

关注

近年来,聚焦汉字、成语、诗词、戏曲、武术、收藏等原创文化类电视节目异军突起,凭借鲜明的时代特征和中国特色,树立了中国电视本土化创新的新标杆。原创文化类节目的发展创新,不仅对中国电视的内容生产具有重大影响,对于整个文化、社会、艺术、传媒的发展也具有重要的价值和启示意义

# 走依托优秀传统文化资源的电视节目原创之路

□胡智锋 郝娴贞

## 当前原创文化类节目的主要类型及特征

综观当前的原创文化类节目,主要具有以下类型:以汉字、成语、诗词为核心创作要素的语言文字类文化节目,这是当前最主流、数量最多的文化节目类型,代表作有中央电视台的《中国汉字听写大会》《中国谜语大会》《中国成语大会》《中国诗词大会》,河南卫视的《汉字英雄》《成语英雄》,黑龙江卫视的《最爱中国字》,河北卫视的《中华好诗词》,陕西卫视的《唐诗风云会》等;以综合性见长的国学知识类文化节目,如贵州卫视的《最爱是中华》,江西卫视的《挑战文化名人》等;戏曲类文化节目,如山西卫视的《走进大戏台》《伶人王中王》,河南卫视的《牛园春》,天津卫视的《国色天香》等;武术文化类节目,如中央电视台《体验真功夫》,河南卫视《武林风》等;文物收藏类节目,如中央电视台的《我有传家宝》,河南卫视的《华豫之门》等。

虽然这些节目基于不同的传统文化元素,节目样态和风貌也不尽相同,但它们呈现出一些共同特征,如都具有鲜明的“少”、“新”、“轻”特征,即年轻化、时尚化、轻松化;多围绕汉字、成语、诗词、戏曲、武术等显性传统文化元素展开;多采用季播的播出方式,注重节目形态的创新;在传播手段上,注重与新媒体的融合,除开通节目官网、微博、微信公共号外,还有很多节目通过与视频网站合作、开发手机App、网游等方式实现了网台互动,在传播力、影响力、互动性和参与性等各个维度都刷出同类节目的史上新高。

## 原创文化类节目的意义与价值

目前看来,原创文化类节目具有突出的文化意义、社会意义以及传媒价值、艺术价值。

**文化意义:**原创文化类节目有利于传承中国优秀传统文化,弘扬社会主义核心价值观。原创文化类节目作为连接传统文化和当代文化的纽带,将传统文化中优秀的、适合当代传播的、富有正能量的文化因子和价值观源源不断地输送、转化到中国的当代文化中,既守护了传统文化,实现了传统文化的现代化转换,又丰富了当代文化,实现了中华文化的创新性发展。

**社会意义:**原创文化类节目有利于凝聚正能量,匡正世道人心。中华民族源远流长的优秀传统文化中,讲仁爱、重

民本、尚正义,在天人合一的境界中达成人与自然、人与人、人与自我的多重和谐的价值追求和深邃智慧,是东方文化的基本,也是今天的中国社会和国际社会所共需的精神能源。原创文化类节目通过运用传统文化元素积极传播诚实守信、自强不息、厚德载物、谦恭礼让、勤劳敬业等中华传统美德,凝聚荧屏正能量,对社会的思想、心理、行为等均产生了正向的引导和引领作用。

**艺术价值:**原创文化类节目有利于当代艺术格局的重构。首先,原创文化类节目实现了对传统艺术样式的守护与弘扬,原创文化类节目长期关注传统艺术样式的生存与发展,通过现代化的传播手段对传统艺术样式进行了及时而有效的传播、推广;其次,原创文化节目以先进的传媒技术手段推动了传统艺术的当代创新,如以《梨园春》《走进大戏台》为代表的戏曲类文化节目,通过将地方戏重新包装整合,推陈出新,赋予了传统戏曲样式全新的表现力与生命力;再次,原创文化节目催生了新的传媒艺术形态,传统艺术的接受者可以更为切近地、更为沉浸地、更为多方位地感知借由传媒艺术所带来的巅峰体验,这对于传统艺术的发展以及当代艺术格局的重构均起到了重要的现实推动意义。

**传媒价值:**原创文化类节目有利于传媒自身的健康可持续发展。从近年中国电视节目的格局来看,特别是在现象级综艺节目当中,几大节目模板几乎全部移植于国外,鲜有本土原创节目,文化传统和民族特质更是几乎与中国电视隔绝,中国电视的本土化创新进入到一个极其困顿的境地。新一代原创文化类节目的兴起,让我们重新看到了植根本土文化,在源远流长的中华文明中寻找创新源动力的可能。它们以特有的中国气派和强大的原创魅力,印证了以传统文化助推电视节目创新的方向和路径是可行的,传统文化理应成为电视节目创新的重要资源。

## 原创文化类节目的启示

**第一,在道路选择上,要坚定不移地坚持走依托优秀传统文化资源的电视节目原创之路。**拥有数千年丰厚积淀的中国传统文化,是电视创作取之不尽、用之不竭的资源宝藏。只要我们悉心挖掘,并做好当代转换,就可以打造出既具有中国风格、民族风味,又贴近现代审美、符合当代创意节奏的优秀电视节目,就可以实现“意思”、“意义”兼备,“叫

好”、“叫座”兼得。

适当地引进国外模式,借鉴国际先进制作经验无可厚非,这既是电视荧屏的有益补充,也是中国电视发展的阶段性需求。但如果将引进国外模式视作唯一的选择乃至一种路径依赖,就有可能会出现方向性的问题。我们必须看到,所有的文化产品都会承载着其所属的国家和民族的价值判断,过分的宣扬、依赖外来模式,不但会影响中国电视自身的创新机能,还会挤压本土文化的生存空间,丧失自身的文化主权。因此,在道路的选择上,必须要有清醒的文化自省,要坚定不移地走电视节目生产的本土化道路,尤其是要学会从博大精深、源远流长的中华传统文化中找寻力量。

**第二,在价值选择上,要始终坚持践行社会主义核心价值观。**当前的中国经济发展迅猛,世情国情变化巨大,随之出现的各种不良思潮,在这种情形下,在主流媒体上传递积极向上的社会主义核心价值观,并以这种主流价值观引领社会思潮、凝聚社会共识,就显得非常重要。原创文化类节目将传播优秀的传统文化与弘扬社会主义核心价值观有机结合,既彰显了传统文化的当代价值,又于无形中传递了主流价值观,影响了人们的思想意识和行为方式。它带给我们的重要启示是,创作者要有价值传播的主动性和责任感,作为主流媒体的重要一员,弘扬社会主义核心价值观,引领道德新风尚是电视媒体义不容辞的光荣使命和历史担当。

**第三,在生产传播上,要坚持“三品”合一。**要努力实现“宣传品”、“作品”、“产品”的有机统一,既要追求价值的高度,宣扬正能量;也要追求艺术的精度,符合艺术创作的规律,追求良好的艺术品质和格调;同时还要在提高吸引力和影响力上做文章,达成社会效益和经济效益的双丰收。

从原创文化类节目的整体品质来看,“三品”统一做得还不够,在各个维度还有很多的拓展空间:在价值层面,对于传统文化的挖掘还更多地停留在汉字、成语、诗词等显性文化因素上,缺乏对文化内蕴和价值层面的深层次的理解、运用和开掘;在艺术表现上,存在同质化、单一化的现象,很多节目都是采用知识竞技加嘉宾点评的形式,比赛方式也多限于书写、猜词、背诵等,真正能做到另辟蹊径的节目精品尚不多见;同时,和一些成功的引进模式相比,原创文化类节目在单位时间的可视性、可听性、吸引力都还不够,在传播力和影响力方面都无法与那些真正的现象级节目相抗衡。这些问题

都需要在今后的创作实践中进一步研究探索。

**第四,在制作技巧和表达策略上,要善于将传统文化现代化、时尚化、年轻化,要在新媒体的融合上下更大功夫。**与传统文化类节目相比,时下流行的原创文化类节目展现出的最大不同就是兼顾了文化和时尚性,在注重立场、内蕴的同时,不教条、不枯燥,以一种轻盈、活泼的方式化解了以往原创文化类节目的常见尴尬。这是原创文化类节目带给我们的又一个非常好的启示,那就是在文艺创作中越是要传达严肃、主流、正统的内容,越要采取轻松、有趣、丰富的形式来表达。切不可凭借立场的正确性、文化的正统性、官方意识的主导性,而忽略文艺创作的艺术性、多样性、群众性,否则会无益于文化的建设,也会反噬意识形态的影响力和控制力。

做好原创文化类节目的传播,还要善于借助新媒体平台,将电视节目的内容优势和新媒体的平台优势结合起来,使节目获得更多受众的关注,获得更为广阔的发展空间。当下的电视受众的时间呈碎片化,导致对电视节目的收视忠诚度下降,对网络新媒体的熟悉和喜爱日益增强,电视节目应借助新媒体进行节目的品牌推广,提升品牌影响力。同时,也可以通过新媒体与受众增加互动,增强对节目品牌的认同感,进一步密切联系受众,形成传媒品牌的可持续发展。

除了电视媒体的自身努力,原创类节目的繁荣还需要社会方方面面的合力支持,尤其是在我国电视节目市场运行体系尚不完善的情况下,政府的引领和导向会对电视行业的发展起到关键的作用。当下,原创文化类节目出现创作高潮,但从大盘来看,原创文化类节目仍处于弱势地位,无论是收视率还是市场收益都无法和一些明星类、游戏类的现象级节目相抗衡。同时,面对收视压力,一些原创文化类节目也开始“变味”,如打着弘扬传统文化的大旗,行选秀娱乐之实,趁着原创文化类节目的创作热潮浑水摸鱼等。这种不良现象扰乱了原创文化类节目的创作环境,拉低了节目的整体品位。肃清原创文化节目市场的不良现象,既需要创作者的自律,亦需要政府通过政策调控、设立奖项等方式给予外力的引导、扶持和鼓励。

经历了几十年的发展,原创文化类节目走出了一条符合国情、顺应时代、适于传媒的本土化道路,其中所积累的经验值得珍视、梳理和研究。相信沿着本土化原创文化类节目继续拓展,一定会产生更加积极、正向的价值与影响。

想到就说

## 文化类电视节目:未来电视荧屏新的生长点

当前,各类综艺节目荧屏扎堆,特别是歌唱、户外、竞技等娱乐节目已呈现霸屏之势。过度依赖明星效应、游戏设计低俗浅薄、照搬国外节目模式……综艺节目该如何挖掘自身深度与内涵?向文化领域拓展,是综艺节目亟待面对的重要课题。于是,文化类综艺节目应运而生,将文化历史内核与综艺表达形式相结合,寓教于乐,正成为一股新的流行之风。

中华文化源远流长,博大精深,足够成为综艺节目新的聚焦与内容,文化与综艺碰撞,既能让知识和文化以趣味性、可看性的比赛方式呈现,同时又以新颖的形式推介和传播中华文化,掀起全民学习国学、热爱中华文化的热潮。文化类综艺节目从边缘慢慢走进观众视野,很多电视台尤其是二三线卫视更是将越来越多的“20”时间段、周末黄金档让位于文化类综艺节目,节目内容也囊括中华文化、历史、地理、美食、民俗等多个方面,异彩纷呈;选手间以文化知识储备进行比拼,着重突出中华文化魅力与中华文化符号,也突破了当前国内综艺市场严重依赖国外模式,缺乏自主性和创造性的困局。例如贵州卫视推出的《最爱是中华》在节目形式、内容与环节设置上就进行大胆创新,不仅以各种关键词考察选手综合学识深度与归纳能力,更增加了选手与导师的互动环节,在考验选手的学习能力与默契程度的同时,也能展现各位国学名家的风采。更难能可贵的是,在比赛中,嘉宾导师们着力对一些文化典故误区进行澄清与解读,体现了综艺节目的社会文化责任担当。此外,像《最爱是中华》《中国成语大会》《中国汉字听写大会》《中国诗词大会》等一系列文化节目的成功推出,也从不同方面壮大着综艺节目的文化阵营。

文化综艺节目的意义不仅在于推广中华文化,更是为了推动全民学习与参与的热情。文化综艺节目也需要打通线上线下多种渠道,实现多媒体联动。从目前已经推出的文化类综艺节目看,多采用竞赛形式,不仅展示了选手的渊博知识,更让观众有了参与感,引发了他们的学习热情。许多文化类综艺节目还推出同名APP游戏,让观众能同步参与答题游戏,加之在新媒体平台设置的有奖答题环节等,大大增加了观众互动感。如《最爱是中华》等节目增加了公益元素,与当地实体书店联合举办“知识与爱同行”全民赠书活动和“国学公益周”等活动,重视节目外“推动文化传播”的方式创新,通过线上线下的多种形式传播中国传统。当然,文化内涵搭载体节目外壳,还需要在舞台、道具以及灯光方面悉心打造,才能让所呈现的知识不至于枯燥乏味,形成不同于其他娱乐综艺节目的鲜明特色。于是,各种带有中华文化印记的符号被巧妙地设置在舞台上。例如,河南卫视的《汉字英雄》就创造出了一个十三宫汉字阵,增加趣味性;《最美是中华》的舞台用巨型象棋棋盘作为造型,整个答题的比拼也都围绕着该棋盘进行。

过去,文化类综艺节目一直是电视荧屏的边缘角色,在文化名人嘉宾的认知度、资金财力以及节目的娱乐性方面,尚不能与当下大热的明星真人秀节目相抗衡。但毋庸置疑的是,文化类综艺节目,特别是展示普通人文内涵风采的节目,若设计者能够从节目内容与环节设置方面加以悉心打造,一定会成为未来综艺节目的新的生长点。

随着上海国际电影节的开幕,有着“传媒力量代言”之称的电影频道传媒关注单元也掀开了神秘面纱。作为由国内百家电视、报纸、杂志、网站、自媒体、新媒体、院线、电商、电影界行业协会等媒体共同参与评选的单元,其每年的人围影片都广受关注并引发热门话题。今年入围的12部影片也露出了庐山真面目,开闭幕影片分别为《惊天破》和《夏有乔木 雅望天堂》。

此次入围的影片类型丰富,从悬疑、喜剧到动画片应有尽有且各具艺术特色。除开闭幕影片外,赵薇、古天乐、钟汉良主演的警匪类型片《三人行》紧张刺激,从开拍之初就极受关注。陆川导演的野生动物题材大电影《我们诞生在中国》主打“国际牌”——迪士尼影业继《疯狂动物城》《奇幻森林》后推出的动物三部曲“最终章”。此外,由畅销作家藤井树原著改编并亲自执导的电影《六弄咖啡馆》、喜剧电影《快手枪快枪手》、郑钧带来的第一部全球发行

## 12部影片入围电影频道传媒关注单元



中国动漫电影《摇滚藏獒》、与好莱坞团队全方位合作的《洛杉矶捣蛋计划》、第20届釜山国际电影节闭

幕电影《喊·山》、根据哈金小说《养老计划》改编的《盛先生的花儿》、惊悚悬疑片《魔都凶音》以及充满人文

情怀的《大唐玄奘》等都各具特色。电影频道传媒关注单元自创办以来,已经成为每年上海国际电影节期间一道愈发灿烂的风景线,还被不少观众称为国产片的“幸运符”。原因是每年在传媒关注单元亮相的影片都在当年的票房上表现颇佳,像电影《老男孩》《煎饼侠》《大圣归来》等,都十分精准地成为暑期档大片的“幸运风向标”。所以,今年的片单一出,便引发了全网关注,成为大家津津乐道的热门话题。又因为此次入围的影片中有10部是未上档影片,且有一半是暑期档的新片,为了让影迷们能第一时间与自己期待的新片“亲密接触”,本届电影频道传媒关注单元12部入围影片自6月12日至16日期间在上海影城第3放映厅进行为期5天的展映活动,6月18日的闭幕仪式将会请到一部分主创共襄盛举。

(影 文)

## 专家研讨电视剧《小丈夫》——

### 引发现实题材创作的诸多思考

由中国电视艺委会、浙江省新闻出版广电局主办的电视剧《小丈夫》专家研讨会在京举行。作为电视剧《小丈夫》的姐妹篇,该剧于5月1日在湖南卫视播出。研讨会上,与会专家对该剧的创作得失为中心,深入探讨了婚姻情感剧、现实题材电视剧的创作方向以及存在的问题。



与会者认为,该剧从整体上看健康、向上,价值取向正确,不仅展示了平凡生活中蕴藏的美,而且展现了改革开放以来国人各个年龄段婚恋关系、夫妻关系选择上的多种可能性,反映出我们这个时代的情感选择,同时,也引发了大众对这些情感话题所蕴含的社会现状的深层次思考。有专家表示,关注现实、表现时代并反映社会全貌,应当成为当今电视剧创作的主流。当我们把现实题材作为电视剧的主流题材时,怎样实现现实主义精神、现实主义手法与浪漫主义情怀相结合,进而对现实生活作出艺术的概括、解释、提炼、剖析,既传达真善美、表现人情美,同时对现实中的丑陋、落后的观念、现象,及时给予批判和鞭挞,这应该是一种完整的现实题材创作。然而,我们现在很多现实题材电视剧在这两者的结合上相对欠缺。

此外,与会专家还对该剧喜剧元素的合理性、人物关系设定、故事设计中的巧合太脱离现实生活等问题提出了意见。(夏宁竹)

由润禾文化传媒与幸福蓝海影视文化集团联合出品、历时5年精心打磨的电视剧《生命中的好日子》,在央视八套黄金档播出以来取得不俗收视,为总结该剧创作经验,并对同类题材作品的创作提供有益借鉴,中国电视艺委会日前在京举办了电视剧《生命中的好日子》专家研讨会。

电视剧《生命中的好日子》涵盖了1977至1997年的大量重要历史节点,如知青返城、恢复高考、农村改革、引进外资、“下海”潮、97金融危机、香港回归等。该剧有别于以往影视作品中对知青群体所承受的困难与创伤的关注,而着重讲述“后知青”时代奋斗成就美好生活的故事。有专家认为,该剧主动发现生活中的美,将美好的一面展示给观众,从而平添了几分温情与感动。剧中“知青”的团体,虽然知识结构断裂,但是从社会的大熔炉中他们深刻领悟到理想信念、使命责任以及友情、意志的深刻内涵,从而实现了个人命运与国家命运的同步推进。

(许莹)

## 讲述奋斗成就美好生活的故事