

摆脱流量综艺 传统文化受捧

近十年来,荧屏文化类综艺节目蓬勃发展,口碑和社会影响力日趋走高,《中国诗词大会》《朗读者》《典籍里的中国》等一大批深受观众欢迎的优秀原创文化节目引发破圈层传播,不但打破了文化节目曲高和寡的传统印象,也改变了以往娱乐综艺节目占据荧屏的情况。

传统知识节目走红 观众口味悄然转变

2013年,央视《中国汉字听写大会》、河南卫视《汉字英雄》等节目热播,掀起了一股原创文化节目热潮。此后河南卫视《成语英雄》、河北卫视《中华好诗词》、云南卫视《中国灯谜大会》等节目相继而起,分别以画漫画猜成语、古诗词记诵、猜灯谜等形式,生动展示传统文化魅力,形成独特的电视文化现象。

2014年元宵节期间,央视益智节目《中国谜语大会》引发全民猜谜热,为期3天的谜语大会共吸引了2.8亿电视观众,成为继《中国汉字听写大会》后的又一文化传播力作。2014年4月开播的央视《中国成语大会》邀请毕淑敏、蒙曼、郦波等多位重量级文化名人担任评判嘉宾,吸引了全国各地的500位成语高手参赛,在收视上战胜了众多明星娱乐节目。在当时电视节目娱乐化的大背景下,以央视为代表的媒体开始积极引导观众,一批益智类的文化互动节目突出竞赛性和趣味性,多档节目走红背后体现了观众的口味正在逐渐发生变化。然而,如何把阳春白雪的文化类节目做成普通观众喜闻乐见的爆款综艺,成为文化节目制作的难点。

“曲高”不“和寡” 爆款文化节目上演逆袭

从2016年开始,综艺荧屏出现了一场不期而遇的文化风潮,以《中国诗词大会》《朗读者》《见字如面》为代表的具有浓厚文化元素的节目带领了新一轮的文化综艺热。这些原创文化节目“曲高”不“和寡”的原因在于降低姿态,以年轻化的节目形态增强优秀传统文化的亲合力、吸引力。

与娱乐节目大量采用海外节目模式不同,文化节目没有成熟模式可以借鉴,《中国诗词大会》创作之初经历了漫长的创意之路,最终确定了把诗词文化融入当下生活的创作思路。“人生自有诗意”的节目口号,表达的是通过对生活的感悟唤起人们深藏心中的诗意。诗词大会第二季中,百人选手团的设计成为节目最成功之处,这些“腹有诗书气自华”的选手绽放了自己对古诗词的真爱,也表达着通过诗词对于生

活的热爱,武亦姝等一批选手迅速在网络上走红,打破了国内综艺素人表现力差的魔咒。

由董卿主持的《朗读者》定位文化情感类综艺,从每一位嘉宾真挚的人生情感故事出发,通过文字和朗读,分享人世间有态度有温度的情感,以此与观众达成共情。《见字如面》以明星读信为主要形式,用书信打开历史节点,带领观众重新领会中国人的精神情怀与生活智慧。这些原创节目举重若轻、深入浅出,一经播出就引发了舆论热议,节目的主流观众也转变为95后为主的年轻网友。

爆款文化节目逆袭的背后,是政策调控发挥的推动力。2016年,在经历海外节目模式“天价”哄抬和各种节目模式版权大战后,原国家新闻出版广电总局发出《关于大力推动广播电视节目自主创新工作的通知》,“限模令”相当于让卫视关上了引进海外新节目的大门。总局同时提出各级广电部门树立文化自信、文化自觉、文化自强意识,大力推动广播电视节目自主创新,不断研发拥有自主知识产权、体现中华文化特色的优质节目。

文化综艺“百花齐放” 荧屏国潮热再升级

2018年以来,《经典咏流传》《国家宝藏》《故事里的中国》《典籍里的中国》等一批聚焦中华优秀传统文化的综艺节目持续发力,荧屏文化综艺“国潮热”不断升级。这些原创文化节目在差异化创新上下功夫,不再局限于“大会”或“大赛”的形式,在内容开掘上也跳出了诗词歌赋的单一,将视野放到更广阔的传承中,文博、非遗、传统节日、典籍、戏曲、民乐、书画艺术等各类综艺不断涌现,文化节目进入“百花齐放”时代。

央视文化节目《经典咏流传》运用“文化+音乐”的组合方式,通过音乐、诗歌等具体的形式,让观众可以在轻松的音乐氛围中,去体会中华文化的博大精深。《典籍里的中国》以“穿越剧”的形式全新亮相一鸣惊人,节目迅速引发破圈层传播,成为文化节目的新标杆。

各地方卫视也不断模式升级,捕捉文化综艺的时代主题。北京卫视深耕首都文化资源,相继推出《上新了·故宫》《我在颐和园等你》《天坛》《了不起的长城》等重量级文化节目,并围绕中轴线申遗推出了《最美中轴线》。越来越多的文化遗产通过文化综艺“活”起来,河南卫视凭借《唐宫夜宴》惊鸿一现,随后推出的中国节日系列节目也展现出强大的创新力,点燃了观众热情。浙江卫视的《万里走单骑——遗产里的中国》通过故宫博物院前院长单霁翔对世界文化遗产地公益性的“深入探访与趣味激活”,积累了一



批文化综艺粉丝,节目拉动了各个遗产拍摄地文旅业的游客流量。

近年来,广电总局等部门出台一系列针对综艺内容的监管政策,坚决防止过度娱乐化和追星炒作之风,对综艺节目的发展方向做出了正向指引。伴随着文娱领域的深入治理,荧屏综艺摆脱了拼明星、拼流量的制作思路,让有限的资金投入在节目制作上,有效提升了综艺节目的质量。

时至今日,高质量文化综艺凭借多元的创意与表现形式,在内容和形式创新上不断突破,荧屏综艺节目的价值导向也从曾经的娱乐态转变为文化引领、价值引领。

专家点评 知识下山与匠人登堂 将成荧屏新趋势

2016年《中国诗词大会》成为爆款,这一档“零明星”的节目点燃了文化类节目崛起之势,树立了全国文化类节目的信心。2018年对流量明星管理趋严之后,综艺行业出现了一些新变化,学者专家迎来了机遇。未来,知识下山和匠人登堂将成为荧屏综艺的趋势。

前些年,综艺制作过度依赖流量明星,很多综艺节目的方案中,20

页的PPT中16页是明星,只有三四页内容是在讲创意、讲创新。现在央视的综艺节目,开始把自家主持人变成嘉宾,而不再要求请流量明星担当节目嘉宾。

目前的综艺制作一个明显的变化就是迎来了知识传播、情感赋能时代,文化节目把厚重的历史文化知识进行趣味性解读,观众也希望通过观看节目得到情感励志。综艺节目不再过度依赖明星,转而邀请文博界知名人士,与广大观众分享中华优秀传统文化的独特魅力,学者型、专业型、技能型嘉宾频繁亮相。这些来自不同领域、行业的大神、大牛、大咖,都是有专业技能、有匠人精神的。90后00后的独立思考能力和个性化喜好的张扬,促生了“不追明星追‘大神’”的观众群体。

我们的电视剧创作提倡温暖现实主义,我觉得现实主义也应该在综艺节目中绽放,关注社会的真实需求、诉求,关注社会真实的痛点、难点,原创文化节目应该积极反映当代现实生活,让优秀传统文化在新的历史条件下不断焕发生命力。我们有理由相信,解决真问题、传播真知识、表达真情感,会成为未来原创文化节目的发展方向。

——中国社会科学院新闻与传播研究所世界传媒研究中心秘书长、研究员 冷凇