

文化综艺节目如何在铸牢中华民族共同体意识上发力

以《长城长》为例 解锁“符号式”文艺创作规律

乔艳

(内蒙古广播电视台 卫视节目制作传播中心, 内蒙古 呼和浩特 010010)

【摘要】在2021年中央民族工作会议上,习近平总书记强调,做好新时代党的民族工作,要把铸牢中华民族共同体意识作为党的民族工作的主线。内蒙古自治区在贯彻落实中央民族工作会议精神过程中提出“两个打造”工作举措,即打造更多政治性强、内涵丰富、意蕴厚重、接受度高的中华文化符号和中华民族形象,打造一批具有中华文化底蕴、汲取各民族文化营养、融合现代文明的书籍、舞台艺术作品、影视作品、美术作品。那么,身处媒体融合的大内容时代,文化类综艺节目如何在铸牢中华民族共同体意识上发力,实现“破圈”传播?本文将结合中国首档以长城为主题的大型文化综艺节目《长城长》的创作与传播历程,解锁一种全新的文艺创作方法,为铸牢中华民族共同体意识,推进中华民族共同体建设,发挥主流媒体的时代担当。

《长城长》是内蒙古广播电视台打造的中国首档以长城为主题的大型文化综艺节目。作为一档答题类竞赛节目,《长城长》设置了56位参赛选手,数量与56个民族相统一,不同身份、不同着装的选手们在节目中各显风采。打破地域、行业、年龄限制,《长城长》发起的不仅是一场长城文化知识竞赛,更是通过对“长城”这一中华文化符号的文艺化诠释,努力构建起维护国家统一和民族团结的坚固思想长城。以此为开端,内蒙古广播电视台陆续打造“文化综艺三部曲”之《黄河魂》和即将在龙年推出的《中华龙》,推动各民族共享的中华文化符号和中华文化形象深入人心,增强各族群众对中华文化的认同,既春风化雨,又润物无声,在对中华优秀传统文化进行创造性转化与创造性发展实践中,走出了一条立足自身、放眼全国、走向世界的“符号式”文艺创作新路子。

【关键词】文化;铸牢;媒体

一、以《长城长》为例 谈“符号式”文化节目如何破题

“只有全面深入了解中华文明的历史,才能更有效地推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展,更有力地推进中国特色社会主义文化建设,建设中华民族现代文明”。《长城长》在策划创意阶段,便将目光聚焦中华优秀传统文化,在众多各民族所共享的中华文化符号和文化形象中寻找“立足内蒙古、涵盖全中国,能代表中华形象、中国精神,在全世界都享有盛誉”的代表。习近平总书记多次指出:当今世界,人们提起中国,就会想起万里长城;提起中华文明,也会想起万里长城。尤其是中央全面深化改革委员会会议审议通过的《长城、大运河、长征国家文化公园建设方案》,要求部署建设长城、大运河、长征三大国家文化公园。所以,“万里长城”是当之无愧的各民族共享的中华文化符号和中华文化形象。

我国历代长城墙体总长度达21196.18公里,分布在全国15个省市自治区,而内蒙古境内长城总长度为7570公里,分布于12个盟市的76个旗县区,

位居中国第一,是中国长城资源最丰富的地区之一。

自古以来,传统的游牧、农耕文明汇集一处,在长城沿线碰撞出多元文化,不断书写着民族交往交流交融的动人故事,凝聚着团结统一、众志成城的爱国精神,坚韧不屈、自强不息的民族精神,守望和平、开放包容的时代精神。知名文化学者蒙曼曾这样形容:长城就像是我们中华大地上的一条长长的拉链,把中原和塞北、农耕和游牧、稷麦青青和万马奔腾连接在了一起。“长城长,长城两边是故乡”,中华民族共同体意识,就在这个过程中不断得到强化。所以“以长城,述中国”,既看得见、摸得着,又为文艺创作提供了坚强有力的抓手。

二、润物细无声 实现价值传播的“有形有效”

文化综艺节目呈现方式多种多样,《长城长》完成破题后最重要的任务,就是找到合适的表达形式和表现手法。由于长城的修建贯穿历史两千多年,几乎历朝历代都有大规模修缮和新建的动作,所以长城在中华民族的集体认知里,早已不是简单的一面大墙,

而是一种精神的象征,折射在诗词、书画、文物、人物等各个领域,深深嵌入整个中华文明体系当中。也就是说符号虽然简单,但外延极其宽广,这也是符号类文化节目的一大特点。基于此节目选择了一种最为喜闻乐见、经久不衰的表现形式,那就是综艺答题型,面向全国各行各业招募56人答题团,设计“雄关漫道”“谁与争锋”“英雄问鼎”等环节,赛制紧凑、悬念迭起,选手风采尽显、长城故事娓娓道来;同时设置“长城文化解读官”这一关键角色,以蒙曼、郦波为代表的文化学者们,以董耀会、张玉坤为代表的长城学者们,就题目背后的文化与思想内涵,“沉浸式”讲述、解析,透过一个个鲜活的故事,让人们更加深刻、全面地了解中华文明。不仅观众代入感强,更重要的是,每一道题目就是一个完整短视频,非常适合网络传播,拉长节目长尾效应,争取到更广泛的年轻受众。

更重要的是,节目借助科技赋能,让艺术和技术点亮传统文化。在舞台表现方面,《长城长》在新一季的节目中,首次借助虚拟场景XR技术,打破传统节目的空间束缚,将舞台时空、历史时空与现代时空相结合,在三者之间交叉叙事,形成极具冲击力的文化景观,新的技术手段正在给传统文化传播带来新的活力,使观众眼前一亮。数字技术的进步和媒体融合的环境正在为中华优秀传统文化提供更多元的展示路径、更广阔的传播空间。近些年各大卫视纷纷打造垂直类文化综艺,让搬上大屏节目的中华优秀传统文化不再囿于固定的圈层,与大众有了更深入接触的渠道,更重要的是找到了传统文化与年轻观众共情的突破口。

三、正确处理三对关系 形成强势传播合力

(一)把马克思主义基本原理同中华优秀传统文化相结合

聚焦中华优秀传统文化选题,绕不开马克思主义的科学性和真理性,二者高度契合。文化类综艺节目需要充分发挥哲学社会科学发展规划的引领作用,依托各类高端智库、高校院系、科研院所、艺术研究机构等,运用马克思主义立场观点方法,深刻阐明各民族多姿多彩的文化是中华文明的重要组成部分。

《长城长》汇聚国内顶级长城专家学者30余名,涉及三维数字测量、实地考察勘察、文化研究、古堡村落、石窟壁画等各大细分领域,同时集齐15省市区市长城资源调查人共同组成节目智库,以现场出题、节目解析、题库把关等多种“长城文化解读官”的身份,立足长城宽广的知识外延与文化内涵,讲好长城两边各民族交流交往与交融的故事。

而《长城长》探索出来的这条“智库路线”被证明是成功且高效后,内蒙古广播电视台“文化综艺三部曲”之《黄河魂》也复制了同样的节目经验,邀请国内著名非物质文化遗产保护专家、音乐学家田青,著名跨界音乐家吴彤、著名导演、主持人刘仪伟,以“文化摆渡人”的身份不断将“黄河的人格精神”推向高处。当来自青海省、宁夏和甘肃的歌手,把国家级非遗项目“花儿”用不同的旋律和音色呈现出来时,田青教授一路把观众“摆渡”到历史高地上:“青藏高原历史渊源深厚。特别是黄河沿岸地区,曾一度孕育了马家窑文化、仰韶文化。如果你到花儿的故乡来看看,你会发现,汉文化、藏文化和历史上其他西域少数民族文化的根,都能找得到。”一语道出“黄河”巨大的文化包容性。而这些视角新颖的跨界文化解读,背后的基本逻辑正是将马克思主义基本原理同中华优秀传统文化相结合,依托“长城”“黄河”这样各民族共享的中华文化符号和中华民族形象,将中华优秀传统文化进行创造性转化与创造性发展,其形成的传播合力也是巨大的。

(二)创新表达语态 正确处理传统文化与当代审美需求的关系

一档传统文化综艺的走红,离不开年轻观众的主动传播,年轻受众正逐步成为网络空间话语权的主导者之一,在建构中华文化自信话语体系中起着举足轻重的作用。从《长城长》开始,内蒙古广播电视台广泛利用运用融合传播手段,在爱奇艺、优酷、哔哩哔哩各大商业视频网站开设节目专题页面,超前上新,人民日报客户端、奔腾融媒、新浪微博、抖音平台同步直播,节目官方话题#内蒙古卫视长城长#在新浪微博和抖音平台累积阅读量超2亿次。在年轻人聚集的B站社区上,网友留言称,“《长城长》是一部极为有益的节目,让我们感受到了中华文明的重要象征,使我们明白了长城的精神”,发挥了“不言之教胜于教”的效果。

传统文化并非沉睡的文化,太过严肃的叙事风格,容易将普通大众和年轻人拒之门外。《长城长》作为一档文化综艺类答题节目,题目的呈现十分关键。为最大限度贴年轻群体,导演组设计了大量“对话感”十足的“场景假设题”,例如“玄奘在西天取经路上是否看到过长城”“如果一个公元二世纪的罗马士兵看到长城会发出怎样的疑问”等,叙事风格与语态均有现代日常生活的烙印,通过将厚重的历史命题轻量化表达,契合年轻人的审美偏爱,不仅让大家通过精神上的共享共情共鸣,获得文化滋养和审

美愉悦，还成就了“居延汉简里竟然发现了九九乘法表？”“穿越回唐朝，胡椒可以抵工资，连宰相都囤货”“古代四大美女和才女原来都是成团出道”等多个爆款短视频产品，触达青少年群体，达到小屏反哺大屏的良性互动效应。

（三）栽下梧桐树 引得凤凰来 正确处理社会效益与经济效益的关系

《长城长》自2022年2月5日播出以来，迅速获得社会广泛关注和一致好评。追更《长城长》已经成为内蒙古当地中小学当中的现象级行为，在b站弹幕中各地学生纷纷前来打卡，摘抄专家金句，评论区一片热闹。一次次播放点赞，一条条留言评论，观众既成为走进传统文化的接受者，又成为弘扬传统文化的传播者。

广为群众接受与认可，社会效益彰显是第一步。2022年3月6日，中国人民政治协商会议《人民政协报》，用整版“排面”对内蒙古卫视大型文化综艺节目《长城长》进行报道，采访各界全国政协委员、人大代表，就《长城长》节目为话题，探讨文化艺术创作如何“润物细无声”地铸牢中华民族共同体意识。3月18日，国家广电总局监管日报发表专题点评《内蒙古卫视〈长城长〉传承长城文化铸牢中华民族共同体意识》，认为节目选择长城这个文化符号为出发点，立意深远，同时环节创新、入脑入心，契合时代精神。经国家广电总局评选，《长城长》成功入选“2022年第一季度广播电视创新创优节目”“中华文化广播电视传播工程”重点项目，同时获内蒙古自治区第十五届精神文明建设“五个一工程”奖。

栽下梧桐树，引得凤凰来。在《长城长》社会效益全面彰显之际，经济效益也随之凸显。比起节目刚起步时的紧日子，《长城长》第二季未拍先热，获政府专项资金支持和社会资本青睐。更重要的是，内蒙古广播电视台通过实践锻造了一支紧跟时代、战斗力强的节目制作团队，继《长城长》之后，正在播出的《馆长·请亮宝》获得多家企业冠名、特约播出，作为文化综艺三部曲的《黄河魂》《中国龙》同样未播先热，商业洽谈稳步推进，这也从侧面表明，在市场层面，文化节目的社会传播价值得到充分肯定，中华文化的生命力蓬勃旺盛。

四、进一步加强国际传播，在深化文明交流互鉴中展现可信、可爱、可敬的中国形象

这是中国式现代化赋予文化强国的重要使命，也是加强国际传播工作的重要落脚点。以《长城长》为代表的符号式文化综艺节目，未来值得进一步探索

运用文化符号和形象IP来创作生产海外受众喜爱的影视作品、动漫游戏、文创产品等，依托推特、脸书等海外社交媒体平台，用贴近国外受众特别是“Z世代”喜爱的潮流文化、时尚元素、美术音乐、动漫科幻、元宇宙等，使中华符号、中国元素通过生动的表达流行海外、蜚声国际，尤其是发挥知名学者、文艺名家、体育明星、非遗传承人和知华友华“朋友圈”作用，让世界读懂中国、读懂中国人民、读懂中国共产党、读懂中华民族，不断扩大中华文化国际影响力，增强民族自豪感、文化自信心。

不忘历史才能开辟未来，善于继承才能善于创新。坚持从历史走向未来，从延续民族文化血脉中开拓前进，才能做好今天的事业；坚持守正创新，推动中华优秀传统文化同社会主义社会相适应，展示中华民族的独特精神标识，未来才能继续用创意的出彩、样式的多彩、科技的添彩、创作更多可感可知的时代风采，在全世界的目光中更好构筑中国精神、中国价值、中国力量。

五、结语

习近平总书记指出：“如果没有中华五千年文明，哪里有什么中国特色？如果不是中国特色，哪有我们今天这么成功的中国特色社会主义道路？”中华文明是人类文明发展中唯一没有中断的文明，中华文化符号和形象凝结着中华民族长期积淀的思想观念、人文精神、道德规范，体现着中华文化最深层次的文明印记和基因血脉，是代表中国形象、展现中国精神、彰显中国气质的重要载体。这也为文化节目创作提供了源源不断的灵感滋养。以《长城长》为代表的内蒙古广播电视台“文化综艺三部曲”《黄河魂》《中华龙》还有大型文博综艺节目《馆长·请亮宝》正是从这些中华文化符号和形象入手，把马克思主义思想精髓同中华优秀传统文化精华贯通起来、同人民群众日用而不觉的共同价值观念融通起来，立足内蒙古，展望全中国，“以长城，述中国”“以非遗，承文化”“以文物，展文明”即是从这些实践中探索出的最为浓缩的节目创作指导原则。

传统文化的创新传承焕发新生，是真正的顶级流量；它们不迎合、不媚俗、不煽情，因东方气韵而打动人，传颂四海。从文明古国到文化强国，最直观的体现在于文化自信的回归、东方文明的重塑，这是我们源源不断的内生动力。

参考文献：

[1] 包亚明. 现代性与都市文化理论 [M]. 上海：上海社会科学院出版社，2008.