



1月20日,演员在太湖源镇指南村落景区表演传统舞龙踩街。 新华社发



大
讲
堂

全国文旅在“卷”什么

对学生而言,既要埋头读书,也要抬头看天。关注身边事,天下事,有助于拓宽视野,更好地认识和理解社会,从而增强自身的思考力和判断力。

这几天,刷视频经常能看到全国文旅宣传“卷”出火星子这一热潮。于是,我们班学生沟通交流,在纷纭个性中看共性,从花样现象里析本质,进行了一次探讨。

由现象析本质,从文旅局官方视频的质与量着手,学生们发现频繁更新视频,搞“题海战术”成了大众路线,纷纷被各大文旅官媒模仿;在寻求量变到质变的转变过程中,这些视频的形式和内容也是关注的重点。其中全国同声土味“喊麦”,文旅局长+网络流行风出梗增流,似乎成了标配。全网联动,从官媒到自媒体集体参与家乡的宣传,声势浩大,蔚然成风。网络时代,刷屏增流是不是必选之路?当数量和质量难以兼顾时,该侧重哪一方?这股“文旅热”背后,有何深意和启示?

主讲人

五乡中学
裴雪飞

参与者:307班全体同学

A 文旅宣传“卷”麻花

随着“尔滨”的爆火,各地文旅也借势、造势,蹭流、引流,纷纷利用社交媒体“花式整活”。河南文旅被称为卷中之王,主打“题海战术”,四天更新112条宣传视频,几天涨粉近一百万,发布作品总数1W+排行第一;河北、山西文旅也通宵达旦地更新视频。四川、重庆等文旅“在线摇人”,请明星代言,王一博、赵丽颖等纷纷为家乡文旅扛大旗。

接地气、听人劝,是这一波文旅宣传的主态势。“山河四省”集体喊麦,“都是东,同根生”这“山药蛋派”式的魔性、跳跃风,让网友直呼“上头”。各地文旅局长又成了网友们寄予厚望的家

乡“争流”者,继去年“花式变装”风之后,又频出奇招亮出圈。有大秀“鬼步舞”独步天下,有变身“茅古斯”领舞科目三,有书法题字表拳拳之心。这届网友也是发扬了满满的主人翁精神,不仅将各自的文旅局长“吹上了天”,还实实在在地提出了各种意见,诸如“沈阳故宫太冷了”“‘河北旅游’官方抖音号不好搜”等,局长们线上解答,线下排难,温暖套餐即时上线,改名增流当机立断。“上下联动”,充分体现了他们以游客为本的服务意识,放下身段,“沉下去”,这份满满的诚意和开放的心态,无疑成了吸引游客的重要筹码。

B “卷”也要有腔调

这场由官媒引领的文旅宣传热,排山倒海,铺天盖地,充分彰显了其“推波助流”的超能力。文化旅游行业不仅是城市的窗口,更是拉动城市消费经济的重要抓手。疫情过后,文旅产业迎来了新的“风口”,如何在经济复苏的当下迎难而上,让其成为地方经济发展的有力推手,可谓责任重、时间紧。

但是“卷”也要有腔调,学霸不是“抄”出来的,靠形式上的“博眼球”,上演“美男计”“猎奇记”等变形动作,也让网友质疑,流量是否真能变留量;大潮退时是否会有“内涝”和“疮痍”?

文旅以“文”为先,要有文化从业者的底气和本色,而有些文旅视频同质化,“萌化修辞”滥用倾向严重,无底线迎合大众审美,

有失腔调。全国同一声音喊麦,各地特色均淹没其中;“南方小土豆”“小砂糖橘”萌化称呼,有人享受被宠溺的优待,有人则表示称呼中带有戏谑感。“给你一个极大的工具,但你不能跑野马”,表达输出需要约束和分寸,要不然众声喧哗,泥沙俱下,容易被反噬。

“守多大碗,吃多大饭”,流量是把双刃剑,几年前的雪乡宰客,给东北严峻的经济添了一把堵。花样般宣传,将游客的期待值充分拉满,一场城市大考,将迎来最挑剔的考官。万众瞩目,在放大自身亮点的同时,那些城市的痛点也会被无限放大在互联网上迅速形成热点,被围观、声讨,所谓“成也萧何败也萧何”。“做生意不是比谁赚得多,而是比谁活得长”“流水不争先,争的是滔滔不绝”。

C 年轻人的选择

在“你最想去的城市调查”中,全班43位同学,出现21个地名,可见我国各个城市都有其独特的魅力。所以,人们对于旅游资源有着多样化的需求,同质化宣传实属是“抄”偏了。

同学们认为,部门联动,打造文旅品牌,建立明确公平的市场规则,提供优质服务更为基础和重要,万众口碑才是检验的标尺,落到实处的内容实力提升,才是“卷”的本质。

文旅宣传,不能千人一面,更不能面目模糊,要挖掘地方特色,把准水土文脉,在差异对比中寻找自己,理解自身。如浙江文旅最近凭小吃和越剧宣传出圈,以吴侬软语亲切喊出“西湖龙井”“宁波汤圆”等特色小食,乡音乡情牵动乡胃,让人顿起莼鲈之思;“脚著谢公屐,身登青云梯”,李白的《梦游天姥吟留别》伴着越剧念白,因越剧《新龙门客栈》火出圈的陈丽君、李云霄领衔的“小百花”缓缓步入新昌天姥阁,浙江文化元素魅力值直接拉满,对家乡文化的认同感和归属感油然而生,也让各地网友看到了“诗画浙江”的诚意和实力。

这场由官方文旅宣传号掀起的文化输出,拉动了全国人民为家乡助力,一场文化接力赛蔚然成风。网友用动漫宣传自己的家乡,晋商少奶奶俏皮风,让平遥古城成了网友心中深深的牵挂;来自宁波天一阁博物院讲解员楼卓怡,一片芸草传书香,讲述了有关文化传承的故事。一年有四季,一日有三餐,文旅宣传因时而动,因事而发,不必内耗扎堆,让这场浩大的文化输出盛宴,从内卷到共赢,打好地域传统文化牌,运用地方元素,讲好中国故事,一场中国文化大戏正在上演。