

全媒体背景下创新城市广电外宣的实践

王 凡，朱向迅，葛旭超

为创新对外宣传工作，增强城市广电的传播力和影响力，无锡广电集团通过在节目内容、活动平台、渠道资源上精耕细作，把握新时代外宣工作新内涵、新要求，持续推进文化“引进来”“走出去”的实践工作，传播具有地方特色的城市故事和传统文化，以优质的内容主动对接国内、国际传播媒介，让国内外更好地感受无锡、认识无锡。

一、借船出海，广拓国内外优质媒体渠道

媒体竞争白热化的今天，地方城市广电仅靠自身力量“造船出海”远远不够，要想做大做强扩大影响力，必须寻找更大的平台“借船出海”，这样才能使传播能力和传播效果呈几何级数放大。

1. 与中央级媒体合作，塑造无锡城市新形象。2016-2017 年，无锡广电集团和中央电视台中文国际频道（CCTV-4）合作先后在端午节、清明节、中秋节打造特别节目《传奇中国节》之无锡篇章，带着观众一起品味无锡江南民居的特色建筑，探寻穿越历史长河的人文故事，亲历传统的江南民俗仪式，感受历史文化遗产，品尝地道的江南美食，让全国甚至全球观众了解到无锡醇厚的民风悠久的历史渊源。其中，《传奇中国节·端午》荡口古镇和《传奇中国节·清明》惠山古镇的直播收视率在央视国际全部分站联线节目中排名第一，有效地塑造了无锡良好的城市形象。2017 年 4 月，为向全国人民展示无锡优秀的工商业基因，展示无锡务实奋进的工匠精神和工商业的百年辉煌，塑造无锡锐意进取、产业强市的新形象，无锡广电集团和中央电视台财经频道（CCTV-2）《对话》节目组联合制作了“为中国实业代言”无锡站节目。

2. 与海外媒体合作，传播无锡声音。2017 年 5 月，无锡广电集团和美国中文电视、加拿大 7 天传媒、欧洲中谊文化传媒集团等 18 家海外媒体签订了友好合作备忘录，旨在加强相互合作，实现资源共享，以便在全球各地更广更深地推介无锡。今年，由无锡广电集团出品的无锡首部动画视觉风格中英双语电视纪录片《千年画圣顾恺之》，先后在美国中文电视台、新西兰 TV33、新西兰熊猫电视台播出，通过水墨绘画这种直抵人心、超越国界的艺术形式，把无锡题材、中国故事、传世作品、国际审美充分融合，实现了与国际受众的交流，同时也在内容、版权和合作平台上进行了传播规律探索。这是无锡广电集团对外展示中国传统文化、推进文化“走出去”的重要尝试。

二、借梯登高，主动运用政府重大活动平台

由政府主办的全国乃至世界性的重大政治、经贸、科技、文体活动具有超强的聚焦效应，利用这些大型活动平台，寻找既符合活动宣传重点，又突出展示地方特色的故事和人物，就能事半功倍地起到宣传城市形象的作用。

1. 大型会展活动是综合性、专业性很强的平台，平台越高越能考验媒介传播方运用和整合资源的能力。2017 年 9 月，世界物联网博览会在无锡举办，这是一次高规格的重要展会，更是一次大咖云集、全球瞩目的未来科技盛宴，无锡市委、市政府有意把物联网打造成智慧无锡的“新名片”。无锡广电集团应势而起，组建了 60 多人的专业直播团队，承担了物联网无锡峰会等 4 场高规格会场的高清信号直播任务，信号直接提供给人民网、新华网、央视网、网易、新浪等 30 多家媒体，在线观看人数突破 8000 万人次；同时，承担物博会官方云平台（PC 端、手机端、微信公众号）的搭建和运行工作，会议期间，官网云平台发布文稿 835 篇，图片 125 张（不含文章内插图），视频 115 个；由广电集团无锡博报新闻客户端制作的博视频《马云无锡演讲》阅读量达到 140 万人次。无锡广电集团这套物博会“组合拳”打得非常成功，极大地增强了物博会的传播力和影响力，提高了无锡在全世界的知名度，塑造了无锡身处科技前沿的新形象。

2. 大型文体活动是亲民的平台，更能直视一个城市的面貌。近年来，无锡市连续举办无锡国家马拉松赛、环太湖国际自行车赛、斯诺克世界杯等一系列重大国际赛事。这些赛事，不仅是高水平的运动盛会，也是难得一遇的宣传城市形象活动，无锡广电集团积极介入，主动发声。2018 无锡国际马拉松赛，无锡广电集团不仅派出高清转播车全程参与直播，而且协助中央电视台体育频道（CCTV-5）导演在转播车上准确流畅地实现镜头切换，确保将无锡标志性景观呈现在央视直播屏幕中，将无锡最美的一面展现给全国观众。

三、精耕细作，强化影视精品内容创作

要提高地方对外宣传内容的传播度，更重要的是产品质量要过硬，有传播价值。由无锡广电集团打造，登上国内外媒体的每一个作品，都脱不开两个特征：选题独到，制作精良。

1. 提高内容原创能力，以质量取得传播先机。无锡广电集团立足无锡本土，放眼江南历史文化，打造纪实类电视栏目《发现》，完成了“无锡四大古典爱情”“无锡传统手工业”“城市记忆”“无锡非物质文化遗产”“无锡籍艺术家”等一系列城市风光、历史、人文、传记影像作品。这些作品选材丰富，类型多样，制作精良，画面优美。其中，《阿炳传奇》《评谈·薛福成》《黄鹄》等纪录片先后在中央电视台纪录频道（CCTV-9）、科教频道（CCTV-10）黄金时段播出；“无锡非物质文化遗产”系列作品被北京雷禾文化传媒有限公司编入“精彩中国”节目，向国内 30 家地市级电视台推送；20 多部以无锡题材打造的城市故事原创作品，通过中国电视长城平台和中国黄河电视台、江苏国际频道向亚洲、北美洲、欧洲、大洋洲等地区播出。

2. 结合地域文化特色，弘扬中华优秀传统文化。近年来，无锡广电集团通过联合制作、共同出品等方式，推出了《不肯去观音》《太湖画脉》《寻找 1972》等一批制作精良广受赞誉的影视作品，结合地域文化特色，以无锡出品为中国优秀传统文化增添亮色。《寻找 1972》是无锡广电联合原美国“关心亚洲学者委员会”（CCAS）1972 年访华成员，历时两年制作的中英双语纪录片。这部作品运用美国人威廉拍下的一组无锡城市彩色老照片，引入“洋眼看城市四十年变迁”的比照，以全新视角展示了改革开放进程中无锡人民生活变迁，既让无锡人有亲切感又让国外观众感兴趣，既有历史的厚重又有文化的温度，节目登陆中国黄河电视台、江苏国际频道等国内外主要平台后引起强烈反响。

四、文化交流，加强国际双向互动合作

民间对外宣传是宣传工作必要的、有益的补充，国际文化交流则是民间外宣的主要载体。近些年，无锡广电集团主动策划、积极作为，努力尝试文化“走出去”与“引进来”。

1. 推进东方文化“走出去”，进入西方视野。2015 年，无锡广电集团推介无锡籍元代画家倪云林的后人倪梁携摄影作品集《太湖》前往法国展出，向欧洲民众呈现太湖风光、江南园林、无锡元素，这引起了国外媒体的强烈关注，为城市对外宣传工作提供了鲜活的影像素材。2017 年，无锡广电集团与法国国际文化中心协会在法国新凯旋门顶层举办“写意丹青”水墨画展活动，以东方人文山水画为媒介，与西方印象派作艺术思想的碰撞和交流，江苏籍书画名家现场挥毫泼墨，让国外民众零距离领略了中国传统水墨画的风雅气韵，从而让文化交流活动真正入眼、入耳、入新。今年 5 月，无锡广电集团联手法国上阿尔萨斯文化中心，合力打造了具有东方美学特征和西方视觉技艺的《鱼之乐》水墨动画空间投影项目，这是无锡广电积极构建国际文化交流合作机制，与国外文化机构进行的又一项文化交流合作探索。

2. 促成西方观众“引进来”，感受东方魅力。2016 年，无锡广电集团在无锡举办“中法动画电影交流论坛”，参加论坛的中外观众，尤其是外国民众通过观看影片，领略到了中国早期水墨、剪纸动画的经典诗意之美，深深感受到了东方艺术的魅力。在今年 1 月法国总统马克龙访华期间，无锡广电集团邀请与其同行的法国文化考察团走访无锡，先后参观了惠山泥人制作、无锡精微绣、留青竹刻制作、二胡演奏等非遗项目。这次“洋眼看无锡非遗”文化体验活动是一次沉浸式文化体验，如春风化雨润物无声，让外国友人更为真切、生动地感受到了无锡文化魅力。

（作者单位：无锡市广播电视集团）