

传统媒体短视频出圈探索

窦蓓蓓

摘要：杭州举办亚运会、亚残运会之际，浙江卫视连续推出《丹青游》《爱之城》《潮前》《杭州的路名藏了什么》《爱之光》等亚运主题系列创意短视频，接力掀起现象级的传播热度，并收获了“就该这样宣传杭州、宣传浙江、宣传中国”的高度评价。亚运主题系列创意短视频的出圈，只是浙江卫视“跑步”进入短视频赛道的一个有力缩影。在媒体融合向纵深推进的过程中，浙江卫视在短视频领域积极探索、持续有为。尤其是过去一年多来，浙江卫视基于平台既有优势，凭借助力传统文化出圈、城市品牌建设、重大主题传播的多元实践，逐步形成了一套鲜明的风格和独到的打法。

关键词：短视频 浙江卫视 媒体融合

如今，短视频已是大众重要的信息来源和娱乐形式，也成为媒体融合大背景下，主流媒体当好主力军、守牢主阵地、挺进主战场的关键突破口。如何做好短视频这篇既短小精悍、又博大精深的文章？浙江卫视结合实际，进行了大胆的创新探索。过去一年多来，从发布“宋韵二十四节气”系列创意短视频，到推出由7支主题、风格迥异的超级视频组成的《国风·无双》，再到此次热力出圈的亚运主题系列短视频，以及携手重大文化传播平台Z视介不断聚合起庞大的创作生态等，在短视频这条欣欣向荣的内容赛道上，浙江卫视持续热烈回应着社会各界对新型主流媒体的期待。

本文将主要从内容风格的塑造、融合创新的打法、创作生态的孵化等多个角度，浅析浙江卫视在短视频赛道上的出圈探索。

一、以“文”立心铸魂，深植浙江深厚的人文土壤

布局短视频的第一步是结合自身优势和社会需求，精准确立定位和风格。近年来，浙江卫视坚持“文化先行”，以浙江省提出实施的“宋韵文化传世工程”为依托，把宋韵文化深度植入平台建设，同时把传播温暖美好的生活理念作为己任，进而形成了鲜明的频道形象标识。与之相适应的是，在短视频的创作中，浙江卫视根植之江大地丰富多彩的传统文化、可亲可感的人文风貌和朝气蓬勃的创新活力，以“文”立心铸魂。

（一）以宋韵文化为底色，激荡国风国潮自去年年初起，浙江卫视创新性地将宋韵文化与节气文化相结合，推出“宋韵二十四节气”系列创意短视频，以贯穿四季的美好陪伴，持续唤醒大众对节气的仪式感，重拾宋朝人“风雅处处是平常”的生活美学。借国风国潮“助燃”亚运文化，也是浙江卫视在亚运主题系列短视频创作中的一个重要方向。

《丹青游》让“中国历代绘画大系”传世佳作中的“主角”来到杭州，和“亚运之城”杭州来了场跨越千年的美丽邂逅。外交部发言人华春莹海外账号点赞并转发《丹青游》，称其“让人沉浸在丹青的艺术中，体验杭州的过去与现在”。网友们也纷纷表示“这才是能代表浙江水准的亚运宣传片”。在沙特阿拉伯利雅得召开联合国教科文组织第45届世界遗产大会期间，《丹青游》被作为创意暖场片播放，产生了很好的“出海”效果。

此外，《潮前》以“水”为线索，串起良渚文明、宋韵文化，牵引出雕版印刷技艺、西泠印

社篆刻、古琴艺术、织造技艺等浙派非遗传承,展开一场回溯千年的“潮前”航行;《厚积万年应运而动》从上山文化的一万年,到良渚文明的五千年,再到创新创造的新时代,向世界展现“厚积万年的浙江,今天和亚运一起动起来”的奋进和从容;《杭州@所有人》飞跃良渚、大运河、西湖等杭城文化遗址,用100个航拍镜头,从不同角度展现人文杭城的历史底蕴、现代杭城的时尚活力。

浙江卫视以短视频为媒,通过对中华优秀传统文化的多元挖掘和创新展示,将上下五千年的历史自信转化为一座城市的时代自信,迅速提升了视频传播的冲击力、感染力、亲和力。

(二) 以人间烟火为暖色,传递爱与真诚

短视频出圈,要打好振奋人心的“文化牌”,也要亮出拨动人心的“情感牌”。在“记录美好生活”的主旨下,扎根生活肌理,强化现实关注、恪守人文关怀,才能让作品拥有足够的真实和真诚,进而结结实实地打动受众的心。亚运短视频宣传片《杭州的路名藏着什么》《爱之城》《爱之光》,就是这一创作思想的结晶。

《杭州的路名藏着什么》以城市随处可见的路名为引,通过当下热门的“City walk”方式,将藏在杭州路名里的诗词歌赋、柴米油盐、春夏秋冬等进行浪漫记载。作品将轻盈的表达方式与亚运的宏大主题相融,激发大众参与和讨论的热情。从北山路交警保护小鸳鸯过马路,到运河边父亲陪伴盲人儿子跑步,《爱之城》的镜头将个人生活细节与城市发展联系起来,展现人与城的“双向奔赴”,被网友们评为“杭州写给每个人的情书”。《爱之光》将视角对准残疾人这一少数群体,通过展现爱情、亲情以及运动中所蕴含的“光”,表达“同心逐梦,两个亚运,同样精彩”的理念。作品在扩大赛事声量的同时,也彰显出城市无限的温情与暖意。

“当我们足够真诚,足够热爱,足够自信,足够厚重,足够创新,讲好浙江故事、中国故事,便会水到渠成。当我们真正创作出能够温暖大众、影响时代的作品,我们便会知晓什么叫‘众里寻他千百度,蓦然回首,那人却在灯火

阑珊处。’”这既是一个短视频创作者的滚烫心声,也是一部部作品赢得大众的终极密码。

(三) 以技术创新为亮色,挥洒蓬勃朝气

正确运用新的技术、新的手段,激发创意灵感、丰富文化内涵、表达思想情感,是短视频创新的应有之义。浙江卫视的多款短视频作品,均以“技术+”的形式革新视听语言和审美体系,每每令人耳目一新。

今年4月,浙江卫视推出了一档由7支短视频组成的节目《国风·无双》。节目分《国风·无双群英会》宣传片和“启”“乐”“意”“棋”“国风”“画”6个篇章。在现代视听手段和科技力量的包装下,传统文化大放异彩。例如,浙江卫视虚拟主持人谷小雨化身讲述人,在《画·无双》中讲述《富春山居图》百年间颠沛流离的故事,并运用现代AICG技术修复重现《富春山居图》的妙手丹青;《棋·无双》搭载XR技术,将武术演员与舞蹈演员变成棋盘上鲜活的棋子等等,多样创新的灵动表达,是对国风可能性的无限延展,也是对技术想象力的充分放飞。

“短、平、快”并不意味着“快餐化”。一系列成功出圈的优质短视频作品证明:无论内容形态如何变化,大众对高品质的追求永无止境,传统广电人对思想性、艺术性和观赏性的深刻把握,完全可以转化为在短视频赛道上的坚实底气,只要找到一条符合自身特点、发挥自身专长、主打自身标识的创作之路,就定能让正能量“驾驭”大流量,让大流量“澎湃”正能量。

二、以“融”协同共进,打好“长”“短”互促的组合拳

多年来,行业内一直存在着“长短视频”之争。二者一定是泾渭分明、此消彼长的关系吗?作为传统的长视频平台,浙江卫视努力求解“长”“短”互补、共生、赋能之道。

(一) 孵化模式:从“相加”走向“相乘”

放眼各大平台,以切条、二创的方式生产短视频内容,助力长视频的引流和出圈,已是十分常见的运营手法。在这一点上,浙江卫视的相关探索不是简单的形式“相加”,而是力求

成体系、见实效,产生“相乘”的放量价值。

2020年是浙江开启“诗路文化带”全面建设的重要之年。这一年,浙江卫视推出《还有诗和远方·诗画浙江篇》。为实现给“诗画浙江”带人气、带口碑、带发展的初衷,节目通过对正片内容中奇人奇事、热人热词的精准挖掘,孵化了一场短视频的燥热。节目开播不久,以“一苇渡江”绝技现身的建德大爷,相关视频在抖音上的播放量达5518万,点赞量近200万。整季节目推出相关原创短视频近700条,总播放量破3亿。

从第一季到第四季,《还有诗和远方》系列节目深耕短视频作为“传播利器”的独特价值,特别是2023年以“非遗”为主题的第四季中,节目专门策划非遗短视频《朽木可雕也》和《舌尖上的非遗》,还联动广大网友展开共创,最终实现了短视频侧主话题总观看量高达19.7亿次的喜人成绩。短视频的巨大流量,被源源不断转化为助力主流媒体节目出圈和文旅产业发展的超级能量。

(二) 协同模式:从“互补”走向“互融”

短视频不只是长视频的“附属品”,它应该有独特的标签、独创的表达、独立的舞台,和长视频以携手并肩的姿态,助力平台的内容建设和品牌传播。

在打造“宋韵二十四节气”系列短视频的过程中,浙江卫视整合平台资源,生成了一个全新的旨在传播节气文化和宋韵文化的超级IP。例如,惊蛰之际,“宋韵二十四节气”系列与《天赐的声音》联动,邀请歌手周深用歌声唤醒“惊蛰”;春分时节,“王牌家族”成员穿越回春季的宋朝,展示宋朝人丰富惬意的春日生活图景;联动《奔跑吧》嘉宾资源,由沙溢介绍立夏时令美食、范丞丞提供秋分饮食调养贴士等,该系列短视频除了在浙江卫视大屏滚动播出,还在微博、抖音、快手等全网新媒体矩阵同步发布,实现了台网端的融合传播。

尤为值得一提的是,该系列短视频还被创新性地融合到了浙江卫视的综艺、纪录片、超

级晚会等内容中,在展示平台的艺术追求和人文底蕴的奋力实践中,润物无声地重塑了品牌温润如玉又朝气蓬勃的气质。

三、以“聚”合纵连横,联动广泛的文化创新能量

短视频是一种创作主体极大丰富的内容业态。在跑步进入短视频赛道的进程里,如何激活、发动、聚合蕴含在大众中的创新创造的文化能量至关重要。

2020年,浙江卫视首开大小屏跨越的融合创新,推出《30秒记录美好中国》,向全社会征集“接地气、聚灵魂、有品质”的微视频作品,号召大家以百姓的视角、短小的故事和新巧的创意进行讲述。浙江卫视不仅在大屏端每天开辟10个以上播出段位,同时还与腾讯微视、腾讯视频、中国传媒大学戏剧影视学院、中国电信组成合作联盟,将卫视大屏、手机小屏整合为1+1>2的传播平台。

从第一季到第三季,这项征集活动得到了全国各地创作机构、创意达人的热烈关注和踊跃参与,并涌现了众多优秀作品。

2023年,浙江广电集团正式启动重大文化传播平台,核心载体“Z视介”同步上线。至此,浙江卫视和Z视介迈进了双屏共振、耦合发展的新阶段。Z视介布局了“纪录片”“非遗”“戏曲”“宋韵”等专业垂类频道,构建了“亚运体育”“国潮艺风”“跑男青春”“天赐音乐”“播客陪伴”等互动部落,整合了杭州国家版本馆、西泠印社、中国美术学院、浙江音乐学院等战略合作资源,还在“视介官”专区通过精心的议题设置、内容组织,打造内容创作者和机构组织集成传播的开放大舞台,短短时间内就吸引了超过3万名创作者入驻。

内容、资源、人才的广泛聚合,使得浙江卫视和Z视介得以通过构建庞大的生态,努力在数量累积的“量变”中,为创作的“质变”打下基础。这也让我们更加期待,未来浙江卫视在短视频赛道上,一定将会打开一片众行致远的新天地。

(作者单位:浙江广电集团总编室)