

媒介融合视角下 文化类节目的“不将就”探索 ——Z视介《丹青中国心》创制背后

周路莎

摘要：《丹青中国心》是浙江卫视“中国心”系列之首作《妙墨中国心》获得成功之后推出的第二部作品。节目立足于中国历代绘画大系成果，以宋画为切入口，笔墨为器，勾勒中国人的精神天地，解读丹青背后的时代宋韵。本文拟从高度、深度、广度三个维度进行节目解构，以《丹青中国心》为例，探索节目创制中媒介融合视角下文化类节目的共生之道。

关键词：丹青中国心 宋韵 文化 媒介融合 创新

“笔墨展天地，丹青藏宇宙”，这是浙江卫视今年推出的文化美育节目《丹青中国心》中的一句海报标语。《丹青中国心》立足于中国历代绘画大系成果，试图勾勒出中国人的精神天地，架

构起“中国心”系列的文化宇宙。节目在创制过程中融合了文化知识输出、大众美育交互、跨界艺术共创等内容呈现，并带领读画团和听画团员们前往几大地标式场馆沉浸式探馆，解构艺术。节目播出后依然延续了“中国心”系列的好口碑，获得了主流官媒的诸多点赞，在收视上也取得可喜成绩。除此之外还打造了多个出圈短视频，总体来说取得了较为不错的成绩。自党的十八大以来，国家相关政策对中华文化的传播提出了更高更细的要求，民众的“文化觉醒”和“民族自豪感”也促使大众媒介不断创新推出丰富多彩的文化类电视节目。“中华文化”的这片蓝海涌入了更多生力军。《丹青中国心》作为一档聚焦“中国画”题材的文化美育节目，何以在市面上已有两三档中国画相关节目的前提下，异军突

起“杀”出一条花路，笔者认为可以自我总结归纳为“不将就的力量”。

“不将就”其实是一个特别有力量的词汇，换个词来说就是“较真”“较劲”，这是节目创制过程中的“不将就”，也是在审时度势后对特定时机传播的“不将就”。《丹青中国心》是如何做到“不将就”的？我们拟从高度、深度、广度三个维度进行解构。这个过程对于当下环境中文化类节目的探索，具有比较切实的参鉴意义。

一、高度：寻找中华文化群山的“时代巅峰”

中华文明浩浩汤汤五千年，大众电视传播如果不具备足够的体量，很难在特定的期数时长要求中对文化进行精准传达，加上内容传播愈加走向“垂类化”“精品化”的特征，在这样的时代传播环境下，“雨露均沾”有时不如“专项深耕”。文化题材的选择和创制不应该将就，选择从哪个角度规划《丹青中国心》就显得尤为谨慎。为什么我们会在经过深思熟虑后，选择放弃整个时代中国画演变思路，反而专门从宋朝的中国画入手？这正是基于我们想要寻找到中华文化群山的“时代巅峰”，就好比攀登了一百座山，不如攀上一座珠穆朗玛峰更会让人记忆深刻，而宋画正是“丹青”世界里的珠穆朗玛峰。宋朝可以说是中华文化艺术史上最特别的时代，被誉为“东方的文艺复兴时期”，文化艺术星河璀璨，诗词书画名家辈出，既达到了一种美学巅峰，又承载了一个“承上启下”的艺术时代枢纽作用。老百姓谈画首先会想到的传世神品《千里江山图》《清明上河图》都出自宋代，花鸟画、山水画、人物画都在宋代独树一帜。无论是久久为功的“中国历代绘画大系”，还是今年爆火的“宋韵金辉”艺术特展，都是选择以宋代作为切入口。可以说，我们谈中国画，宋画是最好的入径。这是观赏艺术风景的最佳高地，往前看，往后望，都有万千不同风貌的天高海阔，架构起了我们对中国绘画艺术的整体想象。

登高所以致远，较劲故而至极，《丹青中国心》以“巅峰”为基石，展卷“绘制”具有鲜明标识度的时代中国心。节目共分为3期，每期节目的主题都取自于一句描述宋代的传世名

句，并借此描述宋画背后所反映的宋代文化的一方面重要特质。第一期“造极”引自陈寅恪《邓广铭〈宋史·职官志〉考证序》“华夏民族之文化，历数千载之演进，造极于赵宋之世”。宋代何以为“极”，从《清明上河图》《千里江山图》的登峰造极，到宋代花鸟画的格物致知，求真至极，到以苏东坡为代表的文人写意画的“极外之极”“无极之境”，宋代对于文化艺术的极致追求，可以说在宋画中体现得淋漓尽致。第二期“天地”引自宋代张载《横渠语录》“为天地立心，为生民立命，为往圣继绝学，为万世开太平”，在《溪山行旅图》《万壑松风图》等传世山水画中，在李唐萧照师徒等人的传奇故事中，去寻找宋代文人处士笔意背后的天地观、宇宙观，找到中国人对“天地”的理解。第三期“人间”引自宋代席汝言《耆英会其一》“赏心乐事人间盛，岂谓今稀古莫俦”，通过《婴戏图》《货郎图》等大量宋代独有的风俗画，看遍这个被称为历史上最具有生活气息的时代里，无处不在的人间乐事，以及最具烟火气的宋韵风貌。

正如节目里中国文联副主席、浙江省文联主席许江先生说的一样，“它不是一幅画，它是一个世界，它可以跟一部电影抗衡，这是宋代真正伟大的地方”。我们想去挑战“巅峰”，并在征服之后，以更加自由的姿态在远处徜徉中华文化长河。

二、深度：创意只是基石，诚意方能添砖瓦

内容创制中“不将就的力量”是你的一件事物一个题材非常在意，极其较真，带着“吹毛求疵”的精神，以时间换空间，去吃干炸透，然后吞下，然后以你最游刃有余、最熟悉的方式吐出来，成为具备强大符号的视听象征。在当下，大众很容易以多种传播渠道接触到各类视听产品，见多识广了，口味变刁了，“琳琅满目”的背后则是“忽略与遗忘”，这样的现状注定会淘汰一批视听快餐，尤其是在以“获得感”为诉求的文化类节目中，泛泛化的“捣糨糊”几乎毫无胜算，譬如市面上很多节目都讲过《千里江山图》《清明上河图》，如果我们做《丹青中国心》时还是老生常谈，那么节目的意

义又在哪？可是做宋画又怎么能不谈这两幅传世名作？这样的“悖论”如何破题？在《丹青中国心》中，我们找到了破阵之法。在第一期“造极”中，创造性地将这两幅传世名作放在一起做直观比较，呈现出中国绘画艺术上的“两极”。此外更是体现出两种极致的人生状态——以王希孟为代表的少年敢于绘制青春梦想，以张择端为代表的中年人对现实的观照和清醒。当这两幅巨作在闹市区巨幕上同屏展开，有人惊呼“这是时代最伟大的合体！”这样“比较式”的呈现，正是基于我们以“不将就”之心的长期耕耘。因为足够了解，所以敢于做他人未做之事。

其实在节目的创制过程中，除了创作者必备技能“创意”外，我们更多的是做到“诚意”。团队花了近一年的时间去深耕宋画，购买大量宋代文化书籍、拜访中国美术学院、浙江大学等专家教授，前往图书馆翻阅《宋画全集》等资料，在吃透的过程中，无数次感受到宋人背后所传递的“格物致知”的精神。何为格物致知？其实可以理解为一种求真务实的态度。这样的精神态度也被我们带入到创作中，比如在节目中我们做到了大量精准复刻，包括在第一期国家版本馆的《华灯侍宴图》整体情境复刻，第二期痛仰乐队入宋画再唱《西湖》、在嘉宾宋风服饰的还原、与宋代《西湖图》《四景山水图》等西湖画作合成过程等方面的精准复刻精益求精，第三期创造性地从造型、道具等各方面复刻《百子图》，在德寿宫再现南宋“百子戏”等等，这样的诚意之处不胜枚举。

为什么我们要做到这样“吹毛求疵”的程度？因为这能为我们带来可以任其他人“鸡蛋里挑骨头”的自信。“挑刺儿”其实是把双刃剑。从各类社交平台的评论中我们不难看出，受众对文化类节目的“包容度”是极其有限的，因为关乎民族文脉，关乎大众教育，所以不容有错。譬如一个不慎的“江湖体”就会带跑受众对书法的认知，一点知识上的小错误，就足以变成反面的“视听教科书”。这样产生的负面“情绪价值”会摧毁整个节目。反之，在历经受众“挑刺儿”后不但没有问题，且更呈

现出极其考据的一方面后，会更大激活正向的“情绪价值”，受众会被节目创作者的诚意和匠心所打动，从而在社交平台形成自发式传播，这就是一种“不将就的力量”。痛仰乐队宋画版《西湖》的互联网传播，就很好地印证了这一说法。大众从看到这个跨界创意作品后趣评“节目组搞啥呢”，到看完妆造、选画、拍摄等幕后解密视频后，自然由心地表达对节目组充分尊重文化的赞美和敬佩，让我们相信，较真和深耕是对文化最基本的敬意，诚意和匠心是创作者最大的利器，他们足以让你的内容变得所向披靡。

三、广度：构建一主多分的“文化太阳系”

我们正处于一个什么样的传播时代？信息碎片化、渠道多元化、内容平行化，电视媒介的传播优势日渐局限，新媒体的蓬勃发展随着科技进步更加缤纷繁复，不去走出舒适区，不去拥抱新鲜事物，就意味着你在以一种慢性“衰竭”的方式接受命运。文化节目作为内容产品传播中相对“弱势”的一类产品，是否应该去适应新传播时代的诸多要求，以“不将就”的姿态去进行解构建构，组合打法呢？答案是毋庸置疑的，文化类节目同样可以做到内容的多重组建和不同媒介之间的配合出击。

《丹青中国心》的创制和播出，正好赶上了一次“大胆的跨越”。节目作为浙江广电集团倾力打造的重大文化传播平台“Z视介”上线日首发的重点作品，其整体播出节奏都恰好处于新平台新生周期中，可谓是同生同长同进步。面对新平台扁平化的播出特色，节目做了一系列破天荒的尝试，归纳总结为构建了一主多分的“文化太阳系”。《丹青中国心》节目本体就是那颗稳定的太阳，节目组充分利用素材，创新性地在Z视介上架了系列衍生内容。除了节目中重点创作的苏东坡、李唐、萧照等精品影视短片，还打造了邀请明星嘉宾花式读画的文化公益系列微综《艺人陪你读丹青》、集结受众艺术评论的《丹青开放麦》，以及《馆长说丹青》《只此青绿话丹青》《“宋韵今辉”特别策划》等系列微综艺和短视频。这些内容从主体节目的其中一个点激发，然后进行不同角度的

开枝散叶，较好地挖掘和延展了节目的IP价值。它们构成了围绕太阳转动的行星系列，从而形成了一主多分的丹青版“文化太阳系”。此外，基于Z视介的“社交功能属性”，《丹青中国心》亦联动节目嘉宾以“视介官”的身份加入新平台，进行作品传播和网友交互；还对热心爱好者进行“社群化管理”，组建专群进行内容分享和活动通知，力求打破内容和社交的隔阂，实现内容和社交的有效转变，寻找到文化类节目的更多交互属性。

在现阶段的“网状”传播环境下，“文化太阳系”架构方式，适用于任何节目。“网”的最大特色就是四通八达，无论是基于内容题材的充分吃干炸透，还是基于传播逻辑“顺逆皆通途”的可能性，都能较好提升节目的品牌性和传播力。我们做节目，更要以“不将就”的心态去面对传播新物种，这是对受众负责，更是对创作者自身负责。

四、结语

高度、深度、广度，借由这三个最耳熟能详、浅显易懂的词汇诠释什么是“不将就的力量”，这是当下文化类节目的“突围”所需要的力量，它的背后其实正是创作者最本真的情意，那是一种自然而然对文化的敬畏和热爱，以及对自身的反省与鞭策。

我们以不将就之态，创制《丹青中国心》，呼吁大众读画，不止是读历史，更多的是读人心、读当下，并寻找到一种能超越时空，激励彼此的“艺术力量”。正如中国美术学院院长高世名所说“与古为徒，与古为新，与古相悦”。愿在未来更多创作中，创作者都能坚守住这份“不将就”之心，以激活更大力量，留下更多能够给予人民群众精神价值的文艺作品，让文化艺术在新时代以新的视听语言熠熠生辉。

（作者系浙江卫视《妙墨中国心》《丹青中国心》总导演）

