

论电视媒体的方言传播与文化和谐

桂万保

摘要: 地方电视媒体的方言传播应有文化诉求,这不仅利于方言节目的生存发展,还有助于凝聚地方文化、建构地方文化形象。而具有文化内涵的方言传播的兴起,推动了文化多样性,加速了文化的交融。各地文化在交融中进行良性竞争,并增进彼此的认知与理解,这有利于我国的文化繁荣,也有助于创建国家的文化和谐局面。

关键词: 方言传播;文化诉求;文化多样性;文化和谐

作者简介: 桂万保,男,博士生。(中国传媒大学 党报党刊研究中心,北京,100024)

中图分类号: G220 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-6552(2011)01-0073-03

方言是中华民族传统文化的重要组成部分,也是我们宝贵的非物质文化遗产,它不仅是一种交流工具,还是民间文化的“活化石”。在大众传媒发达的当下,电视等媒介争相创办方言节目,不论其创办初衷如何,大众媒介传播了方言,也传播了地方文化和民间文化。那么,各地电视媒体的方言传播都突出了地方语言及文化地位,这对于我国的文化繁荣发展有何意义,是否有利于国家的文化和谐?笔者将对此进行研究。

一、方言传播的路径选择

中国拥有悠久的历史,辽阔的国土,历史上战争不断,人口出现过大规模的流动,这造成了语言的交融及变异,形成众多方言,在七大方言区下又分很多层次的小方言区,故有“十里有三音”、“隔山音不同”的说法。语言是文化的载体,方言就是地方文化、民间文化的载体。自20世纪90年代以来,电视媒体的方言节目逐渐在全国范围内推广和盛行。从90年代初期开始,用四川方言播出的《山城棒棒军》、《死水微澜》、《凌汤圆》等电视剧,就受到当地和全国许多观众的喜爱。第一个用方言播出的电视栏目是重庆电视台于1994年创办的《雾都夜话》,栏目采用重庆方言,用非专业演员扮演发生在重庆的真实故事。2000年,广东电视台推出用粤语播出的都市系列喜剧《外来媳妇本地郎》,播出后立刻成为电视台收视率最高的热播节目,并于2004年7月搬上了广东卫星频道。湖南经济电视台也推出了穿插长沙方言主持的综艺节目《越策越开心》、《一家老小向前冲》、《故事会》等。随后,以方言推出的节目似乎成了风尚,各地方媒体争相播出方言节目,如天津话的大型都市系列喜剧《杨光的快乐生活》、杭州话的新闻节目《阿六头说新闻》、绍兴话的《我和你说》、上海话的《谈天说地阿富根》、昆明话的《大口马牙》、南京话的《听我韶韶》、东北方言的《东北一家人》等。一时间,全国的方言节目遍地开花。

方言传播之所以选择电视这一大众媒介作为主要传播载体,以轻松娱乐的新闻话题及家庭琐事作为主要传播内容,一是缘于大众文化盛行的时代语境,轻松娱乐、通俗有趣的节目有受众市场;二是电视媒体播出方言节目的初衷就是为了争夺市场、提高收视率。以生动鲜活、风趣幽默的具有乡情的方言播出本地人所熟悉的节目内容,成功地吸引了本地受众,拉近了受众与媒体之间的感情,而这种感情的纽带就是方言,因为“方言不仅是人的自我认同的显著标志之一,同样也是社会认同的显著标志之一。”^[1]以方言传播而形成的社会认同,归根结底就是一种文化的认同,因为以方言所特有的腔调、韵味、幽默来演绎地方的逸闻趣事、家长里短,这正是民众所熟知且认同的文化。“所以,媒体在市场

化浪潮中抓住的这个救生圈——方言节目，在其使用方言作为传播语言的时候，无意间也扮演了凝聚地方文化和提升地域文化地位的重要角色。在方言节目里，受众的体验不再是虚幻的且充斥着消费主义的全球文化，而是流溢于街头巷尾的地方文化。”^[2]

二、方言传播的文化诉求

各地电视媒体播放方言节目，这并不是为传播地方文化、民间文化而甘于“献身”，而是经济利益使然。但方言节目能盛行起来，其成功之处却在文化，而不是方言本身。2005年，南京电视台的《听我韶韶》以南京话来播报，但开播后收视率并不高，后来调查发现，收视率上不去的原因是该节目的外地新闻、国际新闻占了90%左右。这说明，方言不是节目的核心，而方言背后大家所熟悉的市井生活、地方文化才是吸引受众的关键，因为“一个社会所接受的任何表达手段，原则上都是以集体习惯，或者同样可以说，以约定俗成为基础的”。^[3]由此可见，方言传播应有自己的文化诉求，体现出地方文化的特色。

语言“并不是一个工具的体系，而是一套发音的风格及精神文化的一部分。”^[4]据此，方言也是方言区的精神文化的组成部分，方言的魅力是以地方文化为基础的。一档受欢迎的方言节目，其应有文化内涵，不论是雅文化还是俗文化。不论媒体是否承认，一档受欢迎的方言节目，其意义已不仅是提供娱乐和提高收视率，它还彰显和传播了地方文化（或雅或俗）。当然，媒体传播的文化可能是正面的，但也可能会是负面的。所以，地方电视媒体在创办播放方言节目时，事先应有文化考量，努力挖掘地方文化、民间文化的精髓，同时弃其糟粕。在方言运用上，生动鲜活、风趣幽默是允许的，但不要粗俗，也不能带有恶意的嘲讽。“应该说，方言不仅体现着这个地域的文化环境，诠释和体现着这个社会的精神文化，同时，也参与着社会文化环境的构建，塑造着这个语言群体或个体的文化心理。”^[5]因此，地方电视媒体在创办播放方言节目时，应有自己的文化定位和文化诉求，这既是方言节目的生存之道，也是塑造地方良好的文化形象的必然要求。

方言承载着地方文化，而地方文化艺术又赋予方言鲜活的生命，“因为没有方言的文化艺术，其方言的承传就失却了严格的美感形式依托，得不到经文字或舞台形式进行艺术提炼和加工的机缘，只能长期的以一种最为原始而粗朴的方法代代相继，缺乏一种内部的互补互促的良性循环机制。”^[6]这就是说，方言的发展离不开方言文化艺术，这当然包括大众媒介播放的方言节目。方言节目富于地方文化、民间文化内涵，可以加强受众的情感认同，也为方言的传承发展提供了推力。而方言的生机勃勃、推陈出新，无疑又丰富了地方语言及文化，为方言传播提供了鲜活的资源。可见，方言传播的文化诉求可谓一举两得，它既利于方言节目的生存，又利于方言的发展。总而言之，二者的互为推动，无疑有利于国家语言文化的繁荣发展。

三、方言传播与文化和谐之关系考察

前面已经分析，全国方言节目的盛行起初并没有文化因素的考虑，但实际上还是避免不了文化。各地方言节目的播出，带来各地文化的传播，这势必会引起各种文化间的相互碰撞。萨义德在《东方学》中认为：“自我身份的建构牵涉到与自己相反的‘他者’身份的建构”，^[7]方言节目在建构了地方文化身份与形象时，是伴随着排他性的。特别是今天人口流动频繁，每个城市都有外来人口居住，方言节目的播出，使得原本为大众服务的大众传媒，现在却以语言来制造文化隔离。但是，这只是问题的一方面，而另一更重要的方面是不同语言和文化的交融会带来文化的繁荣。就语言来说，方言乃至外来语正不断丰富着普通话，如忽悠、敲竹杠、小儿科、出洋相、发廊、T恤、沙龙、巧克力、古惑仔等，而京剧更是文化融合的典范。文化的繁荣发展离不开文化多样性，只有多元文化融合才能有文化繁荣。同时，文化多样性与文化和谐并不矛盾。《论语·子路》中所言“君子和而不同，小人同而不和”，就说明了这道理。而《中庸》中写道：“中也者，天下之大本也；和也者，天下之达道也。”所谓“达道”，即指“规律”，这句话认为“和”乃天下之事的发展规律。因此，我们完全不必担心方言传播导致地方文化的繁荣会破坏国家的文化和谐。另外，不同文化间的良性竞争，会有助于相互的理解与包

容，而优秀的文化本身就应有极大的包容性，所谓“有容乃大”。文化和谐的局面，应以文化多样和文化繁荣为基础。方言传播只要杜绝粗俗、恶意的方言节目，赋予节目文化内涵，它就利于文化繁荣，也有助于文化和谐。当然，方言传播除了应有文化诉求外，还应坚持表达的适度原则与传播的权力平等。

方言表达的适度原则。现在的方言节目，轻松娱乐是其基调，而方言具有生动鲜活、风趣幽默的特性，“幽默最常用的手段是夸张。方言娱乐把地域特征夸大了，成为一种笑料的来源。但在不知不觉中，也往往形成人们对地域的成见，并可能进一步成为歧视的原因。”^[8]这里涉及到方言表达尺度的问题，即使幽默搞笑无恶意，但过度了也会造成负面影响。因此，方言传播应摆脱低级娱乐搞笑的方式，受众可能开始喜欢这种娱乐方式，但久而久之就会厌烦。挖掘地方文化、民间文化精髓，可以通俗但不粗俗，这才是方言传播的正道。地方电视媒体应有自己的文化立场，不要仅仅追求经济效益而自甘庸俗。方言节目开发受众市场应依托地方文化资源，要推陈出新。只要坚持文化（文化的精髓）本位，方言传播就不会因为追求娱乐而造成地域歧视，更不会影响文化和谐。

方言传播的权力平等。语言是一种符号（系统），“符号和符号体系作为知识与沟通的工具，它是被塑造结构的，也有塑造结构的权力。”^[9]⁽¹⁶⁶⁻¹⁶⁷⁾而这种权力是“一种不可见的权力，只有在那些不愿承认自己被它支配甚至运用它的人都屈从于它的时候，它才会生效”。^[9]⁽¹⁶⁵⁾这种权力的隐蔽性，往往使我们忽视了它的存在。但在方言传播的问题上，这种权力确实存在，并时有权力不平等现象。普通话是以民族为基础的，方言是以民系为基础的，同时普通话是法定的国家通用语言。因此，普通话是高层语体，方言是低层语体。而普通话是以北方语言为基础的，这导致在电视媒体的方言传播中，以北方方言录制的节目在播放时遭到的非难较少，如：京味儿的电视剧历来被认为正常，以东北方言播出的《刘老根》、《乡村爱情》等电视剧也没受“禁用方言”政策的制约，甚至全国人民都在看的央视春晚都夹杂着不少北方方言节目。相反，南方方言节目受到的限制是明显的。所以，北方地区对限制方言节目播出的政策反应淡然，而南方地区却感觉受到了歧视。一些南方电视媒体坚持播出本地的方言节目，这里有利益的纠缠，也可能有心理情绪的因素。因此，如何正确对待南北方言传播的现状，也关系到文化和谐局面的建构。

综上所述，方言传播应以情感和文化为纽带，凝聚地方文化，挖掘民间文化，提升城市文化形象，而各地电视媒体的方言传播的兴起，推动了文化多样性，加速了文化的交融，这无疑有利于我国的文化繁荣。“在这个意义上，方言电视节目不仅不应该限制，还应该制订专门的政策，促进其繁荣、发展，并成为整个中华民族文化发展的深厚基础和有机部分。”^[10]只要制定了科学合理的政策，对方言传播加以规范引导，使各地方言传播所承载的地方文化进行良性竞争、融合，则方言传播不仅会繁荣文化，还会使各地文化在交融中相互理解、相互包容，真正达到文化和谐的境地。

参考文献：

- [1] 蒋冰冰. 新闻语言与城市社会[M]. 上海:上海文化出版社,2008:183.
- [2] 刘国强. 电视方言节目的文化成因与文化意义[J]. 新闻爱好者,2009(12):38.
- [3] [瑞士]费尔迪南·索绪尔. 普通语言学教程[M]. 高名凯译. 北京:商务印书馆,1980:103.
- [4] [英]马林诺夫斯基. 文化论[M]. 费孝通等译. 北京:中国民间文艺出版社,1987:7.
- [5] 张继娅. 媒体方言传播的文化思考[J]. 云梦学刊,2009(4):154.
- [6] 周一农. 方言文化与“推普”效益[J]. 浙江社会科学,1999(2):138-139.
- [7] [美]萨义德. 王根宇译. 东方学[M]. 北京:三联书店,1997:426.
- [8] 郭镇之. 方言电视的本土追求——基于对昆明地区电视方言节目的调查解析[J]. 现代传播,2009(6):64.
- [9] [法]皮埃尔·布迪厄. 吴飞译. 论符号权力[A]. 贺照田主编. 学术思想评论(第五辑)[C]. 沈阳:辽宁大学出版社,1999.
- [10] 吴玫,郭镇之. 全球化与中国寻求文化身份:以方言电视节目为例[J]. 新闻大学,2008(3):16.