

# 文化节目研发策略分析与展望

陈睿

2022 央视春晚歌舞类节目《只此青绿》火遍全国，火到国外，引发观众热议；去年河南卫视《端午奇妙游》节目的开场水下舞蹈《祈》惊艳了观众；今年春分时节浙江卫视首推的节气晚会《“中国好时节”春分篇》实现了强大的传播声量。不难发现，这些节目都与中华优秀传统文化息息相关。《只此青绿》的灵感、造型等均源自宋代画家王希孟的《千里江山图》，《祈》形象化展现了今人对曹植《洛神赋》、顾恺之《洛神赋图》的想象，《“中国好时节”春分篇》则是以“春分”为主题，以宋韵文化为笔墨，创新展现传统文化的独特魅力。

文化是一个民族的根。近年来，国家对文化的发展越来越重视，人民对于文化的需求越来越大。一方面得益于我们国家正在全面推进中华民族伟大复兴战略，经济实力愈发雄厚，物质基础愈发丰富，精神文明的重要性日益凸显。另一方面，西方国家文化入侵、颜色革命的手段层出不穷。意识形态领域斗争的风险挑战依然严峻，坚持文化自信，弘扬主流文化，才能更好维护国家主权和文化安全。正因为如此，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，理应也必须成为主流媒体平台的职责使命。

## 一、文化节目的发展阶段

回望过去，我们可以把文化节目发展梳理归纳为3个不同的发展阶段。

第一阶段是偏重内容层面的直接传播，即以直观呈现古代诗词为主，围绕诗词内容展开同场答题竞技，邀请文化行业的教授学者作为嘉宾，对核心内容、生僻故事等进行讲解与阐述，达到普及知识的效果。比如央视的《中国诗词大会》《中国汉字听写大会》《中国成语大会》《中国谜语大会》，东方卫视的《诗书中华》，浙江卫视的《中华好故事》《向上吧！诗词》《汉字风云会》，河北卫视的《中华好诗词》等。

第二阶段是强化载体表达的间接传播，即以文化载体为主，通过不同的文化载体，间接呈现其中蕴含丰富多元的传统文化，邀请明星嘉宾参

与到节目中，与观众一同学习、一同感受，达到激发学习的效果。比如央视的《朗读者》《见字如面》等，聚焦文学作品、书信等内容，以诵读的方式表达个人情感和家国情怀；央视的《典籍里的中国》、北京卫视《书画里的中国》等，聚焦古代典籍和书画名作，挖掘背后的历史故事和文化知识；浙江卫视的《万里走单骑·遗产里的中国》，爱奇艺的《登场了洛阳》《登场了敦煌》系列节目，则聚焦非物质文化遗产、文物考古等，尽显文化观察的独特视角；还有央视的《衣尚中国》、浙江卫视的《妙墨中国心》、B站与河南卫视共同打造的《舞千年》等，分别聚焦服饰、书法、舞蹈等不同形式内容，挖掘传统文化的丰富内涵。

第三阶段是注重整体意境的有效传播，即综合运用各种文艺手段，系统展现不同地方的文化特色、文化产品、文化地标、文化元素等，从而实现中华优秀传统文化与当下旅游、文创等的深度融合，进而实现创造性转化、创新性发展。前文提到的河南卫视的《元宵奇妙夜》《端午奇妙游》、浙江卫视的《“中国好时节”春分篇》等，均是从文化晚会的角度出发，借助舞蹈、歌曲等文化元素，辅以场景、道具等氛围营造，向观众展现传统文化的魅力；浙江卫视的《还有诗和远方·诗画浙江篇》则是从文旅融合的角度出发，基于浙江诗路文化和省域品牌主题词“诗画江南 活力浙江”，呈现浙江厚重的人文底蕴，诗意化描绘浙江深入践行乡村振兴和共同富裕的火热场景，由此进行的深入探索与实践。

## 二、当前文化节目的创制策略

文化节目发展到今天，全国的媒体工作者投入了大量的人力物力财力，涌现出一批优秀作品。本文以《还有诗和远方·诗画浙江篇》为例，具体分析当前文化节目的创制策略。

第一，文化的表达具体生动，有烟火气。要想满足人民日益增长的精神文化需求，就得从具体内容入手，从人间烟火切入，务必让观众看得见、摸得着。《还有诗和远方·诗画浙江篇》今

年已是第三季，节目始终坚持烟火气的表达，在缙云走进黄帝祠宇，了解与黄帝相关的典故，追溯百家姓的源头；在仙居走进江南第一书院“桐江书院”，进行一场风雅消暑大会，将丰富的历史人文知识和有趣鲜活的环节设计相融合；在磐安再现“茶市百景图”，由当地文旅局职员和普通茶农扮演的互动环节，重现了古代江南茶市盛景，传播了茶文化相关内容；在温岭聚焦渔民郭文标，他自筹资金成立民间海上救助站的故事，至今已救起海上遇险者两千余人，体现了温岭渔民们互帮互助的传统美德。节目之所以能得到领导认可和观众好评，与其中的贴近群众、贴近生活的内容挖掘与展现密不可分。

第二，文化的阐述鲜活可感，有时代性。不能限于文化的内容，而是结合当下时代的创新实践，在实践中展现文化的先进性引领性，让观众从中能切身体会和深刻感悟。《还有诗和远方·诗画浙江篇》用举重若轻的方式体现浙江人民善于“闯”、勇于“试”、敢于“冒”的基因，生动展现活力浙江的精神风貌。在德清介绍全国首个以县级政府名义申报的新职业“民宿管家”；在松阳展现了退伍青年张俊杰返乡创业养蜂的故事；在松阳陈家铺村走访“飞鸢集”等带动当地经济发展的民宿，以及由村会堂改造、依山而建的先锋书店；在富阳走进千年古村东梓关村，这里不仅有以水墨江南为灵感重新设计修缮的“最美回迁房”，更有自主创业新形式“后备箱集市”，共同感受古老和活力的完美结合，切实展现了浙江打造现代版富春山居图的创新实践。节目播出以后，国家广电总局《监管日报》专题点评节目“诗意化展现乡村振兴发展成果”。这种时代化的阐述贯穿节目策划、踩点、录制、剪辑全过程，才有最后的成功。

第三，文化的传播立体全面，有新鲜感。现在在全媒时代、自媒时代，信息的传播方式是多元化、碎片化、分散化，因此要针对不同传播渠道、不同受众群体推出不同的内容，做到大传播、广覆盖、强效果。《还有诗和远方·诗画浙江篇》在缙云直播“缙云烧饼挑战赛”，在富阳则开启了慢直播+片段直播，观众以互动答题、接近录制观察等方式参与到节目创制中；创新运用真人和虚拟人合唱的形式完成主题曲，邀请白举纲与频道宋韵数字推广人“谷小雨”共同演唱

《寻一页星光》，以新技术、新领域、新方式赋能文化传播；同时在中国蓝新闻客户端策划活动专题，与观众进行线上互动；在微信小程序搭建活动页面，通过回顾节目精彩内容，征集观众评价建议，集中介绍浙江各地美景美食，以及投票评选“最具诗画与活力城市”等内容打通传播路径，吸引观众参与，反响良好。

### 三、未来文化节目的发展构想

面向现代化，面向世界，面向未来，文化节目必将在“讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象，推动中华文化更好走向世界”中发挥更为重要的作用。在新时代、新征程中，文化节目还需要进行更加深入的探索与创新。

第一，文化切口更小、更专业。泛泛而谈文化无法取得良好的效果，必须找到更细更具体的文化元素，比如《只此青绿》《祈》等舞蹈的极致展现，就会产生良好的效果；比如《中国诗词大会》可以专门做“李白”“杜甫”专场，从他们的个人经历、历史背景、现代影响等方面做深做透。

第二，文化表达更真、更具体。人民群众喜闻乐见的内容才会产生广泛、持久的影响。坚持“为人民服务、为社会主义服务”的方针，要在表达上紧密贴合群众需求，以真实、立体、全面的内容赢得群众认可。

第三，文化展示更新、更潮流。立足新时代，文化节目必须采取符合当下发展潮流和审美标准的艺术方式，创作更为丰富多元的内容，包括AR、CG、虚拟人等先进技术，带给观众新鲜感、时代感，从而产生更好的反响、更大的影响。

第四，文化传播更广、更全面。传播力是考查平台实力、内容影响的关键因素，好的内容要产生好的影响，必须要有好的传播。因此，文化节目在策划研发时就要统筹考虑大屏、小屏等不同终端的传播体系，适配不同的节目内容，最终形成强有力的传播和影响。

归根结底，文化节目始终是主流媒体内容矩阵的重要部分，必须持续投入，久久为功。就像浙江卫视在《妙墨中国心》节目的基础上，正在积极研发系列文化节目，形成强大的节目品牌，期待涌现更多的精品力作。

（作者单位：浙江卫视）