

关注

探寻文化根脉 激活文化活力

——电视文化节目“上新”探索

□张延利



女保护中华优秀传统文化。近期,电视荧屏上接连播出了一批颇具文化气韵的视听产品,探寻文化根脉,激活文化活力,拥有独具特色的文化气质。

从中华文明中寻找灵感提炼素材

从诗词书画到典籍文物,从传统节日到非遗文化,电视人从五千多年中华文明中寻找灵感、提炼素材。

非遗文化是历史发展的生动见证,也是最具重要价值的珍稀资源。以全新方式助力非遗文化传播,由中央广播电视总台与文化和旅游部联合推出的文化节目《非遗里的中国》,借助全景式非遗街区游历与技艺体验、文化解读、创新秀演等,开启了一场别开生面的非遗之旅。线上,节目用精细化的场景设计、个性化的镜头语言,以嘉宾体验非遗项目为线索,深入解读了有关非遗的多元截面;线下,与非遗相关的体验项目如火如荼广泛开展,吸引了一大批观众实地打卡,为“影视+文旅”打造新样本,挖掘新可能。

文明的起源和流变,是一个国家和民族独特的精神标识。中央广播电视总台央视综合频道推出的系列纪录片《寻古中国》,“揭开一层层泥土,在遗址和文物的细节处,找寻中华先民来过的痕迹”。节目将考古探索 and 文献研究有机结合,以通俗易懂的表达方式“解码”有料又有趣的知识,完成了一场富有体验感和参与感的考古之旅。

中国传统节日同样凝聚着中国人的智慧,具有人文与自然兼备的双重意蕴。文化节目《古韵新声》创新“文物展演+文化访谈+古风乐舞”的形式,溯源清明、端午、七夕、中秋等中国传统节日,诉说历史悠长的文化故事。

创新手法展现中华文明突出特性

中华文明具有突出的连续性、创新性、统一性、包容性、和平性。向历史纵深深处探寻,节目主创创新表现手法,多视角、深层次激活中华文明的突出特性。《非遗里的中国》找准“非遗”这一创意切口,带观众深入体验各地极具地域特色的非遗项目,铺陈了一幅可见、可触、可感的“中国非遗文化图鉴”。节目既勾勒了

传统非遗技艺的代代相传,也着重挖掘和展现非遗的当代价值。节目中的非遗技艺不仅连接当代生活,为不同圈层受众带来别样的文化体验,也为国外观众了解中国、爱上中国打开了一扇崭新且生动的窗口。

追终慎远、寻古溯源。《寻古中国》则通过带领观众重回一个个尘封已久的历史现场,沉浸式铺陈了中华文明多元一体格局的形成过程,以及中华文明取得的灿烂成就。7个篇章,7次回望,抽丝剥茧地揭开古老中华民族,如何孕育出璀璨悠长的华夏文明,深切回答着“何以中国”“是以中国”的时代答卷。

技术加持“新解”传统文化

从“活起来”到“潮起来”,节目主创以开放、包容、流行的语境“新解”传统文化。《非遗里的中国》跳出刻板知识科普和说教,用极具互动性和体验感的叙事手法唤起人们体验、探究非遗文化的兴趣,吸引更多年轻人走近非遗、了解非遗、爱上非遗。节目中,非遗不再是束之高阁的文化符号,更从多层次展现出传统非遗在当代的传承和发展,与大众的生活息息息息相关。基于“思想+艺术+技术”的创作理念,《非遗里的中国》针对非遗项目的不同特点进行创新展演,带给观众富有冲击力的审美体验。节目充分运用CG特效、XR场景、超比例、MOCO多轴拍摄等技术手段,让历史和当代形成跨时空对话,同时聚焦非遗的创新应用以展现新时代的中国面貌,致敬非遗的历史基因和活态传承。

此外,为了完整还原宏大的历史叙事,《寻古中国》首次运用XR+拓展现实制作技术,融入全新6Dof算法的自由视角拍摄技术,同时利用大场景3D扫描技术进行内容拍摄。如此设置,极大地丰富了画面层次,增强了戏剧张力,也让不同时期的时代感扑面而来,吸引观众沉浸于伟大灿烂、源远流长的华夏文明。

探源文化根脉,激活文化活力。电视人坚定文化自信,坚持走自己的路,一系列文化节目上新,持续探寻中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展,将古典韵味与当下潮流相融合,不仅为传统文化打开更多表现空间,更让精神上独立自主的意识深入每一名电视人心中。

(作者系中国纪录片网负责人、纪录中国秘书长)

改进文艺理论宣传阐释工作研讨会在京举行

为进一步贯彻习近平总书记关于文艺工作重要论述,落实全国宣传部长会议精神和中国文联十一届三次全委会工作部署,总结文联系统媒体理论评论言论栏目建设经验,听取工作建议,5月30日,由中国文联理论研究室、中国艺术报社联合主办的改进文艺理论宣传阐释工作暨《文艺观察》栏目刊发百期研讨会在京举行。

中国文联党组成员、副主席董耀鹏出席会议并讲话。他说,改进文艺理论宣传阐释工作,必须进一步拓展研究阐释的深度和广度,在学习贯彻阐释党的二十大精神、推进马克思主义文艺理论中国化时代化、深化新时代文艺理论工作规律性认识、及时科学回应社会文化文艺热点等方面,认真研究破解一系列事关行业发展全局性、前瞻性、战略性的重大理论和实践课题。做好文艺理论宣传阐释工作要充分发挥理论联系实际的优良作风,充分发挥文艺专业优势,在体系化、学理化上下功夫,把党的创新理论的时代背景、科学体系、精神实质、实践要求、原创性贡献研究深、阐释透,用通俗易懂的语言将其中的道理学理哲理讲得令人信服,切实把鲜活的思想讲鲜活,把彻底的理论讲彻底,有力推动党的创新理论深入人心。

会上,来自文艺界、传播领域的专家学者,媒体行业代表,文联系统代表和《文艺观察》栏目作者代表,聚焦如何办好文联系统媒体理论评论言论栏目,就不断加强习近平新时代中国特色社会主义思想的学理性、系统性、整体性宣传阐释,总结剖析《文艺观察》办栏经验与不足,以及文艺理论评论言论稿件的撰写等进行了深入研讨。(艺闻)

2023中国电视剧编剧行业峰会举行 经典文学改编重在让时代精神延续出新意义

6月6日,由中广联合会电视剧编创委员会和爱奇艺共同主办的“2023中国电视剧编剧行业峰会”在厦门举行。会上,诸多嘉宾探讨了如何对文学作品进行影视化创作,平台与编剧如何实现合作共赢的发展路径等多个备受行业关注的热门话题。

国家广播电视总局电视剧司司长高力表示,习近平总书记在文化传承发展座谈会上的重要讲话,从历史的高度阐述了新时代应当如何建设中华民族现代文明。我们要进一步鼓励历史剧创作,创新艺术手法,推动历史剧创作繁荣,推出精品,要继续加强现实题材创作,紧跟时代脚步,深入生活,扎根人民,打造增强人民精神力量的优秀作品。中广联电视剧编创委员会会长刘和平谈到,文艺工作者要学习先进文明,包容并蓄,把握好时代性,书写当代现实题材,创作能够表现我们中华民族特性和中华民族伟大精神的作品,站在当代讲好中国故事。

影视作品肩负着文化传承和价值传承的重任,剧本是影视作品底色与品质的保证,文学与影视表达相互赋能。近年来,爱奇艺携手艺术家打造了《人世间》《风吹半夏》《人生之路》等多部高品质文学改编的影视作品,赋予文学全新表达。爱奇艺副总裁张恒从“更尊重、更专业、更包容、更陪伴”四个方面总结了如何以平台优势赋能艺术家。据悉,造浪计划、云腾计划、云腾计划S等,也为文学作品提供了影视化通道,为好故事厚植沃土。在圆桌论坛环节,《人生之路》导演阎建钢具体谈到,经典文学作品之所以有生命力,正是因为其内核能够穿越时代。因此,经典文学的影视化也应当拓展新的空间和路径,让时代精神延续出新的意义。编剧张巍也认为,无论戏剧故事发生在哪个时代,面对的都是当下的观众,编剧应当灵活捕捉当今观众的审美喜好,并投射在剧本创作中,通过戏剧作品达成与观众的双向沟通。(许莹)

专家热议科幻文艺的新发展新路径

近年来,《流浪地球》《三体》等科幻影视作品获得了票房/收视率和口碑的双丰收,同时,随着国家电影局、中国科协印发的《关于促进科幻电影发展的若干意见》等政策的推行,以科幻影视为代表的中国科幻文艺进入新的发展阶段。如何用科幻文艺讲好中国故事、助力中国式现代化建设成为学界关注焦点。5月7日,由中国文艺评论(首都师范大学)基地、首都师范大学艺术与美育研究院等单位主办的“科幻文艺与中国式现代化”青年工作坊在京举办。与会专家围绕中国科幻文艺的想象力及局限、科幻文学的世代划分、影视化策略与智能机器人时代的焦虑等内容进行了研讨。

与会者认为,当下中国科幻影视创作在人物塑造、视觉形象和价值观念的表达上,都出现了符合本土观众审美心理和观赏期待的叙事模式和视觉符号,在所谓“软科幻”和“硬科幻”两条路径上已一定程度实现了中国科幻影视的本土化创作与探索,体现出中国的民族特色和文化自信。未来,影视创作者应当对中国科幻有更明确的理解,进一步用中国经验讲好中国故事,进一步提升编剧、导演、制片人的科学素养,努力为科幻影视受众培育深厚土壤。此外,与会专家对科幻文艺创作中的想象力困境、“科幻现实主义”的书写等话题也进行了研讨交流,认为当下中国科幻的困境是对科技现实缺乏足够观察,科幻文艺的创作还需要回到现代文学中的启蒙传统,回到当代中国的现场寻找探索方向。(路斐斐)

《中国音乐大典》为建设“中国乐派”打下理论基石



6月6日,由中国音乐学院主办的《中国音乐大典》出版发布会在京举行。中国音乐学院院长李心草在致辞中说,中国音乐学院是一所弘扬中国音乐文化、传承中国音乐文化、塑造中国音乐形象提供了理论依托。

《中国音乐大典》编纂工作,是在中国音乐史学层面上进行的一次全面深入的音乐文化普查,梳理中国音乐历史文化脉络,制定严谨、科学、经典、规范的编纂原则与体例,以典、编、卷、册为序,将方方面面的内容分门别类,按卷入册,全方位地展现了中国音乐的历史进程、发展现状与整体水平。《中国音乐大典》的编纂为建设“中国乐派”打下理论基石,是建设中国音乐话语体系的重要支撑,对中国音乐院在理论研究、表演实践、教学体系等方面的高质量发展具有重要学术价值,对中国音乐的长远发展具有承前启后的意义。(奇闻)

新作点评

让「家乡好物」流量变销量

□丁寒春 张碧云



群众的获得感、幸福感。

近日,由湖南省委宣传部、湖南省广播电视局指导,湖南广电集团(台)制作的系列助农公益广告《家乡好物》(第二季)上线了新品。该系列公益广告立足湖南地区“一县一品”特色农产品,以较高的思想性、艺术性和创新的制作表现手法,为家乡农特产品宣传引流,助力乡村振兴,巩固脱贫攻坚成果,传播效果较好。同时,公益广告中融入的民族文化、环保理念、公益行动等因素也强健了节目的筋骨,增加了节目的厚度。

以丰富内涵传递乡村振兴全面发展理念。湖南广电集团(台)《家乡好物》系列公益广告巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接,宣传推广了泸溪椪柑、邵阳茶叶、新化红茶、城步桐茶等湖南15个县的地方特色农产品,帮助产品变产业、流量变销量、“绿水青山”变“金山银山”,实现了广播电视和网络视听内容传播与乡村振兴发展的有机融合。如“邵阳茶叶”公益广告播出以来,助推地方产品跃升为国家品牌,产品销量同比增加六成,目前已是“一油难求”。该系列公益广告有效传递了乡村发展与“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”五大振兴同频共振的发展理念,为乡村振兴新画卷增光添彩。同时,公益广告中传递的人文情怀也进一步丰富了广告内涵。系列公益广告里塑造了鲜活人物形象,来源于现实,根植于生活,有典型有群像,通过热情洋溢的劳动画面、灿烂的笑容,生动讲述了人民

厚植传统文化基因,践行公益环保理念。《家乡好物》系列公益广告在内容上植入了千年茶马古道、少数民族歌舞服饰、非遗文化传承等传统文化基因,将农特产品与历史文化、民族文化、非遗文化相结合,不仅增加了节目的历史人文意蕴,呈现了民族传统的悠长厚重,更彰显了公益广告在讲好中国故事、展现中国形象、构架国家文化软实力中的重要作用。如“泸溪椪柑”中将泸溪县传统美术、国家级非物质文化遗产苗族挑花、踏虎凿花巧妙融入,用双关语“小心柑”点出非遗文化是匠人的小心肝,“泸溪椪柑”是当地人的“小心柑”。“桑植白茶”中用苗族银饰、土家织锦引出白族白茶,辅以唯美的少数民族舞蹈和悠扬的民歌,充满了“最炫民族风”。同时,在节目中进行科普和融入环保理念。“绥宁青钱柳茶”中,节目向观众科普了国家二级保护树种青钱柳是与猛犸象同时期的第四纪冰川子遗树种并发出保护号召。“城步桐茶”中,邵阳城步发起的“认养一棵桐茶树”公益行动已发现需要保护的古桐茶树4000余株。《家乡好物》系列公益广告成为传播文明理念、弘扬核心价值观、生动展现湖南地区生态文明建设的有效载体。

源自生活的剧情式呈现有新意。《家乡好物》系列公益广告多数以剧情故事呈现,这些故事或源自生活中的创意或改编自真实事迹,情节生动具有亲和力,再通过精巧

的构思以及精良的拍摄手法,让公益宣传更具感染力和代入感,令观众产生情感共鸣。如“城步桐茶”改编自城步苗族自治县人民“认养一棵桐茶树”的真实事迹,从头至尾并未直接展示任何产品,却通过城步人民上至耄耋老人下至垂髫小儿众志成城守护古桐茶树的公益行动,烘托出“认养古茶树,守护桐茶香”这一主题,间接引出了“城步桐茶”这一家乡好物。“新化红茶”以托物言志的手法,用新化红茶的生长规律形象地解读了茶的时节有先后,人的花期有早晚,不必焦虑有人比你提前拥有这一人生哲理,升华了主题。在《家乡好物》公益广告的制作中,湖南广电集团(台)充分运用频道资源优势,将电视节目主持人融入公益宣传。魏哲浩、李锐、李莎曼子等12位主持人化身家乡好物“推荐官”,在每则公益广告后为农特产品站台代言,形成了该系列公益广告的独特风格。而将名人效应应用在为家乡宣传推广上、为农特产品销售引流上,也体现出湖南广电集团(台)主流媒体的社会责任与担当。

媒体融合强化公益宣传,传播效果好。湖南广电充分利用媒体融合传播优势,公益广告立足大屏,同时向小屏端延伸,拓宽了公益思路,提升了传播效果。今年,湖南广电集团(台)《家乡好物》(第二季)公益广告自推出以来,陆续在湖南卫视、芒果TV、风芒APP等多平台播出。湖南卫视上《家乡好物》系列公益广告日播条次数达公益广告播出总量的20%,仅1—4月,《家乡好物》发布的公益广告已累积播出近600次。播出时段集中在早中晚三个重点时段,以合理、有效的播出编排保证了宣传效果。预计全年湖南广电集团(台)各媒体将投入广告资源价值5亿元,成为目前全国电视台“一县一品”农产品推广中规模最大、一次性聚集电视节目主持人最多、投入广告资源最多的一次公益行动。同时,公益广告里还展示有“振兴云超市”“乡农荟”二维码,通过大小屏联合互动搭建起直接、快速、有效的助农途径,观众扫码即可直达产品介绍区和购买区,引导完成购买行为,实现对“内容宣传和消费共振”新模式的积极探索与有益尝试。此外,活动还同步在微博、抖音话题推广。“家乡有好物 我们来推荐”“绥宁青钱柳茶你的第四纪冰川朋友”“春天不怕晒 新化好红茶”等话题阅读量逐渐提升,实现了热度的持续升温。