫视提出的全新口号“美好中国”，也成为《奔跑吧》想要展现的精神和态度——与青春携手，向美好奔跑，寓意着生活里的无穷“宝藏”，正等待被开掘、被分享、被看见。

同时，《奔跑吧》只是诸多综艺节目的代表之一，在新时代，面临新挑战，所有节目、所

有媒体都应当肩负起让正能量成为大流量的责任与使命。这些依靠主流资本，面对主流受众的高声誉媒体，更应该走近社会生活的纵深切面，示范与时俱进的创新之道，践行主流媒体传递社会主义核心价值观的使命和担当。

随着社会和科技的发展与新媒体的兴起，主流媒体应当始终坚持拓宽社会主义核心价值观的传播渠道，影响与鼓舞更多年轻人，持续引领综艺创新的青年锐气，尝试将时代主题与节目有机结合，充分发挥主流媒体在公益传播中体现出的价值。

参考文献：

①张林贺《新型主流媒体传播力影响力困境与提升路径研究》，中州大学学报，2021年第38期，第65-70页。

②樊芳《主流媒体传递正能量的方法与途径》，《中国传媒科技》，2014年第8期，第62页。

（作者单位：浙江卫视）

