

总有一种力量,让我们前行;总有一种力量,让我们感动。11月27日下午,由现代快报+·ZAKER无锡和白马文化策划和组织的“唱响主旋律,让好声音回到人民中间”文化研讨会,在无锡市新吴区新安街道大溪港湿地公园游客中心举行。

原无锡市委宣传部副部长何承志,中国电视艺术家协会会员、中国电视音乐研究会会员、中国演出家协会会员、无锡影视艺术家协会副主席张伟鸣,全国知名品牌战略学者、无锡吴文化学者杨大中教授和2020年落地过中国好声音无锡赛区活动的部分街道代表参加。

与会嘉宾和代表分别就如何更好地扩大中国好声音在无锡的影响力,让更多普通百姓登上梦想的舞台;更好地丰富并服务老百姓的群众文化生活,助力强富美高新无锡建设等议题进行深入研讨,并对2021中国好声音全国海选无锡赛区活动的策划和举办提出了一系列建设性的建议。

陈敏/文 尤力庭/图



“唱响主旋律,让好声音回到人民中间”文化研讨会现场

弘扬太湖美,无锡需要更多“好声音”

——首届“让好声音回到人民中间”文化研讨会侧记

原无锡市委宣传部副部长**何承志**
打造“1+N”社区版群众文化活动品牌

由现代快报+·ZAKER无锡和白马文化共同承接中国好声音全国海选无锡赛区活动,我很高兴看到传媒机构和企业的这种合作,文化企业的创意力叠加媒体机构的传播力,让我们有理由期待,他们能合力把中国好声音无锡赛区的品牌做大、做强、做优。

在我看来,中国好声音作为电视类音乐真人秀,是一个知名度和美誉度很高的品牌活动;落地无锡,因地制宜,添加并融入地方的元素,是对原品牌的一种新开发,是正确的方向,而我的建议是,双方合作就是要打造一种“1+N”的社区版群众文化活动新品牌。

从模式而言,“1”是中国好声音的精神文化,即有音乐梦想的人实现梦想的舞台;“N”指的是社区元素,比如政府层面需要的文化宣传、文明创建、法治宣传等主题;从传播而言,“1”是指学员,“N”是指其亲友团、网友和吃瓜群众,只有把多方需求结合,汇聚社会好声音,实现多方共赢,才能实现活动品牌的最大价值。

中国电视艺术家协会会员、中国电视音乐研究会会员、中国演出家协会会员、无锡影视艺术家协会副主席**张伟鸣**

要加强地推活动和电视节目之间的融合

今年,我作为评委现场参加了在无锡荟聚中心举行的2020中国好声音全国海选无锡赛区总决赛,当天活动现场人气爆棚,也让我感受到了新生代音乐爱好者对音乐的热情。在这样的时代背景下,作为一档音乐类选秀节目,好声音拥有强大的生命力,也有优化的无限可能。

目前,我觉得在无锡的好声音地推活动,和浙江卫视电视节目之间的融合可能还不够。一方面,是否可以把电视节目上的“种子”选手,即有影响力、得过好名次的学员,真正下沉到无锡;另一方面,是否能有一名无锡优秀学员走上全国总决赛舞台。这对于无锡市民而言,能引起更大的轰动效应。

此外,还有一个建议,作为一档音乐节目,应该在声音标准上再提高,一方面,提高经费升级设备,保证声音品质,另一方面,把握好后期调音跟原音的关系,才能让真正的好声音更好地传播出去。



全国知名品牌战略学者、无锡吴文化学者**杨大中**
创新+独特+传播,打造属于无锡的“好声音”新模式

中国好声音走进无锡,是一件相得益彰的好事情。好声音是国内一档知名的音乐评论类节目,无锡是“音乐之乡”“音乐世家”,中国第一把真正现代意义上的胡琴是由无锡人发明的,中国第一部琵琶曲谱来自无锡,闻名世界的民间音乐《二泉映月》是由无锡的“阿炳”创作,这是音乐与音乐的“相遇”。

也正是基于此,2021中国好声音全国海选无锡赛区活动,我建议还是要创新,在赛事上、模式上、选人上,形成自身独特的差异化价值,区别于其他音乐类节目、区别于落地无锡的其他活动,要形成一整套属于无锡的“好声音”运营新模式。

在传播方面,我个人建议要找到一个亮点,进行集中展示、密集宣传、设计宣传,比如现代人在朋友圈分享的一个视频,只要足够有亮点,身边好友会很乐意去分享、转发,找到这个亮点就是找到了“钥匙”,才能真正唤起大众参与的热情。

无锡空港经济开发区(硕放街道)宣传文旅科**张洵**
这是一个“高人气”且易“圈粉”的平台

三个月前,由现代快报+·ZAKER无锡和我们无锡空港经济开发区(硕放街道)联合主办的“空港新城之夜”文化艺术节暨中国好声音无锡赛区半决赛在硕放文化中心广场举行,当日现场活动吸引两千余名居民观看,好评如潮。有居民直言,希望街道能多多引进这样的活动,家门口就能欣赏到高质量舞台表演。

作为国内最具影响力,集音乐素养提升与百姓关注爆点结合的电视音乐节目,中国好声音群众基础深厚,其地推海选活动在无锡也产生了很大的影响力。走下荧幕,来到居民身边的这种形式,不仅丰富居民的文化生活,也为我们地方主题文化活动搭建了一个“高人气”且容易“圈粉”的平台。

从节目角度,一方面,希望好声音电视上的更多优秀学员、优秀音乐节目能出现在现场,另一方面,希望能有更多策划,将好声音的舞台融入更多的当地文化元素,这样更能吸引全民的传播热潮。



太湖街道宣传科科长**华家乐**
好品牌也要“接地气”

10月中旬,太湖街道“梦圆小康·大美共赏”文艺汇演暨《中国好声音》美好无锡巡演,在无锡大剧院南广场举行。当日虽然空中还飘着微微细雨,夜晚明显感受到气温下降,但依旧阻挡不了市民参与活动的热情,现场人气爆棚。

当晚活动,除了好声音歌手献唱,太湖街道桥之韵舞蹈队的舞蹈《梦想如此美丽》、诗朗诵《我的江南》、小品《时间就是生命》等群文节目也登上舞台。老百姓又看又演,参与热情很高。

对于以后好声音落地街道,建议双方可合力打造、打响全民参与的音乐互动的活动品牌,一方面,好声音深入社区,让老百姓有更多机会参与、欣赏好节目;另一方面,并以此与街道的品牌活动进行嫁接,好品牌+接地气,好声音无锡赛区活动一定会越办越好。

蠡湖街道美湖社区**陆超**
巡演地留更多时间,充分挖掘本地的文化元素

9月下旬,中国好声音美好无锡巡演暨蠡湖街道美湖社区第三届“吴韵太湖”文化节启动仪式在锡城壹街(美湖文化街东广场)举行。与此同时,当晚还举行了无锡醉蟹文化节,现场活动形式丰富,不仅有美食,还有丰富的文艺演出,吸引了不少居民围观,人气也很不错。

以后的好声音活动,建议在落地巡演地活动前,主办方能留出更多的时间,充分挖掘本地的文化元素,比如更多了解当地街道社区的文艺社团、群众文化活动等,与好声音舞台演出进行有机融合,也许能更受老百姓的欢迎和喜爱。



►扩大中国好声音在无锡的影响力,让更多普通百姓登上梦想的舞台

