

Research on Directing Strategies and Aesthetic Paradigm Transformation of Cultural Programs in the Omnimedia Era

Reziwanguli·Adili

Xinjiang Radio and Television Station, Urumqi, Xinjiang, 830000, China

Abstract

As one of China's most influential mainstream media platforms in the multi-ethnic border region, Xinjiang Radio and Television Station carries a unique and vital mission: to serve as a disseminator of advanced culture, a shaper of national spirit, and a practitioner of contemporary ethos. It also acts as a promoter of social positivity, a facilitator of social stability, and a representative of regional identity. In the face of omnimedia era communication transformations, the station is using innovation as its brush and regional characteristics as its ink to outline a development blueprint within its integrated media matrix—one that aligns with modern communication principles while highlighting the distinctive features of Western Regions culture.

Keywords

the era of all media; literary and artistic programs; directing strategies; aesthetic paradigms; transformation studies

全媒体时代文艺节目的编导策略与审美范式转型研究

热孜万古丽·阿迪力

新疆广播电视台，中国·新疆 乌鲁木齐 830000

摘要

新疆广播电视台作为我国边疆多民族聚居区影响最大的主流媒体平台之一，赓续特殊重要的时代使命：肩负着先进文化传播者的职责、民族精神的塑造者和时代精神的践行者；是社会正能量的传播者、社会稳定的促进者、地域形象的形象代言人。面对全媒体时代的传播变革，新疆广播电视台正以创新为笔，以地域特色为墨，在融媒体矩阵中勾勒出既符合现代传播规律、又彰显西域文化特质的发展蓝图。

关键词

全媒体时代；文艺节目；编导策略；审美范式；转型研究

1 引言

文艺节目，作为广播电视领域传播先进文化、凝聚民族情感、丰富人民群众精神文化生活的关键载体，在全媒体时代的大背景下，其创作模式、传播路径以及审美表达等各个方面，均无可避免地受到了全媒体浪潮的深刻影响与巨大冲击。这种冲击，既带来了前所未有的挑战，也蕴含着新的发展机遇。基于此，本文将目光聚焦于全媒体时代新疆广播电视台文艺节目的编导策略调整以及审美范式的转型。研究过程中，充分结合媒介融合理论以及文艺创作的内在规律，深入细致地梳理新疆广播电视台文艺节目在全媒体时代转型的具体路径。期望通过这一研究，能够为新疆广播电视台以及与之情况相似的边疆民族地区媒体，在优化文艺节目创

作、提升传播效能等方面提供切实可行的参考与借鉴，进而推动全媒体时代的文艺节目能够在思想深度、艺术水准与传播广度上实现有机统一，绽放出更加绚丽的光彩。

2 全媒体时代文艺节目发展的核心特征

目前，在全媒体潮流涌动的大背景下，文艺节目相比于传统的节目来说，有自己的鲜明的时代特征，主要表现在受众、内容和传播等方面。从受众面讲，文艺节目观看对象的变化是非常突出的，即趋向年轻化、多元化和个性化等。相比起以前以中老年为主的电视观众群体而言，现在的 80 后、90 后甚至 00 后成为目前主流的文艺节目的观众人群，这部分群体十分容易被调动起自身的积极性，在收看电视节目时，不仅是为了消遣时间，还需要节目带给他们的精神愉悦感，希望获得关于节目的更多表达。另外，在关注反映地方特色及民族特色的节目方面，有着非常高的关注度。

在内容上，表现为轻量化、碎片化和精品化趋势。短视频兴起，观众注意力变短，对于耗时长传统大长剧不再那么感兴趣，要打造出一些短小精悍、有观点的短视频。对

【作者简介】热孜万古丽·阿迪力（1979—），女，维吾尔族，中国新疆喀什人，本科，三级导演，从事全媒体时代文艺节目的编导策略与审美范式转型研究。

于新疆广播电视台来说更要突出民族融合特色,把十二木卡姆、克孜尔千佛洞等特色地域文化与时代相结合,在此基础上生产出有辨识度的内容。

传播方面体现在多屏联动、全境覆盖以及互生交互3个方面。不同于以往文艺节目仅仅采用电视大屏传播的情况,文艺节目现在已经形成了“电视+短视频+直播+小程序”的多渠道传播矩阵,产生了“大屏引流、小屏传播、多屏互动”的全新传播格局[1]。另外,传播主体从以单一的媒体机构为主,转变为“媒体+受众”多元主体协同作用的结果,在这个过程中,受众通过对节目的二次创作或者评论等方法积极参与节目传播,从而达到口碑相传的营销效果,实现良好的传播闭环。

3 全媒体时代新疆广播电视台文艺节目的编导策略优化

3.1 选题策略:立足地域特色,兼顾时代性与思想性

选题是文艺节目创作的前提,影响节目的核心价值和辐射力,全媒体时代节目要在百花齐放的基础上打破同质化壁垒,发挥自身特色。新疆广播电视台选题一直以“地域特色+时代主题+思想引领”为标准展开工作,并将新疆民族文化、地域风光、时代发展等同新疆的国家政策、民族精神相融合,构建出了独具一格的选题方式。

一方面,深入发掘新疆文化特色,选取地域性文化符号,体现地域特点。新疆多民族聚居地,有十二木卡姆、哈萨克族阿肯弹唱等非遗资源,有克孜尔千佛洞等众多文化遗存。如《国宝里的新疆》《文物里的新疆》通过文物讲历史故事,讲古今丝绸之路,新疆与中原的历史人文故事,形成中华民族共同体意识,体现在民族认同上加强中华文化价值体系确立。又比如《新民族舞大会》,集结全疆各民族优秀舞者,将传统与现代结合,兼具好看又有内涵的新疆歌舞带给全国观众。另外注重把握时代,关注主流,强化思想引领,深化脱贫攻坚、乡村振兴、全民加油助农增收等题材,《春满天山福万家》2023新疆春晚扎根“文化润疆”,聚焦“民族团结一家亲,同心共筑中国梦”,主创团队数易其稿,打通各主流平台打造跨屏矩阵,在云上大观官方直播间、人民网、央视网、新疆天山云视听等网络平台上用云端共享的方式欢聚一堂,全场线上线下都是一片祥和气氛。《五星耀中华》《我们唱起来》节目紧扣推广普及国家通用语言文字、传承弘扬中华优秀传统文化这一题材,是既具有主流价值又很受欢迎的节目。

3.2 播前预热、播中互动、播后衍生全链路运营

为了确保节目的亮相惊艳所有人,在节目上映前将开展一系列预热宣传举措。包括制作悬念感十足的节目预告片、邀请吸睛的节目海报以及组织团队参与深度专访、话题炒作,吸引受众、提高兴趣和关注度,制造首轮传播热潮。同时要注重节目播出过程中的话题热度延续,借助多机位+

节目主创两相在平台上与广大网友深度互动来调动更多人的观看兴趣,通过引导话题设计、实时在线互动、实时投票等多种手段鼓励用户参与到节目发展的全流程当中,从而完善用户的观感、充分释放用户的推荐力,在节目中形成更为良好的舆论环境。除此之外,继续寻找节目本身以外的内容和延展的价值,拆条节目优质片段上传到各大平台供大众观看;推出导演剪辑版本,讲述人们日常也许并不熟知的故事角度、编导想法;后续开发周边产品如节目原声音乐碟、创意性特色周边纪念品等,从而将产品的生命链拉长,扩大节目内容的价值,加深节目的影响力。

3.3 创新叙事模式,增强受众情感共鸣

第一是“故事化叙事”。以小见大,给人以温暖力量。文艺节目不是单一的歌舞演播,而是把真实的人,真实的事,真实的生活场景融入节目中,使人产生代入感。第二是“场景化叙事”。打造“沉浸式”的观看感受,全媒体时代受众希望具有“沉浸式”观看感受,新疆广播电视台文艺节目的编导,针对节目的不同主题,打造出不同的特色场景,让观众有一种身临其境的感受。第三是“非线性叙事”。适应碎片化传播要求,根据短视频平台的传播特点,新疆广播电视台文艺节目的编导将一些时长较长的节目,拆分成分割更小、更短、更具轻量性的视频片段,在节目中运用“非线性叙事”模式。挖掘节目的亮点信息,使视频更具有吸引力。

3.4 强化跨平台合作,提升传播效能

新疆广播电视台与中央广播电视总台、援疆省市广播电视台、各大新媒体平台一道,实现共享资源、发挥优势,在全国范围打响节目品牌的阵地战;可以利用好中央广播电视总台这个大平台,大力向外推介新疆独具特色的文化,把节目的影响最大程度地传播出去;紧跟当下最火热的抖音、快手等短视频新媒体平台,加大宣传推广力度,并推出专属话题#周末嗨起来之疆味乡愁/自信的年轻人,引燃广大受众的关注热情,让其自发参与其中,并纷纷投入到节目中来,这样可以节目真正热起来。另外,还可以参照《中国说唱巅峰对决》IP全链延伸的方式,尝试去打造出节目衍生品。通过打通“节目+衍生+电商”的闭合链条来将二者相融于电商品牌之上,既丰富了节目的商业内涵,又实现了节目本身影响力的有效转化。

4 全媒体时代新疆广播电视台文艺节目的审美范式转型

4.1 从精英主导到受众参与,凸显大众化审美

随着全媒体时代的大潮势不可挡地席卷而来,在人们的审美心理不断变迁的过程中,作为受众的人,已经取代了曾经主导文艺节目的精英人群,开始成为文艺节目的重要审美元素。受众的消费需求及其审美取向和偏好,直接作用于文艺节目的审美观照。立足于此种现状,新疆广播电视台文艺节目突飞猛进,节目从“精英主导”转变为“受众参与”,

呈现出了大众化的审美特征。究其节目的审美标准而言，现在节目距观众更近了，以前人们认为只能看专业的高雅艺术，现在更多是在用一种娱乐、娱乐观众、接近生活的、易懂好看的艺术展现方式展示给观众看。不再是简单的传统专业艺术，而是把民间的小品、曲艺、相声等老百姓喜闻乐见的内容加入了节目中，更有生活气息，接地气。如：《春满天山福万家》的春晚节目特别邀请民间艺人走进新春舞台，原汁原味地展现新疆特色民俗表演。有些节目也运用到“土味美学”，使用一些比较质朴的乡土特色的东西来感染人心，表现了大众化审美的多元化。另一方面，新疆广电针对受众参与节目审美的构建做了积极探索，实现了审美互动的突破。线上的投票、评论、留言、二次创作都是观众发表意见的较好途径。不再漠视受众意见、征求受众建议，而是把受众意见、建议真正用到节目上，继而对节目做出有针对性地优化升级，《新民族舞大会》可以说是一个典型案例。如在节目播出阶段，受众就可以通过线上投票的方式评选出自己喜欢的作品或者舞者。编导人员也会根据以上提供的反馈信息及时调整、修改和优化节目编排工作，使得最终上线的节目作品能够更好地满足大众审美需求。这样的新方式使得大众真正在审美领域发声，打破之前被少数精英人士把持的局面，为广大人民留下了足够广阔的审美元素表达平台。

4.2 从“经典性膜拜”到“时尚化流动”

在此汹涌的全媒体浪潮下，文化符号不断被制造、破坏和更替。现阶段文艺节目的审美范式不再是古老的永恒经典拥有“膜拜价值”，而是更愿意关注到当下有广泛的共鸣性，可以给予人一种感染力和带动力的“展示价值”“分享价值”。文艺节目要成为时代的猎手，在感受到了社会情愫上的细微风动、网络热词上的瞬间升温以及流行趋势上的变化进展时，要能及时捕获并迅速作答，在最快速的反应过程中用最快捷的方式刻画相应的表情包，建构具有“时尚化”的特色语态。当然，并不是单纯跟随当下的潮流并作出回应。恰恰相反，它更加考验的是文艺创作者们。对于有时代紧跟意义的节目来说，是要求文艺创作者能够在视听的层面上用

轻盈且时尚的语言传达出暗藏于其中深邃的文化意蕴，这样的作品才是良品好货。例如，将民族图腾应用于流动图形或交互动态中让具有年代感的民族元素得以再次展现在新的空间场域之中；又如，将古典传说运用到精美的国风动漫短片中通过现代化的动画制作技术将沉睡在历史烟尘里的传统文化视觉化地呈现在现代观众面前等等。

4.3 从“视听美学”到“多感官沉浸美学”

技术发展赋予新的时代新审美，更注重大视听的多感觉协奏，极致高清高帧率高动态范围 HDR、全景声立体音效、VR/AR 等技术极致还原了画面的真实、声音的真实以及身临其境的真实，未来的文艺节目更需要这种“临场感”和“沉浸感”。新疆广播电视台可以通过运用这种技术手段，把壮阔的大草原、茫茫的大沙漠和热烈动人的舞蹈展示得更加震撼，打造出震撼人心的强力度美学感受。

5 结语

全媒体时代，媒介生态的重构推动文艺节目进入转型发展的关键时期，编导策略的优化与审美范式的变革成为文艺节目高质量发展的核心任务。在全媒体时代，边疆民族地区媒体需立足自身地域特色与民族风情，结合时代发展与受众需求，不断优化编导策略，创新审美范式，打造具有自身特色的文艺节目品牌，既要传播中华优秀传统文化、革命文化与社会主义先进文化，也要展现边疆民族地区的时代风貌与民族风情，凝聚民族情感，推动边疆民族地区文化事业高质量发展，为铸牢中华民族共同体意识提供强大的文化支撑。

参考文献

- [1] 汤浩. 全媒体时代广播文艺节目的融合发展策略研究——以中央广播电视总台融媒体文化节目《行走大运河》为例 [J]. 中国广播, 2022, (06): 79-82.
- [2] 孙文佳. 融媒体时代电视文艺晚会的融合和创新发展 [J]. 中国传媒科技, 2020, (11): 79-81.
- [3] 李霖俊. 全媒体语境下电视文艺创作互融研究 [J]. 传播力研究, 2018, 2 (14): 188.