

电视节目《平“语”近人》的创新路径分析

方雅轩

(湖南大学 新闻传播与影视艺术学院, 湖南 长沙 410012)

摘要:《平“语”近人——习近平总书记用典》(简称《平“语”近人》)是2018年10月份央视《百家讲坛》栏目推出的系列特别节目。节目巧妙的将“习近平总书记用典”作为阐释思想理论的小切口,通过“原声微视频”、“思想解读”、“经典释义”、“现场访谈”、“互动问答”和“经典诵读”多环节实现思想理论、经典价值与现实需求的巧妙对接。采用国家话语的民间表达、精英话语的大众表达的叙事策略,青年学子的互动加入增强了节目的青春感。改变了理论节目高高在上的电视语态,使观众从熟悉亲切的文化形象转移到对严肃的治国理政思想的感知,完成了国家意识形态的日常化表达。《平“语”近人》不仅实现了主流文化、精英文化和大众文化的有机融合,还拓展了新时代电视节目的文化内涵与价值空间,无疑是新时代思想理论大众化传播的代表文本。

关键词: 新主流综艺; 大众文化; 主流文化; 核心价值观

前言

近年来中国文化类综艺节目的蓬勃兴起,有学者提出“新主流综艺”的概念。“新主流综艺”在美学层面所冀望的是代际转型的实现,是对新生代年轻人所喜爱的修辞方式的兼收并蓄;而其在文化层面所冀望的,则是通过对新生代年轻人个体认同和国家民族认同的双重建构,完成为当代中国社会塑造合格青年角色的深层目标。^[1]央视频道《百家讲坛》栏目推出的系列专题节目《平“语”近人》无疑是新主流综艺的代表文本。节目巧妙的将“习近平总书记用典”作为阐释思想理论的小切口,通过“原声微视频”、“思想解读”、“经典释义”、“现场访谈”、“互动问答”和“经典诵读”多环节实现思想理论、经典价值与现实需求的巧妙对接。《平“语”近人》采用国家话语的民间表达、精英话语的大众表达的叙事策略,改变了理论节目高高在上的电视语态,使观众从熟悉亲切的文化形象转移到对严肃的治国理政思想的感知,完成了国家意识形态的日常化表达。《平“语”近人》拓展了新时代电视节目的文化内涵与价值空间,实现了主流文化和大众文化的有机融合,成为是新时代思想理论大众化传播的代表文本。

一 国家话语的民间表达

平民化成为《平“语”近人》最显著的电视语态特征,青年学子的互动加入增强了节目的青春感。选取百姓迫切关注的主题,提炼故事价值,核心价值观念透过故事内核彰显出来。挖掘故事细节,塑造出鲜活的人物形象,使观众从熟悉亲切的文化形象转移到对严肃的治国理政思想的感知。借助文化符号唤起观众的文化记忆,使得观众产生情感认同、价值认同和文化认同,从而实现国家话语的民间表达。

1 巧选主题,彰显核心价值观,传递真善美

《平“语”近人》十二期节目分别以“为民”“仁政”“立德”“家风”“孝道”“修身”“笃行”“学习”“廉政”“人才”“信念”和“天下”为主题。这些主题既具有传统性、民族性又具有现代性、世界性,是节目寻得传统价值与当代价值、主流价值与市场价值、个人价值与集体价值、中国价值与人类共有价值契合点的突破口。

^[1] 盖琪:《“新主流综艺”:个体认同与集体认同的双重建构文》,《中国电视》,2018年第7期

“对每一个国人而言，五千年的中华文明传统文化积淀便是整个中华民族共享的‘文化记忆’。”^[2] 立德修身、家风、孝道等都是潜在于每个人心中的共同价值观念，这些传承下来的传统价值观念已成为中华民族文化记忆的重要组成部分。《平“语”近人》结合新时代发展条件，对儒家经典和其他优秀传统文化的核心内容进行历时和共时两个方向的解读，保留了传统文化的精髓并挖掘传统文化的现代意义。通过情感认同机制激发了观众的民族记忆、文化记忆，实现民族认同和价值认同。

习近平总书记曾号召我国文艺工作者“我们要通过文艺作品传递真善美，传递向上向善的价值观，引导人们增强道德判断力和道德荣誉感，向往和追求讲道德、尊道德、守道德的生活。”^[3] 《平“语”近人》“真”体现在国家领袖的真实故事中，体现在主持人、思想解读人、经典释义人以及观众互动的真情实感流露中；“善”体现在时代楷模的道德故事和古代杰出人物的事迹表现出的中国人民积极向上的精神风貌；“美”则体现在艺术形式与内容的统一中，包括主持人和嘉宾的形象美、节目意境美等。

2 挖掘故事细节，塑造鲜活的人物形象，建构国家形象

“故事曾经是人类了解历史、熟悉自然、感悟自身的通俗方式，它构成了普遍存在于人类社会的原型文化，在人类的血脉中播下了讲‘故事’、听‘故事’、爱‘故事’、迷‘故事’的基因”^[4] 节目每一期都以一个明确的主题为线索串联起习近平总书记、时代楷模和历史人物的故事，挖掘大量的故事细节，稀释了理论的抽象度，塑造了鲜活的古今人物形象。比如节目第1期讲到青年习近平在梁家河村修建第一口的沼气池的故事，向观众展现了“什么是为民”。“再糙的饭他都咽得下，再穷的人他都看得起。”梁家河村民在节目现场质朴真实的语言增强了节目的亲民风格。节目第5期讲到习近平总书记与母亲的故事，通过习近平总书记陪母亲散步、母亲在钱包上绣上“娘的心”等细节，通过情理相容的方式向观众传递了百善孝为先的价值。这些细节展现的不是高高在上的国家领袖，而是与普通百姓有着共同情感的亲切形象。

国家领袖是国家形象的符号象征。在消费文化和全球化的双重语境下，电视节目应该成为展现国家形象的文化名片。《平“语”近人》用电视叙事机制生动的向世界传达了中国国家领袖治国理政的思想，无疑是对国家形象的有力建构。将传统文化作为连接思想理论与观众的情感桥梁，通过12个主题展现了东方文明大国、负责任大国的中国形象。

3 运用文化符号，建构电视崇高感，彰显中国气质，

《平“语”近人》节目现场运用文化符号建构了现代与古典相结合的文化空间，通过诗词歌赋、文字书法、音乐等文化符号营造了宁静祥和的家园感。主持人与思想解读者身着具时代感的服装，与红色的节目舞台背景交相辉映，经典释义人身着古典韵味的旗袍与书画、剪纸等中华文化标志性元素相得益彰。现代文化符号与传统文化符号的结合营造出情理相容的文化氛围，思想理论的精神内核借助传统文化的魅力显现出来。

由象征性符号所建构的仪式感在视觉和心理两个层面强化观众的审美感知。节目通过经典朗诵环节等仪式传播唤起受众心理上的崇高情感，观众在参与过程中获取了情感的共通，无论是节目内容设置还是形式包装都与“用典”相吻合。古典韵味的舞台设计与现代舞台科

^[2] 张晶、谷疏博：《文化记忆、崇高仪式与游戏表意：论原创文化类节目的美育功能》，《现代传播》，2018年第9期

^[3] <http://theory.people.com.cn/n1/2017/0619/c40531-29348493.html>

^[4] 高鑫、贾秀清：《21世纪电视文化生存》，中国国际广播出版社2006年版，第6页。

技的结合营造了庄严和典雅的节目气质，透露着中国气质。全息影像技术、3D 幻影立体显示特效、巨型环幕等现代技术手段赋予《平语近人》以全新表达，增加了节目舞台视觉层面的空间纵深感和层次感。

4 加入新元素，吸引年轻受众，增强节目青春感

节目用原声微视频展现总书记讲话，提高了节目的传播力。微视频的传播方式符合新时代碎片化的传播特征，当下年轻人更容易接受短视频的传播方式，有助于节目锁定新生代年轻人这一目标群体。《平“语”近人》在故事选择上也更倾向于年轻人感兴趣的话题，比如最后一期节目中关于非洲旅行的话题，青年学子的互动加入增强了节目的青春感。从侧面表现出节目对“青年”进行形塑的意识形态诉求。

二 精英话语的大众表达

《平“语”近人》通过建立思想理论、经典价值与现实生活的关联，实际上拉近了节目内容与观众的时空距离。主持人康辉亲切自然的主持风格和专家精辟生动的讲解方式拉近了观众对思想理论的心理距离。对比之前《百家讲坛》推出的节目，《平“语”近人》的节目形式更加活泼，不再是“我讲你听”的单向的传播方式。互动问答环节建立与观众的关联，增加了观众的参与感，体现了精英话语大众化的成功表达。

1 建立历史与现实的关联，拉近内容与观众的时空距离

习近平总书记在全国宣传思想工作会议上强调：“中华优秀传统文化是中华民族的文化根脉，其蕴含的思想观念、人文精神、道德规范，不仅是我们中国人思想和精神的内核，对解决人类问题也有重要价值。要把优秀传统文化的精神标识提炼出来、展示出来，把优秀传统文化中具有当代价值、世界意义的文化精髓提炼出来、展示出来。”《平“语”近人》通过主题选取提炼出优秀传统文化中具有当代价值、世界意义的文化精髓，综合挖掘传统文化的历史意义和当下意义，将中华优秀传统文化与现实生活联系起来。节目最后一期以“天下”为主题，用新罗国人崔致远来中国求学做官的历史故事和一对新婚夫妇与非洲的当代故事来传达国家的外交思想，体现了中国价值与人类共同价值的通约性。此外，主持人康辉亲切自然的主持风格和专家精辟生动的讲解方式拉近了观众对思想理论的心理距离，实现思想理论、经典价值与现实需求的巧妙对接。

2 把握受众的基本心理需求，建立与观众的关联

节目的“思想解读”和“经典释义”吸收年轻人所喜爱的修辞方式，增加了节目的专业性和趣味性。透过“思想解读者”对习近平总书记身体力行的点滴故事的细节描述，国家治国理政思想的大主题通过领袖故事这一小切口得以生动表现。“经典释义者”用文学的方式向讲述观众生动的传统文化内涵。通过对时代楷模的现场访谈，向观众讲述奋斗故事，生动诠释了习近平新时代中国特色社会主义思想的伟大实践，揭示传统文化与当代文化一脉相承的关系，满足观众的精神需求。

青年学子与主讲人的互动提问则增加了观众的参与感和代入感，节目第 1 期以“为民”主题，在互动问答环节上有观众提问青年学子的就业问题，问题与节目主题紧密想联，对现实具有强烈的关照意义。节目第 4 期以“家风为主题”，观众和主讲人在互动环节分别分享了自己的家风，通过两代人的对话真实反映出当代青年学子对传统文化的理解和态度，折射出当代青年人的的人生观、价值观和世界观，体现了经典文化中的传统价值与当代价值的契合之处。纵观 12 期节目，节目形式以讲为主，与观众的互动占比较小，节目互动环节还有可完善的空间。

结语

文化兴国运兴，文化强则民族强。^[5]在全球化语境下，电视节目作为文化产品，应该自觉“推进国际传播能力建设，讲好中国故事，展现真实、立体、全面的中国，提高文化软实力。”^[6]《平“语”近人》集思想性、艺术性与观赏性于一身，实现了主流文化和大众文化的良性互动，对中国特色社会主义文化进行了有效的大众传播。体现出新时代中国电视节目传播核心价值观、塑造国家形象、传递中国声音的责任意识和民族意识。作为中国电视节目展现文化自信的新物种，其创新路径对电视节目的文化价值导向与传播具有一定的指导作用，对当代思想理论的大众化传播具有一定的启发意义，对新时代中国特色社会主义思想理论的生动阐释与广泛传播具有借鉴意义。

参考文献

论著

[1] 杨乘虎：《中国电视节目创新研究》，中国传媒大学出版社，2014年1月第1版。

[2] 约翰·菲斯克[美]：《电视文化》，商务印书馆出版社，2005年8月第1版。

期刊

[1] 盖琪：《“新主流综艺”：个体认同与集体认同的双重建构文》，《中国电视》，2018年第7期。

[2] 张晶、谷疏博：《文化记忆、崇高仪式与游戏表意：论原创文化类节目的美育功能》，《现代传播》，2018年第9期。

[3] 石丹：《主流文化、精英文化、大众文化的传播与认同——〈朗读者〉的文化价值分析》，《当代电视》，2018年第4期。

[4] 卜宇：《电视理论传播功能的缺失与再造》，《中国电视》，2018年第9期。

[5] 郑向荣：《文化类综艺节目创作的五个意识》，《中国电视》，2017年第9期。

[6] 杨乘虎：《何为中国故事：电影与国家形象建构的观念辨析》，《民族艺术研究》，2018年第1期。

[7] 高鑫、贾秀清：《21世纪电视文化生存》，中国国际广播出版社2006年版，第6页。

[8] 邹广文：《当代中国的主流文化、精英文化与大众文化》，《杭州师范学院学报社会科学版》，2002年第06期。

网页

[1] https://gov.ifeng.com/a/20181019/60120860_0.shtml

[2] <http://zgbx.people.com.cn/n1/2018/0103/c347501-29742893.html>

[3] <http://theory.people.com.cn/GB/n1/2017/0619/c40531-29348493.html>

[4] http://csr.mos.gov.cn/content/2017-10/26/content_54992.htm

[5] <https://theory.dahe.cn/2017/12-26/243024.html>

An Analysis of the Innovative Path of TV program *The "Ping" Language Is Close To People* - General Secretary Xi Jinping's Code Of Use

Fang Yaxuan

^[5] http://csr.mos.gov.cn/content/2017-10/26/content_54992.htm

^[6] <https://theory.dahe.cn/2017/12-26/243024.html>

(Hunan University School of Journalism and Communication & Film and Television Arts, Hunan
Changsha, 410012)

Abstract: *The "Ping" language is close to people - General Secretary Xi Jinping's Code of Use* (referred to as "Ping" in the Nearer") is a series of special programs launched by CCTV's "100 Lectures" column in October 2018. The program cleverly uses "General Secretary Xi Jinping's Code" as a small incision to explain the theory of thought, through "original micro video", "ideology interpretation", "classical interpretation", "live interview", "interactive question and answer" and "classic reading". Multi-links realize the ingenious connection between ideological theory, classic value and real needs. Using the folk expression of the national discourse and the narrative strategy of the popular expression of the elite discourse, the interactive participation of the young students enhances the youthfulness of the program. Changed the TV voice of the high-level theoretical program, which enabled the audience to shift from familiar and familiar cultural image to the perception of serious ruling political thought, and completed the daily expression of national ideology. "Ping" "near people" not only realizes the organic integration of mainstream culture, elite culture and mass culture, but also expands the cultural connotation and value space of TV programs in the new era. It is undoubtedly the representative text of the popularization of ideological theory in the new era.

Key words: New mainstream variety show; popular culture; mainstream culture; core values