

中央电视台大型文博探索节目
《国家宝藏》研究



新闻传播学研究系列著作

主编◎周卫忠 刘光磊

《国家宝藏》节目成功原因解析·《国家宝藏》节目的整体创新特色·《国家宝藏》节目的“纪录式综艺”模式·《国家宝藏》节目中的明星与文物·《国家宝藏》节目的小剧场
《国家宝藏》节目的前世传奇·《国家宝藏》节目的今生故事·《国家宝藏》节目的纪录片·《国家宝藏》节目的传播内容·《国家宝藏》节目的文化传播

中央电视台 大型文博探索节目 《国家宝藏》研究



ZHONGYANG DIANSHITAI
DAXING WENBO TANSUO JIEMU
GUOJIA BAOZANG YANJIU

刘光磊 刘诗扬◎著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

非外借

新闻传播学研究系列著作

主编 周卫忠 刘光磊

中央电视台大型文博探索节目 《国家宝藏》研究

刘光磊 刘诗扬 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中央电视台大型文博探索节目《国家宝藏》研究/刘光磊,刘诗扬著. —武汉:武汉大学出版社,2018.11

新闻传播学研究系列著作/周卫忠,刘光磊主编

ISBN 978-7-307-20586-4

I. 中… II. ①刘… ②刘… III. 中央电视台—历史文物—电视节目—研究—中国 IV. ①G229.24 ②K87

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 233381 号

责任编辑:刘小娟

责任校对:邓瑶

装帧设计:吴极

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:whu_publish@163.com 网址:www.stmpress.cn)

印刷:北京虎彩文化传播有限公司

开本:720×1000 1/16 印张:18 字数:328千字

版次:2018年11月第1版 2018年11月第1次印刷

ISBN 978-7-307-20586-4 定价:64.00元

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

序

大型文博探索节目《国家宝藏》自 2017 年 12 月 3 日在中央电视台综艺频道首播以来,就被各大媒体平台争相报道,评论如潮,引发了人们对融媒体时代电视文化和文博节目传播的广泛热议。笔者通过电视和互联网反复观看这档节目,深入研究,所获颇多,遂成此书。

《国家宝藏》是以独特的“纪录式综艺语态”、创新的文化传播策略、多维立体化的传播模式、数字化传播技术打造的一档以文物为中心,以“小剧场”演绎和演播室访谈相结合,讲述文物前世传奇和今生故事的文化类综艺节目。它突破了以往文化类节目的表现形式,为融媒体时代的电视文化节目传播提供了成功的创新范例。

人类的文化传播经历了早期的结绳记事、刻之于龟甲、凿之于洞壁、铭之于彝鼎、书之于竹帛到雕版印刷和活字印刷、广播电视,以至于今天的媒介融合、全媒体传播。在这一漫长的演进过程中,文化的传播形态始终为适应媒介的属性和特点而不断更新和变化。书写文字的出现有了真正记载的历史和文化,广播电视让文化传播扩大了范围,文化的传播形态呈现出声画一体,形象生动,网络与新媒体让文化传播进入全媒体、融媒体时代。

文物是一种特殊的文化现象,它深受民族历史与民族特质的影响和制约,具有极强的社会渗透力和历史穿透力。由于文化传播使用的媒介不同,诉诸于受众的感觉器官不同,传播的效果也各不相同。文物是凝结着民族历史和价值的文化载体,在大众媒介出现之前,其被人认知的途径非常有限;在大众媒介出现以后,尤其是电视传媒为文物的传播开辟了新的天地,提高了社会的认知度和曝光率。同一件文物用不同的媒介呈现其效果会大相径庭;同一件文物的故事用不同的方式来讲述,其传播效果也是差异巨大。同为文物类节目,《国家宝藏》之所以能取得较高的关注度和认可度,究其原因,是传播媒介、传播形式和呈现内

容综合作用的结果。在网络新媒体占据主导地位的时代,人们接受信息的方式已经发生了根本改变,传统媒介的式微与新媒体的崛起是大势所趋,锐不可当。电视节目唯有不断创新才能在与新媒体的抗衡中取胜。同样是电视传播,此前的文博类节目由于采用的节目形式比较传统,其传播效果难掀波澜。而《国家宝藏》在表现形态上做了重大创新,使用电视语言,借助电视媒介,融合舞台、戏剧、演播室、综艺、纪录片等多种元素于一体对国宝重器进行故事化讲述,加之明星护宝人演绎的国宝的前世传奇和演播室综艺讲述的国宝的今生故事,以及璀璨缤纷的数字化舞台与灯光,让这档节目达到了同类节目的新高度。《国家宝藏》让那些躺在博物馆里的古老文物以崭新的面貌向观众扑面而来,和观众产生互动,其承载的美感与文化也沁入人心,实现了让“国宝活起来”的创作初衷。

《国家宝藏》节目以博物馆为对象,让文物作为主角,再通过一系列的电视手段让这些国宝重器走进观众、走进生活。节目精选的27件文物珍品通过什么样的渠道与观众见面,并能很好地适应新媒体时代受众的接受方式和审美心理,这是至关重要的。电视作为声像兼备的传播媒介,虽然受到互联网和移动新媒体的强劲冲击,但是其传播优势和地位依然难以撼动。近几年,文化类和文博类电视节目依然受到观众推崇,一时风光无限。电视节目要讲好故事,尤其是讲好中国故事,传播中华文化,坚定民族自信和文化自信是其取胜之道,也是当代传播事业的神圣使命和时代主旋律的要求。讲好中国故事不能避开绵延五千年的中华文明史,每个朝代都有流传千古的不朽文物,这些文物体现着中华民族的血脉之亲、根源之情。通过电视让民族情怀和价值观念在当今盛世重现光芒,起到化育民心,文化自信,民族信仰的巨大功用。以电视为媒介,以博物馆为核心,以文物为载体,把中华民族的优良传统和价值观念重现今朝,让流传千年的国宝重器重焕青春、重现魅力,这是《国家宝藏》坚持不懈的价值追求和成功秘诀。文物不仅代表了中华民族的优秀品质和价值观念,还在影响我们今天的生活方式和价值判断。观众从文物讲述的古老故事中感受到了厚重质朴的民族情感和人文精神,有助于树立起真正的民族文化自信。

《国家宝藏》节目让阳春白雪的文物通过“纪录式综艺”用一种生动的方式重构与再现历史的记忆,让文物与国人近距离接触,让文物自身的魅力和背后隐藏的文化价值通过现代化传播手段重放异彩。文物和我们每个人都有密切关系,有关文博的节目之所以给人“高冷”的感觉,就在于节目没有找到文物与国人之间的连接点,而这个连接点就是文化,就是让中国人血脉相连、息息相关的中华民族优秀的文化“基因”,破解这一“基因”密码就能构建属于我们民族的血浓于水的亲缘关系。博物馆、文物就会走下神坛,进入寻常百姓家,成为我们日常生

活的至亲良友。作为一种“纪录式综艺”，《国家宝藏》改变了国人对文物的“刻板印象”，让文物与国人产生了互动，让文化在我们的心中生根发芽。

《国家宝藏》传播科技的创新也提高了节目的吸引力，给文化传播插上了腾飞的翅膀。节目不仅以文物为核心，而且通过现代化炫酷的舞台把围绕文物的前世传奇和今生故事都演绎得精彩绝伦，美轮美奂。独特的古典韵味与现代舞台科技相结合，把演播室装扮得典雅而靓丽。数字化舞台技术的成熟应用，扮靓了节目，盘活了文物，让国宝在“小剧场”和演播室中成为耀眼的明星，观众也感悟到文物深邃卓远的文化情韵。

如果说《国家宝藏》的舞台设计独具一格，缤纷绚烂，极具高科技含量，那么其灯光的运用更体现出数字传播技术的卓尔不凡。数字化灯光让整个节目呈现出色彩斑斓、瑰丽璀璨。在灯光营造的浓郁氛围中观众感受到文物典雅、高贵的气质，感受到演播室现代化气息芬芳馥郁。

由高科技、数字化手段营造出来的华丽舞台与七彩灯光配得上文物的高贵身份，也十分契合青年人的欣赏口味和审美心理。端庄、典雅、华贵、大气、磅礴、豪奢、迷幻、绚烂，这是泱泱大国应有的气派，也是国家级电视媒体的整体实力体现。只有这样的舞台设计，才能衬托出国家级文物特有的气质，才能让饱经风霜、累历忧患的文物显现出现代般的流光溢彩、气度不凡，不仅让“国宝活起来”了，还让文化传播出现柳暗花明、历久弥新的别府洞天。

高科技、数字化的舞台布景和绚丽缤纷的灯光让观众穿越回古代社会，目睹和聆听了与文物有关的奇闻逸事、历史掌故；了解文物产生的时代背景和社会环境以及几经流转传承至今的磨难曲折；了解文物守护者的喜怒哀乐、悲欢离合。节目创作人员对数字化传播技术的熟练运用，既烘托了文物存在的历史氛围，又让观众在目不暇接中感受到文物自身的迷人魅力以及在当今社会的文化价值和传承意义。

《国家宝藏》节目的成功说明中华优秀传统文化本身并不缺少受众基础，关键在于文化类节目的传播模式必须要与时俱进，不断创新，切合新媒体时代受众对节目的欣赏需求。

让文物进入国人日常生活，正是当下无数文化界人士正在思虑和努力解决的课题。在人们的传统印象中，博物馆是“宝物”的储藏室、保管所，让人想到高高的围墙，深宫大院，神秘莫测，“高处不胜寒”；一提到文化类综艺节目就会给人“高冷”、严肃的感觉。初看《国家宝藏》这一片名也让人觉得高大、神秘、幽深。但自看了节目以后就有一种耳目一新之感，完全颠覆了“刻板印象”中对于博物馆、文物以及综艺节目的惯常思维。因此，拆解博物馆厚重的“围墙”，让文物与

普通大众亲密接触,让国人看到自身的文化渊源和存在价值,找到我们的民族根基和基因底色,树立文化自信,这才是文物存在的当代价值。

随着传播科技的发展和传播媒介的融合不断加快,多种媒体融合协同实现一项大型传播工程已是时代赋予媒体人的使命。《国家宝藏》节目的成功就充分说明了这一点。在节目的传播环节上充分考虑多种媒介、平台的综合运用与整合力量。以电视为主,同时融合了互联网平台、微博、微信、社交网站等传播平台,让节目多视角、多维度地进入受众视野,让观众热血沸腾,反响热烈,民族自豪感和文化自信油然而生。

融媒体的运用还让节目的主角——各大博物馆的文物“活起来”,为普通百姓所认知和喜爱。

《国家宝藏》节目的成功也给博物馆的经营管理者提供了有益的启示,在新媒体传播时代,博物馆的“看门人”必须改变往日的重保护轻宣传,即使是宣传也是渠道不多、媒介单一的陈旧模式,应当注入新的理念,借助新媒体技术,让文物与普罗大众亲密接触,成为百姓文化生活的重要组成部分。如果依然让博物馆及其文物“养在深闺人未识”,只限于传统的传播路径,极易陷入“好酒还怕巷子深”的尴尬境地。博物馆在坚守传统的守护阵地的同时,还应积极与大众传媒和新媒体、融媒体相结合,运用多种传播渠道和数字化传播技术唤醒文物,彰显文物的文化价值,为我们树立文化自信,实现文化自觉提供有力支撑。

在本著作的写作过程中,刘光磊撰写第一章、第二章、第三章、第四章、第六章、第九章,刘诗扬撰写第五章、第七章、第八章、第十章。

本著作的出版得到了广东技术师范学院的全额资助,也得到了武汉大学出版社编辑老师的热情帮助和辛勤指导,在此一并深表谢意!

刘光磊

2018年4月6日于广州流溪半岛寓所

目 录

第一章 《国家宝藏》节目成功原因解析	(1)
第一节 让文物开口说话,让中国故事生根发芽	(2)
第二节 “纪录式综艺”首创文博类节目的新模式	(5)
第三节 全媒体关注国宝重器的传承	(7)
第四节 明星守护人+小剧场的演绎形式	(11)
第五节 不用梳妆自风流,桃李不言自成蹊	(12)
第二章 《国家宝藏》节目的整体创新特色	(14)
第一节 创新是综艺节目永恒的主题	(14)
第二节 小剧场演绎与现场纪实相结合	(16)
第三节 明星守护人与专家守护人、普通守护人相结合	(18)
第四节 权威性内容与创新性传播技巧相结合	(24)
第五节 讲解员解说与国宝守护人讲解相结合	(27)
第六节 知识科普与娱乐化表达相结合	(28)
第三章 《国家宝藏》节目的“纪录式综艺”模式	(31)
第一节 “纪录式综艺”解析	(31)
第二节 《国家宝藏》的叙事结构	(34)
第三节 《国家宝藏》“纪录式综艺”的表现形式	(36)
第四章 《国家宝藏》节目中的明星与文物	(76)
第一节 九大博物馆入选《国家宝藏》的原因	(76)

第二节	27 件文物入选《国家宝藏》的标准	(78)
第三节	《国家宝藏》选择明星守护文物的原因	(83)
第四节	明星与文物的对应关系	(90)
第五章	《国家宝藏》节目的小剧场	(118)
第一节	小剧场及其发展简说	(118)
第二节	小剧场的特点	(119)
第三节	《国家宝藏》小剧场探析	(120)
第六章	《国家宝藏》节目的前世传奇	(132)
第一节	前世传奇是基于史实的合理虚构	(132)
第二节	历史真实与艺术真实	(135)
第三节	时空穿越	(137)
第四节	以古喻今	(141)
第五节	托物言志	(143)
第六节	拟人化表演	(145)
第七节	寓教于乐	(147)
第八节	歌曲、戏曲表演	(149)
第七章	《国家宝藏》节目的今生故事	(151)
第一节	国宝今生故事独特的开启模式	(151)
第二节	纪录片+演播室访谈	(153)
第三节	别开生面的价值展示	(170)
第四节	承前启后的今生守护人	(181)
第八章	《国家宝藏》节目的纪录片	(186)
第一节	纪录片在《国家宝藏》中的作用	(186)
第二节	纪录片在《国家宝藏》中的运用	(187)
第九章	《国家宝藏》节目的传播内容	(209)
第一节	《国家宝藏》的内容创新	(209)
第二节	《国家宝藏》的文化类型	(211)

第十章 《国家宝藏》节目的文化传播·····	(250)
第一节 坚定文化自信,挖掘并传播中国传统文化 ·····	(250)
第二节 传播媒介的变化促进文化传播的形态转变·····	(252)
第三节 《国家宝藏》的文化传播创新·····	(254)
第四节 传统文化如何“飞入寻常百姓家”·····	(266)
参考文献·····	(271)

第一章 《国家宝藏》节目成功原因解析

习近平总书记早在2013年12月30日中共中央政治局第十二次集体学习时就指出：“要系统梳理传统文化资源，让收藏在禁宫里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来。”如何才能让国宝文物“活起来”？中央电视台隆重推出的大型文博探索节目《国家宝藏》的热播给出了答案。

2017年年末，中央电视台分别在综艺频道和综合频道播出了大型文博探索节目《国家宝藏》。该节目与国内九大顶级博物馆携手创作，一众明星倾力加盟，成为“一夜刷屏”的现象级“清流”综艺。让明星担纲“国宝守护人”，以“小剧场”形式讲述文物的前世传奇，以演播室访谈和纪录片形式讲述文物的今生故事。这一档旨在以吸引观众尤其是年轻观众走入博物馆，从中不断更新对自身文化的理解和思考，以此承载和重现对古老文明的记忆，让国宝和传统文化借助电视媒介和新媒体“活”起来的节目迅速成为各大新闻媒体、社交平台、视频网站竞相传播的宠儿。

中央宣传部副部长、中央广播电视总台台长慎海雄高度肯定了《国家宝藏》节目的成功。他在后来的座谈会中指出，《国家宝藏》节目做到了“国家舞台的创新与坚守”，实现了“全媒体时代的引领与传播”。“只有创新才能够推出精品，只有响当当的精品才能体现价值。《国家宝藏》用实实在在的效果和口碑证明了——创新虽然很难，但是坚守初心，海阔天空地想，脚踏实地地干，就一定能够拿出更多思想性、艺术性、观赏性相统一的作品，赢得口碑，赢得赞誉，叫得响、传得开、留得下。”^①

^① 慎海雄高度评价这档现象级节目：“国家舞台的创新与坚守”[OL]. 中国广播艺术网. http://www.zggdysw.cn/res/18/03/30_4.html.

第一节 让文物开口说话,让中国故事生根发芽

说起博物馆,总让人想起庭院深深,高墙围院;说起文物,也总让人想到“高冷”、神秘,平常人难以企及,仿佛离我们的日常生活甚远,难谋一面。而《国家宝藏》则以一种创新的意识和变革的精神,一改往日同类节目的做法,在古老神秘的文物身上注入了流行的时尚元素,采用了数字化传播技术和包装展示手段,真正让那些高高在上、阳春白雪、冷峻莫测的文物栩栩如生、活灵活现地站在我们面前,与我们对话,与我们互动,向我们讲述那些积蕴了几千年的生活逸事。正如总导演于蕾所说:“我们可以做一档节目,让它成为有趣的讲解器,让大家知道,我们的民族文化原来这么有意思,上下五千年的中华文明有这么多‘好东西’。这个‘好东西’,也许就是一块破石头,一根破竹简,但是,它代表的意义是无法估量的,它带来的历史变化是叹为观止的,它会告诉你身为中国人的精神维度。”^①最终,于蕾确定将博物馆作为项目的窄切口。

经过节目主创人员和后期包装人员的策划、创意、拍摄、舞台布置和灯光设计以及后期包装等环节,节目中的文物不再是冰冷的,而是带着温度、带着故事、带着情感,它们不但记载着中华民族厚重的历史、璀璨的文化,还和我们现实生活的许多方面密切相关。

2017年是中国文化的电视元年,中央电视台作为国家级传媒推出了一系列有关传统文化的节目,《朗读者》《中国诗词大会》《一封家书》等频获好评。2017年年末隆重推出的大型文博探索节目《国家宝藏》刷新了这一纪录,给文化类节目注入了新鲜血液,推波助澜,再上一个崭新的台阶。其出类拔萃,高出前者之处就在于节目形式的创新和传播科技的应用。如果按照此前文博类节目如《国宝档案》《鉴宝》《寻宝》等的讲述方式只是展示文物,只重视文物的经济价值而不去探索文物的文化价值,《国家宝藏》可能不会如此火热。正是因为节目采用了“纪录式综艺语态”和数字化高科技传播技术才获得了如此巨大的成功。《国家宝藏》在故事的讲述上也显现出节目更新的理念,它引入一系列与文物有关的人物,向观众表现了创作者对文物的情感与思考,才让这一节目更加打动人心。“演绎前世传奇,讲述今生故事”,《国家宝藏》将文物的故事用现代化的手法讲述出来,给年轻人观看,不仅仅是一种文化传承,更是一种文化信仰。如果说《国家

^① 王凯、易烊千玺等为何愿意来,解密《国家宝藏》幕后故事[OL]. http://www.sohu.com/a/208215424_247520.

宝藏》的第一大看点是镇国之宝和它们背后的故事,那么这档节目的一大惊喜无疑是在追溯完“前世”之后让人看到了它们的“今生”。正如001号讲解员张国立在问段奕宏时所说的那样:“那你说,是这把剑成就了勾践,还是勾践成就了这把‘天下第一剑’?”段奕宏的回答道出了节目的真谛:“一定是勾践成就了这把剑,才能称之为‘天下第一剑’。如果没有勾践的传奇故事,我们只认为这把剑工艺做得太精美了!”正是因为剑与越王勾践的故事连在一起才能让这把“天下第一剑”的美名传播四方,遗留至今。可见,传奇故事在成就文物千古美名的过程中绝对是不可或缺的。

在中央电视台播出的《国家宝藏》节目中,集结了国内九大最具分量的博物馆。每家从几百万件文物中甄选出3件镇馆之宝,分别选出三位明星守护人以故事的形式讲述该文物的前世今生,最后由全国观众投票甄选,每个博物馆选出一件国宝参加在故宫举办的盛大特展。在首期节目中,李晨守护的气势恢宏的《千里江山图》卷慢慢展开,宋朝的千里江山呈现在我们眼前,经过千年时光,画上的青绿之色还是一样的璀璨夺目。李晨扮演的宋徽宗为我们演绎了一段他与18岁的天才少年画家王希孟之间的对话,蔡京的题跋更是为构建一个传奇故事提供了合理猜想。乾隆命唐英制作各种釉彩大瓶时,在梦中与王羲之、黄公望及雍正皇帝会面并且交谈;司马光知道父亲司马池以命守护石鼓的意义后,也执意坚守中华文明传承的大业。虽然故事具有戏剧性,但是以深入浅出的方式,能让观众了解国宝曾经经历的事情。

在《千里江山图》卷的今生故事中,节目组请到了74岁的非物质文化遗产“国画颜料制作技艺”的传承人仇庆年先生现场演示,观众更能清楚地了解古代绘画颜料的寻找、研制难度,老人独自去深山老林里寻找能作为颜料的矿石等纪实内容,更让我们感受到老匠人对于中国绘画技艺的热爱;老中青三代故宫志愿者的亮相,让观众感受到了他们的虔诚和敬业。

国宝守护人梁家辉从国宝石鼓引出了故宫守护人梁金生一家五代父子守护国宝的故事。1931年,日军侵华,为了保护故宫博物院里的百万件国宝不被日寇洗劫,故宫人决定将13000箱文物南迁。梁家第一代故宫守护人梁廷炜辗转全国16年,将石鼓护送到南京。抗战胜利后,他的儿子又将石鼓毫发无损地运回了北京。如今,梁金生老先生作为梁家第五代故宫守护人继续守护着石鼓和故宫的其他文物。梁老先生在故宫工作了36年,最近的7年,年近古稀的他只做了一件事——他统计出了故宫文物的总数为186万余件。当被问到“7年时间只干一件事,不觉得枯燥吗?”的时候,梁老先生的一句话打动了无数观众:“我看上去是在数数,其实我数的是前辈们的付出和牺牲。如果不是我祖辈那一代

人在南下的路上保护了这些文物,我哪有数字可以数?”多么朴实无华的语言,多么深挚无瑕的情感,这就是国宝守护者爱国情操和矢志不渝的忠诚于传统文化的意志品质的真实写照。

从一件石鼓,观众们认识了梁金生先生祖孙五代故宫守护人,若是要把故宫186万余件宝物的故事——道出,这得是多少人、多少家的代代传承?“谁其守之?惟吾队士。谁其护之?惟吾队士!”当新老几代国宝守护人一同宣读1931年的《故宫守护队队歌》时,几乎没有人能不为这样的画面而动容。石鼓上的文字虽已残缺不全,但在中华儿女的千年传承之中中国文化之脉从未断绝。

从文物到文物背后的传奇,从守护文物的人和他们与文物的故事到传承千年文脉的民族大义,《国家宝藏》节目组对人文关怀的挖掘层层递进、丝丝入扣。正是在这样的守护过程里观众的情绪被逐步调动起来,真挚的情感让他们感觉自己 and 国宝一脉相连,仿佛冰冷的石鼓也有了温度。这是文物与全体中华儿女的血脉之情,他们在文化与传承之间产生了共鸣。

《国家宝藏》每集以一家博物馆进行主题切入,每个博物馆推荐3件镇馆之宝交予民众甄选。全面讲解如何将“看得见的岁月留痕”,嵌入留得住的文明根脉,讲述“大国重器”的前世今生,以史鉴今,启迪后人。同一件文物,用不同的方式来讲,传播的效果差异很大。在网络与新媒体传播时代,人们接收信息的方式正在发生变化。作为电视产品,历史文化类栏目不能总是以阳春白雪的面孔出现,而应当放下身段,古今结合,面向当下。

《国家宝藏》节目力求通过电视呈现的手段让文物“活起来”,通过具有艺术观赏性的设计来为观众展出“国宝”,并对每一件文物背后的故事、历史进行艺术化解读,让观众在懂得如何欣赏文物之美的同时,也了解文物所承载的文明和中华文化延续的精神内核。就像主题曲唱的那样:“一眼千年,沉默也胜万语千言,只有你有幸能描述这光阴似箭。”

故宫博物院院长单霁翔认为:“其实,在我看来,文物本身就是活的,岁月不会悄悄流过而没有痕迹,只是缺少我们去发现,文物的价值也不应该是我们去发掘的,而是他们本身就存在的。《国家宝藏》所演绎的,是当我们看到一件文物的时候,大脑应该如何思考,即便在我们还不具备这种历史知识积累的时候,也应该保持这种好奇心去贴近他们,这才是一件文物应得的尊严。我相信在此之后,我们会换一种方式看文物——文化远在器物之上。”^①让那些珍藏

^① 单霁翔:贴近它们,是文物应得的尊严[OL]. 光明网(百家号), <http://baijiahao.baidu.com/s?id=1596235468013088990&wfr=spider&for=pc>.

于博物馆的国宝走到聚光灯下,走进最大众化的“客厅文化”,国家级博物馆与国家级电视台联手把传统文化推向前台,也是让优质资源与文化担当相得益彰。正如中央电视台综艺频道节目部主任吕逸涛所说:“每一件文物都记载了中华文明、文化的基因,我们希望通过这种传播方式,让更多的人了解我们的文化,热爱我们的文化,传播我们的文化,从而更好地保护我们的文化。”“以宝示国,以藏泯怀;以文鉴国,以物衍家;以史为鉴,以心爱国”^①的新文化基因恰恰是节目制作的初心,即用文化的内核、综艺的外壳、纪录的语言,将文物人格化、年轻化、亲切化,灵动地呈现一个千年神坛下的国家宝器的时尚先锋,让国宝与青年人实现真正的互动。

第二节 “纪录式综艺”首创文博类节目的新模式

《国家宝藏》节目的最大模式特点就是首创了“纪录式综艺”,即“文化的内核、综艺的外壳、纪录的语言”。它融合了纪录片、演播室综艺、小剧场等多种元素,创造了一种全新的表达。这是《国家宝藏》节目的首创,在文博类和文化类节目的发展史上具有特殊的意义。在这一模式的创新过程中,凝聚了许多央视人的心血和智慧,是反复尝试、多方论证,苦心探索的结果。中央电视台综艺频道节目部主任吕逸涛,有着国家一级导演、《国家宝藏》总制片人、《朗读者》监制等多重身份,他在2017年带领综艺频道数个团队开启“国家舞台”战略,不断致力于文化节目创新的转型之路。在接受记者采访时吕逸涛说:“作为国家级电视台中的一员,央视综艺频道始终牢记自身平台的责任感和使命感,在节目内容制作中,始终坚持做市场的拓荒者、破局者和引领者,致力于将节目的价值感、娱乐性与社会真实需求有机结合,不盲从市场的风向,只聆听百姓的心声和社会的回响。”^②

《国家宝藏》节目之所以深受广大观众欢迎,除了大众化的电视传播手段的运用,还在于节目首创的“纪录式综艺语态”,让国宝“活起来”。《国家宝藏》尝试将纪录片和综艺两种创作手法融合应用,节目中既有纪录形式的讲述,也包含综艺性质的演播室访谈。正如节目总导演于蕾所言,将节目定义为“纪录式综艺”。纪录并不只是这个节目的手法,而是某种气质。纯纪录片相对来讲比较阳春白雪,把纪录和综艺两者结合起来之后,希望节目能有一种“文化的、知性的贵气,

① 郑海鸥. 让“国宝”活起来火起来(文化脉动)[N]. 人民日报, 2017-12-28.

② 杨晓. 让综艺节目彰显“国家舞台”气度[N]. 中国新闻出版广电报, 2017-12-22.

系出名门的气质感,但是它又有能够跟所有人相亲近的外在”。^①这样才能够达到让更多普通人走进一个高端领域的目的。“深入浅出,雅俗共赏”。节目正是秉持这一宗旨,在不断创新和不断完善中使文博类、文化类节目达到前所未有的新高度。

故宫博物院院长单霁翔在后来的座谈时总结道:“从《国家宝藏》节目开始,我们已经尝试迈出了成功的一步。今天我们在这里座谈,是希望今后还有更多好的电视节目、文化展示传播内容奉献社会;我们在这里把这数十件国宝的故事讲给观众,是希望引领人们去了解、去探寻成千上万的博物馆文物藏品背后更精彩的故事。人们在博物馆所接受的教育可能会伴随他的一生。只有让广大民众从博物馆的工作成果中真正得到实惠,博物馆的功能和社会价值才能真正体现出来,博物馆才能获得社会的广泛认可和尊重,并由此赢得更为广阔的发展空间。”^②

《国家宝藏》节目正是通过电视呈现的手段让“国宝”文物“活起来”。在节目中文物不仅是一件陈列品,而且是能够让观众感受到“生命”的传奇。节目将通过各种不同的文艺手段来为观众演绎“国宝”,并对每一件文物背后的故事、历史进行充分解读,在让观众懂得如何欣赏文物之美的同时,也了解文物所承载的文明和中华文化延续的精神内核。

所谓“纪录式综艺语态”,就是把传统文化通过现代节目形式来表现。与《我在故宫修文物》等节目不同,《国家宝藏》定位是一部“纪录式综艺”,用综艺的形式讲述文物背后的故事。《国家宝藏》总导演于蕾说,节目形态定义为“大型文博探索节目”,是一种全新的原创模式:“我们这次把纪录片和综艺两种创作手法融合应用,属于全新创制的‘纪录式综艺’,它以文化的内核、综艺的外壳、纪录的气质,创造一种全新的表达。”^③在人们的刻板印象中,博物馆和文物是严肃、冷峻的,综艺节目是娱乐、有趣的。二者很难找到共通之处。如何把它们融合在一起做成一档既能展现文物价值,又能吸引观众眼球的节目实在是一件难事。节目主创人员经过较长时间的调研和探索比较,终于找到了电视节目和文物之间的交集——文化。文化是一个民族的源头、一个民族的根脉,是一个国家绵延不

① 《国家宝藏》节目总导演:挑宝物先看有没有故事[OL]. http://www.sohu.com/a/210902997_244998.

② 《国家宝藏》第一季研讨会在故宫博物院举行[OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1596502371352361239&wfr=spider&for=pc>.

③ 借综艺外壳,扬华夏文明,文化节目综艺化操作收割年轻观众[OL]. http://www.sohu.com/a/201737076_750267.

绝、持续发展的源泉,也是民族创新发展、生生不息的动力所在。作为一种“纪录式综艺”,《国家宝藏》把纪录片和综艺节目两种形式融合运用,“纪录”是文物真实性的体现和要求,也是文物之所以吸引人的魅力所在。“综艺”是在人与文物之间搭建起来的心灵桥梁,具有娱乐化与访谈性特征。节目首次融合了综艺、纪录片、戏剧多种艺术形式,讲述“大国重器”的前世今生,让文化在人们的心中生根发芽,让文物在人们的生活中“活起来”。节目总导演于蕾表示:“这是一个既简单又复杂的节目。简单,是因为它的初衷,可以用一句话概括,就是讲述一个个博物馆里一件件国家宝藏的前世传奇、今生故事;复杂,是因为它的最终呈现,融合了演播室综艺、纪录片、舞台戏剧等多种艺术形态。这是一次探索,这种探索性的创新融合到底会得到怎样的评价,我们很忐忑,也很期待。”^①

于蕾说:“我们要让观众感觉文物像一个历经风雨的人,是有性格和生命的。他们不仅可以代表我们民族的性格、价值观,有些还在影响我们今天的生活方式。观众能够触摸到文物身上的温度,能够感知文物背后的人文精神与自己的血脉相连,从而树立起真正的民族文化自信。”^②

在新的历史时期,中华优秀传统文化遭遇到很多“碰撞”,很多流行文化与传播模式给传统文化的当代传播和接受带来了冲击和挑战,有些人对传统文化越来越感到陌生,越来越有隔阂。但是新的媒介和时尚的传播模式也给传统文化的当代传播带来很多机遇,传统文化可以借助网络与新媒体,如互联网、手机、微博、微信进行更为时尚化的表达和传播。单一性的以史为鉴或许并不能让全新一代年轻人趋向统一的民族自豪感,如何用时代的“新”语言去对话年轻人,让年轻人走进博物馆,接触文物,亲近传统文化,《国家宝藏》无疑为我们提供了全新视角。

第三节 全媒体关注国宝重器的传承

所谓全媒体传播,是指信息可以通过文字、声音、影像等形式呈现并传播,而且几种形式之间借助交互式的互联网和其他新媒体实现快速转化。在宣传媒介的采用和信息表现形式的呈现上,《国家宝藏》运用了报纸、杂志、广播、电视、互联网、移动新媒体及自媒体进行组合式宣传,立体化传播,进而取得了十分理想的效果。

① 钟菡.《国家宝藏》:用“时尚”方式讲述国宝重器前世今生[N].解放日报,2017-11-28.

② 《国家宝藏》要让国宝“活”起来[OL].http://www.sohu.com/a/167464722_322024.