

《朗读者》如何从“两页方案”到全网播放近2亿次

打动人心的不是嘉宾光环而是文化情怀

董卿

《朗读者》火了之后，媒体经常会问我一个问题，你怎么会想到做这样一档节目呢？我先和大家分享我最近在节目里对故宫博物院院长单霁翔的采访，他说：故宫是世界五大博物馆之一，其余分别是法国的卢浮宫、英国的大不列颠博物馆、美国的大都会博物馆和俄罗斯的埃米塔什博物馆，正好对应联合国五大常任理事国，这说明没有一个强大的博物馆你就当不了联合国常任理事国。话音一落，现场笑声掌声一片。虽然最后一句话有点玩笑的意思，但其中却自有真意，一个国家的自信本质上是文化的自信，文化自信是更基本、更深层、更持久的力量。作为媒体特别是国家媒体，旗帜鲜明地传播弘扬优秀文化是我们责无旁贷的使命。我做主持人22年，在中央电视台工作了15年，我深知这个平台的影响力。就像今年春晚结束之后，我的口红突然上了热搜榜，让人哭笑不得，但反过来也证明了平台的影响力不可估量。那么占据这个平台的我们应该做些什么才能让人们的注意力从外在转向内在，从表面转向本质呢？

几乎所有的同行在分析《朗读者》的火爆的时候都会说，这个节目真是抓住了一个很好的“时机”，因为无论是大屏还是小屏都已经被一些同质化的节目霸占了很长时间，所以《朗读者》清新隽永、以文化人的面貌让大家耳目一新。我同意这样的观点，“一夜走红”恰恰说明这一类节目长期的匮乏。我想有很多人和我一样在一年前、两年前就看到了机会，但为什么不是所有的人都能抓住这个机会呢，我总结是两个“决心”吧——有没有一定要做成的决心和一定要做成精品的心。做电视的同行都知道文化类节目在招商的时候往往不被看好，经常是一旁二白、举步维艰，我们也不例外。外界都认为你董卿做节目那还不是要钱有钱要人有人嘛，这个真没有，我们当时的境遇就是“一个念头、两页方案、三个散兵、四处磕头”。但让我们特别感动的是台内的各级领导非常认可这个策划方案，台编委会更是全票通过快速立项，体现了领导层高度的前瞻性和准确的判断力，这也激励着我们坚定地实现目标。《朗读者》节目是今年的2月18日开播的，那一天是二十四节气当中的雨水，后来有人开玩笑说节目是日子挑得好，“好雨知时节，当春乃发生”。但很多事情仿佛冥冥之中自有安排，一年前的2月19日那一天，习近平总书记到中央电视台视察调研，当时就提出，多设计一些融思想性、艺术性于一体的好栏目，多创办一些脍炙人口、寓教于乐的好节目。我们的节目是从那个春天开始酝酿，历经一年的艰辛终于在今天的春天和观众见面了。

第二点我想说的是仅仅有一个时机是不够的，要打破文化类节目曲高和寡的魔咒，就要有创新的勇气，把文化节目办成精品节目的决心。《朗读者》节目是一个完全原创的节目，没有任何可借鉴的模式，因此我们邀请了英国的模式研发团队、国内的专家学者经过了好几轮的论证，我记得在节目录制前一个星期我们还在开策划会，刘震云、陆川、陈维亚、陈小川、白岩松、朱海、张颐武、康震等等都为方案的不断成熟贡献着智慧。大家始终在探讨的就是如何让文化节目的传播

这个春天，以中央电视台《中国诗词大会》《朗读者》等为标志，一批弘扬中华优秀传统文化的电视节目成规模地出现，形成集群效应引领荧屏风尚。

有人称它们为“慢综艺”，不仅区别于此前一些喧闹过多而文化积淀欠缺的综艺样式，而且也道出了这些新出现的优质文化节目“不喧哗，自有声”的独特个性。

通过电视荧屏、网络终端的播出和点播，以及媒体

的跟进报道、观众之间的人际传播，这批优质文化节目越播越热。这让更多人对“中国原创节目”“中国文化节”产生认同感，也让我们看到，中华优秀传统文化并不缺少知音，只要有能承载的精品力作，发挥融合传播的优势，一定能受到观众尤其是年轻人的欢迎。

今天《文艺百家》特别刊发《朗读者》制作人、主持人董卿的文章，回顾这档优质文化节目是如何出炉的……

——编者



《朗读者》的舞台设计仿造图书馆，背景中的书架和图书营造出阅读的氛围。与此同时，观众席布置得像传统剧场。这样的安排让朗读者充满了仪式感，不仅让人亲近文字，也凸显朗读或朗诵，并不是一般的语言行为，而是一种文学表达。

更符合大众传播的特性，即让一档电视节目能够引发最大多数人的参与和共鸣，真正实现“共情”。这里面要解决一个核心问题，也是我们花了一年的时间在思考的问题——谁来读、读什么、怎么读。节目创意的最初就确立了一个思想，《朗读者》不应该是一个传统的朗诵会，名家朗诵这种形式在剧场已经存在了很多年，很多主题晚会上我们也能看到一些诗朗诵，但是往往很难引发强烈的共鸣，因为朗读者缺少朗诵的动机，大部分时间“技巧”多于“感情”，不符合现代观众的审美习惯。我觉得作为电视的制作一定要把朗读者的情感、写作者的思想与观众的理解和谐统一起来，所以我们设计了“访谈”+“朗读”+“解析”的模式，将朗读者的人生体验完整地构建起来，让故事的情绪提升到一个需要借文抒怀的时候文本顺势而出，经典文字的传播便实现了最大化。当麦家讲述两代父子之间充满挣扎的故事之后再读自己的家信、当许渊冲老先生说人这一生不是过了多少日子而是记住了多少日子之后再读林徽因、当无视网和疾

病依然快乐依然相爱依然在路上的丁一舟夫妇读流浪的三毛，文字的魅力自然产生了叠加的效果，充满感染力。最初的时候我们也曾经考虑过全明星阵容，觉得他们是收视的保障，但后来发现这是一种偏见，真正打动人心的一定不是“光环”而是“情怀”。比如许渊冲先生，这是一个对大多数人来讲都很陌生的名字，96岁、翻译家、翻译唐诗宋词莎士比亚，听上去是很高冷，但当我们的导演在和老先生接触之后发现他是一个特别单纯质朴丰富有趣的人，我们立刻决定把他作为第一期的VVIP。当然老先生的至情至性也让导演吃了不少苦头。因为广告赞助出了问题，我们更改过两次录制时间，2016年的夏天我们约过他一次，2016年的冬天我们又约了他一次，2017年一月我们终于真的要录制的时候，老人家把我们当成骗子一般拒之门外了，眼看着离录制的时间越来越接近，团队急得不知所措，只能每天抱着果篮或是鲜花守在老人家的门口上演“苦情戏”，终于精诚所至金石为开，结果皆大欢喜。节目播出的第二天许老的译著就冲进了当当

网的热搜，他告诉我们说他的电话几乎成了热线，海内外的亲朋好友、学生同事都在问候他。很多电视台也蜂拥而至，但他一概拒绝了，他说我在《朗读者》节目里表现完美，我不会再接受任何采访。

无论是名人还是普通人来到我们的舞台，我们都会把他们还原成一个平凡的朗读者，不去强调“我会读”而是突出“我要读”，所以当老舍、巴金、冰心、路遥、史铁生、季羡林、莎士比亚、海明威、小仲马、梭罗、裴多菲等许多东西方名家的经典被朗读的时候，观众没有产生任何距离感，文字所创造的精神世界和当下受众的精神世界遥相呼应，善良、正直、勇敢、进取、奉献、尊重等人类最宝贵的品质和千百年前流传至今的文字融合在一起，又一次给予我们力量，震撼我们的内心。

如果说这次节目播出之后有什么是真正出乎我意料的话，那就是新媒体的热度和年轻受众的喜爱。《朗读者》到目前播出了七期之后阅读量突破10万+的微信公众号文章已经达到了132篇，手机客户端的收听量达到1.79亿次，相关视频全网播放4.97亿次。很多人问我你觉得为

什么年轻人会喜欢朗读者，我就说为什么你觉得他们不喜欢呢，他们成长在一个更富裕、更开放、更文明的社会，他们接受着更良好的教育，我们不要低估了他们的审美和判断力，自以为了解他们就只喜欢某一种类型的节目。就像当年李宗盛抨击流行乐坛的口水歌太多，他说如果你只给听众吃猪食，那么时间久了他们就变成了猪。许渊冲先生今年96岁，很多热爱他的年轻人可能只有26岁，他们的确有年龄的差距，而我们要做的就是年龄的差距之外找到认知的统一。

有一次录制作家毕飞宇，录到凌晨两点多，当时我们都觉得非常抱歉，但是他没有丝毫怨言，始终兴致勃勃，结束后他给我发了一条短信，说“我过去只在欧洲读过，美国读过，印度读过，这是我第一次在中国朗读，让我们一起努力让中国人知道生活里还可以有一顿饭，是耳朵饭”。他的话也让我想到了我最爱的巴金先生的一句话：“我们不是只靠吃米活着。”如果我们的工作能让更多的人意识到这一点，那么我们所有的坚持和努力就是有意义的。

相关链接

这些文化节目叫好又叫座

《中国诗词大会》 中央电视台

看点：节目中的所有题目几乎全部出自中小学课本，面对“熟悉的陌生题”，观众既有参与的热情，又为了获得答案“欲罢不能”。

《非凡匠心》 北京卫视

看点：节目试图探寻中国瑰宝级文化技艺的传承和发展，邀请在同一领域内的大师级艺术家和青年创作团体，来表达两代人对传统的理解，以及两代匠人之间的交融沟通。

《传承者》 北京卫视

看点：两季节目分为文字传承和视觉传承。展现的节目诸如抖空竹、武术、木偶戏、杂技、京剧等中国传统文化技艺都各具特色。

《人间难得几回闻》 东方卫视

看点：讲述中国传统乐器制作工艺，展示中国传统民乐的博大精深和演奏技师们的匠人精神。系列共分《二胡》《古琴》《笛子》《琵琶》《古筝》五个篇章。

《二十四节气》 东方卫视

看点：将二十四节气中的人文习俗挖掘出来，融入中国诗词，在传统习俗之上又加深了中国文化的精神内涵。

《中华好诗词》 河北卫视

看点：节目以竞赛的方式选出“诗词达人”，前三名沿用“状元”“榜眼”“探花”，每场设置不同朝代的诗歌主题，涵盖了唐、东晋、宋的不同风格诗词，凸显了传统文化特色。

《见字如面》 黑龙江卫视

看点：以读信为主要形式的阅读推广节目。用“书信”打开历史记忆，带领观众走进那些鲜活的时代场景，体会别样的人生故事。

《中华文明之美》 湖南卫视

看点：故事在师父和两个搞笑逗趣的学童间展开，用“学堂”形式串联古今中外的经典故事。目前播出的内容包括“居住有道”系列、“名医”系列、“开学”系列等。（杨越董整理）

“第三只眼”看文学

小说叙事还可以这样推动

——看《细民盛宴》

潘凯雄



《细民盛宴》张怡微著

《细民盛宴》从头到尾始终笼罩着一种看似沉静实则冷冽、看似平和实则哀伤的氛围，袁佳乔那看似随和柔弱的外表下又透出一股子决绝刚毅之气，正是这两个基调如同为作品装上了一个大功率的吸盘，读者也就不由自主地被其牵着走了，什么情节细节都于不知不觉中忽略……

从最初注意到这部仅有13万字的小长篇到最终写下这则小文，关注点竟更换了好几次。

起先是为这部小说的名字所好奇。这“细民”到底是“平民”还是“传说中的一种异人”？而无论是哪种，其文白白的书名无论如何都是卖了一个关子，逗得你不由自主地想瞄一眼，更何况出版方又称此书的作者张怡微乃“海上才女”。

待到明白这里的“细民”说的不过就是平民的故事，起始的那颗好奇心也就淡去了许多，但作者又声称自己“出生于工人新村，从小到大，总计住过三个工人新村，至今都是住在新村里”，而“能表现上海工人日常生活的文学作品是很少的”。如此看来，这部作品还似有欲填补空白之意，只是细读下来，作品中的那些个“细民”的生活与工人新村的关系其实并不大，说他们生活在“石库门”这类在沪上具有某种特定含

义的地域也未尝不可。

既然作品中的“细民”没啥值得猎奇的，关注点就开始转向“盛宴”。其实本可以想象，平民的“盛宴”又能有什么呢？无非是遇上婚庆嫁娶之类的节点一带亲朋好友聚在一起大碗喝酒大块吃肉大声吆喝而已，既不可能“盛”到哪也“盛”不出啥花头？果不其然，在《细民盛宴》中，我相信读者一定丝毫体会不到其“宴”之“盛”，相反可能倒是时不时有寒气温人之感，“冷”得很也憋闷得慌。再一琢磨，这逼人寒气的制造者恰恰又是那些个参加“盛宴”的“细民”们。于是，关注点还得回到“细民”的身上。

《细民盛宴》中的“细民”还是那个“细民”，所不同的只不过是这些个“细民”虽无缘关系但偏偏又因缘际会地以家庭的形式生活在一起，作品主人公袁佳乔就是其中典型的代表。在孩童时代乔乔就不得不面临家庭的破碎，

这显然是她无从选择的，于是，袁佳乔既有了继母“梅娘”又有了继父“叔叔”，有了既不同父也不同母的嗜爱兄长；好不容易自主成了家，先生小茂尽管勉强可算“青梅竹马”，但又身体极弱性格极偏婆婆极势利，于是分道扬镳也就成了他俩的必然选择。可以想象的是：面对由这些个角儿组成的“细民盛宴”，置身于如此人际关系和这般长气氛中的袁佳乔是如何不得不去但又永远无法自如应对的那种尴尬。上述简单的描述差不多也就构成了《细民盛宴》故事的主干，出版者将这部作品誉为“世情小说的扛鼎之作”，作者张怡微则自谦地称：“讲‘世情’有点高估这部小说，这就是一部言情小说。言情小说有严肃的一面，严肃小说可能也有言情。如果我们这一代人能写出这一代人年轻人感情或伦理的困境，也不见得是坏事。”而在我看来，究竟给《细民盛宴》戴上一顶“世情”还是“言情”的

帽子未必那么重要，重要的是作品将这些个奇特的“细民”们圈在了一起，理论上应该是会有许多精彩独特的细节与情节以及许多波澜不惊或大开大阖的心理博弈，或如作者自言“写出这一代年轻人感情或伦理的困境”也不错。带着这样的期待读完了《细民盛宴》，一种奇怪的感受挥之不去：一方面，上面所说的那种阅读期待并未出现，或者至少不那么强烈；另一方面，尽管没有看到“许多精彩独特的细节与情节以及许多波澜不惊或大开大阖的心理博弈”，也不特别觉得“写出了这一代年轻人感情或伦理的困境”，但却并不反感整部作品，间或甚至还会有令人窒息的感觉。那么到底是什么神奇的力量让本人产生如此奇怪的感受呢？于是我的关注点再度离开了作品中的那些“细民”们而移到了作品的叙事。

一般来说，推动小说叙事的力量多是由作品中人物命运或性格的冲突来集结，

而这种集结与推动则又是通过大量的情节与细节来实现。通观《细民盛宴》全篇，不是说完全没有独特的情节和细节，比如乔乔在自己生父65岁生日时给他做饭时的情景就很细腻也很感人，但这样的处理的确不多。更多的时候读者在作品中看到的，不是小说的一号主人公“我”（即袁佳乔）在那里絮叨，就是她内心的感受与活动。这也就是说在《细民盛宴》中，基本上是作者的主观叙述在推动着作品的叙事。我自然是没有证据来判断这究竟是作者的故意为之还是她自身真的就不具备构筑情节与细节的能力，但这样来推动小说的叙事的确风险不小。不难设想：一味地听一个被怪癖了的女子独自在那里絮叨个不停该是一件多么招人烦的事，但现在的事实则是张怡微不按常理出牌的招数不仅没让人烦，反倒赢得了一番喝彩，这只能说明作者在自己主观叙述的设计上真的还是下了一番功夫：《细民盛宴》从头到尾始终笼罩着一种看似沉静实则冷冽、看似平和实则哀伤的氛围，袁佳乔那看似随和柔弱的外表下又透出一股子决绝刚毅之气，正是这两个基调如同为作品装上了一个大功率的吸盘，读者也就不由自主地被其牵着走了，什么情节细节都于不知不觉中忽略……

看来，小说叙事竟也还可以这样推动。

（作者为知名文艺评论家）