

强化“话语共同体”意识： 论电视文化节目话语表达的嬗变与转向

周晓凡 张 宁

〔摘 要〕 在泛娱乐化的传播生态环境中,电视媒体的话语输出与表达效果存在着困境。这些困境制约了主流文化、主流价值在不同社会受众群体间的传播和融入。因此,突破固有的、单一的话语表达方式,丰富主流文化传播路径已是迫在眉睫的事。电视文化节目作为重要的突破口,在传播过程中应当发挥自身优势,靠创新传播方式吸引观众注意、用多样化的叙事技巧实现情感共鸣、以真实可感的民族记忆贯通古今文脉,从而达到凝聚社会共识、传播主流价值、增强“话语共同体”的目的。

〔关键词〕 电视文化节目;话语共同体意识;话语融合与发展

从新闻立台到娱乐节目霸屏,再到如今文化栏目的兴盛,改革开放四十年来,电视栏目的类型与特征经历了繁复多样的发展变化。由此嬗递不难看到,电视媒介作为“第一媒体”,为捍卫自身公信力所付出的努力;而变革同时意味着,电视媒介身处于不断更新的媒体生态环境中,面临机遇也遭遇挑战。一方面,相较于网络媒体的双向互动而言,电视媒体主要以单向传播为主,这一传播方式必然影响其传播效果,不利于主流话语体系下沉与主流价值渗透。另一方面,就外部环境而言,大众文化和自媒体的兴起增加了多元话语表达自我的机会,客观上冲击了电视媒介的固有地位。就媒介环境而言,大众文化和自媒体的兴起给予大众话语空间更多元素与内容,客观上冲击了电视媒介的固有地位。从电视娱乐节目来说,节目宗旨大多以娱乐观众为导向,尤其在资本利益驱动下,节目的教育意义必然弱化;而自媒体为大众提供分享空间,激发了受众的表达欲、营造了众声喧哗的热闹场面,但是主播的自发性、盲目性难以避免,结果是审丑文化、消极哲学等价值负向的内容也随之得到传播。毋庸置疑,这些现象分化了电视媒体的话语空间,影响了主流理念的传播范围与传播力量。在这样的背景下,电视媒体作为主流媒体,如何把握话语权,如何更好地发挥影响力,构成了电视媒体从业人员及相关学者的必答题。从不同的角度看,电视既是主流媒体,又是大众媒体。这就意味着,电视栏目既肩负着引导、教育观众的职责,又要在传播方式上靠近观众,将主流价值融入观众喜闻乐见的栏目形式,寓教于乐、融情于理、以文化人,从而达到唤醒民众情感、召唤民众记忆、凝聚民众力量、建构“话语共同体”和弘扬主旋律的目的。

周晓凡,南京师范大学文学院讲师(南京 210097);张宁,传播学博士,南京师范大学新闻与传播学院副教授(南京 210097)。本文为国家社科基金重大招标项目“数字媒介时代的文艺批评研究”(19ZDA269)成果。

一、创新传播方式

电视媒体作为传播主流价值的重要载体,承担着引导和教育群众、传播社会主义核心价值观的责任。20世纪末,作为独立的节目类型,文化类电视节目真正出现并借助荧光屏走进千家万户。当时的电视文化节目类型相对单一,普遍邀请社会各领域专家、学者作为特邀嘉宾,凭借其过硬的专业素养,以理服人,达到启蒙受众、传递主流价值的目的。可以说,文化类电视节目在出现伊始,就以传播主流文化、传承中华文脉为导向。不仅旨在把宝贵的中华物质文明与精神文明成果等文化信息有效呈现给受众,^①还包蕴着的深刻的文化教育意义。类似的节目形态设计构成了电视文化节目区别于其他类型节目的重要特征。然而问题是,文化节目同样是电视工业的重要产物,^②同样受到大众文化以及市场规律的影响和制约,是否能够融情入理,把主流价值、专业知识纳入到大众喜闻乐见的艺术形式中去,是无法回避的难题。因此,在节目编排和制作中,文化栏目需要创新传播方式,使观众在感受中华文化魅力的同时,乐意并易于接受其思想价值内涵。近年来热播的《朗读者》《信·中国》《故事里的中国》《一堂好课》《经典咏流传》《见字如面》《中国诗词大会》等文化类电视节目都是成功的改革案例。从节目导向上看,他们延续了20世纪90年代电视文化栏目传播文化信息、弘扬主流价值的构思;从传播方式上看,改变了原有的、单向的传播方式,增加了观众的参与感。因此,上述节目一经播出,便取得了受众群的广泛关注,获得良好口碑,并重新定义文化类节目在媒介场域中的地位形象。

以《一堂好课》为例,节目组从国学、艺术、军事、体育等领域邀请了12位“学科领路人”,通过精心打造的12场名家课堂,为受众传道、授业、解惑。文化综艺节目极少采用出棚录制的方式,而《一堂好课》的创新之处,首先在于打破电视节目棚内录制的场景惯例,根据节目主题,将节目录制地点设置在国家冬季运动训练中心短道速滑馆以及大学校园等户外露天区域。众所周知,电视媒体有赖于视听语言来传情达意,而独特的场景空间能够直接影响节目的形式风格与传播效力。当然,这里所说的场景不仅仅是指被一定边界包围的领地,更包括内涵在其中的潜力与生气。因而,《一堂好课》的户外课堂模式,在某种程度上是借助自然力量,以开放式空间让观众将自身情态完全投入所处的时空与情境之中。由此,也改变了原有课堂中你传我授的单向传递方式,身临其境的环境氛围使受众更加认同专家“现身说法”,从而跟随节目的情绪节奏,实现个体情感升华。其次,基于对目标受众观看时间的考量,电视节目播出时段尤为重要,直接影响传播范围和节目收视率。而《一堂好课》将时间点定在周日晚间黄金时段播出,凸显了节目组为收看对象——青少年量身定制的苦心,即在旧的一周结束、新的一周开始的时间节点上,为青少年提供一场与大师接触、交流的精神旅程。这一举措间接促进了受众年轻化、高学历化,在拓展受众人群的基础上提升电视栏目收视率。

另外,作为近两年来“现象级”电视文化节目,《朗读者》对中外文学作品的重视与推广掀起社会各界对经典文本再解读、再创作的文化热潮,为经典文化注入了新鲜的活力;而《见字如面》,首次选择以书信朗读作为节目主要内容,选取中外名人或具有代表意义的信件进行朗读,达到了日常之情中有深刻之理,有限之理外有无限之意的境地,由此拉近了文化节目与观众之间的距离。

纵观上述文化类电视节目,可以总结出它们的共同特点。首先,从信息内容角度看,电视栏目所传播的文化信息,要想被受众理解和信服,必须要从源头上保证信息的真实性、科学性与可靠性。因此,应

①张含:《新媒体环境下中国电视文化节目发展路径探究》,长春:东北师范大学出版社,2019年,第65页。

②颜梅、何天平:《电视文化类节目的嬗变轨迹及文化反思》,《现代传播》2017年第7期。

当选择专业知识强、社会口碑好的专家与学者作为栏目主要嘉宾。其次,再厚重的文化理念也需要多样的媒体话语表达形式。电视媒介能够凭借其传播的文化信息跨越特定的时空局限,因而应当充分运用视听语言,实现电视文化节目的美育功能和认知功能。^①再次,作为重要的文艺传播方式,文化类节目一直坚持现实折射与情感关照的传播原则,不仅要用独到的观点和思想启迪受众,更要用真挚的情感感染受众。“随风潜入夜,润物细无声”,在潜移默化的过程中,传递积极向善的价值观念,引领社会风尚。最后,具有中国独特风格、饱含中国传统文化特质的节目内容必须与人民对具有生命力的优秀社会文化需求保持高度一致。只有这样,观众才有可能沉浸式地体验、感受中国文化魅力。

二、更新叙事技巧

在信息化、影像化的时代背景下,电视媒体叙事成为大众习以为常的信息接收方式。叙事,作为文化传播手段之一,其观念与范式影响大众感知文化语言,同时进一步作用于人们的文化实践活动。不可否认,它既是技术层面的表达方式,又是艺术层面的风格体现。在技术层面上,叙事关系到文本的结构、技巧、内容,涉及叙事表达的基本规则和范式技巧;而在艺术层面上,叙事则关系到文本风格与意义生成,这与叙事者的审美趣味、情感体验、文化素养不无关联。而电视作为大众文化场域中最为熟悉的叙事媒介,更是主流文化叙事的重要载体之一,它承担信息传播、文化交流、意识引导的重大责任。因而,电视文化节目具有传播知识体系和价值理念的媒介使命,尤其是对受众日常生活的正确引导,以及在建构中华民族共同体话语的目标上,仍需自觉更新节目叙事技巧,使受众在观看日常中接受主流询唤。

从技术层面看,电视文化节目在叙事的观念与技巧、叙事文本的话语及样式等各方面显示出独特的文化品格。随着电视科技的不断发展,电视文化节目中所体现的科技叙事语言也展现出强大的魅力,这种建立在电视科技成果之上的电视媒介特性,既表现为电视栏目对不同类型的声画符号的使用,又体现剪辑美学的不断创新。总而言之,电视文化节目利用视听元素与后期技术,将文化元素与传播链条有效融合,创造出新型的文化语言风格,以此加强主流文化传播效果。

以《朗读者》为例,节目将舞台设计参与到节目叙事之中。同时启用大舞台与小演播室后,两个谈话空间的交叉叙事便成为节目的叙事亮点。大舞台满足观众的认知需求与理性思辨,小演播室则照顾观众的心灵体验、诉诸感性。如此设计一方面丰富观众的节目认知,兼顾了受众情与理的双重需求;另一方面拓展了电视文化节目的叙事空间,承载更多的信息线索。从节目内容看,主持人在大舞台中以交代背景为主,与嘉宾相关的主要线索稍做介绍后便不过多陈述,而是将更多的事实真相留给嘉宾。在华丽大舞台的衬托下,小演播室显得私密而亲近。嘉宾和主持人离开开放的大舞台,进入私密的小演播厅,一方面拉近了主持人与嘉宾的物理距离与心理距离,使双方更容易产生认同心理,增进彼此的了解与信任,在最大程度上做到信息共享,实现情感共鸣。另一方面,从现场受众的角度来看,私密的小演播室激发了观众的好奇心与求知欲,在主持人访谈、“解密”的过程中,逐步从旁观者转变为参与者。缘于叙事空间转换,使得《朗读者》形成了实时的、三方交流的叙事形态:主持人把控叙事节奏、布下故事谜团,受访者在大小舞台转换过程中不断给出答案,受众在疑问和解密里获得情智的满足。由此,在实现节目的信息传递功能以后,通过多样化的叙事方式使节目与受众之间达成紧密共识。

另外,《故事里的中国》将经典文艺作品作为文化线索,凭故事发声,用经典片段的故事化演绎提

^①周晓凡:《充分彰显主流媒体价值引领作用》,《中国社会科学报》2021年8月5日,第3版。

升受众共同体意识,用其独特的电视文化叙事触达受众的情感,让受众感受故事背后的厚重底蕴。譬如,从黄土地平凡少年孙少平逐梦而行的故事,到盐碱地上“人民的好公仆”焦裕禄带领群众治理“三害”的事迹,节目选择与大众日常生活接近的片段进行加工叙述,引发受众共鸣、召唤受众集体记忆与民族情感。《一堂好课》也不例外,著名导演陈凯歌回忆35年前拍摄影片《大阅兵》的陈情往事时,也充分利用了视听语言辅助叙事。据陈凯歌回忆,影片拍摄阅兵场面时,350人的方队在纤尘不染的机场跑道前进,整齐划一地脚步踏在地面上发出震耳欲聋的声音。陈凯歌直言,当时的震撼,已经转化为此刻心头不可磨灭的记忆。为了配合陈凯歌的讲述,让故事内容生动起来,节目利用音乐和音响辅助来强化情绪基调,给观众营造情感氛围。在此过程中,主讲人既是节目叙事者、也是故事内容的经历者,既是记忆的承载者、又是故事的分享者。此时叙事的时空局限性因历史与现实的不断互文而打通。观众可以想其所想、感其所感,因此形成想象的世界。在浓厚的氛围中与陈凯歌的故事实现情感对接,感受中国军人气宇轩昂的英姿以及纪律严明的军魂。

叙事,包括叙和事两部分,二者相辅相成,缺一不可。对于电视文化节目而言更是如此,其影响绝非止于故事本身。如何架构故事,使故事更为精巧动人,话语陈述则显得尤为重要。尤其对电视文化节目而言,既担负着丰富人民精神生活的职责,又承担着在影像时代宣传主流价值的责任。因而,在媒介环境日新月异的背景下,在文化信息不断更迭的现实语境中,不断更新叙事技巧,丰富表述手段,从而吸引受众注意并实现心理认同,是电视人以及相关学者持续关注的问题。

三、强化话语共同体意识

随着人类社会的发展,建构传播场域中的共同价值体系十分重要,它逐渐成为符合社会发展趋势的各种基本价值观念的总和。而电视文化产品的消费过程正是文化传播之后公众价值认同的体现结果。站在电视节目角度看,价值认同表现为通过话语的讲述,或者帮助受众甄别价值准则,凝聚受众的“知情意信”,从而彰显文化类电视节目较为理性的话语特征。电视文化节目话语表达所倡导的价值认同本质上承载着价值观蕴含的德性内容,彰显着人文精神所体现的“文以载道”的价值功能。电视文化栏目通过表达社会主义核心价值观传递公序良俗,在潜移默化的话语渗透过程中,突破传播局限、营造价值观的自觉认同,形成话语传播共同体。然而,话语的生成又有赖于自身独有的机制,该机制包含话语内容即文本的构建、话语表达形式的展现和拓展、话语发生作用的环节等方面。如果想要增强媒体话语的共同体意识,并在此意识观照下达成社会认知的统一,必然要尝试在以下层面上增强话语机制的说服力与凝聚力。^①

首先,电视文化节目需要利用电视文本的互动性表达拓展传播范围,并使其充分发挥媒体话语的渗透作用,从而增强受众的话语共同体意识。以《一堂好课》为例,故宫博物院原院长单霁翔带来精彩的“文博课”。他告诉大家文物的保护和利用并非最终目的,其最重要的意义在于能够将祖先创造的灿烂文化完整地传承下去。在这一次课堂上,针对文物主题,现场进行了有趣的互动,尤其在传统的授课方式中加入了辩论赛的形式,现场选择观众,以“文化遗产修复保护更有效还是开发利用更有效”为辩题展开即兴辩论。辩论过程中妙语频出、精彩纷呈,点燃了所有观众的内在情绪。博物馆是承载文化记忆的重要载体,文物更是重要的记忆媒介和记忆文本,它们本是默默无声、无法自我言明的。然而,在现场热烈的互动中,观众无一例外被幸存的国宝深深吸引,对国宝背后的历史充满探知的欲望,更对其所承载的厚重历史和文化底蕴有了直观真切的认知。节目内容与受众实时对接,

^①夏锋:《论文化类节目中价值认同的话语生成机制》,《中国电视》2020年第11期。

通过文本的互动演绎适应受众的收视需求,增强了受众的参与意识,并通过情感激发和互动引导实现了对受众价值观的引领,从而达到文化认同与话语认同的目的。

其次,电视文化节目应融合现代元素,寻求充分融合传统与现代的话语方式,使其表达具有鲜明的时代性。与时俱进的创新使电视栏目兼具娱乐性、观赏性、参与性与教育性。新颖的视觉形式和丰富的文化内涵能够引发受众的思考与共鸣。电视媒体在纷繁复杂的传媒环境中遵守“受众本位”,以贴近民众审美需求的方式、普遍适用的话语表达吸引受众是其不断发展的有效途径。在各类媒体传播蓬勃发展的客观环境下,受众会本能地根据自身的内在需求选择最利于接收的传播语言,在自身“解码”的过程中规避生硬与强势的内容,而对平实、生动、温和的信息怀有好感。比如,文化栏目《经典咏流传》便以“和诗以歌”为创意,以流行音乐演绎诗词经典,将传统美文与现代音乐的曲调与唱法融合,从美感体验中逐步调和不同受众对文化的不同理解,在共同语境中形成对媒体传播视听语言的共识,从而达到唤起受众共同的文化记忆与民族记忆、凝聚共识的目的。无论是《定风波》结句的“回首向来萧瑟处,归去,也无风雨也无晴”,还是《墨梅》中的“不要夸人颜色好,只留清气满乾坤”,都以歌曲的形式由经典传唱人进行现场演绎,以当代人乐于接受的方式使受众产生强烈的“精神和鸣”。此外,经典的现代演绎与再解读、再创作除了要回应当代文化诉求,还兼顾了经典的形象性、抒情性、音乐性及民族性等特征。由此可见,将现代元素与传统经典文化充分融合是当下电视文化栏目话语传播的有效表达方式。

最后,在融媒体时代,电视节目应利用新媒体优势,平衡传统媒体短板,以扩大受众群体和影响力。由于电视文化节目的受众范围在综艺节目中相对较小,因此必须利用融媒体技术突破传统传播方式将话语表达范围进一步扩大,在强调“话题度”的同时,将传播路径拓展到更贴合新媒介时代的广阔平台。《经典咏流传》节目组与语音技术公司合作,将诗词传唱与AI技术深入结合,开发出“读诗成曲”在线互动系统,使更多受众在没有任何音乐辅助情况下依然可以传唱经典诗词。《国家宝藏》《见字如面》两档节目,积极进行媒介融合,除了在电视媒介、还在网络媒介播出,出现了网络播放量远远高于电视收视率的局面,扩大了主流媒体的影响力和受众群。此外,《国家宝藏》还将节目精彩片段投放到知乎、抖音等平台,使原本定时、定点观看的栏目,能够更为“垂直”地快速展现在播放平台,以话题吸引受众,再运用现代媒体传播话语锁定受众,引发进一步讨论,整合受众反馈、调整策略,将曲高和寡的文化话语表达用平易近人的方式演绎,以激发群体话语形成共同体意识。结合新媒体技术,电视文化节目得以更准确地定位受众群体,扩大传播范围,提升主流媒体的传播价值。

由此可见,电视文化节目在传播过程中增强话语共同体意识本质上是为了适应电视文化语言传播环境,扩大受众,提升电视语言的影响力。其传播策略为:第一、内容为王,即强调对中国传统经典文化本身的表现和传承,以中国语言文字、传统艺术作品作为主要内容进行演绎。第二、节目传播融入当代文化元素,运用恰当手段对传统经典文化进行多元呈现,把握节目中多种元素的平衡,使节目贴近受众,具备时代性特征。第三、充分融合新媒体优势,发挥电视媒体传播作用。电视文化节目需要开拓“多屏”传播平台——同时具有即时性、针对性、互动性等特点,利用新媒体技术进行台网融合的全方位传播,扩大影响力,满足不同层次受众的更深层需求。

四、结语

在全新的媒体环境中,媒体话语亟需得到变革与发展。当前,我国电视文化节目通过对文化内涵的自觉设置,在传承与发扬优秀传统文化的同时,也致力于增强国人的文化自觉与文化自信。电视文化节目将话语元素通过创新的节目传播范式以吸引受众,根据电视媒体传播规律,将媒体叙事

话语表达与受众共同体意识紧密结合,在传播过程中大量采用情感语汇和温和的电视叙事符号。电视文化节目利用共同话语营造共同情感,使集体行动生成内在机制,以共同情感为内在动力,发挥话语共同体形成的情感表达,以积极、欢乐、和谐的正向情感发挥主流媒体在社会进程中“润滑剂”的作用。强调话语共同体意识在媒体传播中的重要地位,对意识形态的引导和社会文化稳健发展有着举足轻重的作用。发挥其在电视文化领域的传播效力,将进一步拓展主流媒体传播效能,增强主流媒体话语权,在各类媒体迅速发展的传媒环境中发挥自身的重要作用。

(责任编辑:张 升)

Raising the Consciousness of “Discourse Communities” : On the Evolution of Discourse Form in Cultural Television Programs

ZHOU Xiaofan, ZHANG Ning

Abstract: In the ecological environment of communication characterized by pan-entertainment, the output of TV discourse is in a great predicament and its effect is thus not very encouraging. These difficulties restrict the dissemination and integration of mainstream culture and values among different social audiences. Therefore, it is urgent to rise above the inherent and single way of discourse expression and enrich the channels for disseminating the mainstream culture. As a key channel, TV cultural programs should give full play to their own advantages in the process of dissemination, rely on innovative dissemination methods to attract the attention of the audience, use diversified narrative techniques to achieve emotional resonance, and connect the past with the present in culture by resorting to true and perceptible national memories, so as to achieve social consensus, disseminate the mainstream values, and strengthen the construction of discourse communities.

Keywords: cultural TV programs; consciousness of “discourse community”; discourse integration and development

About the authors: ZHOU Xiaofan is Lecturer at School of Chinese Language and Literature, Nanjing Normal University(Nanjing 210097); ZHANG Ning, PhD in Journalism, is Associate Professor at School of Journalism and Communication, Nanjing Normal University(Nanjing 210097).