

节目模式跨区域流动：文化“杂合”理论的新面向

戴颖洁

摘要：节目模式的跨区域流动建构了全球与地方互动融合的议题空间，带来了文化的“杂合”现象。这种杂合现象不仅体现在文本形态上，是一种“杂合”了原版架构和本土文化特性的新质文化；同时也体现在动力机制上，是社会政治、经济、文化等不同动力机制、多元权力主体所共同作用的实践过程。因此，研究节目模式，除了要对媒介文本保持应有的关注之外，还应重点关注媒介文本背后的动力机制、力量关系，及其互动方式、互动结果与最后节目形态呈现之间的关系，映射出全球化场景下文化对话空间内的意义建构过程。

关键词：节目模式；跨域；杂合

作者简介：戴颖洁，讲师，新闻传播学博士。（浙江传媒学院 新闻与传播学院，浙江 杭州，310018）

中图分类号：G206 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552 (2018) 03-0053-06

一、研究缘起和文献综述

（一）研究缘起

电视节目模式是经过检验、相对成熟的，关于节目内容与节目形式组成元素的标准化提炼，便于该节目的异地、多次生产。它主要依托提供一套可用于参照执行和再复制的运作流程和组织框架，服务于电视节目的跨区域流动和再生产过程。由此可见，节目模式的本土化再造是全球化背景下的文化生产；它勾连了全球和地方^[1]，成为研究媒介全球化现象的理想选择。

一直以来，传播学者都试图阐明全球与地方相遇时的互动关系。早期研究学者多从文化/媒介帝国主义视角来强调西方国家的媒介产品在全球化流动中的主导地位；后来逐步过渡到文化多元主义视角，强调非西方国家媒介生产的主动性，以及受众接受的文化接近性和多元性。斯特劳哈尔（1991）认为当前西方国家和非西方国家在电视节目资源上存在相互依赖，并且近年来西方国家逐渐采用文化“杂交”方式来施加全球文化霸权。因此他建议用“非对称的互相依赖”（Asymmetrical interdependence）、“杂交”（Hybrid）等概念来解释当代世界电视流动的复杂图景。^[2]可见，相较于以往理论，文化“杂合”视角跳脱了以往争论不断的二元化论述，为探索全球化背景下的文化逻辑指明了新的方向和路径。

电视节目模式的跨区域流动建构了新的全球空间维度，文化普遍性和文化特殊性共存是毋庸置疑的。但是两者将如何共存？会以何种方式共存？却是困扰笔者的一大疑问，这也成为了本研究的重要缘起。本文将通过对节目模式的全球流转分析，探讨全球文化对话空间内的互动形式和意义建构过程。

（二）文献综述

本文以文化“杂合”理论作为主要理论来源，借此探讨节目模式跨区域流动的文本形态，以及形塑媒介文本的动力机制、互动方式和博弈结果。

1. 理论阐释：“杂合”

杂合 (Hybridity) 一词源于生物学和人种学, 用来形容不同种动物交配所得的后代。霍米·巴巴 (1994) 在后殖民小说的翻译中发现了文化杂合现象, 认为“杂合”概念具有颠覆和重构主导话语的潜能, 便将该词借用到文化研究中来。霍米·巴巴认为, 文化“杂合”不但消除了模式化的想象和疆界, 而且还造就了多元想象与对抗策略并存的第三空间。当殖民者的主导文化与被殖民者的边缘性文化相遇时, 将产生异质性的第三种文化, 释放出新的能量和意义。^[3]这是一种新的“杂合”文化, 既不完全等同于殖民者的文化, 也不同于被殖民者的文化; 它意味着被殖民者能够颠覆性地解释、逆转、甚至是瓦解殖民者的文化, 避免被同化或者被合谋。^[4]由此可见, 霍米·巴巴既关注到了西方强势文化对于地方传统文化的入侵, 同时也关注到了本土文化对于主流文化的抵抗。这无疑打破了全球化论述中同质化/异质化的二元对立框架, 一定程度上消解了中心与边陲的界限, 将问题导向以杂合为本体的多重尺度。

坎克里尼 (1989) 在《混杂文化——进入和离开现代性的策略》一书中指出, 拉美国家一方面试图保有文化纯粹和自我特征, 另一方面又实施着现代化、理性和世俗化策略, 结果加剧了社会不平等, 造成了既非现代也非传统, 本土文化和外来文化相杂交的社会形态。^[5]至此, 在国际传播和跨文化传播领域, 越来越多的学者尝试研究全球化背景下媒介文本的混合生态和媒介的动态接收, 将“杂合”视为文化互动过程中传统与现代、全球和地方碰撞而衍生出来的副产品。斯特劳哈尔 (2008) 认为, “全球化与本地化的相互作用导致杂交文化的产生”。^[6]皮埃特斯 (1995) 强调, 应用“文化杂合”来形容在新情境中形成的文化样式。^{[5][8]}汤姆林森 (1999) 则认为全球化浪潮带来文化杂合现象, 这是把握跨越国家文化空间中某种新形态文化认同的有效概念。^[7]

综上, “杂合”理论显示出颠覆、抵抗霸权意识形态的积极意义。但也有学者持反对意见, 认为该理论过分关注多元文化的症候, 却对支配性力量和框架性结构缺乏应有重视, 容易掩盖主导和边缘声音的差异, 沦为全球资本主义力量进行新殖民统治的工具。

2. 理论新面向：“杂合化”

文化“杂合”理论折射出当前媒介产品发展的新趋势, 越来越受到学界的关注和肯定。但是, 这种过于宏大全局的视角无法清晰直观地勾勒出全球化背景下多元文化之间的碰撞和调和。这是早期文化“杂合”理论的一大缺憾。

美国文化批评家周蕾 (Rey, 1993) 指出, 这种带有反帝国主义面具的“文化杂合”理论, 实质是主导文化为维持其均势而采取的策略。^[8] Kraidy (2002) 也指出不应将“杂合”理论仅仅停留在描述性层面或者工具性层面, 这会面临与“球土化”概念相同的责难。^[9]他进一步指出, “杂合”理论在本体论和政治论方面, 都可能存在问题: 前者是容易忽视不同文化之间交互的复杂性, 后者则是极易掩盖文化表象背后的政治力量, 无法凸显不平等、不均衡的文化流动。^{[9][339]}他以好莱坞电影为例, 说明西方国家如何运用“文化杂合”策略来美化新自由主义意识形态对非西方国家的文化霸权, 以此来扩展全球经济版图, 遮蔽文化产品跨国流动背后的权力操作。基于此, kraidy (2005) 强调, 理解文化“杂合”理论, 要摆脱静态的、文化全球化适应结果这一既成的文化切片视角, 应重点关注文化杂合过程中的动力机制, 即探究不同文化间凝聚和离散、断裂与融合所协调出来的轨迹。^[10]

综上, 对于文化“杂合”理论的把握, 不应乐观地将其等同于文化赋权和解放, 而是应关注到全球权力结构的非平衡性, 敏锐地识别出“杂合”现象与文化霸权的内在联系。

二、研究方法

本文以个案法为主要研究方法。个案研究是指通过对某现象的案例进行深度检验, 从而提供富有

解释性的洞见。^[11] 罗伯特·K. 殷（2010）指出，当你想要寻求对一些既有现象的解释或者需要对某一社会现象作纵深描述时，应当运用案例研究法。^[12] 可见，个案研究的价值并不在于寻求普遍性意义，而是要通过个案偶然性的揭示，呈现出容易被实证化研究所遮蔽和排除掉的随机性对事件—过程的影响。^[13] 本文以节目模式的跨域流动作为研究对象，试图呈现节目本土化过程中全球与地方相遇时的丰富性和复杂性，折射出本土生产空间内部不同权力机制的互动融合路径、策略及其结果，属于回答“怎么样”和“为什么”的问题，故应采用个案研究法。

为更好地观察个案，笔者于2015年5月至2015年10月在《中国好声音》制作单位上海灿星文化传播有限公司（简称：灿星）研发部进行了为期5个月的参与式观察。灿星是一家专业化的电视节目制作公司，凭借《中国达人秀》《中国好声音》等优质节目内容跻身国内一线节目制作团队。调研所在的研发部是串联公司各部门的重要枢纽。凭借研发部工作人员的身份，笔者参与监测、追踪了国内外最新节目模式，制作了全球最新节目模式分析报告，参加了模式购买的前期评测会，并参与到第四季《中国好声音》的前期筹备和录制工作，以及第一季《了不起的挑战》的前期筹备过程。

《中国好声音》是棚内音乐真人秀，被誉为国内引进欧美模式节目的巅峰之作，迄今已完成四季，收视和口碑均不错。《中国好声音》的代表性意义在于，它和浙江卫视合作，将制播分离这一理念成功地引入国内综艺节目市场，并开启了节目制作方和播出平台根据收视率对赌分成的新模式，这些对于国内电视节目市场无疑具有启示性的借鉴意义。

《了不起的挑战》是韩国户外真人秀《无限挑战》的中国版，由韩国MBC电视台、央视和灿星三方联合研发制作。《无限挑战》在韩国是老牌综艺节目，但由于该节目没有固定模式，十多年来节目的很多流程和环节都一直在变化，因此鉴于制作难度较大，国内电视人迟迟不愿意引进该模式。灿星考虑到转型需要，从擅长的棚内音乐真人秀转向户外真人秀，从制作欧美单一节目模式转向制作韩国节目，在多方权衡和压力下引进了该模式。

虽然这两档节目无法代表所有的节目模式样态，但却代表着灿星和不同来源地（欧美/韩国）、不同节目形态（棚内音乐真人秀/户外真人秀）、不同性质的播出平台（市场化程度较高的浙江卫视/国家级平台的央视）进行合作的经历和体验，呈现出本土电视节目生产空间内部的动态制作过程，折射出不同节目模式跨越流动过程中的“杂合化”表征。

三、研究发现

（一）“杂合化”的文本形态

节目模式作为全球文化流动的表征，在与地方相遇的碰撞和融合中，也衍生出了“杂合化”的地方版本。从形式层面看，模式通过提供一套可供遵循和再复制的运作程序和组织框架，让节目的跨边界流动成为可能。这种对形式与内容元素的标准化提炼，确立了节目的整体基调和风格，也是全球模式诸多地方版本能保持形式一致性的原因所在。

调研发现，模式方在合作过程中非常重视节目体例和框架的稳定性，并且会采取措施来确保地方版本在基本架构上的内在一致性。具体而言，欧美模式感比较强，模式方通过输出事无巨细的节目宝典，以及提供飞行制片人的现场咨询服务等方式，从技术层面来监控本土版的生产。生产水平总体不高的本土制作人，也十分乐意学习并效仿西方先进的生产流程和管理经验，以便让地方版本在外观上更加接近“原版”。比如，本土版的《中国好声音》就做到了技术层面的绝对移植；灿星对模式宝典的认真钻研和参照执行，让节目得以延续原版的高品质呈现。相较于此，韩国节目的模式感就比较弱，实践过程中模式方会通过高度操控生产流程的方式，来对地方版本进行把关。比如，韩方就对《了不起的挑战》的生产全过程进行主导和把控。作为合作方的本土制作人，一来没有细致的模式宝典可以

参照执行，二来也对自身制作能力不自信，愿意服从模式方的安排，主动退回到协助、配合的边缘地带。

从内容层面看，模式作为一种电视生产的全球商业生产方式，服务于地方内容的生产。^[14]因此，很少再有模式采用封闭式的改编策略。为了扩张全球市场，模式方允许本土制作人根据地方文化特殊性进行开放式改编。他们开始改变自身出口产品的内容与形式，以适应其他地区的文化需求。^[10]“去地方化”和“再地方化”成为全球模式“在地化”的两个重要阶段，前者指文化与空间“天然性”关系的消失；后者指新旧符号在部分疆域中被重新地方化。^{[5](15)}调研发现，本土制作人通过消解一系列明显带有外来模式文化印记的元素，来帮助实现媒介产品的全球流动；与此同时，又充分发挥自身的主观能动性，运用“地方性知识”（Local Knowledge）^[15]对全球文化框架进行重构，以满足本土政府、播出平台、广告商以及国内受众的现实需要。

以《中国好声音》为例，在形式层面高度贴合原版的同时，本土制作人在内容层面会根据市场需要构建本土现代性和国家想象。^[16]如根据国内受众需要放慢剪辑节奏、调整赛制安排以及运用“故事化”策略；根据浙江卫视“第一梦想频道”的定位需要放大了节目的梦想元素；根据广告商诉求实现节目与品牌的共赢需要，呈现了国际版本的中国式表达。同样，《了不起的挑战》也去除了原版中大量根植于国情、民生的韩国元素，并根据主办方要求突出了节目的教育意义和社会价值；根据受众需要充分考虑了文化接近性；根据央视平台的属性需要弱化了节目的娱乐性，凸显了节目的社会责任感。与此同时还改变了原版中无商业广告的行业惯例，通过硬植入的方式来满足广告商权益需要。

可见，这种对于模式形式（生产机制与技术支持）与内容（意识形态、文化内涵、商业利益）完全不同的操作逻辑，造就了高度“杂合化”的媒介文本。这是文化互动过程中传统与现代、全球与地方碰撞而衍生的副产品，^{[6](29)}是一种文化再结合的新形式。^{[5](8)}它既不同于对原版的奴隶式模仿，也不同于本土完全创造性的发明，而是一种“杂合”了原版架构和本土文化特性，“地方中有全球性”，“全球中又有地方性”的杂糅与拼凑状态。^[17]说明了全球模式贸易并不是一个单一且线性的运作过程，非但不会带来产品的标准化，还通过复苏地方性文化提供了多元化叙述的可能，是主张文化同质化的文化帝国主义流派所无法解释的。

（二）“杂合化”的动力机制

如前所述，“全球化与本地化的相互作用导致了杂合文化的产生”，^{[6](29)}杂合不仅体现在文本形态上，同时也体现在了动力机制上。坎克里尼（1997）在论述“杂合”理论时，就反对单纯地将其视为一种静态的社会状况来理解的做法；^{[5](67)}krady（2005）也提出应当批判性地理解“杂合”理论，并重视文化表象后的权力运作机制。^[10]可见，全球化已然成为勾连政治、经济、文化、社会等各个面向的最根本的母题，^[18]我们应重点关照“全球在地化”过程中的力量游戏。

笔者在灿星研发部调研时了解到，近年来受到中国电视市场巨大潜力的影响和诱惑，模式方纷纷采取全球节目模式“在地化”策略来进驻中国市场，扩张世界版图。他们通常选择在当地开设分公司，将最新的节目模式宣传册邮寄给国内电视人，不定期地与国内电视人会面、洽谈等方式，来加深与本土电视人的合作。与此同时，为了迅速在中国市场站稳脚跟，他们也愿意尊重本土制作人对模式内容的本土化改造和差异化改编，愿意一定程度上牺牲自身的政治和文化诉求来换取经济利益的回报。^[19]这说明了全球媒介产品的流动过程中，模式方并不像文化帝国主义流派所说的强行推行文化霸权；全球压力与需求促使他们不断寻求与在地方的合作，逐步适应本土电视市场环境和内容制作需要。^[20]可见，节目模式的全球流动并非执念于文化的同质化，基于拓展全球市场和营利的目的，模式方不再坚持自己的政治和文化诉求，倾向于迎合当地政府的意识形态需求，满足当地观众的文化消费需要。

但是，模式的流转也并非像文化多元主义流派所说的是完全平等的。调研发现，模式方因享有对节

目模式的著作权，依旧会在模式购买的版权价格谈判、节目生产阶段的技术和生产机制把控，以及模式推广阶段关于版权后续权益的分割等方面，牢牢占据着主导权。如2016年《中国好声音》的版权变动，以及模式方对《中国好声音》和《了不起的挑战》生产机制的严格把控，都是模式方霸权地位和话语权的体现。这种对模式形式层面的约束和控制，以及对内容层面的相对放权，实质是模式方实现经济利益，扩充资本的手段和伎俩。

从地方力量看，地方也不只是消极地对待全球化。面对全球化的压力，地方可能衍生出极大的主观能动性和自觉意识。研究表明，地方正在积极地参与全球化进程，并且充分利用全球资源和优势为自身谋取利益。第三世界不一定就是文化霸权的臣服者，互惠性地相互借用发生在文化的差异和不平等之间。^{[5] (67)} 调研发现，灿星研发部每周定期追踪全球电视节目市场的最新动态，积极参与国际性电视节、电视展会，同国外节目模式公司建立长效联络机制，聘请外方专业人士担任中方模式顾问等等方式，都是地方主动加强与全球化联系的表现。与此同时，在模式引进后的生产阶段，模式方基于对中国市场的不了解以及文化折扣的存在，愿意在内容层面上相对放权，这使得本土制作人在内容层面的能动空间变得比较大。通过“去地方化”和“再地方化”的处理，本土电视人的文化自觉意识得以彰显，本土电视节目的政治、经济、文化诉求得以满足。此外，本土制作还借着模式引进的契机，学习西方先进的电视生产经验。调研时笔者了解到，灿星就认为操作欧美模式所积累的经验对他们自主研发节目有非常大的帮助。他们后续制作的原创节目《中国好歌曲》，以及《好声音》版权购买失败后独立操刀的《中国新歌声》，均取得了不错的市场反响，这些都应被视为受益于西方模式专业主义理念所衍生的本土能动反应。

再者，从地方内部结构看，地方也不是单一的结构化存在，内部同样会发生对立与冲突。除了本土制作人以外，节目模式的跨域流动还涉及行政主管部门、播出平台、广告商等多元主体，他们有着各自的利益诉求。主管部门的主要目的是维护主流价值观的同时推动国内电视产业的发展；而本土制作人、播出平台和广告商的最大诉求是经济利益的最大化。调研中发现，好的节目模式、好的播出平台、好的制作团队都会遭到疯抢，这就是内部张力的体现。

综上，节目模式的全球流动体现了全球与地方以及地方内部力量间的拉扯，充分说明了全球与地方以及地方内部互相构建、相生而存的道理。在媒介所搭建的这场全球化战役中，不同权力主体同台竞技，展开了各个层次的策略博弈，反映了高度一体化的全球资本流动内部的分裂、不稳定的发展。^[21] 这一方面驳斥了文化帝国主义流派所说的“主导—服从”的单一运作逻辑，另一方面也批判了文化多元主义理论对真实权力框架和动力机制的关注缺乏。与此同时，对地方内部力量关系的分析和把握，也是践行格尔茨所说的重视地方意义研究，将其作为一个充满经验、斗争意义的动态点展开研究的必要性所在。

四、研究小结

媒介作为全球化的推动者和受益者，构建起文化全球化和本土化相互抗衡、拉扯的场域。而节目模式作为媒介全球化的产物，又恰好呈现出全球和地方互动融合的多重议题空间。

笔者结合为期半年的参与式观察，以及对《中国好声音》《了不起的挑战》这两档节目模式的调研经历，发现节目模式的跨域流动创造了一个多元文化对话交流的第三空间，带来了“杂合式”的新文化面向。这种杂合现象不仅体现在文本形态上，是一种“杂合”了原版架构和本土文化特性的新质文化；同时也体现在动力机制上，是社会政治、经济、文化等不同动力机制、多元权力主体协调利益、制造共识的实践过程。这一研究发现既驳斥了文化帝国主义流派关于同质文化的理论主张，也是对文化多元主义理论流派漠视文化表象背后权力机制的有力回应。因此，研究节目模式，除了要对媒介文

本保持应有的关注之外,还应重点关注媒介文本背后的动力机制、力量关系,及其互动方式、互动结果与最后节目形态呈现之间的关系,映射出全球化场景下文化对话空间内的意义建构过程。

参考文献:

- [1] Waisboard, S. (2012). Global Franchising, Gender and Genre, the Case of Domestic Reality TV. In Oren, T. & Shahaf. (eds.) . *Global Television Formats: Understanding Television across Borders*. New York: Routledge, 346-365.
- [2] Straubhaar, J. D. (1991). Beyond Media Imperialism: Asymmetrical Interdependence and Cultural Proximity. *Critical Studies in Media Communicatio*, 8 (1): 39-59.
- [3] 章辉. 抵抗的文化政治: 霍米·巴巴的后殖民理论 [J]. 吉首大学学报 (社会科学版), 2010 (1): 62-69.
- [4] 陈阳. 文化混杂、本土化与电视节目模式的跨国流动 [J]. 国际新闻界, 2009 (10): 61-65.
- [5] 贺程. 全球化传播语境下的文化混杂性问题研究 [D]. 武汉大学, 2013.
- [6] Strauhaar, J. D. (2008). Global, Hybrid or Multiple? Cultural Studies in the Age of Satellite TV and the Internet. *Nordicom Review*, 29 (2): 11-29.
- [7] Tomlinson, J. (1999). *Globalization and Culture*. Chicago: University of Chicago Press.
- [8] Chow, R. (1993). *Writing diaspora: Tactics of intervention in contemporary cultural studies*. Indianapolis: Indiana University Press.
- [9] Kraidy, M. M. (2002). Hybridity in Cultural Globalization. *Communication Theory*, 12 (3): 316 - 339.
- [10] Kraidy, M. M. (2005). *Hybridity or the Cultural Logic of Globalization*. Philadelphia: Temple.
- [11] Babbie, E. . 社会研究方法 [M]. 邱泽奇译. 北京: 华夏出版社, 2005: 286-287.
- [12] RobertK. Y. . 案例研究: 设计与方法 [M]. 周海涛等译. 重庆: 重庆大学出版社, 2014: 4.
- [13] 吴毅. 何以个案、为何叙述——对经典农村研究方法质疑的反思 [J]. 探索与争鸣, 2007 (4): 22-25.
- [14] Moran, A. (1998). *Copycat Television: Globalisation, Program Formats and Cultural Identity*. Luton. University of Luton Press.
- [15] Geertz, C. (1983). *Local knowledge*. New York: Basic Books.
- [16] 戴颖洁, 章宏. 《中国好声音》: 全球模式节目重构中的国家想象和本土现代性 [J]. 浙江传媒学院学报, 2016 (6): 81-88.
- [17] 章宏. 全球化语境下的电视研究变迁 [J]. 南京社会科学, 2014 (6): 120-126.
- [18] 萧宏祺. “混杂”——反思全球化脉络下的文化逻辑 [J]. 新闻学研究, 2009 (7): 307-314.
- [19] 徐明华. 全球化与中国电视文化安全 [M]. 武汉: 华中科技大学出版社, 2014.
- [20] 郑中玉. 沟通媒介与社会发展: 时空分离的双向纬度——以互联网的再地方化效应为例 [J]. 黑龙江社会科学, 2008 (1): 136-139.
- [21] 闵东潮. 全球化与理论旅行——跨国女性主义的知识生产 [M]. 天津: 天津人民出版社, 2009: 27.

[责任编辑: 詹小路]