



文化类综艺：传统文化“正流行”



今年以来，由中央广播电视总台打造的大型原创文化节目《典籍里的中国》持续掀起传统文化风潮。8月7日，立秋这天，《典籍里的中国》第六期《孙子兵法》播出，让观众沉浸式地感悟到了古代兵法中“天下虽安，忘战必危”的历史真谛。8月14日，第七期《楚辞》上线，节目中当楚怀王“离去”，屈原大口大口吃着橘子，甚至连皮都吞下去了，观众们很难不与演员产生共情。

近年来，央视推出的《中国诗词大会》《经典咏流传》《故事里的中国》《国家宝藏》等文化类节目均广受观众好评。此外，各大卫视也都围绕各个文化类别，以不同的呈现方式定义新形态的文化类综艺，将艺术性与娱乐性相结合，让多元文化融入电视节目，走进大众视野。

■《光明日报》记者 牛梦笛

文化自信让文化类综艺潜力巨大

由中央广播电视总台推出的一系列文化类综艺，都以中华民族传统文化中的经典作为节目核心。以诗词为主要元素的文化音乐节目《经典咏流传》播出至第四季，节目用“和诗以歌”的原创模式，在优美的文字和动听的旋律中解读经典背后的文化内涵。正是有了中华诗词宝库作为节目内容的保障，《经典咏流传》才能在一众音乐类节目中独树一帜。

此外，央视还开创了“戏剧+”的呈现方式，把舞台艺术与传统戏曲结合起来。文博探索节目《国家宝藏》用戏剧演绎出每一件国宝的前世今生，让陈列在博物馆的历史文物有了鲜活温度。《典籍里的中国》则通过跨越时空古今对话的形式，让观众与古代先贤展开一次思想与精神的直接对话。

年轻人对传统文化的热爱让“国潮文化”逐渐兴起，除了音乐和戏剧，许多节目也在探索将传统文化以更多年轻人喜爱的形式呈现，将传统文化知识更好地融入电视节目。今年年初，河南卫视春晚中的《唐宫夜宴》一炮而红。七夕前夜，继此前先后“出圈”的《元宵奇妙夜》《清明奇妙游》《端午奇妙游》后，河南卫视携手优酷再度打造了“中国节日”系列节目《七夕奇妙游》。节目以“网剧+网综”的形式，讲述了2035年女宇航员唐小天借用科技的力量回到唐朝“神都”洛阳，结识少女唐小竹、唐小可共度七夕的故事，充满浪漫想象的故事和极具美感的画面设计让观众欣赏到一场顶级视觉盛宴。节目不仅在七夕之际巧妙演绎了牛郎织女的美丽传说，还展现了中国航天事业的发展成就，让观众心中增添了一份民族自豪感。

在中山大学传播与设计学院副研究员刘黎明看来，“随着社会大众整体审美水平和精神追求的提高，观众对于综艺节目的观看需求不再局限于休闲娱乐，也十分看重节目的文化底蕴和精神内涵，而人们的民族自豪感和日益增强的文化自信，使得文化类综艺的市场在今天具有强大的潜力空间”。

聚焦小众与冷门 使传播成功破圈

除了大型文化类综艺，各大卫视也纷纷打造垂直类文化综艺，让适合搬上电视节目的小众文化不再囿于固定的圈层，让它们与大众有了更深入接触的渠道，获得更广阔的发展空间。《上新了·故宫》《我在颐和园等你》等以古迹名胜作为依托，用充满趣味的形式让古朴典雅的建筑增添了鲜活气息，也吸引大批观众从线上走到线下，带动了景点和周边产品的火爆。《从长江的尽头回家》《万里走单骑》等节目都采用旅游式走访的形式，让观众跟随明星嘉宾探访中华大地之美，展现了中华文明从古到今的文化多样性，带动当地的文化旅游发展。

文化类综艺不仅聚焦中国的传统文化，同时让具有国际化潜力的小众文化艺术成为荧屏上观众关注的焦点。2018年，湖南卫视推出的新形态音乐节目《声入人心》成为现象级综艺，向观众展现了音乐剧和歌剧的艺术魅力。年轻观众乐于走进剧场去亲身感受舞台上的音乐文化，陶冶艺术情操，从前只属于小众群体的音乐剧和歌剧演出如今一票难求。已经连续举办两季的舞蹈竞技节目《舞蹈风暴》，给舞者提供了专业的竞技舞台，节目中既包含了近年来在年轻群体中流行的街舞文化，同时也让芭蕾舞、国标舞、中国舞、现代舞等多个舞种有了更大的表现空间，通过节目中专业的点评来提升观众对舞蹈作品的欣赏水平。

广东卫视播出的原创杂技文化交流竞演节目《技惊四座》，为观众奉献了一场世界级高水平杂技表演，其中不仅有结合舞蹈、武术、国乐等形式展现中国传统国风的精彩节目，还有融合世界文化充满现代感的舞台表演，节目兼具杂技的惊险刺激和艺术美感，也让观众了解到杂技这门技艺的悠久历史与发展现状。《技惊四座》不仅是让小众文化走进大众视野，也为文化类综艺的创新打开新的思路，用真诚将一门文化做到极致，着力于打造垂直类文化综艺，就是打破圈层传播限制的关键。

用年轻化的表达方式 与青年人共情

如今的文化类综艺已成功由早年间的《百家讲坛》1.0时代迈入《中国诗词大会》《朗读者》等2.0时代，而《典籍里的中国》《故事里的中国》《万里走单骑》等节目则拉开了文化类综艺3.0时代的大幕。中国电视艺术专业委员会主任编辑赵聪认为：“这些热播的综艺节目，借助独特的视听优势、多样化的创新形式和充满青春活力的潮流元素，掀起一波又一波‘传统文化热’，让中华优秀传统文化以大家喜闻乐见、易于接受的方式走进观众尤其是年轻群体心中。”

在不断升级创新中，文化综艺始终坚守文化内核，在兼具思想性、艺术性的同时，找到与年轻观众能够共情的突破口，拥抱流量、跨界融合。《国家宝藏》热播时，许多网友将节目中提到的国宝制作成表情包。《如果国宝会说话》海报上的一句“叮，您有一条来自国宝的留言，请查收”，成功将沉睡在博物馆中冰冷的国宝唤醒。“国宝留言持续更新中”“穿越6000年的留言”等持续成为《如果国宝会说话》中的亮点。在北京交通大学语言与传播学院副教授文卫华看来：“这种‘流行化’的创新表达拉近了受众与传统文化之间的距离，不仅激发了观众主动接近和理解文化内容的兴趣，也让传统文化在这一过程中获得了新的社会影响力。”

让草根成为流量，让流量回归草根是文化类节目创作的另一个制胜法则。浙江卫视的综艺《万里走单骑》邀请了故宫博物院前院长单霁翔，带领“布鞋男团”探访世界遗产，为节目增添了专业性和层次感。《中国诗词大会》则捧红了16岁夺魁才女武亦姝以及战胜北大硕士的37岁外卖小哥，这些草根的加入让文化类节目形成了更大的社会影响力。

“要实现传统文化的代代传承，青年群体的接受与认可关键”。山东师范大学青年教师卞芸璐认为，“类似文化综艺节目的探索，在涵养参与者精神气质、升华其文化品位的同时，不断推动中华优秀传统文化在青年群体中生根发芽，才能实现文化类节目的价值意义”。

让传统与新潮相遇，让古老与青春携手，让经典与流行碰撞。文化综艺节目正在创新升级中让所有观众感受到文化的魅力。

