

全部10期累计收看观众达11.63亿人次 中国诗词大会缘何广受追捧

本报记者 李 贞

2月7日晚,《中国诗词大会》第二季总决赛在央视播出,来自上海复旦附中的16岁选手武亦姝击败四期擂主、《诗刊》编辑彭敏,获得冠军。据央视数据显示,这个节目全部10期累计收看观众达到11.63亿人次。

“最近全家都迷上了《中国诗词大会》”,春节期间,朋友圈里常可以看见有人在发这样的状态。在微博上,节目相关话题的阅读量更是超过了1亿。这样一档主打中国传统文化招牌的节目为何能如此受观众喜爱?随着节目的火爆而人气高涨的选手们又有何种体会?

2月8日,本报记者采访了彭敏及相关专家。

选手直呼“没想到”

“我们一直以为文化类节目的火爆是会有天花板的,所以的确没想到,这一季的诗词大会能到这一程度。总决赛的收视率,估计达到了《新闻联播》的水平。”作为亲身参与其中的选手,彭敏感到惊讶。

作为一档以古诗词竞技为主要内容的综艺节目,《中国诗词大会》的收视成绩出人意料。数据显示,其在2月7日播出的第二季总决赛收视率占比超过12.3%,为同时段第一。而除了收视率高,节目更收获了良好的口碑。在豆瓣网上,两季节目评分均超过8分,网友盛赞其为综艺节目中的“一股清流”。

彭敏认为,节目“爆火”的基础首先在于有中央电视台这样的强势平台力



▲ 图为彭敏(右)和武亦姝在比赛现场。

(视频截图)

推。在春节假期的黄金档期,节目连播10余天,既有趣味,又增长知识,特别适合全家老少一起观看。

其实,在诗词大会之前,就已经有过《中国汉字听写大会》《中国成语大会》《中国谜语大会》等一系列节目。它们以弘扬中国传统文化为核心,既满足了人们了解传统文化的需求,又改变了以往文化宣传高高在上的姿态,寓教于乐,赢得普遍认可。“虽然现在娱乐节目很多,但像这样精致有神韵的节目还是会受欢迎的。”彭敏说。

靠诗词也能“一夜成名”

节目火了,参与节目的人也火了。彭敏的本职工作是《诗刊》的编辑。他说:“从前我只是一个普通的上班族,

学了多年中文,有时觉得满腹经纶却无用武之地。参加成语大会和诗词大会的比赛后,走在路上也会被人认出来。”

普通的学生、白领、工人、农民,都可以在诗词大会这样的文化类节目中一展才华,收获自己的粉丝。来自上海的“00后”高中生武亦姝,在第二季《中国诗词大会》总决赛上夺得冠军,被网友们盛赞为“满足了古代才女的全部幻想”。40岁的河北邢台农民白茹云,早年为给患病的弟弟背诗积累了诗词底子,而今自己身患重病却淡定参赛,感动了全场。65岁的内蒙古农民王海军,只读过4年书,却热爱诗词,现在他摆摊修自行车贴补家用,但在修车间隙也不忘写诗。

在互联网时代,普通人一夜成名也并非难事。但与各类选秀节目、真人秀节目以“专业造星”为目的不同,在文

化类节目中脱颖而出、一战成名的选手在火了以后,往往会回到自己的生活轨迹中。武亦姝在夺冠后表示,自己还会继续好好读书,目标是考上北京大学。彭敏也还在自己的本职岗位上勤恳工作。他认为,成名本身带有昙花一现的可能,这对普通人来说是一把双刃剑,学会应对非常重要。

提升民众文化参与感

对于传统文化类节目给社会大众带来的影响,彭敏非常乐观:“节目对传播传统文化肯定起到了正面作用,比如节目题目的设置难度适中,所以很多观众会边看边想,‘哦,这个题我也会回答,下一次我也可以试试报名参加’,这就形成了一个好的循环。”

彭敏认为,文化类节目更重要的意义在于提升民众对传统文化的敬畏之心。“很多中国人会认为文化在实际生活中是无用的。而这些节目向公众传达出了传统文化的神韵和魅力,让普通百姓知道传统文化是每个人都可以学习的,更是值得尊敬、敬畏的。”

像武亦姝这样的年轻选手夺冠,也引起家长和教师对当下语文教育的讨论。清华大学附属中学语文教师姜健认为,文化类节目给自己的教学带来一定的启发。当下虽然还在寒假期间,但姜健已经把节目赛程设置的“飞花令”借用过来,在微信群里与学生们线上“飞花”互动起来。“学生们的参与积极性特别高。”他笑着说。

鹤雀楼前“闹红火”



春节前后,山西省运城永济市鹤雀楼景区推出一系列富有地方特色的社火表演,吸引了众多游客前来观光游览。图为2月7日,小演员在鹤雀楼前准备登场表演。新华社记者 曹 阳 摄

花灯闪耀迎元宵



元宵节临近,河北省秦皇岛市北戴河区举办的鸡年春节灯会迎来观灯热潮。图为游客在灯会上用手机自拍。新华社记者 杨世尧 摄

境外NGO管理依法有序

本报北京2月8日电(记者张洋)日前,记者从公安部获悉,随着1月1日《中华人民共和国境外非政府组织境内活动管理法》的正式施行,境外非政府组织境内活动管理服务依法有序,各地境外非政府组织登记受理窗口均已正式对外开展业务。截至目前,北京、上海、广东已为32家境外非政府组织驻华代表机构颁发了登记证书。

据介绍,为主动回应外方关切,让境外非政府组织更好地了解法律、明晰权利义务,公安部会同有关部门多次同美国、英国、德国等国家驻华使领馆、欧盟驻华代表团官员及境外非政府组织代表座谈,并就办事指南公开征求意见。

首家航运自保公司开业

据新华社北京2月8日电(记者谭谔晓)记者8日从中国保监会获悉,中远海运财产保险自保有限公司近日获批开业,国内航运领域正式迎来首家自保公司。

根据保监会的批复,中远海运财产保险自保有限公司注册资本为20亿元,业务范围为中国远洋海运集团有限公司及集团成员企业的保险业务,主要包括财产保险、责任保险、信用保险和保证保险;短期健康保险和意外伤害保险;上述业务的再保险业务;国家法律法规允许的保险资金运用业务。

北京发放首个网约车平台许可证

2月8日,首约科技(北京)有限公司获得网络预约出租车经营许可证。这是北京市正式发放的首个省一级网约车平台经营许可证。

目前,北京市交通委行政审批中心已接待10多家网约车平台公司的咨询或申请。新华社记者 罗晓光 摄



外交部回应“韩乐天集团在华项目被叫停”

新华社北京2月8日电(记者孙辰茜)外交部发言人陆慷8日就韩国乐天集团在沈阳的项目被叫停一事作出回应。

当日例行记者会上,有记者问:韩国乐天集团称,中国有关部门叫停了该集团在沈阳价值数十亿美元的地产项目。请问原因是什么?这是否与

韩国决定部署“萨德”有关? “我不了解你提到的具体项目情况。”陆慷说。

陆慷表示,作为原则,中方欢迎外国企业来华投资,同时有关企业在华经营必须合法合规。他说,关于“萨德”问题,中方坚决反对美韩在韩国部署“萨德”反导系统的立场没有变化。

“四海同春”巴黎慰侨



2月7日,由中国国务院侨务办公室主办的“文化中国·四海同春”2017春节大型慰侨演出在巴黎上演。图为群舞《我们的家乡》。新华社记者 陈益宸 摄

网络直播助力农产品大卖

本报记者 陆培法

“放下锄头,拿起鼠标”已经成为不少中国农民的致富新选择。如今,许多农产品种植户开始利用自媒体、电商等平台进行网络直播销售。短短半年时间内,农产品直播销售的模式红遍大江南北,产销热度不断上升。

成本不高 效果很好

前不久,在海南省海口市石山镇举行的互联网农业小镇创客沙龙专场推介会上,4名“创客”变身“网红”,通过网络直播的方式将特色农产品推销到全国。

刚刚吃喝完民宿旅游,海南爱尚玫瑰实业有限公司董事长乔顺法在直播中推销起自家的火山玫瑰:“大家眼前看到的是火山玫瑰加工的成品:香皂、精油、鲜花饼。除了在实体店购买,全国的观众也可在微信上下单。”

话音刚落,乔顺法打开了几包玫瑰饼请现场观众品尝,他把玫瑰饼掰开,让网友瞧一瞧暗红色的馅料。“口感香甜,玫瑰的味道非常浓郁。”一位现场观众称赞道。

“连接上WiFi,靠着一部手机,1个多小时的推介会耗费不了多少成本。”石山镇的另一位“创



客”、火山公社创始人郭霖说。

而在广西钦州灵山县白水村,一场“网红”直播也在不久前举行。网络主播采摘灵山皇帝柑的景象,引来当地群众和游客围观。目前,该县共建立电商网店、网点600多个,快递企业10多家,从业人员达1200多人。

电商给力 农户开心

据不完全统计,中国在线直播平台数量已超过200家。一些电商平台也顺势开通了直播功能,带来了

推介产品的新契机,尤其是直播与农产品的结合,刮起了一阵销售农村土特产品的“网红风”。从政府官员、娱乐明星到素人草根,纷纷走上直播平台,对农产品进行推广和销售。

去年5月,明星柳岩在阿里巴巴集团旗下的聚划算团购平台进行直播。短短1小时内,观看人数接近12万,直接下单柠檬片4500多件、枣夹核桃2万多件。

去年8月,在新疆巴音郭楞蒙古自治州博湖县举行的一场网络文化活动中,该县县委书记董

斌亲自上阵,直播做鱼,推介当地的渔业资源。

相较于“图片+文字”的传统模式,网络直播能更好地给农产品电商赋能。

一方面,可以让产品销售更直观。有的商家直播“抓土鸡”,观众不仅可以看到真正的土鸡,还能看到土鸡的生活环境,再加上现场称重、现场发货,消费者的购物体验更加真切。

另一方面,可以让消费者更放心。面对食品安全问题,很多消费者特别关注农产品的生产源头环节。蔬菜是否打了农药?小龙虾是怎么清洗的?海参是怎么捕捞的?面对这些疑问,如果通过直播的方式让消费者看到农产品的生产和制作环节,信任问题就会自然而然地得到解决。

随时直播、即时见效,这种快捷而朴素的推介方式,为农产品行业的从业者提了个醒,要不要也来一场酣畅淋漓、说卖就卖的“收菜直播”“卖果直播”呢?

图为去年12月29日,福建省三明市尤溪县管前镇九曲村村民在网上直播展示当地特产冬笋。新华社记者 张国俊 摄