

# 论中国传统文化的当代化叙事转换

——基于文化类视听节目的示例与逻辑

刘俊 翁旭东

**摘要：**“极新”与“极旧”的接合是当下中国文化类视听节目创作、传播、接受中的一大突出现象，以优秀传统文化或艺术为主题的文化类视听节目在青年受众群体中受到追捧与热议。这表明，当下对于中国传统文化的当代化叙事转换的探索找到了合适的方向与路径。近年来，涌现的代表性节目与焦点现象对于优秀传统文化的当代化叙事转换逻辑主要包括五个面向：当代化提炼、奇观化视听、网感化表达、情感化撩拨和互构化价值，其共同型构了传统文化视听结构创造性表现的有序性，实现对受众媒介使用与审美认知的适配，形成对包括年轻群体在内的当代人的文化选择与价值认同的有效引领。

**关键词：**传媒艺术；传统文化；当代化叙事；视听节目；网络视听

**中图分类号：**J90 **文献标识码：**A **文章编号：**1000—8691（2024）01—0166—11

## 一、引言与问题：“极新”与“极旧”的对接

传媒艺术是一个由摄影艺术、电影艺术、广播电视艺术、数字新媒体艺术（含网络视听艺术）等组成的具有科技性、媒介性、大众参与性的艺术家族<sup>①</sup>，其在当下呈现出了多元融合的艺术和传媒景观。经过多年的酝酿与发展，在现阶段中国视听传媒艺术领域中，一种新的传播图景正逐渐变得清晰、鲜明起来，即“极新”与“极旧”的有机接合，这一点在文化类视听节目（主要包括电视文化类综艺节目、网络文化类综艺节目等，同时也可一定程度上延伸到其他文化类的网络视听样态）的创作、传播和接受中体现得尤为鲜明。

在如网络视频平台B站等带有浓厚青年亚文化色彩的“新新人类”聚集地，近年来受到火热追捧的视听内容产品，往往与原来人们误以为“陈旧”“过时”的传统文化与传统艺术的要素相关。在青年群体的积极观看与自发传播下，如《典籍里的中国》《国家宝藏》《唐宫夜宴》《舞千年》《上新了故宫》等一大批以展现和弘扬优秀传统文化为主题的文化类视听节目成为自带流量的“爆款”，汇聚成“国风”“国潮”的网络传播热流。年轻群体不仅热衷于观看，还会因作品内容引发好奇心，进而积极寻找、了解、思考和再解读传统艺术作品原作；同时，这种强烈的文化浪潮亦外溢到社会其他部门，牵引带动电商、文旅、文博、扶贫、艺术等领域的多维发展，客观上在整个社会层面为优秀传统文化的勃兴夯实适宜的

**基金项目：**本文是国家社会科学基金项目“我国国际传播人才培养的现状、问题与对策研究”（项目号：BGA220159）的阶段性成果。

**作者简介：**刘俊，男，中国传媒大学传媒艺术与文化研究中心副主任，教授，博士生导师，博士后合作导师，《现代传播—中国传媒大学学报》编辑部主任，主要从事传媒艺术、影视文化研究。

翁旭东，男，中国传媒大学电视学院讲师，师资博士后，主要从事视听传播研究。

<sup>①</sup> 胡智锋、刘俊：《何谓传媒艺术》，《现代传播—中国传媒大学学报》2014年第1期。

土壤。

透视这一正在进行时的现象，首先应该看到的是中华文化维系其自身发展的连续性。正如费孝通先生基于中国社会转型与民族文化发展之关系所提出的有关“文化自觉”的思考，优秀传统文化蕴藏着强大的活力与可观的转化、发展的潜力，能够借助于当代化、媒介化之改造，能动、自主地进行转型与适应，并展现出强大的文化号召力与传播影响力，进而“取得决定适应新环境、新时代文化选择的自主地位”<sup>①</sup>。

与此同时，“极新对极旧”同样说明，尽管青年群体具有追逐新潮、认知跳跃度高的特征，但其在文化选择与内容消费上不会对传统文化敬而远之，如果通过恰当的方式进行相关内容的传播，让当代人能够与传统文化之间展开对话并形成认同，必然会助力传统文化连续性的巩固与张扬，对此应保有信心。<sup>②</sup>

“极新”与“极旧”的对接现象，无疑是一种传统文化当代化发展的良好态势。它表明，视听传媒艺术领域长期所探究的传统文化如何吸引年轻群体甚至当代人的自觉喜爱与自发认同的问题，正在实践层面得以突破。那么，在当代人主动接近、拥抱传统文化艺术的过程中，优秀传统文化经由视听传媒艺术产生了怎样的当代化叙事转化？其背后又是怎样的叙事智慧与逻辑作为基本支撑？这些问题都值得进一步思考与探讨。本文从传统文化类视听节目切入，结合近年来传统文化视听传播实践中涌现出的典型示例与焦点现象做具体分析，探寻支撑优秀传统文化进行当代化叙事转化的内在机理。

## 二、文化类视听节目中传统文化的当代化叙事转换智慧

### （一）当代化提炼

创作者对于优秀传统文化与艺术的当代化叙事转化，并非借助视听媒介进行原封不动的简单再现，而是追求“点状”萃取，从优秀传统文化与艺术中提炼最精彩、最适合转换、最易于被受众所接受的元素，以此作为内容叙事中的“核心点”，同现代生活相桥接，从而巧妙融入当下的时代语境。从当前传统文化类视听节目的内容生产实践来看，这种“点状”的当代化提炼，至少包含以下两种行动路径。

#### 1. 嵌入日常生活的接近性

文化类节目关于传统文化的塑造与叙事，有意识地观照其在当下生活中的映照与影响，在传统文化中挖掘受众感兴趣的与现实生活相联系的议题，重新捡拾起历史上中华民族对美好生活的追求中所凝练成的优秀生活方式与生活理念“点”，并引入受众的日常生活实践当中。

如中央广播电视总台（下简称“总台”）制作推出的《一饌千年》，节目着眼于民视之如天的“食”这个点，聚焦历史中的传奇美食，进而展现不同历史时期的生活景观与精神追求。节目以“今天吃什么”这样一个朴素的提问为中心展开，选取文献中所记载的历史美食进行复原，端上千年后今天的餐桌。在叙事空间上，《一饌千年》打造起一家尚在研发菜品阶段的同名餐厅，随着探店宾客带来的不同主题，餐厅老板和他的合伙人们着手还原不同时期的美食风味。第1期内容由民俗画卷《清明上河图》入手，展开对宋代市井生活与饮食文化的探索，“餐厅”厨师从古卷中寻觅烹饪灵感，并在《事林广记》《饮膳正要》等古籍之中找寻制作配方，最终完成假蛤蜊、盏蒸、荔枝膏三道宋代菜肴。在“论饌”“品饌”“演饌”的环节中，节目进一步挖掘美食背后的市井人文与文化基因，如宋代盛行的外卖经济、科举制度下的“北漂”故事以及国人进补的观念，等等。

《一饌千年》将“食”进行点状提炼，以生活化的语态、轻松风趣基调，实现了视听内容在深刻性同亲近性之间的灵活跳转，构建起一种独特的视听文化景观。与此同时，存在于历史画卷与前人记载中的日常饮食跨越千年再次出现在人们的餐桌之上，这本身就是一个关于传统文化隽永绵长之生命力的绝佳隐喻。也正是借助于“吃”这一生活第一要务“点”，《一饌千年》找到了当代人与古人灵魂共振的有效方式，通过舌尖味道的传承得以超越时间共享生命体验与文化记忆。

① 费孝通：《关于“文化自觉”的一些自白》，《群言》2003年第4期。

② 刘俊：《传统文化类传媒艺术作品之四点“转换”》，《中国文化报》2022年11月3日。

## 2. 差异混合配比塑造流行性

除生活化叙事以外，流行性也是传统文化当代化提炼的重要“点状”维度。围绕传统文化的视听传播实践，强调基于当前的生活方式与文化样态重新审视传统文化元素，通过对其的灵活改写与运用，来创造新的社会文化时尚。时尚指一定时期内某种特殊的文化现象或观念，在西美尔(Georg Simmel)看来，“时尚是既定模式的模仿，它满足了社会调适的需要；它把个人引向每个人都在行进的道路，它提供一种把个人行为变成样板的普遍性规则，同时也满足了对差异性、变化、个性化的要求”<sup>①</sup>。而流行这一概念则是关于时尚在社会中流动与扩散之状态的描述。一种得以在人群中大面积流行的文化时尚，往往是通俗的，甚至主要面向年轻群体的。

“国风”或“国潮”内容的打造有着鲜明的网络文化与青年亚文化的特点。其打造主要通过跨界混搭的方式得以实现，即结合年轻群体的文化旨趣与网络传播规律，挖掘具有传播爆“点”的文化资源，通过与相适应的流行文化/亚文化元素融合混搭，从而打造新的流行文化成果。具体分析样本来看，如流行音乐、说唱、喊麦、脱口秀、弹幕、表情包等网络亚文化符号被勾连进传统文化视听节目内容之中；大量网络模因(meme)也以语言文字或图片图像的形式被运用于文本之中，如代表中国的兔子形象等各种社会流行的网络用语，不少符号、元素与传统文化的碰撞与交流有效推动了后者的年轻化、时尚化、当代化呈现。

广东电视台的《国乐大典》选取传统民族器乐这个挖掘“点”作为表现对象，创作上并未拘泥于经典民乐曲目“原汁原味”的呈现，而是以当代人特别是年轻人的视角解读民族器乐，尝试重新配器编曲，将民族器乐同各种各样的现代艺术元素相融合，在交融与对比中展现民族器乐在新时代背景下的特色与魅力。在《国乐大典》第三季第一期中，选手李星星将琵琶与民乐摇滚相结合，以高难度站姿的演奏、明快强烈的节奏与高超的技巧点燃全场。再如选手商钟元以爵士乐风格弹奏三弦，在演奏中通过精确地切分音控制使得京韵京腔之中融入了几分爵士特有的灵活、随意与闲适。此外，《国乐大典》第三季提出“国乐正青春”的口号，在参赛选手选择上着重向年轻民乐新人倾斜，在节目形式上引入网络综艺中较为流行的“创造营”模式，经过民乐大师“助力营”指导与层层竞演淘汰，最终选出一支全能国乐团。《国乐大典》可以说做到了正能量与大流量的有机统一，使民族器乐变得当代、年轻、酷炫起来，给受众带来了好听、好看、好玩的视听体验。同时，民族器乐这一传统艺术形式本身的强大包容性与创造力也得到了生动的诠释。

### (二) 奇观化视听

“奇观”的观念最早源于盖·德堡(Guy Debord)的“奇观社会说”，后经道格拉斯·凯尔纳(Douglas Kellner)继承发展出“媒体奇观”，指“能体现当代社会基本价值观、引导个人适应现代生活方式、并将当代社会中的冲突和解决方式戏剧化的媒体文化现象，包括媒体制造的各种豪华场面、体育比赛、政治事件”<sup>②</sup>。简单来讲，它可以被理解为围绕某一事件或主题所构造的、明显经过戏剧化处理的那些“非凡”景观。

依托于日新月异的视听技术及与之相伴形成的新兴美学理念，文化类视听节目在叙事中致力于对受众感知能力的挖掘，通过打造具有独特技术美学与强烈视觉吸引力的影像画面，围绕优秀传统文化与艺术不断推出新的视听奇观，使当代受众在具象化、沉浸式的视听快感中，获得对优秀传统文化与艺术的非同一般的审美经验与文化体验。

#### 1. 多元模式的奇观化表现

在媒介使用过程中，受众的使用态度与其愉悦程度正向相关。<sup>③</sup>趣味性在受众与媒介内容之间扮演着重要的桥梁作用，是后者吸引力的直接体现。因此，依靠一系列丰富多样的表现手段与各有特色的内容

① [德]西美尔：《时尚的哲学》，费勇、吴雪译，北京：文化艺术出版社，2001年，第72页。

② [美]凯尔纳：《媒体奇观：当代美国社会文化透视》，史安斌译，北京：清华大学出版社，2003年，第2页。

③ 刘强：《融合媒体受众采纳行为研究》，上海：上海交通大学出版社，2012年，第140页。

形态让传统文化变得好看、好玩、有趣，是文化类节目表现优秀传统文化与艺术的一种基本思路，也是凸显后者魅力的重要抓手。在笔者前期对部分有典型性的传统文化类节目主创人员的调研与访谈中，相当数量的调研对象表示，作为面向社会大众的视听内容，传统文化的打开方式绝不应是单纯强调知识性与说教性的课堂，只有通过视觉形象激起受众的兴趣，才有可能培养起他们对于传统文化真正的喜爱。

在具体的表现方式上，除传统的视频拍摄外，如无人机航拍、超高清拍摄（8K）、动态插画、计算机动画（CG）、增强现实（AR）、混合现实（MR）、扩展现实（XR）等也已成为再现传统文化的常规手段。这些表现手段的综合运用，极大提升了可看性与可听性，在感官修饰之中强化了对传统文化的观赏吸引力。如总台CGTN的竖视频作品《我们为什么爱敦煌：敦煌壁画中的胡旋舞》以动态插画的手段使敦煌莫高窟壁画在视觉上实现“流光溢彩”，同时创作者让壁画中的胡旋舞者形象“舞动”了起来，舞者的飘带也随之飘动，简单的动态化处理却直观展现出敦煌壁画灵动舒展、飘然欲仙的美感，使这一极具中国特色的传统文化得以生动地展现给外国受众。

在宏观的内容形态上，围绕以生动视觉讲好传统文化这一中心，涌现出多种特色各异的制作模式。如以《博物馆之城》《万里走单骑（第二季）》《还有诗和远方·诗画浙江篇》为代表的实地探寻类真人秀，以《一馐千年》《中国礼 中国乐》为代表的“小剧场+综艺”模式，以《斯文江南》《邻家诗话》为代表的“围谈+演绎”模式。此外，还有河南电视台的“中国节日”系列节目，这一系列并未采取季播节目的形式，而是选择以晚会的形式作为基本载体，在制作模式上采用“网络剧+网络综艺”的思路，其节目内容大多以营造视听奇观为基本呈现。

在这些表现手段与内容形态的形塑下所产生的多元视觉形象同样也指涉着：传统文化作为一个复杂的议题，并不是大众可能误认为的那样枯燥乏味、老气横秋。这些趣味多彩的表现形式削弱了人们某些不恰当的对于传统文化的印象，使其在新的语境中生发出新的意涵，以一种受众意想不到的清新之感、鲜活之感跃然屏幕之上。

## 2. 具象化的视觉形象开拓

具象化同样是奇观化视听的策略，旨在于叙事方式上进行开拓，将传统文化资源中所浓缩的相对遥远和抽象的意义，以确切的视觉形象活灵活现地呈现出来。

在总台的文化类综艺节目《国家宝藏》走红后，“+情景剧”的叙事模式开始受到广泛关注，现已发展为传统文化视听内容叙事的基本思路之一。这种情景剧一般作为特定环节穿插于视听内容的整体结构之中，或在演播室中搭建历史剧场，或在户外实景中表演，以戏剧表演的方式对历史故事、诗词古文、文化典籍等对象进行艺术化还原与演绎。如此，对传统文化元素的语言性、文字性的讲述不再显得苍白与抽象，而是通过情感充沛的表演与引人入胜的情节让再现对象“活”起来、“动”起来。如总台《一馐千年》设置“美馐记”环节，每期将史书典籍中的美食故事生动地展现给受众，山东电视台《中国礼 中国乐》以若干情景剧的形式对典籍中的礼仪故事进行演绎，同时将古代传统礼仪进行示范展示。

总台的《典籍里的中国》则进一步将这种“剧式表达”发展为整集内容的打开方式，其不再是内容结构中的一个小段落，而是成为整体内容叙事的基本框架。其采用“戏剧+影视+访谈”的制作思路，以戏剧表演作为基本呈现方式，以电影/电视剧的手段进行拍摄，以文化访谈强化知识性内容的传播。基于这种方式，有较大呈现难度的典籍文献能够通过突出画面表现力和场景化的体验感与仪式感，使观众更好地体会与理解传统文化的传奇性与生命力。

如齐泽克对事件的定义为：“事件总是某种以出乎意料的方式发生的新东西。”<sup>①</sup>同情景剧类似，舞蹈也可以作为切入点建构新的文化事件；从2021年河南卫视春晚节目《唐宫夜宴》起，这类作品就展现出超乎想象的影响力，使这种具象化路径得以快速发展、成形，河南电视台的“中国节日”系列、《舞千年》，总台的《古韵新春》均是这种模式的主要践行者。以《2023中秋奇妙游》为例，在独舞《霓裳羽衣曲》中，

① [斯洛文尼亚]齐泽克：《事件》，王师译，上海：上海文艺出版社，2016年，第6页。

舞者以杨贵妃的形象出场,伴随着白居易“千歌万舞不可数,就中最爱霓裳舞”的诗句翩跹起舞,以曼妙的舞姿与精致的舞美,创造性地完成了对唐代宫廷舞蹈巅峰之作的想象。《字之羽》则通过富有阳刚之气与表现张力的肢体语言,以双人舞的方式展现甲骨文的独特美感与千年演变,给受众带来相当直观的视觉和情感冲击。借助于身体这一兼具最原始的生命力与强烈的动态感的载体,结合视觉合成技术的加持,传统文化要素以及存在于文字与语言之中的故事、神话得以鲜活地展现在受众眼前,既强化了内容对于受众的感性吸引力,也改变了整个意义场域的面貌。

### 3. 沉浸式空间体验的塑造

对于传统文化类视听节目而言,诸如5G、VR、AI等技术并不仅仅为优秀传统文化与艺术提供了一层关于现代性、科技感的意义涂层,同时也深度嵌入到相关视听内容的生产之中,依托其可供性为受众带来沉浸式的文化体验。沉浸体验至少包含临场感、专注度与兴奋性三层维度。<sup>①</sup>其中,基于空间感知所形成的“身临其境”般的真实感是沉浸感的基础层次,也是进一步产生意识沉浸与情感沉浸的首要前提。依托于前沿视听技术所搭建的全新视听“奇观图景”,传统文化类视听节目致力于通过对演播现场以及表现对象的极致还原提升拟真程度与包裹程度,从而实现受众的“在场”,更为深入地感受与体验传统文化的璀璨。

当前,创作团队普遍注重在舞美设计上强化“科技含量”,LED高清巨屏、环屏、冰屏等被普遍采用,以呈现更为清晰、丰富的舞台背景。5G+4K/8K的播出技术亦成为当下视听内容制作的“金科玉律”,力求向受众提供高清化的感官奇观体验,从而实现受众的“在场”。此外,动画技术也得到了广泛应用,如总台央视频的《好消息!三星堆舞担大立人出道啦!》、广西电视台的《广西文博故事大会》、上海电视台的《大事件!奉贤博物馆里的青铜人竟集体“出逃”》均通过3D动画技术让文物“复活”,或展现诙谐舞姿,或对文物历史知识娓娓道来,进一步拓展了观者对国宝文物的认知。

在对数字技术的综合应用方面,总台推出的《诗画中国》可以说达到了一个新的高度。《诗画中国》对XR、CG、全息影像、裸眼3D等特效技术进行系统性整合,将其应用于对古代经典画作的视听展现上,在保证国画真实质感的基础上,让二维的画卷转化为三维的立体空间,受众得以穿越时空进入画中,以“人在画中游”的形式沉浸式体验作者的情感与画作的意境。在第一期节目中,开卷嘉宾李光复由演播室大屏上的巨幅《溪山行旅图》迈入画中,画中的山水之景也随之变为立体情境——李光复化身山间行者,挑担行走于山水之间,吟诵温庭筠的《商山早行》,在瀑布旁笑看两货郎争酒喝的有趣场景。这既详细展示了《溪山行旅图》中山岳溪流的空间关系与行者、商队两处点睛之笔,又通过嘉宾入木三分的表演与货郎争酒的舞蹈,在画卷原有内容之上增添了新的故事与关系,将山中之行的生机与乐趣展现得淋漓尽致。这种虚实交融的沉浸式空间的打造,不仅让画作的诗意境界变得具体可感,画作内涵得到创造性延展,更为人们赏画、品画提供了一种全新的视听体验。

### (三) 网感化表达

在视听内容的语态方面,让厚重的传统文化艺术类题材实现柔性表达,是当下文化类节目叙事的现实选择。创作者积极尝试话语方式的网感化转向,通过征用网络流行语与吸纳年轻化叙事主体等方式,在话语风格上积极向当代人特别是年轻群体靠近,以个性化、潮流化的话语表达,拉近与青年受众、当代受众间的距离。

#### 1. 征用网络流行语

随着数字网络文化的快速发展,网络语言逐渐演化成为一种特殊的社会方言<sup>②</sup>,并深度浸润着社会与大众生活,成为日常语言体系中难以剥离的有机组成部分。通过走出“自留地”,大胆接入网络流行用语,传统文化类视听节目的语言表达得以进一步软化、网感化,以生活化、网络化的修辞模式拉近与受众的

① 曾祥敏、翁旭东:《具身化、代入感、共情性:短视频推动中国想象建构的三重体验研究》,《当代电视》2023年第6期。

② 邝霞、金子:《网络语言——一种新的社会方言》,《语语建设》2000年第8期。

情感距离。这也使传统文化得以走下神坛，凭借轻松活泼、诙谐有趣的叙事风格折射出自身的年轻态与生命力。这些色彩明丽、笔触广泛的网络流行语，将不同的象征性旨趣同传统文化勾连起来，在引导和规劝之下为传统文化的视听景观建构营造出积极、协调的网感气质。

首先，传统文化开始“说”起了方言，如川渝话、上海话、陕西话、河南话等具有丰富表现力的语言表达受到重视（特别是在网络视听节目之中），在乡音乡情的强大感染力中凸显传统文化的亲近感，而适度的陌生感也使得视听内容更具戏剧性。其次，作为国民记忆重要组成部分的经典影视剧台词、场景、流行歌曲等被纳入传统文化视听节目的语言词典之中，通过对共同经验的唤醒为受众提供了更为广阔的联想与解读空间。再次，在信息交流过程与网络内容走红中所形成、出现的网络原生用语得到广泛使用，主动贴近年轻互联网受众的言语实践方式，让受众在特定的语境之中能够更好地解读和认同创作者的传播意图与意义表达。

在对网络流行语进行征用的背后，展现出的是网络空间中“梗”文化的独特逻辑，这也是网感的重要来源和表现。关于“梗”的含义存在多种说法，有观点认为“梗”来源于对相声术语“哏”的讹读<sup>①</sup>，也有观点认为是由英文“gag”（笑话）到日语“ギャグ”（噱头）再到中文的二次音译；还有观点认为是在多种叙述中间形成的笑点，与“典故”的特征相近<sup>②</sup>。尽管定义芜杂，但所指内涵较为统一，即幽默风趣、具有一定特殊含义的段子、笑点。从本质上讲，“梗”是一种互文性文本，在多个文本意义的震荡与编织中形成，显现出言在此而意在彼的独特意涵特征，这也正是“梗”文化的魔力所在。“接梗”“玩梗”是传播中额外意义的赋予，通俗来讲，相当于在文本之中植入了极为精简的超链接，其指向的是存在于传受双方的共同语言之中的其他特定文本。这一过程中，受众所获得的网感乐趣就在于对这些“彩蛋”的识别、追溯与会心读取之中。因此，通过网络流行语言对传统文化视听内容之语态的软化、趣味化、网感化焕新，正在为传统文化的意义结构提供新的谈资与情绪性点缀，起到了画龙点睛的修辞效果。

## 2. 构建年轻化表达主体

在相当程度上，网感化表达、传播和接受的主体是青年人。人物是结构视听内容的基本要素，是驱动叙事得以展开的行为主体。媒体叙事要尽快在屏幕上放置“一张能够生动讲述故事的脸”，由人物“牵带出需要叙述的主题”<sup>③</sup>；而对表达主体的选择，往往会潜移默化地引导受众对视听内容形成特定的态度和认知。作为一种能指符号，人物在视听传播语境下，于传统文化的话语建构中所发挥的作用不容忽视。在主要嘉宾与其他参与者的安排上，传统文化类视听节目有意识地突出年轻气息，这一方面是出于面向年轻受众群体进行网感化传播的考量，另一方面也在客观上强化了关于传统文化饱具朝气与活力的隐喻。

首先，在对节目、嘉宾群体的命名还有理念、口号的构思上，“少年”“青春”等词汇成为常见表达，如总台的《上线吧，华彩少年》、山东电视台的《国学小名士》、浙江电视台节目《万里走单骑》的主持团“万里少年团”、北京电视台节目《书画里的中国》的嘉宾团体“少年书画团”、广东电视台《国乐大典》第三季提出的口号“国乐正青春”等。

其次，在文化专家以外的嘉宾团体构成上，年轻人群成为文化类视听节目标配。在如《齐鲁文化大会》《国乐大典》《春天花会开》等以竞技选拔为基本框架的文化类节目中，参赛选手基本上都是“90后”“00后”。在其他类型的视听节目中，嘉宾团体则往往以“老带新”模式组织起来。不同文化类节目中新老嘉宾的比例不一，但往往至少包括一名新生代艺人/素人。如《万里走单骑》第三季以资深学者单霁翔，中生代演员周韵，再加牛骏峰、唐九洲两位新生代艺人构成节目的常驻嘉宾阵容。在《最美中轴线》第二季中，第二期嘉宾阵容新老艺人的比例达到6:1，除老戏骨王刚以外，其他6位嘉宾分别为新生代艺人希林娜依·高、王弦、符龙飞、徐乐同，以及对年轻受众群体具有较大号召力的流行歌手大张伟、董宝石。

① 陈谦：《群体与仪式：网络“梗”文本的传播符号学研究》，《东南传播》2020年第11期。

② 南帆：《“梗”：网络空间新型典故的诞生》，《光明日报》，2021年9月9日。

③ 曾祥敏：《电视采访：融合报道中的人、故事与视角》，北京：中国传媒大学出版社，2018年，第101页。

此外，在除嘉宾团以外的出镜人员、表演者以及观众的安排上一般也以青少年与青年为主。总之，通过年轻人物形象所展现出的开朗活泼与蓬勃朝气，节目青春靓丽的网感化叙事风格得以强化，传统文化鲜活生命力的意向也得以进一步凸显。

#### （四）情感化撩拨

“极旧”受到“极新”的喜爱与追捧，一个重要原因在于，这些文化类视听节目普遍契合了受众的情感需求，特别是深层次触动了年轻一代的情感逻辑。作为人类的本能反应，情感是人们快速做出决策的首要依据，对个体行动具有重要的影响。有研究证明，受众在选择媒介产品的活动中显著受到情感的引导与影响。<sup>①</sup>特别是在移动社交网络的传播环境中，情感已成为重要的传播触发器，对于人们在信息内容的选择性注意、理解与记忆方面发挥着关键性的引导作用。<sup>②</sup>通过在内容叙事与传播运维环节主动应和受众的情感特性，传统文化类视听节目得以充分调动当代受众的主观能动性，使后者自然、自发地深入传播者构建的情感结构之中，实现对节目中人事物的个体移情，进而唤起对璀璨中华文明的集体共情。

##### 1. 构筑多维情感共同体

可以看到，当前不少传统文化类视听节目常常通过故事化、小切口的讲述方式，以及富有感染力沉浸式视听要素的精心组合以实现受众的情感刺激，给后者以积极的情感体验，促使用户对视听内容及所承载的话语进行正向解码，也为更加深度的良性互动建立基础。当受众的情绪在对视听节目内容的瞬时观看中得到有效调动后，随着同视听内容互动的积累，以及充满情感与艺术张力的视听表征所带来的持续性移情，最初短暂的情绪进而演变为长期的、稳定的情感力量。

横亘在传者与受者的情感畛域得以消解，为传统文化视听传播过程中持续保持双方的可沟通性创造了条件，在共同心理与情感之上促进对传播内容的接纳与认同，实现心智的共通与意义的共享。在这一过程中，青年受众得以因某些视听符号而从传统艺术与文化中感受到欢喜愉悦，或因某些动人故事的讲述而为历史事件或神话传说中的人物而动容，或因感受到中华文化源远流长的浩然而昂扬起来。在欢喜、动容、昂扬间，激活观众自觉生发的家国情怀、文化自信、价值认同。

以浙江广播电视集团《秒墨中国心》为例，节目选择以书法艺术作为表现对象，着力通过多种方式调动受众的情感，激发受众对书法的兴趣，使其真切感受到传统书法的艺术之美。在主讲行书的一期中，除了知名度较高的《兰亭序》外，节目组另外选取了颜真卿的《祭侄文稿》进行艺术化的表达。节目组邀请演员吴樾以话剧独白的形式，将隐藏在《祭侄文稿》背后颜真卿哥哥颜杲卿与侄子颜季明一家在安禄山叛乱中死守不退，最终全家取义成仁的悲壮故事演绎了出来。演员泪洒舞台的动人表演与悲痛哀转的弦乐演奏相呼应，以极具情绪感染力的方式叙说出颜真卿的满腔悲愤，让受众在极大的情感共鸣中深入了解这幅气势磅礴、情如潮涌的行书作品，同时深刻领悟中华民族铁骨铮铮、宁死不屈、舍生取义的民族气节。

情感共同体的构筑不仅限于受众个体与文化类视听内容之间，同时也存在于广泛的受众之间。当个体通过转发进行情感扩散，以及通过评论、弹幕相互进行彼此情感表达的解析与交流时，一种具有显著共通性的情感体验得以在个体之间形成，激发群体积极建立情感联结。如此，以情感为纽带，异质的受众群体间得以构建起一种具有显著凝聚与整合功能的有机结构。这种情感共同体以服膺传统文化视听节目所传达的话语意义作为维系整体结构的价值观，在共同情感的持续高涨之下以诸如“此生无悔入中华”“如果奇迹有颜色，那一定是中国红”的集中表达不断对共同体身份进行确认。

##### 2. 情感驱动下的参与式生产

① VORDERER P.(2008). Appraisal of Emotions in Media Use: Toward a Process Model of Meta - Emotion and Emotion Regulation, *Media Psychology*, 11(01):7-27.

② 袁靖华、孙佳雯：《传统文化典籍创新表达与传播转化的“情动机制”——以文化类节目为例》，《中国电视》2022年第10期。

除转发、点赞、评论、分享等对于节目内容的行动外，传统文化类视听节目的情感动员还会进一步推动受众进行参与式的内容生产。在洞悉网络参与式文化特征与受众媒介参与行为模式的基础上，创作者在节目生产以及后续的传播中有意识地向青年群体提供大量具有引爆点的网络话题、内容材料和情感生发点，鼓励后者参与到相关优秀传统文化与艺术的视听内容生产活动中。如此，来自用户个体或圈层群体的各种话语和情感也被有效调用起来，自主参与到对传统文化的主流话语的阐释、演绎与补充之中，在全社会范围内形成强大传播合力。依托参与式文化，创作者得以进一步激发民间集体智慧，极大推动文化生成的社会化，传统文化的继承弘扬与现代化转化发展转变为全民参与、全民共创的公共文化事业，显现出更旺盛的活力与强劲的动力。

在《典籍里的中国》播出期间，创作团队基于对节目中表演嘉宾与所扮演的历史人物形象的隔镜对拜片段的混剪，推出短视频《这一拜，很多人都看哭了》。该短视频以强烈的时空冲击感撩拨了不少用户的情感，令人动容；同一时间内创作者在网络短视频平台发起参与式话题“典籍里的中国千年对拜”，吸引、鼓励青年受众主动接受挑战，参与到创作型扩散之中。内容在网络上发布后便点燃了网络用户的创作热情，大量青年网络用户积极进行模仿致敬，有效推动了相关视听内容的二次传播，助推节目在情感的角度实现“破圈”传播。再以2023年总台春晚舞蹈节目《碣步桥》为例，节目在春晚的走红吸引了大量用户在短视频平台上对舞蹈动作进行模仿。这些来自民间的舞蹈版本或惟妙惟肖，或憨态可掬，以身体展演的方式实现对《碣步桥》的个体体验，通过乐感情绪气氛展现出用户对于节目的认同与喜爱。对于源文本而言，这些衍生文本所发挥的作用更多是延展性外化而非颠覆性异化，为节目内容更广范围、更持久地传播注入了活力。

#### （五）互构化价值

对优秀传统文化的当代化叙事转化还体现在更为深层次的价值层面。中华传统文化是一个完整的文化系统，即包括表层的物质文化（器具、建筑、服饰等）与制度文化（民俗、礼仪、法律等），亦包括深层的思想文化（观念、理论、学术等），其中深层文化会映射到表层文化之上。<sup>①</sup>对于优秀传统文化的弘扬与发展，最核心和最终的重点要落在无形的精神内涵层面。正如《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》所明确指出的，优秀传统文化传承发展的主要内容为中华民族核心思想理念、传统美德与人文精神三大方面。<sup>②</sup>作为中国特色社会主义事业的精神命脉与滋养来源，中华优秀传统文化与社会主义核心价值观体系内在契合，并为社会主义核心价值观体系的凝炼提供了滋养土壤，同时社会主义核心价值观也是对优秀传统文化的现代化转化与升华。

在对优秀传统文化与艺术进行当代化叙事转化的过程中，文化类视听节目在展现中华民族流传至今的深厚精妙的思想精华与道德精髓的同时，着力于同当下的社会语境相关联，着力实现同新历史阶段下的时代精神互构，从而讲述优秀传统文化在中国特色社会主义新时代的最新发展。这既丰富和壮大了主流价值的影响力与传播力，同时也反映了优秀传统文化的当下性与进步性。

##### 1. 突出现实关怀的价值互构

通过“以古绘今”“借古言今”的叙事方式，优秀传统文化得以与当下热点事件紧密勾连，展现出鲜明的现实关怀色彩。具体而言，就是从传统文化中寻找创意来源，以经典传统文化内容作为载体，通过对传统文化符号体系的解读、挪用与重构，创造讲述时代故事，反映重大成就的新方法与新形态。如此，在漫长岁月中积淀下来的历史经典与中国特色社会主义建设的最新成就形成互文，在古今互鉴中有效拓展了传统文化的外延，同时也为其注入了新的时代意涵。

如《人民日报》新媒体中心上线的《新千里江山图》，总台央视网推出的《2021年版清明上河图藏

① 陈先达：《文化自信中的传统与当代》，北京：北京师范大学出版社，2017年，第5页。

② 中共中央办公厅、国务院办公厅：《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》，中华人民共和国中央人民政府，[2022-07-13]，[http://www.gov.cn/zhengce/2017-01/25/content\\_5163472.htm](http://www.gov.cn/zhengce/2017-01/25/content_5163472.htm)。

了一年的彩蛋》均是在中国十大传世名画上进行的再创作，将当下某个阶段内的一系列热点事件，以与原画相近的风格植入画卷之中，让受众在移步换景之中盘点重大事件与发展巨变。以《新千里江山图》为例，短视频以火遍全国的《只此青绿》中的经典形象开篇，在长袖舒卷之中北宋王希孟所绘名画《千里江山图》缓缓打开，随之带领受众以主观视角进入画面之内，在中国青绿山水画技法与三维建模、场景CG技术共同构建起的时空中穿梭遨游。伴随着场景在田野、高山、大江、海洋、城市、天空之间的变化，近十年来国家建设与社会发展中的一系列重大事件、热点人物逐一入画。3分54秒的时长里共浓缩了26项热点时事元素，主要涵盖大国工程、时代楷模、乡村振兴与重大事件四类（见表1）。这些意象集中指向党的十八大以来中国社会主义现代化建设所取得的辉煌成就，同《千里江山图》所描绘的祖国大好河山在视觉上创造性地融为一体，在走向极致的视觉表达中完成“江山如画”的意义建构。通过对千里江山中新时代新故事的描绘，一幅关于中国式现代化道路的时代画卷得以从《千里江山图》中孕育、生成。

表1 《新千里江山图》中出现的各类时事热点元素

大国工程	高铁、C919飞机、白鹤滩水电站、“奋斗者”号全海深载人潜水器、港珠澳大桥、塞罕坝、国家公园、中国天眼FAST望远镜、珠峰高程测定、北京大兴国际机场、北京冬奥会“雪如意”国家跳台滑雪中心、航空母舰、歼15、歼-10、长征五号火箭、中国空间站
时代楷模	袁隆平、张桂梅、邓兴、中印边界戍边战士
乡村振兴	悬崖村、十八洞村
重大事件	北京冬奥会、G20杭州峰会、抗击新冠病毒、重庆山火抢险

总台央视频的动画短剧《以梦为马》则是让元代画家赵孟頫的《人骑图》与清代郎世宁的《十骏图—狮子玉》中的两匹骏马从画中走出，讲述它们在当下重大时间节点与社会热点相遇时发生的故事。如在第一期中，在中国香港（以下简称香港）回归25周年之际，两匹马跑着去新建成的香港故宫文化博物馆参展，路途中经过郑州火车站、深圳水库，由此回顾了当年内地支援香港的两条生命线，在到达香港之际，两匹马更是按照极具香港特色的赛马方式开始最后的冲刺。通过文物在今天的所见所感，巧妙讲述香港回归25周年的时代故事。

## 2. 强化古今关联的价值互构

文化类视听节目将传统文化与当代的主流价值观念相接续，挖掘优秀传统文化与社会主义核心价值观之间的同一性、继承性关系，以马克思主义中国化最新发展成果为立场，重新审视和阐发传统文化的思想精髓，为其注入新的现代性内涵，从而推动当代主流价值体系的进一步发展。这既是优秀传统文化创造性转化与创新性发展的核心落脚点，也是主流媒体自身属性与功能的要求。在围绕传统文化的表意实践中，创作者将传统文化的前世与今生相关联，通过叙事在展现其薪火相传、绵延不绝的宝贵特质基础上，不断为其注入时代精神的新风貌。

如总台《典籍里的中国》尝试将主持人纳入时空展演之中，以自身作为中介将过去和现在连接起来。其角色由旁观者发展为游走于不同时空的亲历者，见证中华文化典籍背后的故事，并带古圣先贤穿越时空来到当代，体验今天中国的发展。在《尚书》第一期中，主持人通过跨越历史的对话讲述了《尚书》的流转传承与其中所记载的上古故事。通过学者解读和剧本围读两个环节的层层深入，节目在潜移默化中为解读《尚书》提供了特定的语境与方向，使得“把原始文本中潜在可解释的意义范围缩小了，引导观众把某些立场的解读优先置于其余立场和解读之上”<sup>①</sup>。由此，《尚书》中的“民为邦本、本固邦宁”的“民本”思想被放置在优先解读的位置。在剧场空间内，节目着重表现了伏生护书以及《尚书》所载大禹治水（《禹贡》）与武王伐纣（《牧誓》）的故事，通过对伏生、大禹以及周武王这些“极致人物”的塑造，为当下社会树立道德典范与榜样人物，强化情感共鸣与价值认同。在节目的最后段落，伏生随主持人来到两千年

① [英] 泰勒、威利斯：《媒介研究：文本、机构与受众》，吴靖、黄佩译，北京：北京大学出版社，2005年，第75页。

后“清华简”的展览现场，在先贤老者与背诵《尚书》的小学生的对话之中，隐藏于视听内容之下的潜文本得以完整勾勒出来。节目的核心表达也由自古传承的“民本”思想上升到以人民为中心的发展思想，动情、有力地阐释了马克思主义的本质属性，以及“人民至上”的价值追求。

再如总台央视网推出的《习近平擘画的现代版“富春山居图”》以总书记在2018年十九届中央政治局围绕“实施乡村振兴战略”集体学习中提到的“打造现代版‘富春山居图’”为灵感，将闽宁镇、金米村、十八洞村、潭头村、安吉余村、赤溪村这些乡村振兴标杆村镇融入名画《富春山居图》中，生动地展现了新时代乡村巨变与农民不断提升的幸福感，以及乡村振兴战略实施以来中华大地的全新景象。配合总书记的讲话原声与对当地脱贫干部和民众的采访，以及精炼的文字呈现，短视频展现乡村新貌的同时也响亮地点明“东西协作”“精准扶贫”“保护生态”“弱鸟先飞”这些重要发展理念，以大开大合的想象力在《富春山居图》前世今生的流转变迁中与摆脱贫困、全面建成小康社会的伟大历史性成就相接续，为其赋予了新的价值内涵。

### 三、结 语

伴随着视听传播成为最主要的信息传播手段，充斥在人类社会各个角落的视觉装置和可视符号，已成为当代人特别是“网生一代”了解、认识客观世界的基本途径。与此同时，兼具科技性、媒介性与参与性的视听传媒艺术在优秀传统文化与艺术的创造性转化和创新性发展中，占据日益重要的位置。然而，从客观实在到由多种视觉符号所编织成的视听文本的转化，并不是一个一对一的简单镜像过程，围绕表征对象的视觉形象生产是“充满了变数的创变与重构”<sup>①</sup>。这在近年来广泛受到年轻群体喜爱和追捧的传统文化类视听节目上得以体现。传统文化与艺术，并非以一些人们在刻板印象中误解的古老陈旧的样貌重新登上高台，而是以一种现代、时尚、富有生命力的形态深入青年日常文化选择与媒介消费之中。从文化类视听节目内容生产与传播的客观实践来看，在当代化叙事转换的过程中，对优秀传统文化与艺术资源的再现，在视听传播媒介可供性所提供的纷繁驳杂的转化可能性中显现出有序性，其趋向于以某种固定的视觉结构与意义内涵流动于大屏小屏之间。

本文正是致力于深入到传统文化类视听节目内容生产之中进行考察，以揭窳其关于优秀传统文化与艺术的创作语法。立足近年来具有一定代表性的若干文化类节目进行审视分析，可归纳出五点传统文化当代化叙事转换的智慧，其共同构成现阶段对于优秀传统文化与艺术进行视听化建构的基本逻辑。

第一，文化类视听节目创作者通过将传统文化与艺术，同现实中的日常生活相关联以强化同受众的接近性，同时大胆地与流行文化元素融合混搭推动传统文化流行性与时尚感形塑，从而对传统文化与艺术进行当代化提炼。

第二，为实现奇观化的视听景观营造，创作者依托多种表现形式与内容形态强化受众对其趣味性的认知和体验，凭借情景剧、舞蹈的深入挖掘进一步开拓传统文化与艺术的具象化形象，通过大量运用前沿技术塑造沉浸式空间体验。

第三，文化类视听节目努力探索网感化表达，以寻求在话语风格上主动靠近年轻群体。围绕这一目标，征用网络流行语与塑造年轻化表达主体形象为主要行动路径。

第四，文化类节目也努力通过情感化撩拨，来唤起受众深层次的情感。为此，创作者着力通过视听要素的调用组合以及叙事方式的创新，来同受众构筑情感共同体，同时以材料给予、热点话题制造的方式，驱动用户进行带有情感色彩的参与式生产，进一步强化优秀传统文化的传播力与影响力。

第五，对于优秀传统文化与艺术的当代化叙事转换还体现在价值维度。为实现价值互构，文化类视听节目一方面将传统文化与当下热点时事相联系以突出叙事的现实关怀，另一方面突出传统文化的精髓内核与当下社会主义先进文化的精神风貌的关联，以优秀传统文化推动当代社会主流价值体系的丰富与发展。

<sup>①</sup> 周宪：《视觉建构、视觉表征与视觉性——视觉文化三个核心概念的考察》，《文学评论》2017年第3期。

从本质上来看，文化类节目关于传统文化的当代化叙事转换的逻辑，深刻体现出对视听传媒技术的重视，对社交化网络传播规律的探索，以及对当代人审美认知与信息接受方式的主动适应。然而需要注意的是，应始终在文化类节目的视听媒介化与优秀传统文化的传承发展间，明确本末关系。在传统文化类视听节目的生产过程中，应该对文化主体性的问题保有清晰认识。对于优秀传统文化的“转换智慧”必须始终服务于如下目标：守护中华民族的精神家园，保持中华文明连续性，推动中华优秀传统文化在新的历史时期下的丰富与发展。在传统文化类视听节目走向高流量、高热度的当下，更需警惕商业资本与消费主义对传统文化的裹挟与消解，防止让传统文化元素成为单纯装点节目形态、用以支持节目展开后现代主义式文化拼贴的扁平化符号。

关于通过传统文化类视听节目将传统文化艺术元素进行当代化叙事，并让当代受众特别是青年受众自觉自发喜爱传统文化的意义，其底层逻辑是降低文化传承中的“断裂性”，夯实文化传承中的“连续性”。任何文明或文化永续的根本之一就是不断避免断裂性元素，而保持连续性机制，特别是思考如何在这一文明或文化之下的青年群体中保持“连续性”。

对优秀传统文化与艺术的当代化叙事转化是一个长期的动态过程。随着人们对于优秀传统文化与艺术的鉴赏能力与接受程度的不断提升，文化类节目内容的生产与创新需跟随传媒技术的发展、传播方式的演进以及时代价值的新变而不断适应，从而提供更有智慧与水平的内容产品。这也需要人们在丰富广阔的实践场域中，不断探寻创造性转化与创新性发展的智慧，丰富和延展新时代下中华文明绵延不绝、生生不息的传承密码，夯实连续性，避免断裂性。

## **Narrative Transformation of Contemporary Interpretation of Chinese Traditional Culture: Examples and Logic of Cultural Audiovisual Programs**

LIU Jun<sup>1、2</sup> & WENG Xu-dong<sup>3</sup>

( 1.The Media Arts and Culture Studies Center, Communication University of China, Beijing, 100024;

2.Modern Communication Journal of Communication University of China, Beijing, 100024;

3. Television School, Communication University of China, Beijing, 100024 )

**Abstract:** The fusion of the “extremely new” and “extremely old” is a prominent phenomenon in the current creation, dissemination, and reception of cultural audio-visual programs in China. Cultural audio-visual programs with excellent traditional culture or art as their theme are highly praised and discussed among young audiences. This indicates that the current exploration of the contemporary narrative transformation of Chinese traditional culture has found suitable directions and paths. In recent years, representative programs and focal phenomena have emerged, shaping the contemporary narrative transformation of outstanding traditional culture through five main dimensions: modernized refinement, spectacular audio-visual experiences, internet-influenced expression, emotionally resonant appeal, and mutually constructed values. Together, these aspects establish a structured creativity in the audio-visual representation of traditional culture, facilitating the adaptation to audience media consumption and aesthetic cognition. This, in turn, effectively guides cultural choices and value identification for contemporary individuals, including the younger demographic.

**Keywords:** Media Arts, Traditional Chinese Culture, Modern Media Narrative, Audiovisual Program, Online Audiovisual Content

[ 责任编辑：廖 霞 ]