

# 用原创音乐视频

## 增强Z视介传播力探讨

陈黄臻

面对新媒体的冲击，传统媒体如何运用自身能力和传播平台，更加“短平快”地将情绪与价值进行传播，增加点赞，扩大转发，并在评论区让观众有感而发，与内容迅速共情，是各路媒体追逐的方向。在这样的背景下，原创音乐视频可谓是一条“蹊径”。

笔者作为浙江电视台钱江都市频道音乐工作室主理人，曾为各大活动、品牌、视频创作原创歌曲30余首。2021年，在疫情期间改编并重新作词的 music 视频作品《浙世界那么多人》以全网超过5亿的点击量成为现象级音乐视频作品，被

央视、人民日报、新华社等多家媒体转载，获得中国新闻奖新媒体类三等奖、浙江新闻奖新媒体类一等奖。2023年4月，为浙江广播电视集团全新新媒体视频平台“Z视介”打造主题歌曲《青蓝世界》。

### 一、一个媒体人：融媒时代需要新“武器”

2023年4月18日，浙江广电集团全力打造的我省重大文化传播平台“Z视介”正式启动。站在启动仪式的舞台上，作为一名青年广电人，笔者由衷地感到骄傲与使命重大。“Z视介”的发布将改变传统媒体的传播体系和固有模式，用

年轻人喜欢的新思维、新玩法、新看点和新渠道传播人民群众喜闻乐见，符合新时代价值观的新内容。看着“Z视介”的大Logo，笔者的思绪不由得如同电影般回放。在浙江广电集团工作的9年，笔者经历了媒体转型、迭代和更新的整个过程，也更能体会受众对于不同平台传播内容接受方式的变化，“短、平、快、直”的趋势日益明显。从目标上来说，传统电视平台考量时段收视率。新媒体公众号讲究阅读量和转化率。自媒体短视频追求完播率、点赞量、转发量。当下的融媒体则需结合以上种种目标，用精良的制作、考究的角度做受众关心的内容，进而引发共鸣与共情。

以往大家对于MV的认识是歌手发了专辑后，会给自己的歌曲拍摄MV。唯美的画面、有设计的剧情让歌曲有了视听体验。MV不仅能让音乐有画面感，增强音乐的感官，还能表达创作者的歌曲创作意图，传达情感。在3-5分钟的时间里，可以进行一次音乐感受之旅。一首首MV其实就是最早形式的短视频。然而，并没有规定说MV只能出现在歌手专辑里，它同样也可以作为媒体内容的传播方式，将需要传播的内容更简单直接地传播到接收端，让受众快速产生共鸣与共情。

MV需要的是两部分内容：音乐和视频。在这样的思考下，也在频道已经成立中视频工作室的条件下，钱江都市频道音乐工作室也应运而生。了解传播需求，擅长音乐创作和制作，并且在短时间内将两者结合到音乐作品中是我们的优势。笔者和同样具有音乐专长的同事赵时一起担纲起了音乐工作室的相关工作，尝试着用新的“武器”去“打仗”。

## 二、《浙世界那么多人》：主持人能力的全面运用，新思路带来新看点

2021年11月，新冠疫情在浙江呈现多点散发的趋势，在全民共同抗疫的同时，各行各业涌现出了许多感人的故事。作为省级主流媒体，我们有责任和义务让更多的人看到共克时艰过程中的感人画面。在这样的背景下，大家最终决定以MV的方式加以呈现。困难是如何选择歌曲，如何改编歌词，以及如何搭配画面。而这一切困难，只有48小时的时间来给我

们解决。

接到制作任务的时候是深夜11点。MV的一切画面都是根据歌曲来制作，12小时之内我们必须制作好这首歌。这是一个巨大的挑战。幸好有每天利用空余时间大量听歌的习惯，几乎是在收到任务的同一时间，由彭飞作曲，王海涛作词，莫文蔚演唱的歌曲《这世界那么多人》出现在了笔者的脑海里，这首歌无论是节奏，还是旋律，包括编曲配器都十分符合我们想表达的情绪，非常有画面感。我们俩对这个想法一拍即合。得知原作者也有这样的想法想为抗疫宣传工作尽自己的一份力之后，我们在很短的时间内征得原作者同意，对歌曲进行了段落及歌词的改编。因为在一线接触到了众多抗疫的感人瞬间和英雄事迹，以及普通老百姓的心情，我们分工合作，用两个小时的时间完成了歌词的改编，并在次日早晨进行了录制。而中视频团队也在拿到歌曲后第一时间通过集团平台，找到与歌曲最匹配的画面进行剪辑。48小时，我们完成了一个“不可能的任务”。(MV《浙世界那么多人》音视频链接：<https://weibo.com/2803301701/4714602434397187>)

MV《这世界那么多人》在“美丽浙江”视频号推出后，几乎在10分钟后就开始疯狂地走起了数据，观看量、点赞和转发量都成几何倍数提升。第二天更是被各大媒体和公众号进行转载。一天之内，这首MV作品就成了点赞、转发、收藏3个10万+的作品，全网点击量迅速突破3亿，成了现象级的爆款。截至2021年12月底，全网点击量超5亿次。当时这首歌让处在不同地域、在疫情中煎熬的人们燃起了无限的希望，切实感受到了共克时艰的温暖。这个超出所有人意料的现象级爆款，不但是内容的成功，更是MV这种“新”形式在融媒平台传播方式的成功。

## 三、《青蓝世界》：文化自信才能破新局

在《浙世界那么多人》的成功尝试之后，虽然承接了大量的商用、活动用歌曲MV的制作工作，但与此同时，我们的音乐工作室也在酝酿将音乐的能量最大化来赋能集团建设。今年2月，我们开始着手考虑应该制作一首属于浙江广电人自己的歌。如果有了这样一首歌，

这将是企业文化的缩影，也是对外的自信展示，更是内容传播的先锋。这样的想法与集团重大文化传播平台“Z视介”的诞生不期而遇。

当时，集全集团之力打造的重大文化传播平台“Z视介”正在攻坚阶段，我们的想法得到了集团的全力支持。音乐能鼓舞人心，音乐能讲故事，音乐能让人共情，音乐能表达情感。借由这样一首歌，我们能让世界知道，什么是“Z视介”，什么是不一样的浙江广电集团。在前期与主创团队的对接中我们也了解到，在“Z视介”的创意阶段，一直都是以“青瓷”的意向来解释其文化意蕴维度：青瓷是浙江独有的文化载体，胎出大地，火炼成器，也是我国文化的世界级表达符号，更表达了青海蓝天背景下青出于蓝的决心。就在那一刻，关于歌曲的创意在一瞬间迸发。



(MV《青蓝世界》网址：<https://zvtv.cztv.com/vplay/110686.html>)

在创作过程中，我们结合“青瓷”概念，通过各种渠道收集了大量青瓷出窑时，因为温度瞬间改变而出现裂纹的冰裂声原声并进行采样，将其作为歌曲开头的引子：横空出世源自于“青瓷”的冰裂重聚。然后在歌曲段落上，我们想要追求奋发昂扬，青春洋溢的状态和高度的传唱性，采用了主歌+预副歌+副歌+洗脑段的方式来写作，旋律出自于四个和弦的搭配之间。为了追求这样的目标，在编曲上我们采用了管弦乐、小号独奏、中国鼓等，追求力量感与昂扬感，再搭配上吉他、贝斯、架子鼓和电子合成器，让歌曲更加青春洋溢。

想要有这样的表达和传唱，歌词也至关重要。在歌词的写作中，我们尽可能地去剖析集

团的战略方针和意蕴维度，将其融入大家所熟知的事物里，如青瓷、之江、潮涌、雁阵、青蓝海天等。为了增加记忆点，在特意设计的“洗脑段”中，也加入了谐音的“这世界”和呐喊式的歌词。就这样，我们创作了一首属于浙江广电人自己的歌。

歌曲完成后，在音频部门的大力帮助下，我们完成了人声的录制和对真实乐器的录制。在集团团委的全力支持下，完成了MV的创作。搭配着令人激昂奋进的音乐，在MV中，笔者看到了Z视介准备和呈现的全过程，也正和这首歌的制作过程一样：“众人之事众人谋，众人之事众人干”。

在MV正式完成并随着Z视介的上线进行全面的宣发之后，这首代表浙江广电人自己的歌收到了大量的好评与点赞。不少新老员工也都在评论区留言，诉说这些年自己与浙江广电的故事。这样的作品给大家带来的感受是温暖、激励、热血，更是“青春不散场，未来更美好”的希冀。身边的同事纷纷开始哼唱这首歌，为自己是一名正在奋斗的浙江广电人感到骄傲。而对外的传播，也让大家通过这样一首歌，认识了全新的Z视介和全新的浙江广电集团。

#### 四、一起向未来：音乐新玩法 融入传播新未来

在当下的媒体环境和内容需求中，作为“传统媒体人”的我们，找到了这样一条“蹊径”，通过音乐与视频传递能量、触达受众。以笔者的能力，可能还不能预测未来的媒体环境会发生什么样的变化，媒体会“升级”成什么样子。但可以肯定的是，菜的味道是王道，好的内容不会变，人们对好内容的需求也不会变。音乐视频，也正是承载好的内容“快、准、狠”地触达受众的好方式。

随着媒体平台的越来越多元化，音乐的力量会越来越强，作为“传播音乐”利器的音乐视频，也一定能成为新时代媒体人的高精武器。

(作者单位：浙江广电集团钱江都市频道)