

【 文 史 哲 】

经典文化的电视媒介传播探讨

——从纪录片《故宫》说起

张 锦

(山东管理学院 人文学院, 山东 济南 250357)

[摘 要]大型人文纪录片《故宫》在荧屏上映作为经典文化的一种传播方式,在推动中华优秀传统文化在世界范围内传播的确功不可没。在现代信息社会形成的拟态环境中,纪录片作为经典文化的一种艺术化表现形式,来源于现实而高于现实的叙事情节,受到大众的广泛接受。纪录片作为大众文化和经典文化的一座桥梁,给我们缓冲的时间和过程。但在纪录片营造的电视文化中,我们享受着速食的快感,却失去了思辨带来的想象力。尼尔波兹曼在《娱乐至死》中对电视文化的担心,也时刻提醒着我们,不要做单向度的人。不断提升对经典文化的鉴赏力,学会尊重和理解经典文化,才能真正做到传承中国传统文化。

[关键词]电视媒介;全球化语境;经典文化;大众文化

[中图分类号]G206 **[文献标识码]**A **[文章编号]**2095—7416(2015)03—00100—03

一、引言

在百度上搜索人文纪录片,可以发现几年来一大批优秀纪录片如《故宫》、《新丝绸之路》、《复活的兵团》、《江南》等人文纪录片脱颖而出。唯美如诗的画面,凝重严谨的叙事,细腻朴实的人文情怀,处处渗透着中国传统文化的整体特征。

在故宫博物院建院80周年纪念之际,中央电视台和故宫博物院联合摄制了12集大型历史纪录片《故宫》,艺术地再现了故宫600年的沧桑历史。

这套12集大型纪录片《故宫》,从入主中央电视台黄金节目阶段之时,收视率一度创新高,创造了纪录片多年少见的收视高潮,从而成为传播学界、媒体界广泛关注的传播个例。中国传统文化亟需一种高度有效的传播方式在全球范围内进行传扬。传播是一项技巧性很高的活动,不同的传播方式往往会带来不同的传播效果。

中国五千年来的璀璨文化极少为外国人所知,唐诗宋词因缺乏翻译资源经常是被翻译得语无伦次而不能广泛地在世界范围内流传,而纪录片这种电视文化产品的出现和传播,的确不失为一种有效的传播产品。在经典文化的传播方面,我们还需要继续探寻和求索,寻找更适合它保存和传承的方式。

二、当代传播传统文化的媒介方式探索

(一)全球化语境下探寻自我认同体系

当今世界俨然已演变为天才预言家麦克卢汉所言的地球村,我们生活的物理距离因为电子媒介的存在而不断缩小,像是回归到了口语时代所特有的平衡状态一样。空间距离的压缩,人们被迅速卷进了全球化浪潮之中。由于信息的共享,各国政治、经济达到了高度的统一,我们进入了一个全球各国政治经济文化相互交融形成合力的语意场中,即人们所说的全球化语境。

在全球语境下更应该保持一个国家的民族认同感,才可避免被湮没在信息同化的洪流中。在中华民族五千年来的璀璨的文化瑰宝中,传统文化的艺术魅力一枝独秀于世界之林。如何将中国宝贵的民族文化更好地保存和传播,为世人所知,是我们当代炎黄子孙需要思索和探讨的重要传播课题。

全球化是以美国为首的西方发达国家倡导的经济、政治、科技、文化趋同化运动。作为文化全球化,其包含着鲜明的文化霸权主义的倾向。各国由于政治经济文化发展的不平衡,很容易受到文化霸权主义的挟制而被迫趋同。因此,发展中国家应重视自身的本土文化,提升本土化意识,注重保护和输出本土文化。作为国民,也应提升民族认同感,以去粗取精、辨伪存真的眼光看待和利用民族文化。

收稿日期:2015-04-08

作者简介:张锦(1989-),女,山东济宁人,新闻与传播硕士,山东管理学院人文学院教师。

(二)经典文化应选择行之有效的传播方式

纪录片在传播中国传统文化上功不可没。汇聚了千年积淀的中国传统文化,博大精深,特色鲜明。只有选择有效可行的传播方式,具有民族特色、中国特色的文化才能让更多的人接受。而纪录片就是中国文化传播的一种重要形式。

在当今的信息社会里,最重要的介质是媒体。享誉全球或毁于一旦,媒介都起着决定作用。在虚拟互联网架设的地球村里,媒介和技术相结合。正如麦克卢汉所言,“媒介即讯息”,媒介本身就是讯息,它本身承载着社会变迁的动态信息。麦氏在一定程度上是技术决定论者,他提出电子媒介技术可让人们重返伊甸园,来印证电子媒介技术是人们达到平衡状态的福音。虽然我们不能完全认同麦氏的观点,但是媒介技术的巨大作用已为世人所瞩目。

接近四万分钟的短片《故宫》,以12集纪录片的方式展现给观众,将明、清六百多年的历史 and 八十多年故宫博物院的历史,浓缩到12集片子里,展现给全世界。六百多年间,这座气势恢宏的紫禁城几经风云变幻。该片包含80分钟的三维动画创造了纪录片中动画创作的新纪录^[1],在光影交换的电视屏幕上,融合各种新技术而创造的《故宫》,以其特有的影像方式讲述着紫禁城的过往。

技术带给了观众对历史更直观更立体的认识。似乎湮没、沉寂在历史中的数百年的紫禁城,瞬间被情景剧的影像复活了。

纪录片是最大程度反映现实的一种影像作品,它在传播经典文化上不失为一种有效方式。现代人的生活充斥在信息洪流中,在文字、音频、视频中来回穿梭。而视频集视觉、听觉于一体,对于表现庄严久远的近代历史具有很大的艺术张力。同时,视频的方式也更能吸引现代人探秘历史的兴趣。中国是一个文化资源大国,但却不是一个文化资源强国。如果经典文化传播通过纪录片的形式进行传播,就更能声情并茂地阐释中国传统文化,更易于为受众所接受。

三、纪录片是大众文化和精英文化的过渡品

(一)纪录片集真实性、艺术性和娱乐性于一体

纪录片是来源于生活、高于生活的艺术作品,以影像的形式反映再现真实的世界。它本身基于拍摄主体的个人情感,既有架构在真实素材上的客观基础,又有拍摄主体的人文情怀,易于进行传统文化的人文传播。

纪录片既有真实性,也有娱乐性;因其商业性不免带着娱乐性的烙印。纪录片在拍摄时不仅会反映

实物本身的特征,还带有拍摄主体向受众灌输的主观思想。

纪录片最动人之处在于它的人本主义传播情怀,在事实的基础上,叙事结构的艺术化,故事文本的抒情化,都是情景再现的一种艺术处理方式。

当今的世界可以说是一个被电子媒介所垄断的信息社会,我们现代人置身其中,感受到的也是李普曼所提出的拟态环境。

(二)大众文化和精英文化的过渡

迈克·费瑟斯通认为:“文化这个词有两种含义:(人类学意义上)作为生活方式的文化;作为艺术的文化,它是文化作品与体验的精神升华(高雅文化)”^[2]。

经典文化通常是包含着历代文化精英的思想精华,作为精英知识分子的创造,经典文化往往承载着人类共同的信仰、梦想、社会的意识形态等高深的思想内容,它通常以社会等级制度为分隔线,将知识精英和普通民众分隔开,也使得经典文化本身长期处于一种神圣不可触摸的地位。

而随着工业化时代的到来,大众文化便席卷而来。现代人所享用的艺术品也基本来自生产线的复制品。大众文化本来是所谓粗俗文化的通称,而现在则转次为主,站在与精英文化相抗衡的对立面。它在一定程度上化解了精英文化的神圣性,转变为世俗化、日常化、民众化。数字传媒时代的到来,更加速了大众文化的发展,以前枯燥难懂的纸质文本,完全可以用视频、声频的符号活色生香地展现在荧幕上,为更多的大众所了解和接受。

《故宫》以纪录片的形式为经典文化和大众文化搭建了桥梁,将经典文化文本加以改造后搬上荧屏,虽然在这种改造过程中,不可避免地为了大众的需求缺失了经典文化的审美精髓,但它却作为经典文化和大众文化的过渡品,做了一次融合精英文化和大众文化的尝试。

四、理性看待电视文本

(一)经典文化的传承和电视文本的矛盾

中国传统文化多是以纸质文本的方式保存下来的,但因其文字符号的束缚性,只能被少数精英阶层所接受,具有一定的束缚性,并不能在群众中广泛传播。

大型纪录片《故宫》用3D影像制作出华丽恢弘的皇家气势,用情景故事的形式复述当年发生的宫廷生活。在《肇建紫禁城》一集中,朱棣皇帝为了将北京作为第一京城迁都,和大臣们展开多年的斗争,在叙述语言上,使用了直接叙述的手法,这种叙述方

式更像亲历者的目睹,因而具有很强的电视剧似的生活化感受;这种感受在一定程度上会使读者与历史产生共鸣。

但正因为电视文本具有直观性、便捷性,会让现代人失去主动思考的能力。正如尼尔·波兹曼在《娱乐至死》中所担心的那样。美国学者波兹曼《娱乐至死》的前言以两个著名的“反乌托邦”寓言开篇:一是奥威尔的《1984》,一是赫胥黎的《美丽新世界》。波兹曼指出,这是文化精神枯萎的两种典型方式。奥威尔所担心的是强制禁书的律令,是极权主义统治中文化的窒息,是暴政下自由的丧失;而赫胥黎所忧虑的是我们失去禁书的理由:因为没有人还愿意去读书,是文化在欲望的放任中成为庸俗的垃圾,是人们因为娱乐而失去自由。

波兹曼相信,奥威尔的预言已经落空,而赫胥黎的预言则可能成为现实。他以拉斯维加斯为例,提醒沉湎于狂欢泥潭中的人们:这是一个娱乐之城,在这里,一切公众话语都日渐以娱乐的方式出现,并成为一种文化的精神。我们的政治、宗教、新闻、体育、教育和商业都心甘情愿地成为娱乐的附庸,毫无怨言,甚至无声无息,其结果是我们成了一个娱乐至死的物种。

《娱乐至死》的矛头很凌厉地指向了电视这种现代化的媒体。他认为电视的声画并茂以及操作的简易性消逝了人类的童年,任何人都可以在娱乐中通透电视所传达的意思,一切都成了娱乐化的文化。

(二)提升对精英文化产品的鉴赏

精英文化往往“以天下为己任”,承载着主流意识形态,发挥着价值指导的作用。而现代人则往往被通俗易懂的大众文化所吸引,而忽略了经典文化所具有的魅力。唐宋诗词、楚辞离骚等经典文学作品被人们搁浅,而被电视文化取代。《百家讲坛》用电视艺术、网络语言引导人们走向高雅艺术的殿堂,无论主讲人用词多么生动,画面多么精良,但它所赋予受众的绝没有纸质文本的精辟。

过于沉迷电视文化,我们容器人的特征就会越发明显,一个个像沙发土豆一样,失去了思辨的能力。我们就会成为没有思想的人,从而受到文化工业的挟制。在网络社会里,信息如洪流一般袭来,我们不能让自己耽于娱乐而不可自拔。娱乐无止境,但生命是有限的,我们应该留给自己一片思考的空间,而不能做马尔库塞所说的单向度的人。对经典文化我们要有容纳的空间,而不能退避三舍。在日常生活中,应不断提升自身对精英文化产品的鉴赏能力,而不能只依赖大众文化理解世界。

五、结论

人们习惯了电视用叙事语言讲述历史,就如同当下拍摄的纪录片《故宫》一样,用唯美如诗的对白、恢弘有趣的镜头语言讲述着两个过往的朝代和六百年的风云历史。电视文本能恰到好处地抓住受众的兴趣点,我们不得不承认,单纯的纸质文本则做不到这点。长此以往,人们会形成依赖电视文本的思维和习惯,并逆来顺受地依赖电视文化。纸质文本因为文字符号的束缚性,需要人们去想象和思考的空间,在这期间,自然会流失一部分受众。书籍等纸质媒介在传播经典文化上呈现弱势的一面。

虽然中国传统文化流传千年后,难免泥沙俱沉,但我们可以抱着去粗取精、辨伪存真的态度去正视中国经典文化,吸收纸质文本带来的精华。但在信息纷至沓来的网络社会,对于经典文化的传承和吸收不能因为电视文化在媒体传播中的权威存在而备受忽略。提升现代人尤其是儿童对经典文化的认知仍是我们当今文化传播的重任。

参考文献:

- [1] 张斌. 后纪录片时代的纪录片——观大型纪录片《故宫》有感[J]. 声屏世界, 2006, (4): 41.
- [2] (英) 迈克·费瑟斯通著. 消费文化与后现代主义[M]. 刘精明译. 南京: 译林出版社, 2000. 100.

(责任编辑: 张希宇)

The Exploration on Transmission of Classic Culture by TV Media —— The imperial palace Documentary as an example

Zhang Jin

Abstract: As a medium on screen of transmitting classic culture, the full length humane documentary “The imperial palace” has made a great contribution to the transmission of Chinese traditional culture around the world. In the pseudo-environment of modern information society, as an artistic manifestation of classic culture, documentaries are widely accepted by the masses because the narrative plots not only originate from reality but also transcend reality. Documentaries bridge the gap between mass culture and classic culture, and give us buffer time and process. Immersed in TV culture created by documentaries, we enjoy the instant pleasure but lose the imagination provided by speculation. The concerns about TV culture expressed by Neil Postman in *Amusing Ourselves to Death* constantly remind us not to become a one dimensional man. We can actually inherit Chinese traditional culture only by way of constantly improving the ability of appreciation in classic culture and respecting and understanding classic culture.

Key Words: TV media; globalization context; classic culture; mass culture