

交通广播户外活动的策划和实施

徐玫丽

2013-1-30 10:31:52 来源: 2013-1-16 视听界

活动是节目的延伸,是节目的另一种形态;有质量的活动,可以锤炼内功,快速吸引受众,强化市场竞争力。本着这一理念,南京交通台一手抓节目,一手促活动,近几年,每年举办的大小活动不下50场,并以新颖、独到的特质,与节目有机融合、相得益彰。

一、锻炼员工的组织、执行能力

广播户外活动的最大特点是与听众的零距离接触,活动是否新鲜、有趣、有益、有序,立竿见影。南京交通台纳入活动计划的,有节庆类的,如大小周年台庆、部分法定节日、全国无车日、全民健身日等;有通过“头脑风暴”产生的,如“后备箱淘宝”系列活动、广播节目创意大赛、汽车尾气治理良方pk赛等;也有和交管、交通、文明办等政府职能部门的联手行动。随着经验的不断积累,一套关于活动策划和实施的标准化流程逐渐确立。这套流程最大的特点是:全台每个主持人、记者都可以领衔某一场活动,成为执行官,其他人在其指挥和协调下各司其职。以每个人在活动中担负的角色和执行效果,获得不同的“贡献分”奖励。

首先是招标,谁来担当本次活动的执行官。入选者必须对本次活动有初步计划,特别是在某一方面有好的创意。执行官确立后,频率的领导班子召集全台骨干力量与执行官一起进行研究、策划。执行官必须在规定时间内拿出活动方案,包括时间表、人员分工、后勤支持等。之后遇到问题可以提请领导组织商讨。

活动实施阶段考验的是所有员工。对活动执行官的考验是指挥力、决断力、协调力、包容力;节目监制或大牌主持人这时只是一个普通的执行者,要学会听从、配合、服务。每个人都可以随时向执行官提出意见和建议。台领导班子组成每项活动的领导小组,以便从宏观上把控。

每次活动结束后,总结会必不可少。哪项内容听众反响大、效果好,哪个环节还存在问题,大家提看法、提希望,畅所欲言,既总结了经验和教训,为下次活动提供更多可资借鉴的东西,又基本明确了每位员工在本次活动中获得“贡献分”的大小,起到激励作用,形成良性循环。

二、锻炼主持人快速应对能力

以声音传输的广播,相比用声像传输的电视,现场直播活动与听众的互动更加灵活。它不需要摄像机紧密跟随,只需要一只无线话筒自由递送。广播的现场直播一般不会有详细的脚本,主持人的语言不会一句一句写下来,最多是一个大致流程,活动包括什么时间进行什么,什么环节什么人物出场等。为了追求真实、生动的效果,活动一般不安排或少安排“托儿”。这种直播对主持人的快速反应能力、语言组织能力、“hold住”全场的把控能力,提出了很高要求,考验的是主持人的政治素养、业务素质、文化素养。

三、使粉丝更“铁”

南京交通台的收听群中，35岁以下的车友占多数，他们年轻、活跃、开放。如何有针对性地与这些车友互动，是活动策划的重要一环。

（一）“名嘴”、“名记”与车友“同High”：

南京交通台的“名嘴”、“名记”多是80后，与车友们有很多共性，只要把车友们当作朋友，和大家同玩共乐，很容易打成一片。

2009年8月8日“全民健身日”，两百多名车友听众欢聚五台山体育馆，参加南京交通台为他们组织的游泳、耐力自行车、耐力跑等比赛。在交通台多名主持人生动有趣的主持下，现场气氛异常热烈。随后，主持人还和两百多名车友一起做瑜伽，蹬动感单车。很多车友事后反馈说，那次活动中主持人健康、阳光的形象让他们印象深刻，也是那次活动，让他们爱上了健身，自然也喜爱上了几位主持人的节目。

2010年中秋节夜晚，南京交通台邀请了300个车友家庭到下关阅江楼，在观光台上搭起大型舞台，举办“月光派对”。在富有创意的灯光、音效的烘托下，主持人、记者个个古装上阵，演绎经典故事，与车友一起表演情歌联唱、诗歌朗诵。虽然中途下起了雨，但车友们都流连不去，大呼没玩过瘾。

在此类活动中，主持人在和大家“同High”时，不能忘了作为公众人物的公益形象，做到有礼有节有德有品。

（二）组织有创意的车友间联谊活动

南京交通台有自己的车友联盟组织——“车友之家”，每年的自驾游活动一般在30次以上。“车友之家”不满足于走寻常路，开动脑筋推出了更多的个性化活动，以满足车友的需求。比如已举办好几季的“后备箱淘宝”活动，每次都能吸引近百辆私家车主、数千名市民参与。车友带上自家闲置不用的数码产品、服装、折叠自行车、香水、毛绒玩具等，互相交换或供其他人选购，市民也可以从中淘到便宜货，既丰富了人们的业余生活，还让很多参与者收获多多。2010年“6.5世界环境日”的主题是“节能减排低碳出行”，南京交通台联合市环保局举办了一场尾气治理方法大比拼活动。《智勇在线》节目之前向车友公开征集尾气治理妙招和尾气超标车，经过筛选，其中4种治理方法和20辆尾气超标车现场PK，决出优胜者。活动生动、有趣，令车友兴致盎然。

（三）升华情感，凝聚人心

受众的忠诚度是衡量一个媒体水平的重要指数。节目办得出色，可以得到听众的拥趸和持续收听。

2009年5月28日南京广播60华诞，交通台推出的“听友平安喜乐会”大型微笑主题活动之“笑脸墙”，成为各系列电台最有特色的活动。在玄武湖明镜湖活动现场，一张高6米、宽6米的巨型笑脸喷绘吸引了大批游客，这张大笑脸是由1024张普通人各具形态的小笑脸组成，而这些小笑脸都是交通台事先从听众中征集筛选出的。参与征集的近三千听众当天纷纷赶到现场，找到自己笑脸的人兴奋又激动。围绕“笑脸墙”，活动还策划了趣味环节，将征集来的所有笑脸照片制作成一个抽奖系统，以三吨汽油作为奖项。而领奖方式更有趣，中奖者必须亲临现场和电脑屏幕上的笑脸比对确认。

南京交通台庆祝调频开播五周年庆典活动中设计的“手印礼”环节也很有创意。在结束了白天全城移动直播后，晚上举行的是大型庆典活动。庆典开始前，两千多名车友、听众在一幅长达50米的画卷上，印下了自己的手掌印。

（作者单位：南京广电集团广播传媒中心）

中国社会科学院电话：010-85195999 中国社会科学网电话：010-84177865；84177869 Email：skw01@cass.org.cn

地址：中国北京建国门内大街5号 版权所有：中国社会科学院 [版权声明](#) 京ICP备05072735号