

互联网+背景下文化类综艺节目对传统文化传播影响

——以《典籍里的中国》为例

李璇钰 孙嘉茵 陈泳琪 武旭 王娟

(广东海洋大学文学与新闻传播学院, 广东 湛江 524000)

摘要:近年来中国文化综艺节目的传播和发展迅速,本文以《典籍里的中国》为研究对象,对其节目形态的创新表现进行深入分析,并分析总结其可优化之处,以期对我国文化类综艺节目的发展有所启示,助力中华优秀传统文化焕发新生。

关键词:文化类综艺节目;传统文化;《典籍里的中国》

近年来,文化类综艺节目如雨后春笋。该类节目以优秀传统文化为主体内涵,融合互联网和现代科技的传播方式,迎合了社会大众的文化需要。本文从文化类综艺的兴起原因、社会影响,并结合具体电视节目《典籍里的中国》的节目要素和收视概况,对网络形式下文化类综艺的发展趋势提出建议。

一、文化类综艺节目兴起主要是政策与市场的双方导向支持的结果

(一)政策背景上,新时代对传统文化输出提出新要求

1.新时代建设文化强国的需要

国家新闻出版广电总局从2011年开始关注电视文化的发展,对“文化自信”的建设进行了指导,正确综艺节目价值趋向,文化类综艺从此打破综艺市场“泛娱乐化”的局面。

中央电视台作为国家级权威媒体积极响应国家政策,以《百家讲坛》等传统文化节目为起点,创新节目形式与传播手段,打造了《中国诗词大会》《经典咏流传》等优秀节目。

2.政策支持下的文化热潮,形成“刷屏”效应

2017年7月,国家新闻出版广电总局下发《关于把电视上星综合频道办成讲导向、有文化的传播平台的通知》,要求“进一步强化电视上星综合频道公益属性和文化属性”。

地方上星综合频道集体发力,《向上吧!诗词》《阅读·阅美》等百余档节目接连播出。视频网站也持续发力,如优酷视频提出“泛文化”战略;腾讯视频、爱奇艺视频通过《智在说》等小而精的节目引起热潮。从而形成了以央视为核心,地方电视台呼应,传统媒体与网络新媒体相联动的创作传播新格局,形成“刷屏”效应,使文化综艺成为大众焦点。

(二)市场背景上,娱乐型综艺节目充斥电视节目市场,观众对精神文化的向往

1.“泛娱乐”化的综艺市场日渐浅薄化、媚俗化、低智化

市场具有盲目性、自发性。为献媚于观众而缺乏道德底线,导致低内涵、低格调的综艺占据大部分市场,为社会风气带来不良影响。但是综艺不能仅有娱乐属性,更要发挥媒介自身所承担的教化功能。综艺市场因此分化出文化综艺这一类目,以实现文化的传播以及主流价值观的传递。

2.国民价值观念的转变和生活方式的升级

“同质化”的综艺节目使得观众产生审美疲劳,文化类节目的出现在很大程度上满足了人们对于内容和内涵的诉求,缓解了社会的“文化焦虑”。浅薄化的纯娱乐综艺使得受众沉溺于狂欢的瞬时快感,当快感消散,观众对于“精神食粮”的需求也因为空虚而增大。文化类综艺节目格调高、立意深远,满足了文化性、

情感性、启示性、娱乐性等多种诉求,使观众的精神内涵不断丰富发展。

二、从国家层面、社会层面、经济效益方面分析文化类综艺节目的影响因素

(一)国家层面上,文化综艺类节目响应文化强国号召,推动传统文化“活起来”“走出去”

在国家文化战略上,十九大报告中明确写道:“推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展”“深入挖掘中华优秀传统文化蕴涵的思想观念、人文精神、道德规范,结合时代要求,让中华文化展现出永久魅力和时代风采”。该报告强调将优秀的中华传统文化吸收内化为主流精神的有机组成部分。对外讲好中国故事,树立当代中国形象,推动传统文化“走出去”,为国际社会了解中国提供历史视野。

(二)社会层面上,文化类综艺节目以现代手段传承经典文化,满足大众文化需求

文化类综艺节目集传承文化、娱乐大众和社会教育等功能于一体,把传统文化与大量的科技元素以及与互联网流量、热点相结合,采用大众喜闻乐见的形式寓教于乐,有效拉近了高雅文化与大众的距离,通过多元化媒介传播,互联网的迅速发展打破了传统的电视传播渠道,为受众提供了多渠道观看途径,满足了年轻一代的受众需求,使得中华传统文化多方位传播给更广泛的受众。

(三)经济效益层面上,文化类综艺节目与博物馆和文创产品有效联动,扩大文化消费需求

文化类综艺节目《上新了,故宫》《国家宝藏》等节目的上映,与博物馆、历史文化元素相结合,打造了传统文化IP,带动了博物馆的参观热度以及文创产品的消费,据统计2017年故宫文创的销售收入已达到15亿元,超过1500家A股上市公司的收入。良性的文化传播和消费循环联动,既推广输出文化,又能将文化元素产业化,获得经济收益。优秀的传统文化从典籍、文物搬到人们的日常生活用品,使得文化更好地服务于人们的需要,融入日常生活,从而历久弥新,在继承中发展。

三、《典籍里的中国》节目形态与收视概况问题分析

(一)节目形态

1.题材选择

《典籍里的中国》节目中每一期的典籍作品都是经过创作团队,在洞察文化市场并且评估现代媒体功能呈现典籍的效果后,按照所要表达的主题思想,认真筛选出的具有较高文化价值的典籍。

2. 呈现方式

以“戏剧+影视化”的再创造性表现方式，多时空、多角度、现代化地解读典籍中蕴含的优秀传统文化。同为文化类综艺，不同于《中国诗词大会》采用竞赛问答的形式、也不同于《经典咏流传》用流行音乐演绎经典诗词的模式，《典籍里的中国》运用的是融合现代媒体传达技术的戏剧和影视表演形式。通过创造与文化典籍有关的场景和戏剧化呈现方式，让典籍获得更加生动直观的表达。

此外，节目主持人借当代读书人的身份开启时空隧道的设定，不仅有利于现实与典籍故事的连接，也有利于观众在一种主观的引导下代入情感与自我，从而引起文化共鸣。

3. 场景设计

节目采用了多场景舞台的交叉重叠式和有限递进式布局，将多个舞台巧妙地融合在了一起。这种多层次场景空间的创设，有利于打造舞台的沉浸式体验。

(二) 收视概况及节目问题分析

针对此课题，我们进行了线上问卷抽样调查，收集有效问卷共 376 份。在与《上新了故宫》《诗词大会》和《经典咏流传》几个节目的比较中，我们发现《典籍里的中国》知名度以及收视率明显低于其他同类型文化类综艺节目。

通过与问卷调查和访问，我们了解到大家对这一文化综艺不甚了解的原因首先在于节目的宣传力度小。节目的前期宣传力度小与传播途径不够多样化，削弱了其在文化类综艺节目中的竞争力。其次，典籍的普及程度与观众的相应知识背景较弱，不容易引起反响。再者，节目的模式单一化使其后期缺乏持续吸引力，虽然节目组在介绍典籍方面成功地创造了一个新模式，让人眼前一亮，但每期制作都使用同一套路、舞美设计缺乏创新，不可避免地将造成观众的视觉疲劳。另外，节目几乎每一期都将重点放在了介绍典籍源起及其创作背景方面，较少将书中的内容向观众展开，应该进一步挖掘典籍所承载的文化价值与精神指引。



图 1 就问卷调查结果各节目知名度对比表

四、对文化类综艺节目创新发展的建议

以《典籍里的中国》为代表，结合其他节目，根据它们的问题，我们对文化类综艺节目创新发展提出以下建议：

(一) 植根传统，立足当代，构建中华民族共同的精神家园

以党的十九大精神和新时代中国特色社会主义思想为制高点，坚持以文育人、以文化人，深度挖掘中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化，树立正确的社会主义核心价值观。弘扬

以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神，既伫立传统起点，又站立时代延点，紧跟社会发展，改革创新，给传统文化注入新的生机和活力。促使人们提高文化自觉，涵养文化自信，增强文化意识，践行文化行为，厚植文化精神，建造文化家园。

(二) 集中优势打造具有生命力的品牌节目群

1. 确立文化类综艺的定位

以弘扬中华优秀传统文化为起始点，以受众为根本基点，深入挖掘优秀传统文化所蕴含的意味和真谛，结合新的时代特点和实践要求，打造出更多有思想深度、精神高度、文化厚度的文化类综艺，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，使文化类综艺集传统文化与讲好故事于一身，使教育功能与娱乐功能相交融，以寓教于乐的方式赢得广泛好评与优异的社会效益和经济效益。

2. 实现内容与形式的创新

深入把握典籍内涵，择取典籍中的经典成分作为舞台戏剧呈现的重点，打造高品质文化内容，挖掘作品更深处情怀，激发观众对典籍内涵的思考，为文化类综艺贡献精彩且富有韵味的优质内容。创新高品质文化形式，以现代化形式改造引起大众的关注，营造文化与诗意的舞台氛围。设置文化与载体的互动形式，使用高科技机器和高水平技术，创新室外舞台模式，焕新视听效果。

3. 打造雅俗共赏的节目效果

以受众为基点，主动拉近受众与传统文化的距离，让书籍与文物走出历史，走向大众视野。打造优秀的文化类综艺，创造与受众有关的文化节目，走入受众生活，引起受众共鸣。人文元素兼具，情感传输到位，给受众制造深刻的记忆点，让受众实现沉浸式体验，提高受众对中华文化的求知欲和满足感。

(三) 加大文化输出力度，多渠道宣传文化类节目

国家要引领文化宣传大局，制定正确的方针政策，鼓励和支持文化类综艺的蓬勃发展，带领人们走向正确的文化大道。节目宣传方要加大宣传力度，增强文化输出，线上线下形式相结合，增加与观众的线上互动，鼓励观众输出自己的观感或进行二次创作、制作文化周边，使观众走进典籍世界，领悟典籍魅力；运用优质明星和嘉宾效应，扩大节目的影响力、感染力和吸引力。

参考文献：

- [1] 张繁华. 现象级文化类电视综艺节目热播的原因与启示 [D]. 山东师范大学, 2018.
- [2] 丁婉莹. 文化类综艺节目兴起的原因及面临的挑战分析 [J]. 传媒论坛, 2020, 3 (23): 128-129+131.

项目来源：2021 年度校级大学生创新创业训练计划立项项目：互联网+背景下文化类综艺节目对传统文化传播的影响（以《典籍里的中国》为例）（CXXL2021320）。

通讯作者：刘敏（1980-），女，广东湛江人，广东海洋大学高教研究副研究员（湛江 524088），研究方向：大学生思想政治教育、高教研究。