

# 县级融媒体

## 承办大型活动优势与劣势分析

胡俊

**摘要：**随着县级融媒体改革加速、全方位推进，其服务市场的意识与组织活动的水平也有较大提升。从过去的传统式、单纯化地传播新闻、策划活动和经营广告，到如今的融合式、综合化地传播信息、承办活动和培育产业，县级融媒体正在累积“取长补短”的实用经验和探索“化茧成蝶”的有效途径。特别是在承办会议会展、集市集会以及群众性活动中，媒体人发挥优势、扭转劣势，不断拓展新路径。

**关键词：**县级融媒体 大型活动

线下活动，尤其是大型群众性活动的承办，是县级融媒体联系社会、服务群众的重要方式之一。参加人数达1000人以上、面向社会公众举办的大型群众性活动，具有影响大、传播快、互动性强等特点。县级融媒体承办县域高质量发展大会、农产品集市活动、乡村文化节、文旅产品推介

以及健康运动体验赛等各种主题的大型群众性活动，必然会面临较大困难和多方挑战，时常会发出“我太难了”的叹息，但是承办大型群众性活动的优势也非常明显。只有多照镜子，扬长避短，才能闯出一条属于自己的道路。

### 一、县级融媒体承办大型活动的优势

(一) 借融媒之势，以“宣”赋能区县(市)大型活动

从“物质共富”到“精神共富”，不断满足人民对文化生活的需求和美好生活的向往，是当代媒体人的重要使命之一。财政相对薄弱的区县(市)地区，纷纷借助县级融媒传播和“造势”功能，通过项目合作、活动承接等方式，举办各类主题的较大规模群众性活动业已成为常态。县级融媒体在通过“宣传之力”赋能区县(市)活动的同时，不断提升融媒节目质量和媒体人承办群众性活动的水平，是县级融媒体改革中的一个亮点。

### 1. 主题提炼,活动落地树品牌

主题是活动的“硬核”,是活动筹备、视觉设计、场景形式和活动宣传的前提与基础。2020年3月春茶开采之际,淳安县融媒体中心建设性地将妇联“村姑主播”、疫后复工复产与千岛湖春茶(乌牛早茶产区)开采等内容进行整合,以“湖上茶园巾帼助农”为主题,策划推出了2022·千岛湖春茶开采活动。活动被赋予了较高的新闻价值和传播感染力,受到省市和中央媒体的高度关注,央视频客户端推出《共同战“疫”·千岛湖:湖岛相间茶香绵延千花万蕊》接力直播,时长达90分钟,参与观看和互动的受众达到70余万人次。此外,包括央视一套《朝闻天下·浙江淳安:春茶采摘时志愿者来帮忙》、人民日报海外版《志愿服务助力茶农》以及浙江卫视《浙江新闻联播·志愿者女子先锋队助力农业复工复产》在内的新闻报道,对巾帼助农活动和千岛湖茶品牌进行了很好的推介与宣传。县级融媒体充分发挥自身优势和资源,通过主题提炼、场景设置以及宣传推广,更大程度上丰富了活动的内涵,提升了活动的感染力和传播力。

### 2. 参与广泛,活动引流添人气

群众参与度是检验活动质量的一把标尺。活动参与方式,包括线下场内参与、线上场外参与以及活动前后间接式参与等。参与活动的层次越高、数量越高,活动扩散与宣传的效果就越好。近几年来,因为疫情影响,线下大型群众活动的现场参与人数受到限制。而线上活动却与此相反,其人气与热度大幅飙升,呈现一片繁荣景象。县级融媒体将线上、场外、媒介等参与载体和参与方式,纳入了大型群众性活动,包括融媒直播、视频连接、互动广播、场外投票等活动参与方式,并已成为常态。比如,2015年,淳安县广播电视台与淳安县文化和广电旅游体育局等相关单位策划、推出“淳安好声音”电视大赛活动,吸引了众多城乡歌唱爱好者的关注与参赛。经过线上大赛推广、线下比赛晋级、场外互动参与,活动热度火爆全域并抢眼出圈。《金光大道》总冠军金美儿与参赛的农村残疾妇女的同台演唱,更是将这场“以歌为媒、爱心相融”的大赛活动氛围推向

了高潮。

### 3. 氛围浓厚,活动推广造影响

深化融媒体改革,逐步实现传统式传播向现代式播传的升格、转化,承办与宣传好大型群众性活动是有效途径之一。传播是利用一定的媒介和途径所进行的、有目的的信息传递活动,包括人内传播、大众传播、人际传播、组织传播和群众传播等类型。<sup>①</sup>县级融媒体承办大型群众性活动可以让传播做出大文章。例如,以“文享未来 美好生活”为主题的2022首届浙西(千岛湖)创意生活周活动中,来自浙江、安徽、江西3省9个区县(市)文创精品齐聚千岛湖畔,包括开幕式论坛、文创展览、创客集市、吃货集、啤酒狂欢非遗造物集、国风之夜篆刻作品展、龙舞展演等特色彰显、形式鲜活的版块内容,及时通过县级融媒矩阵的全媒体宣传和对外推荐传播,形成浓厚的活动氛围。其中,央视新闻频道《新闻直播间》播出《浙江 精品文创荟萃 有吃有玩有看头》、央视 农业农村频道《中国三农报道》播出《浙江杭州:文创同台打擂 创意农产品精彩纷呈》、浙江卫视《浙江新闻联播》播出《联播快讯 首届浙西创意生活周在淳安开幕》以及央广网、中国网、浙江之声、天目新闻等央媒和省市媒体对活动进行宣传。

### (二) 乘节目之功,以“技”赋能区县(市)大型活动

#### 1. 视野出新,为活动提供主持舞台

节目主持人作为县级融媒体的对外“门面”和形象窗口,具有过硬的专业技能和良好的新闻素养,其舆论引导力和社会影响力是不言而喻的。在县级融媒体承办的各类区县(市)大型群众性活动中,这个特别群体(节目主持人)所迸发出的能量和产生的作用,不可小觑。一是视野广,提炼能力强。节目主持人自带“新闻大脑”,通过对大型活动的背景与主题、串词与节奏、风格与形式的总体把握和周密安排,可以拓展活动的立意与视野,丰富活动的内涵和内容。二是嗅觉灵,把关能力强。好似策划和采编新闻节目,新闻媒体主持人在参与大型活动主持的全过程中,必然以“人人是终审”“新闻把关人”的要求与自觉,对活动串词、主持形式等关键环节进行把关和引导,确保大型群众

性活动的方向和基调不走样、不跑偏。三是弹跳足,控场能力强。从大小节目的荧屏主持到大型活动的现场主持,专业相通,要求相近。从语音面貌、形体姿态到现场节奏的掌控能力,融媒主持是手到擒来、如数家珍,为大型活动加分、添彩,让活动效果相得益彰。

#### 2. 视觉出彩,为活动提供包装团队

活动包装是受众群体最直观的“标识标牌”,以较有感染力、抓眼球的统一视觉和形象设计为关键。图文并茂、视听饱满的融媒语言和资源,正为大型活动之所需,是活动包装之所要。首先,依托报刊和网页的图文平面设计平台,为大型活动的主题视图、旗帜图片、引导标牌、舞美设计、微信插图、短片预览视图等内容,提供形象设计与包装;其次,依托视频摄制团队,可为大型活动提供事前的预热片花、事中的短视频(抖音)和现场直(录)播、事后的视频集锦等服务与保障。通过统一的形象包装和多样的视觉传达,较好地对大型活动进行推介和传播,积极营造出浓厚的活动氛围。

#### 3. 视听出圈,为活动提供技术支撑

活动实现出圈,或者是视听节目要出彩,都离不开技术要素的有力支撑。这主要体现在舞台灯光、音响音控、LED大屏、电源配置等活动现场技术保障;还体现在无线和4G包移动直(录)播摄像、光纤专线传输、高清广播电视直播车、音视频剪辑等技术保障。强有力的技术支撑与服务,为县级融媒体承办大型活动提供了有力条件,为大型活动视听节目出圈提供了可能。

### 二、县级融媒体承办大型活动的劣势

(一) 新领域探索,物料落地专业化程度有待提高

物料有宣传物料和活动物料之分,宣传物料包括文案、平面、视频材料,甚至还包括印刷品和媒体载体等;活动物料主要包括舞台、大屏、桌椅、地毯、倒旗、展板、道具等现场涉及的物资与材料。由于缺乏活动物料及执行团队,县级融媒体承办大型活动的过程中,大多数以租借和购买服务的形式,来满足和保障活动的物料落地。由于组织与协调活动物料的系统性、专业性不强,管理经验相对不足,活动物料在落地过程中容易出现缺漏、差错等问题。

对此,可以尝试通过培养活动物料经营与管理的团队和人才、实施招投标引入社会物料公司等竞争机制、建立和完善物料落地的质量跟踪和运行监督制度,不断提升大型活动物料落地的稳定性和专业化程度迫在眉睫。

(二) 新业务体验,导演执行专业化技能有待提高

县级融媒体承办大型活动的导演及团队,多数来自新闻或社教类节目编导和主持骨干,一边干活动导演,同时还得负责节目采编。其次,从新闻媒介到大型活动,毕竟是跨行业、新体验,往往存在实践大于理论、感性大于理性的现象,相对缺乏基础性、系统性的活动导演相关知识储备,因而对大型活动的全局性、层次性、关联性等方面的把控能力还有待提高。再次,活动执行更强调团队化、协同化、闭环式,更加考验活动导演和执行团体的专业化水平。这与习惯于两三人小组的新闻采编团队的概念大相径庭。

(三) 新模式拓展,社会服务专业化水平有待提高

对于县级融媒体来说,承办大型群众性活动,如何处理好市场创收与公众类活动的社会功能、新闻媒介与自主策划事件类活动之间的关系,不断摸索和提升承办活动、服务社会的专业化能力和水平,是个不小的挑战。不被市场左右、不被利益捆绑、不被经验限制的探索与实践,有助于县级融媒体承办好大型群众性活动,创造最大化的社会效益。

### 三、结语

融媒体改革既要有苦练内功“强身健体”的决心和计划,也要有守正创新“舒筋活络”的勇气和拼搏。县级融媒体承办大型活动既有明显的优势与自信,也有摸着石头过河的客观劣势与尴尬,唯有扬长避短,不断提高活动团队的建设水平,不断完善活动市场化机制,不断突显本地化特色要素,才能转劣为优,使其成为县级融媒体深化改革、转型发展的催化剂、铺路石。

#### 参考文献:

① 莱媒网:《传播的五大类型是什么》  
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1745112265795080908&wfr=spider&for=pc>;

(作者单位:淳安县融媒体中心)