

《我们的新时代》： 主题宣传成为“大流量”的“破圈”之道

楼 吟

摘要：在信息渠道纷杂，越来越多第三方平台抢占流量的当下，主流媒体如何做好主题宣传，让核心内容直抵用户，成为电视人亟待解决的问题。本文试以浙江卫视大型时代主题政论剧《我们的新时代》为例，通过主旨定位、选题筛选、镜头语言、融合传播等方面分析其主题宣传方面值得借鉴的成功做法。

关键词：主题宣传 《我们的新时代》
融媒传播

在信息渠道纷杂，越来越多第三方平台抢占流量的当下，主流媒体该如何做好主题宣传，让核心内容直抵用户，以吸引更多年轻人的目光？从实践来看，如果宏大的主题不能被精确分解成一个个让“你我他”都产生共鸣的鲜活故事，那么塑造主流舆论新格局就很容易变成缘木求鱼。

2022年10月15日起，大型时代主题政论剧《我们的新时代》在浙江卫视成功播出，为主流媒体做好传播力先行，塑造主流舆论做出了有益的探索。这部融新闻、文艺、纪实等创作手法为一体的作品，以“好看”“能打动人”为原则，借光影定格身影，尽精微而致广大，大写的时代里，特写的你我他，把生活与奋斗的故事以极具颗粒感的特写人物的方式进行全新的呈现，一经推出，便在广大受众中引发热烈反响。

该节目播出后传播不断“出圈”，持续引爆“声量”，其背后的秘诀在哪里？下面，本文从主旨定位、选题筛选、镜头语言、融合传播等角度，浅析其成功因素。

一、聚焦情感传递，以共鸣性和贴近性提升传播力

作为时代主题大片，《我们的新时代》融合嘉宾沉浸式探访、现场互动等形式，用动人的故事展现新时代“人民的奋斗”“人民的幸福”，以及国家日新月异的发展变化。

身处新时代，呼唤的是新纪录。新纪录具有一个核心特征：一端连接着芸芸众生，照见每一个平凡个体的日常生活，在“小巧精”的统一上，坚持站在百姓视角谋划，积极运用老百姓喜闻乐见的宣传符号、话语体系，以小切口、故事化方式进行报道，见人、见事、见细节、见情怀；一端则通往宏大的时代主题，瞥见国家繁荣与社会进步。^①

《我们的新时代》节目共分为5集。每一集的分集标题均选自习近平总书记历年来的“金句”，内容则来自一线人物的故事，越贴近受众生活的选题，越能够产生共情。这些平凡的主人公就像是身边的你我他。例如，在《我们都是追梦人》一集中，有之江实验室的90后科学家，他们在看不见边际的沙漠里跋涉，寻找火星探测器最合适的测试地点；有海岛乐队的音乐人，左手颠勺右手吉他，不同行业的年轻人，有着相同的梦想和追求精神。在《那是一种温度》中，青海中控德令哈50MW塔式熔盐储能光热项，茫茫戈壁上定日镜的清洗除尘工作争分夺秒，跨越山海，滚烫光热守护一方生活。《流动的中国》中，从中国网的建设到中国路的建造，更多地展示了中国速度与时代洪流的并肩而行。《勇做时代的弄潮儿》里，我们能看到的是鲜活具体、在改革与创新中敢拼

敢闯的实干家，听起来不起眼的缙云烧饼也能达到一年300万的收入；医疗互通让曾经痛失亲人的遗憾尽量不再发生。《每个人都了不起》更是点题“平凡铸就伟大，英雄出自人民”，聚焦自己研发教具的体育老师、95后的盾构机女司机、汽车喷绘冠军等兢兢业业在自己岗位上发光发热的人们。

在节目的宣推策略上，宣推团队深度探讨对“我们的新时代”这一主题的理解，挖掘主题设置、主人公选择等各方面的考量，同时也挖掘幕后的难点和拍摄的趣事，体现节目组对宏大命题的创新表达和精准把握；同时以理念、切口、制作三个角度作为宣传点，去剖析节目中平凡故事所传递的朴素情感，总结突破主题节目“宣传”式表达的创作经验，通过主流权威媒体进行全覆盖式分发。

平凡中见真章，人民群众对“新时代”的可感可知，就是通过一幕幕具体的平凡人的故事串联起来的。十年征程，需要这样的近景透视，它用将恢宏落于微小、把伟大归于平凡的烟火美学^②，将鲜活个体与时代的同频共振进行特写式的描写讲述。时代是宏大的，而人物是特写的，人民群众那些各型各色、各式各样的幸福生活就是节目对时代这一宏大叙事进行的润物细无声式的诠释和传递。

二、极致的影像记录让“匠心”成就有质感的大片风范

镜头的张力、表现力往往是纪录片非常重要的一个部分。《我们的新时代》作为一档融合新闻、综艺、纪实的新物种，节目组同样用纪录片的画面要求来拍摄。历经10个月的时间，节目组的脚步几乎走过了近半个中国。一方面，节目组的镜头记录下了红日蓬勃跃升海面的壮美、大坝喷涌一泻而下的震撼；另一方面，也记录下了工程师们攻克难题后相拥的画面、足球队逆风翻盘时让人血脉贲张的激动。镜头语言的呈现里蕴含着导演组对品质的极致要求。节目组更是请到了创意拍摄制作的专业团队——TVC摄影团队，在沙漠中拍摄了一曲艺术感十足的红绸舞。当红绸飘扬大地，伴随着悠扬的曲调，裹在舞者身上的红绸变成了一袭红裙，大片质感成了《我们的新时代》的另一大重要标识，给予受众更为沉浸式的视听体验。

影像画面和质量直接影响到受众的观看与兴趣，宣推团队针对节目优秀的镜头语言，提炼了节目核心的视觉元素——红绸，不论是主视觉海报、单期的海报，都用该视觉元素贯穿始终，形成一套体系，以创意性、趣味性和互动性与受众拉近距离，提升受众分享欲和讨



图1

论度。

当绚丽多姿的红绸舞动起来的时候，引发了刷屏式的分享，也达到了之前团队的预期。这正是因为戳中了人们的分享欲，愿意把最祖国的自豪之情，把看完的那一份悸动之心化作手指的一键转发。

三、极致融合成就极致内容，优质传播助推能量升温

《我们的新时代》之所以被称之为时代融合主题大片，源于浙江广电集团的一大创新：首次将新闻、综艺的两大制作团队近20名核心成员聚集到一起，集思广益联合作战。《我们的新时代》采取“融合”的思路，将新闻、文艺、纪实等多种形式融为一体。多种元素的融合，让《我们的新时代》不断赋予观众打破预期的新奇感与身临其境的代入感，更以变幻莫测的镜头为观众谱写了一曲不断变奏的散文诗。《我们的新时代》在全媒体合力传播上也颇具创新。在执行流程上，发挥网络传播“互动、体验、分享”优势，主流网络媒体权威采集、集中推送系列报道，在此基础上围绕“话题感”二次创造有趣有料有质的内容投放各新媒体平台，打造话题“孵化器”和“发酵池”，形成扩展式传播。和以往的做法有所不同，以往的电视节目宣推更注重大屏宣传片的排播，微博卡段的释放渠道往往不是很全面，《我们的新时代》切实实现大小屏深度联动，全媒体合力传播。各级各类媒体、商业平台、自媒体、网民之间联动互动引爆话题，网民在不同平台、不同“子话题”之间开展观点交流碰撞，成为话题的再创造者、再传播者，汇聚叠加形成裂变式传播。除了浙江卫视自有融媒体矩阵外，还联动视听中国、美丽浙江等视听媒体矩阵，在大屏之外的小屏端持续发酵。同时通过话题策划、平台联动、运营互动等手段，让节目既叫好又叫座。人民日报客户端、新华社客户端、光明日报客户端、学习强国、解放日报客户端等权威媒体发文点赞，国家广电总局官网、总局旗下视听中国、广电独家、

传媒1号等行业媒体也都撰文对节目为主题创作增添新思路进行肯定。

在社交媒体上，节目的短视频卡段引发了热烈的讨论。《我们的新时代》一共5集节目，在全网共斩获了133个热搜，微博话题阅读量高达3.5亿。其中，节目组拍摄剪辑，宣传团队精心策划的《一支红绸舞串起祖国的大好河山》一经推出，就登陆微博主榜的top5，抖音热点榜的top7。此外，《一个厨师组的乐队有多酷》《青海戈壁开出27000个蓝色向日葵》《秦霄贤学做缙云烧饼》等话题均登陆高位主榜热搜。多条短视频破圈传播，观看量不断刷新之外，还引发网友讨论和分享的热潮。他们在社交网络通过短视频的延伸议题进行讨论，“为了梦想而努力有多幸福？”“你在什么时候觉得很自豪？”在这个过程中，网友们对祖国、对中华民族的自豪感和对幸福生活的获得感油然而生。许多网友纷纷表示：“我为祖国骄傲！为我们自己骄傲！”

四、结语

《我们的新时代》以融合之姿拥抱全媒体平台传播之势，将主题宣传化作平实的镜头语言展现在受众面前，用喜闻乐见的方式传达主流价值观，用心用情做好重大主题宣传。守正创新，立足高度，辐射广度，挖掘深度，内容和传播齐发力。让更多的受众在平凡人的身上，看到不平凡的新时代缩影。

参考文献：

①胡言《为什么〈我们的新时代〉能让每个观众生成「对号入座」的共鸣感？》，传媒1号，2022年10月20日，<https://mp.weixin.qq.com/s/SCp813tIRNRD5WkB100UHg>。

②牛梦迪《匠心打磨烟火美学，深情谱写时代故事》，光明日报客户端，2022年10月19日，<https://app.gmdaily.cn/as/opened/n/8f0eaa39b3de45d19f196fc07b56a951>。

（作者单位：浙江卫视）