

新媒体时代《梨园春》栏目传承民族文化及产业化调研报告

王彦霞

(北京联合大学艺术学院, 北京, 100101)

摘要: 河南卫视《梨园春》栏目在新媒体时代通过与门户网站合作、开发手机 APP、二维码等方式, 实现了传承民族文化方式的创新与产业化。

关键词: 新媒体时代; 《梨园春》栏目; 传承民族文化; 产业化

中图分类号:

文献标识码:

党的十九大报告指出, “中国特色社会主义进入新时代, 我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”。文学艺术在“满足人民日益增长的美好生活需要”方面发挥着重要作用, 尤其是人民群众喜闻乐见的文艺形式, 不但能够丰富观众的精神生活, 而且在潜移默化中起到传承民族文化、树立核心价值的作用。河南卫视《梨园春》栏目就是这样一种文艺形式。

北京联合大学艺术学院¹ 教授王彦霞博士于 2015 年成功申报教育部社科基金项目《河南卫视“梨园春”栏目 20 年间传承中原文化及产业化研究》, 并与本校的河南籍师生组成项目组, 择机前往河南卫视、郑州大学新闻与传播学院等地进行调研, 取得了预期成果, 并形成研究报告如下:

一、调研对象的基本情况

《梨园春》于 1994 年由河南卫视推出, 在我国是生命力最强、影响最大的电视戏曲节目之一, 也是中国电视戏曲类栏目的最早引领者, 至今已有二十多年的历史, 获得“星光奖”、“金鹰奖”、“兰花奖”等国家级电视大奖多项, 并被美国《哥伦比亚新闻评论》中文版评为媒体行业的“中国标杆品牌”, 成为中国电视界戏曲栏目的第一品牌。它以豫剧为主、汇集全国各地不同戏曲剧种, 以戏迷擂台赛方式综合呈现, 获得广大戏迷的广泛关注和热情参与, 2000 年至今平均收视率保持在 18.6% 以上, 甚至曾经高达 35.7%, 受到领导、专

¹ 原为北京联合大学广告学院, 2016 年改名为北京联合大学艺术学院。

家和观众的一致好评，对推动河南戏曲发展、繁荣河南文艺、弘扬民族文化都起到了积极促进作用。

2017 年元月，项目组前往河南卫视，对该台《梨园春》栏目传承民族文化及其产业化情况进行调研。这是该项目组自立项以来第



二次针对同一问题进行实地调查研究。此前，项目组曾于 2016 年元月底专程前往位于郑州市花园路刘庄的河南卫视第 8 演播厅，参加了元月 30 日晚举行的《梨园春》2015 年度总决赛带妆彩排及于元月 31 日举行的《梨园春》2015 年度总决赛暨 2016 “擂响中国”启动仪式。

栏目领导庞晓戈女士及知名豫剧歌唱家王希玲、汤玉英等接受了项目组的采访。在声势浩大的“擂响中国”启动仪式上，《梨园春》APP 隆重上线，豫剧名家王希玲、王红丽、汪荃珍、马兰、汤玉英等作为配角为小选手们助阵，来自全国各地的戏曲界、曲艺界、播音主持界众多名星、专家到达现场祝贺，观众通过手机摇一摇、APP 投票、扫描二维码等形式参与《梨园春》节目互动，开启了电视媒体借助于新媒体进行传播的先河。经过一年的运行，《梨园春》观众人数、节目



影响力与美誉度都呈现出上升的趋势，以传统媒体与新媒体的优势互补，代表着国家戏曲品牌栏目发展进入了新阶段。

活动结束后，项目组得到河南卫视《梨园春》栏目、河南卫视发展研究部赠送的系列资料，尤其是《1969-2009：跨越之光——河南电视台建台40周年论文集》（河南人民出版社2009年版）等权威资料，给项目组认真开展研究工作提供了莫大的动力。

二、调研的前期准备

项目组两次调研均受到教育部社科基金的资助，由项目负责人王彦霞博士及学校同事、学生共同完成。其间，项目组曾与河南省群众艺术馆联合举办“‘情韵郑州 公益舞台’——《梨园春》与民族文化遗产”惠民演出，以实际行动为传播戏曲作品、传承民族文化贡献力量，对此，《中国文化报》2016年3月1日第2版进行了图文报道。

项目组成员虽然在北京工作，但都十分关心民族文化遗产，关注这一品牌栏目20多年间传承民族文化、创新节目形式、调动群众参



与、提升河南形象及在创意产业背景下形成的产业链条等情况。当然，随着新媒体、自媒体的普及，该栏目也遇到了一定的冲击和挑战，出现了一些必须马上解决的问题。为完成教育部项目研究工作并推动《梨园春》更好地发展，项目组以使研究成果具有现实性、针对性和时效性为目标，在前期对该栏目领导庞晓戈，省人大代表、郑州大学新闻与传播学院教授董广安，省豫剧表演艺术家王希玲、王红丽、汪荃珍、马兰、汤玉珍等，省文化产业研究专家汪振军、河南电视台发

展研究部工作人员苏楠等进行采访的基础上,以马克思主义“美学的、历史的相结合的‘最高的’批评标准”为尺度,对《梨园春》栏目传承民族文化的贡献、产业化的努力、遇到的问题及应对的措施等进行全方位的调查研究,从理论到实践,理论与实践相结合,取得了相应的研究成果。

三、调研的理论指导

民族文化的传承与创新至关重要。尤其是在当今我国综合国力显著增强、国内外敌对势力散布种种“文化雾霾”、新媒体及微媒体的迅速普及使“人人都是传播者”变为现实的背景下,民族文化的传承和发展遇到新的问题,面临新的挑战。习近平总书记在党的十九大报告中指出,深入挖掘中华优秀传统文化蕴含的思想观念、人文精神、道德规范,结合时代要求继承创新,让中华文化展现出永久魅力和时代风采。在2012年参观《复兴之路》展览时、2013年出席十二届全国人大一次会议闭幕会时、2014年出席“纪念孔子诞辰2565周年国际学术研讨会”时,习近平总书记都强调了民族文化遗产与创新的重要性。此后,国家相关部门连续下发了系列文件和通知,强调重视对包括戏曲在内的民族优秀文化的传承和发展。

本项目组按照党的十九大、十八大、十八届三中、四中全会精神和习近平总书记系列讲话特别是在文艺工作座谈会上的讲话精神为指导,以河南卫视《梨园春》栏目如何把传统戏曲与现代传媒相结合为研究对象,以该栏目在“一波三折”的发展历程中通过“戏曲擂台赛”、实地演出、制作销售节目视频等方式激活、传播中华民族优秀传统文化并使其发扬光大为研究宗旨,分析问题,探讨原因,总结规律,提出对策,具有重大的理论价值。

自古“得中原者得天下”,中原文化是我国传统文化的重要成员和组成部分,通过研究总结《梨园春》栏目传承与创新中原文化的成功、失败、过去、现在与未来,得出的结论所代表的恰恰是整个中华民族文化遗产与创新的缩影。《梨园春》作为河南卫视1994年10月创办的戏曲栏目,早期也曾因定位于娱乐类节目、走纯表演路线而陷入低迷,但经过1997年调整播出时间,1999年进行实质性改版并增

设“戏迷擂台赛”，逐渐探索出了“戏曲唱段+选手打擂”的全新表演模式，数十年间稳定保持收视率居高不下。新世纪以来，曾经先后多次组团前往新疆、台湾、北京、巴西、澳大利亚等地区和国家进行展演，走出河南，走向全国，走向世界，影响越来越深远，传播越来越广泛，引起很多研究者关注，仅中国知网上专门针对这一栏目进行研究的文章就有数百篇，对其褒扬者多，批评者少。值得注意的是，关于该栏目在当前新媒体形势下如何更好地发展，则尚未有人涉及，因此说明了本项目立项的必要性。

本项目的立项、研究及成果的转化应用，不仅可以在纵向上为《梨园春》栏目自身更好地发展提供建议和对策，而且可以在横向上为其他电视剧相关栏目与节目的发展提供借鉴，具有重大的实际应用价值。

四、“他山之石可以攻玉”

美国传播学者拉斯韦尔在 1940 年代就提出“大众媒体具有传递文化遗产的作用”，尼尔·波兹曼则在其世界知名的著作《娱乐至死》（2004）中提出：“在我们的文化里，信息、思想和认识论是由电视而不是铅字决定的”。电视作为视听综合艺术，在传播速度与传播效果上都远非书籍等传统媒介所能比拟，它以大众传播特点吸引观众的注意，在为观众提供娱乐休闲节目的同时对民族文化遗产、文化产业发展、产业链构建、文化软实力形成与提升等过程中发挥着重要作用。国内也有很多研究者关注到这一问题，并出版了《文化遗产与文化创新探析》（黄永林著，2013）；《文化遗产与文化消费》（蓝爱国等著，2009）；《中国戏曲的跨文化传播》（林一等主编，2009）；《文化全球化与中国大众文化》（金民卿，2004）等著作及《走向文化自信的〈梨园春〉——写在荣获第二十三届“星光奖”优秀栏目成就奖之际》（李暄，2014）；《试论戏曲影视产业化转型与文化软实力》（王巨川等，2011）；《传播学视野中的文化产业创新——以河南卫视〈梨园春〉为例》（卢焱，2007）；《梨园春的文化分析及模式批评》（周波，2006）等一系列论文。尤其是近年随着视听新媒体越来越普及，无线网络及新型终端设备的成本越来越低，使用越来越简便，

使大众传媒在传承文化及产业创新方面的作用越来越直接，越来越明显。《梨园春》在文化传承与创新方面的作用由此可见一斑。

国内外对文化传承与创新的研究经过了认识的过程和侧重点的变化。文化曾经被看成一元的、单向度的、精英主义的、从上而下的，因此，人们对文化传承方法、技巧、效果等问题的探讨大多是从文化本身的客观属性角度进行的，总体上因“主客二分”思维方式而显出某种“人定胜天”的意味。随着“日常生活审美化、审美日常生活化”现象的出现，文化由过去的精英至上变为无处不在、无孔不入，人们逐渐以一种平视的姿态研究文化传承与文化创新的问题。最近几年，随着新媒体、微媒体和无线网络技术的迅猛发展，过去高不可攀的视听文化因微电影、微动漫、“飞视短剧”等的出现而“飞入寻常百姓家”，不但“人人都是传播者”逐渐成为现实，而且传播过程中“弹幕”的出现可以随时改变上述作品的故事模式与情节走向，文化的形态越来越灵活多样，人在文化传承创新中的作用越来越突出。具体到对《梨园春》栏目文化传承与创新的研究，栏目开办早期曾有一些专家因“选段破坏了戏曲的完整性”、“撕裂了传统文化的价值和意义”等理由给予批判，但随着时间的推移，特别是微博、微信等微媒体的日益盛行，研究者们逐渐认识到，整体传播早晚要被局部的、快速的新媒体所取代，《梨园春》在不断探索中选择的恰恰是既有利于文化传承又能被观众喜欢、接受的正确道路。

五、本项目研究目标

《梨园春》创办 20 多年来，有过辉煌，也有过困难、挫折甚至停滞，但其面向观众所付出的种种努力，在传承中华民族优秀过程中立下了汗马功劳，不但吸引了省内众多固定观众，而且在其他省份及国外观众中造成了强烈影响，不但屡次受到嘉奖，而且以其形成的优势产业链成为国内文化创意界的一个典型案例，值得对此好好进行研究。研究目标如下：

- 1，“窥一斑而知全貌”。探讨《梨园春》栏目 20 年间的“一波三折”的发展道路，根据节目内容、传播范围、收视效果等，总结以中原文化为代表的传统民族文化遗产创新的情况与规律。

2, 寻找方向。根据《梨园春》节目选段内容、上镜频率、表演情况及其体现的核心价值观等,分析民族文化遗产的侧重点和努力方向。

3, 总结规律。根据节目组织形式、演播风格、主持情况、收视情况等的变化,总结如何适应新的文化语境进行民族文化的传承创新的规律。

4, 梳理产业链条。根据《梨园春》产业化的努力及取得的成效,考察其产业链条的构建、调整、目前的优势和存在的问题等,推动其在文化创意产业征途上更好发展。

5, 提供思路对策。“如何借助新媒体使《梨园春》传承的民族优秀文化更快、更好的传播”的问题,是最主要的,也是最具有实际意义的。作为栏目的忠实观众及从河南走入京城的中原人,项目组有责任、有义务、有信心在领导与专家的指导和支持下提供有价值的思路 and 对策。

六、本项目研究内容

第一,《梨园春》栏目进行民族文化遗产与创新的总体情况

《梨园春》栏目20年间发展概况、节点、措施及其在民族文化遗产传承中的作用、在创意产业背景下的新举措、遇到的困难问题、解决问题的方法与成效、发展现状与瓶颈、建议与对策。

第二,《梨园春》唱段与文化遗产

《梨园春》虽然是以豫剧起步,但又不限于此,而是从传统唱腔到科技传播,从单纯表演到打擂比赛,从演播“小舞台”到社会大舞台,逐渐探索出了符合当今观众接受兴趣的艺术传播方式。《梨园春》栏目在创办20多年来所传承的不仅包括河南的诸多地方剧种,还包括其他地方剧种;不仅吸引河南、山东、山西、江苏、内蒙等国内省份及国外观众的参与,而且为曲剧、京剧、昆曲、平剧、吕剧、川剧、梆子戏、黄梅戏等其它剧种提供了展示的平台。经典唱段《花木兰》中的自强精神、《打金枝》的和谐理念、《朝阳沟》的时代精神等家喻户晓,成为传播中华民族传统文化的重要窗口。

第三,《梨园春》的受众与影响力

《梨园春》把选手与观众、表演与竞赛、艺术与传媒捆绑在一起，在抓住核心观众的基础上吸引边缘观众，并培养潜在观众，使观众范围越来越宽，形成了以河南观众为核心、同时向周边地区乃至全国、国外辐射的广大观众群。从地域看，包括本省观众、外省观众、国外观众；从文化程度看，包括文盲、小学生、初中生、高中生、本科生、研究生；从职业看，包括学生、农民、工人、个体户、自由职业者、退休人员、领导干部、部队官兵、空姐、警察、医生、教师等；从年龄看，包括少儿观众、青少年观众、中年观众、老年观众；从选手看，以豫剧戏迷为主体，同时向京剧、昆曲、黄梅戏、评剧、川剧、河北梆子等其它剧种的戏迷延伸；逐渐成为覆盖面稳步拓展、影响力逐渐增大的强势栏目。

第四，《梨园春》节目传播与中原文化软实力

“软实力”概念是美国学者约瑟夫·奈在其著作《谁与争锋》（1990）中首次提出的，是“通过吸引而非强迫或收买的手段来达己所愿的能力。它源于一个国家的文化、政治观念和政策的吸引力”。当前，敌对势力仍在以这样那样的方式对我国的文化与意识形态进行侵袭，必须有效地防止出现“文化真空”并通过优秀作品的传播建立我们的文化高地，才能真正使软实力得以提升。所谓“文化真空”，如果没有优秀文化支撑，就会出现文化雾霾；所谓“文化高地”，如果不以优秀的作品去占领，就会被劣质甚至反动的作品去占领。从这一角度说，《梨园春》的擂台、唱段、比赛及其制作出售的CD、光盘等，都在使以中原文化为代表的民族传统文化走向当今、优秀戏曲文化走向观众等过程中发挥了重要作用，都为传承民族文化、树立并传播核心价值观做出了积极贡献，都有助于提升我国的文化软实力。

第五，《梨园春》的产业链条及存在的问题

我国自新世纪初期提出“文化产业”概念并很快被“文化创意产业”概念替代，产业链条、创意元素都因对产业发展具有决定性作用而越来越受到重视，《梨园春》正是掌握了这两点，才掌握了在当今文化市场中占稳脚跟并大步前进的两个抓手。从前者而言，建立产业链条是延伸“创意+广告”的商业价值的必备环节，据调研，《梨园春》每期节目需要费用10万多元，年经费超过500多万元，需有强

大的资金保障，广告收入虽是最可靠的资金来源，但过多的广告收入既可能引起受众的不满，也可能妨害栏目的发展。为此，《梨园春》栏目在打造品牌、制作音像的同时延伸了产业链，生产了“梨园春矿泉水”、“梨园春酒”等，还开办了“德克士梨园餐厅”，在为栏目发展提供服务的同时节约了成本，提供了资金。但从目前来看，产业链条发展还算平衡，但循环力度、资金回报及文化传播能力有待加强。从后者而言，“打擂台”充分体现了节目的创意，并由好创意带来了源源不断的广告。一般情况下，《梨园春》每一场节目中手机短信投票约 10 万人次，金、银、铜奖选手获得价值分别为 10 万元、6 万元、4 万元的轿车，优秀奖选手获得价值 1 万元的笔记本电脑，同时对选手所在院团给予 10 万元、8 万元、5 万元、3 万元的扶持基金，使观众参与的热情更加高涨。

七、思路与对策

所有的理论研究，都要落实到实际工作中才有意义。如何通过扩大《梨园春》的产业链条并借助新媒体平台加强传统文化的传承与创新，使该栏目在新媒体、自媒体带来的全新生活方式和文化语境中更好地实现纵向传承及横向传播，是研究的宗旨，也是我们提出思路与对策的依据。

尽管曾有研究者从戏曲文化角度认为《梨园春》栏目以 3 分钟擂台赛形式破坏了戏曲原作本身的完整性，但笔者认为，这恰恰是该栏目在当今新媒体形势下发展的一个潜在优势。戏曲文化如何更完整地传承，对于电视台等主流媒体来说属于另一个问题，但从文化传播及软实力提升的角度说，《梨园春》作为大众传媒背景下诞生的群众性文化娱乐节目之一，能够在 20 多年的时间内、在面临诸多冲击与挑战的情况下持续发展并吸引越来越多的受众，已经证明了它的成功。

思路：根据当前微信、微博等新媒体平台的传播特点与优势，结合《梨园春》节目的现有特点及面对微时代微媒体带来的新挑战，如何借助于新媒体平台进行更好、更快、更大范围传播，使《梨园春》传承的民族优秀文化更快、更好传播到观众中去，包括如下几个方面：

- 1，借助微博、微信、二维码等新的平台传播《梨园春》唱段，

使其传承的民族优秀文化拥有更多的受众。

2, 在《梨园春》现有优势基础上组织“原创戏曲短剧擂台赛”, 鼓励原创, 扩大影响。

3, 借助河南卫视《梨园春》栏目、河南电视台梨园频道、河南省群众艺术馆等平台的优势, 组织中原文化题材的戏曲微电影、微动漫、微剧大赛。

4, 由河南有关单位和部门组织在京高校, 联合举办中国电影家协会、中国电视艺术家协会年度活动。

5, 与全国毛泽东文艺思想研究会等单位共同组织并承办 2019 年年会暨《梨园春》栏目节目研讨会, 等等。

总之, 随着网络新媒体对传统媒体造成的“观众分流”趋势, 《梨园春》栏目已经采取了诸多应对措施, 本项目在充分肯定有关措施的合理性、价值性的同时, 利用自身的专业优势和技术, 结合当前微媒体带来的微传播平台特点, 提供一个全新的建议: 即运用三维动画、抠像技术、虚拟合成等技术对《梨园春》选手演唱的经典唱段进行舞台重现, 做成既有真人实景演出、又有三维动画元素、还有虚拟合成效果的全新微视频, 在《梨园春》现有传播渠道的基础上, 加上项目组自身的传播平台及与多家大型门户网站合作的平台, 借助微博、微信、微商等微平台更多、更快、更好地传播《梨园春》唱段的“微言大义”, 为栏目拓展出新的传播渠道, 为传承中原文化、展示河南人文魅力增砖添瓦。

(作者简介: 王彦霞, 女, 河南省长垣县人, 博士后, 副教授, 目前在北京联合大学广告学院表演系任教师, 系中国传媒大学艺术学博士后、北京大学文学博士, 兼任中宣部“21 世纪我国文化发展战略”课题组秘书长、全国毛泽东文艺思想研究会理事、中国长征精神研究院副院长、中国电影家协会会员等职)

联系方式: 电话 13621105531, QQ785922189

Investigation Report of LiYUANCHUN Inheriting National Culture and Industrialization in the New Media Age

WANG Yanxia

(Beijing Union University, No 97 Beisihuan East Road, Chaoyang District, Beijing, 100101)

（作者系北京联合大学艺术学院教授。本文系教育部 2015 年度人文社会科学规划项目“河南卫视《梨园春》栏目 20 年间传承中原文化及产业化研究”的阶段性成果，项目编号：15YJA760040）

（本报告被中共河南省委宣传部采纳）

中共河南省委宣传部

成果采纳证明

《新时代〈梨园春〉栏目传承民族文化及产业化调研报告》收悉。此报告是北京联合大学艺术学院王彦霞教授主持 2015 年度教育部人文社科项目“河南卫视《梨园春》栏目 20 年间传承中原文化及产业化研究”（项目编号：15YJA760040）的研究成果之一，分为：调研对象的基本情况、调研的前期准备、调研的理论指导、“他山之石可以攻玉”、本项目研究目标、本项目研究内容、思路与对策等七个部分，对河南卫视《梨园春》栏目 20 年间传承中原文化、民族优秀传统文化的情况及在新时代采取的产业化战略、传播推广策略进行了实地调查和深入研究，就《梨园春》移动端 APP 应用、上线、扩大影响等方面提出了可行性意见和建议：比如内容上加入投票、抽奖等互动元素，形式上激发了微信用户的参与热情等，实现了传播互动化，仅 2016 年元月《梨园春》官方微信公众号用户日增长量就多达 6 万人次。

项目组在申报选题、查阅资料、开展研究等过程中，认真细致、谨慎务实。研究成果受到了河南广播电视台及《梨园春》频道各级负责同志高度赞扬的同时，郑州大学新闻与

传播学院原院长董广安教授、部分省人大代表包括河南卫视副总监、《梨园春》栏目制片人庞晓戈，河南省人大代表董广安、范军、王少安、张晓林和戏剧名家王希玲、汤玉英、张宝英、于荣光等，分别签名予以肯定。

我们认为，该研究报告对河南卫视《梨园春》栏目的良性发展具有明显的推动作用，在节目推广、收视率提升、影响力提高等方面，都带来了直接的社会和经济效益，并对我省文化创意产业的健康发展具有很强指导和借鉴意义，予以采纳，谨此致谢！

中共河南省委宣传部

2018年5月16日

联系人：张新 胡景战

电 话：0371-65902741 15890163439

地 址：河南省郑州市金水路17号中共河南省委宣传部

