

## 剧里剧外

《承欢记》：  
吹来一股海派新风

□程波

电视剧《承欢记》中女主角的名字取“承欢膝下”之意，又带着积极乐观的意味，这使得该剧励志成长与家庭亲情的主题十分明确。剧集改编自亦舒的同名小说，故事从上海苏州河畔普通人家的小女孩麦承欢讲起，29岁的她一直以来都是父母的乖女儿，与相恋3年的男友辛家亮到了谈婚论嫁的时候。可谁知男友刻意隐瞒了富二代身份，让这一切失去了平衡；另一边，女主角的母亲刘婉玉不断以爱之名，没有边界感地参与她的生活，这让承欢逐渐筋疲力尽；与此相对的，工作中“闯入”她世界的精英上司姚志明成了她的欢喜冤家……这些隐藏在家庭、爱情与事业中的种种危机，让承欢意识到，唯有自己奋斗得来的幸福才最为坚实。一次次选择蜕变与成长之中，承欢在“承欢父母”和“忠于自我”之间努力求索，找到了与家人和谐相处的亲情密码。

剧集叙事的3条线索各自清晰又相互交织，呈现了真实丰满的生活细节和清新自然的风格气息：在最主要的亲情线上，祖孙三代围绕家庭、婚姻、独立、自我价值等议题，代际矛盾冲突渐次展开，三代人之间的呵护与反哺最终指向的是温情。让人似曾相识却又感慨唏嘘的是，剧中通过情节和人物传达出这样的观念：长大后的你要像小时候父母耐心等候我们一样，按下暂停键等一等他们，让亲情在守望中踏实落地。这如一层被突然捅破的窗户纸，让亲情主题得以动人附着。

剧中的爱情线尺寸精当，“甜咸”合适，也很养眼舒心：女主角与善意伪装成穷小子的富二代，因为双方家庭之间的议亲博弈，逐渐走向爱意消亡，而后在与真性情但故作高冷的上司的相处之中，逐渐习得平等相爱的真谛，引发观众对于爱情及婚姻话题的热议。此外，剧中叠加其间且带有追忆感的“父母爱情”也很真挚动人。

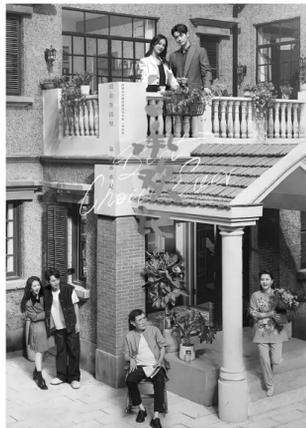
事业线是女主角找到独立人格和自我价值的主要战场：职场商战等这些常见情节在这部剧中被处理得举重若轻，商战中夹杂家族史、城市史与职业理想情怀。麦承欢从平凡没有野心，到渐渐发掘自我潜力，凭借坚韧、努力、不屈和决心，在获得机遇时牢牢把握住，成就了一番事业。

作为“上海出品”，《承欢记》在剧情和置景上包裹着的当代都市感与海派文化元素令人瞩目。剧集完整搭建了以上海三和里为原型的弄堂，以思南公馆为参考的老洋房，同时在瑞金宾馆、原远东饭店、原卜内门大楼、文艺医院等10多处上海百年历史建筑等实景地取景拍摄，展现了历史悠久、底蕴深厚的海派气质。并且，通过地铁、共享单车、露天双层巴士、苏州河景观步道等多元交通出行方式，营造出上海生活的都市气息。

近些年来，新海派电视剧潮流渐成，家长里短的市井风已经转化为现代感很强的都市味，时代发展过程中的个体成长、不断演变的家庭关系、聚焦当下的社会话题等，共同交织成新层面上的烟火气。在这一维度上，《承欢记》更进一步进行了综合与创新：吴彦姝（麦祖母）身上有着老上海的优雅气质，何赛飞（麦母）身上交织着源于黄山老街的传统戏曲范儿和上海弄堂生活的“地气”，而杨紫（麦承欢）则呈现出清新自然的都市活力，三者结合在一起成就了一幅新时代海纳百川、兼容开放的都市风情画卷。

从风格和类型上说，《承欢记》融合创新的策略意识也很自觉和有效。母女、情侣、父母之间的生活磕碰，男女主角之间的误会和错位，女主角和男主角身边“好事者”的互动等，这些都为该剧营造喜剧感打下了情境基础，健康写实与都市言情之间的平衡也构建了正剧与轻喜剧的类型融合。整体来看，《承欢记》是一部制作精良、诚意满满的展现当代上海全景式生活的电视剧，借助美食、服饰、建筑、方言等载体，从老百姓的衣、食、住、行多角度真实呈现生活，以温情、轻松、幽默的表达方式，拒绝传递焦虑，主张相互理解、共同成长、彼此守望，可谓是都市情感话题剧里的一股海派新风。

（作者系上海大学上海电影学院教授、副院长，上海温哥华电影学院执行院长）



## 一年涨粉2000余万——

## 解码中国蓝新闻的逆袭之路

□施晨燕

一年多来，浙江广电集团融媒体中心新闻中心的“中国蓝新闻”品牌被进一步擦亮，新闻传播质效显著提升。2024年前3个月，中国蓝新闻微博全国热搜超百个，短视频账号平均每天点击量超1.3亿次，视频号稳居全国民生榜单前10名，抖音号也被列入抖音平台优质账号。根据《收视中国》近期发布的CSM省级台新闻融合传播指数，中国蓝新闻被其称为年度黑马。

2023年春节前后，中国蓝新闻矩阵全网粉丝数还停留在465万，如今，粉丝数已增加到2600万，一年涨粉2000余万。这一逆袭之路，中国蓝新闻矩阵是如何走出来的？

**进一步提升作品“优质原创”的能力。**原创优质内容是主流媒体的核心竞争力。全媒体时代，平台可以拓展、形式可以创新、渠道可以改变，但内容为王依然是不变的法则。而且，在平台整体流量、粉丝增速放缓的情况下，优质原创显得愈发重要。可以说，谁能掌握优质原创的这个内功，谁就掌握了亿级传播的流量密码。为此，中国蓝新闻2023年上半年提出了“全国抓热点、天天有直播”的全新打法。在一线采访、现场报道、出境直播等方向发力，努力深入热点新闻现场获取第一手资料。

例如，缅北电诈是去年的年度热词，中国蓝新闻是较早关注并介入相关报道的主流媒体之一。推出的“缅北惊魂500日与夜”系列短视频，聚焦缅北电诈窝点被困人员阿保的案事件。这组短视频多场景、全方位、多视角地还原了此案的完整过程，长跨度、跟踪式的报道使新闻作品不仅有厚度，更有品质。一经推出，引爆全网，全系列短视频播放量超过4亿，一度成为缅北电诈类报道的典型案列。一年多来，从浙江救援队赴土耳其救灾到淄博烧烤火爆“出圈”，从回浦中学男篮队夺得全国总冠军到C919大飞机首飞，从杭州亚运会到河北涿州抗洪……中国蓝新闻始终冲在热点第一线，仅直播就做了近300场，极大地提高了知名度和影响力。

**进一步提升热点“二次传播”的能力。**自媒体时代，人人都有麦克风，人人都是信息传播者。传统媒体在抢占第一时间上已经不再占优势，当事人甚至是



中国蓝新闻紧盯“农户沼虾死亡 政府紧急救助”进展，做好跟进报道。资料图片

旁观者都会在网上形成首次传播。这时候，主流媒体依旧可以积极抢抓“第二落点”，增强设置议题的能力，延伸和打造整个传播链路，做好二次传播，甚至三次、四次的后续传播。2024年3月下旬，一位名叫王喜乐的“95后”姑娘在自己的小红书账号上发布“实名点赞浙江政务服务”的长文，引起了部分网友的关注。因为家里养殖的沼虾大量死亡，她向浙江省政务平台“浙里办”留言求助，没想到立刻得到了浙江省农业农村厅的回复，在专家的帮助下一天就解决了难题。中国蓝新闻编辑看到长文后，立刻联系当事人和省农业农村厅了解相关情况，发布微博推文和话题，形成了有效的二次传播。在中国蓝新闻的强力推动和运营下，这个紧急求助背后所体现的浙江速度，迅速登上微博全国热搜榜，引发全网关注。在这波报道火爆后，中国蓝新闻继续紧盯事件后续进展，持续拓展传播热度高度、延伸报道广度深度。针对专家回访、当事人送锦旗、省农业农村厅主要负责人回应等后续动态，全力做好传播，形成了较好的报道链路，全网点击总量超1.5亿次。

**进一步提升评论“快速反应”的能力。**在新闻传播过程中，新闻评论扮演着至关重要的角色。在当今信息爆炸的时代，新闻评论的重要性愈发凸显。它不仅是新闻报道的重要补充，更是传递

观点、引导舆论的重要手段。众声喧哗是当前线上舆论环境的常态，围绕某些人物、事件的舆论可以在极短时间内完成从形成到爆发的历程。因此，新闻评论与新闻报道一样，也应具有较强的时效性，要针对当前发生的新闻事件，迅速地发表自己的观点和看法。中国蓝新闻从去年开始，推出了“中国蓝时评”“联播连连看”“今日平说”“蓝媒热评”等融媒特色评论类和观察类产品，用原创精品阐释观点态度，为中国蓝新闻品牌的打造赋能。以“今日平说”“蓝媒热评”为例，去年至今已经推出近500篇新媒体评论，目标是做新时代优质观点产品的输出者，稿件由记者在业余时间完成，提供对热点时事、经济大势等的独特看法。以去年快速小哥彭清林跳桥救人事件为例，事件一发生，中国蓝新闻记者就在彭清林笔录的派出外对他进行了采访，并推出了《这一跳，你屏蔽了所有的算法》的评论。评论里有理性的数据计算，也有感性的细节分析，提出了“能计算的是时间和风险，不能计算的是人的勇气和光辉”等观点，稿件一经推出，就被浙江全省数十家新媒体转发，引发网友共鸣。

**进一步提升账号“纵横连横”的能力。**社交媒体账号运营单打独斗是死路一条。2023年以来，中国蓝新闻深耕“全国热点新闻直播联盟”资源，充分

链接央媒新媒体平台，同时协同澎湃新闻、看看新闻、荔枝新闻、四川观察、大象新闻、闪电新闻等兄弟单位。中国蓝新闻矩阵号的运营升级，每个人都联络20个以上的全国大号，共建话题、相互赋能，在全国热点流量池不断滚雪球，同时依托自身账号矩阵，搅动话题，轮动推流。《非洲“玫瑰”回娘家》就是多个矩阵共建话题、账号协同的一个典型案例。非洲姑娘Rose10年前嫁到浙江丽水，目前是一名网红达人，去年她回到非洲娘家，浙江广电《1818黄金眼》栏目的记者行进行式记录了她的“万里归乡路”。随后，在第三届“一带一路”国际合作高峰论坛期间，Rose受邀参加相关专题论坛。几个月时间，中国蓝新闻记者协同《1818黄金眼》，素材共享、形式互补、话题共创，同时联动新华社、央视新闻等账号，推出了《Rose回娘家》《“新丝路”上的“玫瑰”故事》等多件产品，有关短视频还被乌干达驻华大使馆的账号转发，相关话题全网总点击量高达32亿，用较大声量展现了“一带一路”倡议铺就的“丝路金桥”。

**进一步提升人员“创业干事”的氛围。**媒体融合、报道升级，是一个不断垒高递进的过程，要相信年轻人，充分调动年轻力量，激发创新活力。去年，中国蓝新闻从机构改革入手，奋力推进重组重构重塑，在媒体端打破了原有的部门壁垒，进行了战队长的选拔，经部门民主推荐、个人自荐、差额选拔、竞聘演讲等环节，从原来的3个部门变成了7支战队，队长大部分是“90后”，并以此作为突破口实现部门人员整合重组、考核机制焕新，充分调动和激发部门内生动力。同时，明确量化考核的目标，通过KPI的导向作用，突出每个战队的主攻方向，细化、具化到月的考核目标，通过对评价结果晾晒比拼激发员工干劲，全力奔跑新赛道。正是通过一支支战队的不懈努力，中国蓝新闻客户端的用户数，微博微信短视频的传播量、互动量以及网络直播量等关键指标有了爆发式增长，中国蓝新闻品牌不断被擦亮，主流媒体新闻舆论引导能力也得到进一步提升。

（作者系浙江广电集团融媒体中心主编）

## 智媒时代，主持人创作价值需再提升

□尹航 邢晋瑞

随着数字技术的兴起和人工智能模拟人声技术的日渐成熟，语言创作和传播领域发生了一系列变革，这也改变了传统媒体主持人有声语言创作的路径。

智媒时代，人人都是有声语言的创作者，人人都是可以出镜的主播。在人工智能迅速发展的今天，主持人在有声语言创作的价值变得多元，并在智媒语境下重构。因此，需要结合人工智能在语言传播等方面的优势，让有声语言创作主体——主持人在传播中更好地发挥其价值引领作用。主持人在享受时代带来的技术便利的同时，也要充分利用资源，不断提升创作价值，满足时代需求。

改变与融合  
创作空间不断出新

在媒介形态和传播机制上，智媒时代的语言传播不再局限于传统媒体，数字技术的融入使得语言传播更加多样化和便捷化。以微博、微信等为代表的社交媒体、即时通讯工具和在线平台为人们提供了广泛的传播渠道，加速了信息的传播速度和传播范围。在传播主体上，智媒时代人工智能技术迅速发展，尤其是随着人工智能模拟人声技术的普及与成熟，丰富了视听有声语言创作主体形态。

智媒时代，虚拟演播技术不断影响视听节目从生产到播出的整个过程，突出表现在有声语言创作主体的创作空间不断创新，相对单一的创作场景被打破，语言传播呈现出虚拟演播和现场主持交互的态势。因此，主持人应表现出更强的互动性和个性化等特点，使节目富有纵深感与立体性。

如今的节目中，受众常常可以见到，主持人从一个固有的真实空间进入由技术设定的多维虚拟空间，在这种虚拟和现实的巧妙切换有机结合中，实现有声语言创作的交互性。例如在《今日说法》节目中，主持人撒贝宁在讲述有关案发现场和环境的细节时，节目组

会利用虚拟演播技术模拟重现案发现场，这能够令受众产生身临其境之感，更能随着主持人一起思考、分析案情。当案件真相大白后，主持人撒贝宁再“回到”现实演播室中，就这一案件给人们带来的警醒和思考进行解读或评论。在这样复合化的场景中，受众对于分析案情的体验感、侦破案件的参与感倍增，提升了节目的传播价值，这无不体现着智媒媒体时代对有声语言传播的积极影响。

坚守与践行  
发挥能动性“再把关”

对有声语言的创作主体——主持人而言，虚拟演播技术的投入使用，让传统主持人面对镜头“我说你听”的单一话语形式，更多地演变为“百家之言”的互动体验式表达，从过去线性传播到现在的沉浸式主持，主持人由原来的播报者转变为事件的参与者、引领者，其主动性更加凸显。在这个时代，主持人更应该发挥自身积极作用，做好价值引领和思想先导。

首先，积极传承中华优秀传统文化，提升国家软实力。随着传播技术的便捷和普及，人人都有麦克风的时代已经到来，视听产品更是比比皆是，这也导致了一些良莠不齐、随心所欲、不明是非的有声语言作品乘虚而入。这就需要每一个有声语言创作者自觉抵制，当好“把关人”。无论是过去的传统媒体时代还是如今的智能媒体时代，“以崇高的精神塑造人、以优秀的作品鼓舞人”都是媒体人的重要责任。

其次，充分展现人文关怀，强调人性创作理念。作为新闻生产技术与工具，AI合成主播的优势显而易见，它们可以不受生理因素影响，做到连续不间断的直播以及不会出现口误等播出事故，但不可否认的，在有声语言创作和传播活动中，AI主播仅仅只是工具，缺少反应和共情能力，更不具备人

文关怀，显然无法取代真人主持人。

作为有声语言创作主体，主持人与受众之间的“双向认同”，很大程度上取决于主持人在语言传播策略、个人表达风格、情感态度传递等各方面的能力，其在创作中的表达和情感直接影响着传播内容的属性，以及受众对这一内容的态度和判断，甚至影响到大众的价值观念和意识形态。智媒时代，信息的有效传播体现在创作主体与受众在情感和思想上的统一，受众对传播者的认同也是建立在人文情感和正确创作方向的基础上，其核心依旧是“人文”而非“科技”。

最后，切实增强社会公信力，正确引领舆论导向。传统媒体时代，信息的来源是真实可靠的，传播媒介是权威的，内容的输出是严谨规范的，这保证了有声语言创作传播的前提——真实性。智媒时代，有声语言传播主体的多元化弱化了主持人“把关人”的作用，信息传播的开放性和互动性也为主持人的工作增加了难度。

现如今，随着国家政策等相关要求，大多数媒体和传播平台在新闻生产过程中，对信息的真实性和客观性进行了一定的规范，但面对信息本身所引发的价值判断等波动因素，还需发挥主持人的能动性，通过创作进行“再把关”，使受众作出正确的价值判断，引导舆论正向发展。这既是广电媒体有声语言创作主体的时代使命，也是提升其创作价值的重要路径。

转型与优化  
展现个性化风格

智媒时代背景下，主持人想要完成信息的有效传播，很大程度上取决于个人形象和品牌形象。因此，主持人必须调整自己的角色定位，适当转型并优化创作内容，从而最大限度发挥主播在信息传播中的主导作用。

相比于传统媒体的收视（听）率，

互联网时代的流量就是收益。节目中，主持人的语言创作风格千篇一律，远不能满足智媒时代用户对视听产品的多元化需求。智媒时代，主持人要适当展现出自己个性化的一面，并融入自身创作风格，使自己在百花争艳的视听产品中独树一帜，这样不仅能够满足用户多样化的需求，更能够使流量获得提升。康辉作为中央广播电视总台新闻节目主持人的代表，以往在《新闻联播》中展现的是严谨、庄重的创作风格，但康辉在《主播说联播》中的不同表现，同样受到了众多受众的喜爱和好评。在之后的《大国外交最前线——康辉的Vlog》等节目中，康辉以第一人称的角度对习近平主席出访巴西等国的新闻进行了报道，充分展现了其创作魅力，收获了大批流量和粉丝，成功完成了智媒时代的个人转型。

当前，有声语言传播的形式已经发生了较大变化，对创作主体能力的要求也在不断变化。智媒时代下，主持人应加强与新媒体的联系，学习新媒体行业中使用较多的直播、录音、配音、视频制作等软件，善于利用虚拟现实技术，依托大数据进行智能分析，体现创作主体的智媒应用能力。

智媒时代，很多受众是先对创作主体及作品产生兴趣，进而才关注相关账号。作为总台权威新闻评论类节目《新闻1+1》的主持人和评论员，白岩松犀利的点评、睿智的分析、正确的引导，令其深受广大受众喜爱。2021年年底，白岩松在抖音短视频平台发起并主持了高校巡回演讲节目《开场白》，针对Z世代的热点问题同广大青年受众一起分析探讨，寻求解决问题的方案。《开场白》在平台优势的基础上，将内容升级优化，与年轻人深度交流、智慧对话，符合智媒时代目标受众的需求，加上主持人在专业的角度带来独家见解、生产独家观点，获得广大受众认可，而平台的延伸也为有声语言创作价值提升带来了无限可能。