

全媒体时代中国优秀传统文化传播的创新性研究

刁若菲, 杜磊

(河北工程大学 文法学院, 河北 邯郸 056038)

[摘要] 随着信息技术的发展,为了适应时代的要求,传统媒体与新媒体不断融合,世界已进入全媒体时代。在全媒体时代,中国优秀传统文化的传播仍然具有十分重要的意义。虽然传统文化的传播在新时代面临着许多挑战,但是新媒体技术的迅速发展和广泛应用为传统文化的传播带来了机遇。通过分析新媒体技术的特点和优势,提出了全媒体时代中国优秀传统文化的创新性传播策略,增强优秀传统文化在新时代的吸引力和影响力。

[关键词] 全媒体时代;新媒体;传统文化传播;创新

doi:10.3969/j.issn.1673-9477.2021.02.017

[中图分类号] G20

[文献标识码] A

[文章编号] 1673-9477(2021)02-086-05

一、全媒体时代中国优秀传统文化传播的意义

近年来,随着信息社会地发展,互联网等现代传播体系不断崛起,媒体技术更新换代速度越来越快,新兴媒体影响越来越大。根据中国互联网信息中心发布的统计报告显示,截止2020年9月,我国网民达到9.04亿。人们不再仅仅满足于通过传统媒体传播获取信息,而是更多地通过新媒体了解最新的资讯。新闻客户端和各类社交媒体成为很多人特别是年轻人的第一信息源,而且每个人都可能成为信息源。^[1]在互联网+的推动下,新媒体正在加速影响中国的发展进程。新的信息传播模式,比如短视频和网络直播,正在改变着新媒体的传播环境。以网红经济、人工智能、共享经济、5G为支撑,新媒体智能化进程进一步加快,媒体融合不断深化。^[2]世界已经进入全媒体时代,所以,推动传统媒体与新媒体融合发展、建设全媒体就成为我们面临的一项紧迫课题。

中国传统文化是中华民族几千年来的智慧结晶,它们形式多样,内容丰富。从古代中国的文明史,到争取民族独立和解放的历史,再到社会主义道路的探索和建设,中国优秀传统文化为我们的文化传播和交流提供了丰富的素材。这些素材是中国精神,中国制度,中国社会发​​展理论和实践的基础,为中华民族注入了生命力,带来了凝聚力,是一代又一代中国人文化自信的主要来源。中国优秀传统文化是中华民族突出优势。历史悠久的中华文化在许多层面和不同领域展示了中华民族的智慧,不仅对

于建设新时代中国特色社会主义具有重要的参考意义,在处理国际社会冲突方面也发挥着很大的作用。与此同时,中国优秀传统文化对于世界经济和社会的发展具有重要的意义,作出了巨大的贡献。

因此,真正认识优秀传统文化在全媒体时代的传播意义,制定传播策略,提升我国文化软实力和影响力,是我们的使命。由于国情的差异,我们在进行文化传播交流时必须根据我国实情,不能照搬别国的经验和做法。近年来,新媒体的迅猛发展影响了以广播、电视、报纸为代表的传统大众媒体的传播力和影响力。然而,在优秀传统文化的传播方面,传统媒体和新媒体有其优势,也有其劣势,实现两者的融合,可以优势互补,提高传播速度,加强与受众的互动,实现文化传播的多样性,满足受众对传统文化多样性的需求。传统媒体应积极创新传统文化的传播形式,改变过去广播以声音为主,电视以画面为主,报纸以文字为主的单一传播模式。传统媒体通过与新媒体的合作与分享,整合节目官方网站、官方微信、官方微博、APP客户端等新媒体渠道,实现声音、视频、图片、文字等优秀传统文化内容的多元化呈现。传统媒体与新媒体的融合,有利于打破传统媒体的局限性,拓宽传统媒体与受众的互动渠道,加强与受众的社会互动,实现报网一体化,线上线下传播多元化,提升优秀传统文化的传播力和影响力。

今天,我国有关部门一直在努力通过新旧媒体相融合来加强中国传统文化的传播,让更多的人有机会进一步了解中国传统文化。在全媒体时代,深入探讨和分析如何发挥新媒体的优势,为传统文化

[投稿日期] 2020-12-20

[基金项目] 河北省社会科学发展研究项目(编号:2019030503002)

[作者简介] 刁若菲(1981-),女,河北邯郸人,讲师,博士在读,研究方向:跨文化交际。

的传承和发展开辟多元化的传播渠道,创新传统文化的传播方式,具有重要的现实指导意义。^[3]

二、全媒体时代传统文化传播面临的挑战和机遇

(一) 全媒体时代传统文化传播面临的挑战

近年来,人们更容易接触到其他国家的文化知识,这间接促进了西方文化在中国的传播交流。而外来文化的输入,如美国、日本、韩国等国的文化,在一定程度上影响和阻碍了中国传统文化的传播。

随着新时期中国经济的发展,我们的文化传播能力也在不断提高。十九大以来,文化自信极大地增强了我国的文化软实力,使新时期中国特色社会主义越来越受到国际社会的关注。然而,资本主义世界依靠媒介霸权在全球范围内建立文化霸权,总是企图破坏我国民族精神和民族文化的独立性。其结果是,我们的话语不能被听到,不能被传播,我们的经济实力和综合国力不能支持我们话语权的提升。习近平总书记说:“中华优秀传统文化是社会主义核心价值观的源泉,是中华文化对外传播的基础。”^[4]在全国宣传思想工作会议上,他进一步指出:“要提高优秀传统文化国际传播能力,讲好中国故事,向世界展示一个立体的、全方位的中国。”^[5]

此外,中国传统文化与新媒体之间存在着一定的冲突。根植于农业文明的中国传统文化,高度重视中庸和不变性,因为农业生产活动相对静止,具有集体性,而新媒体是快速发展和不断变化的。我们需要努力把传统文化和新媒体相融合。

(二) 全媒体时代传统文化传播的机遇

1. 扩大了受众范围。受众是全媒体时代文化传播的核心。广泛的受众群体可以进一步扩大传统文化传播的影响力,提高文化品牌知名度。相反,受众范围的缩小,不利于传统文化的传播,不利于传统文化内在价值的体现。全媒体时代的文化传播特点大大突破了报纸、广播、电视的局限,许多传统文化节目收视及点击率不断极高。由于现代人更喜欢新媒体的风格,通过新媒体的传播可以更加调动人们保护传统文化,了解传统文化的积极性。在这样的背景下,传统文化的交流就有了更多的机会,传统文化影响着越来越多的人,传统文化传播的价值和作用也得到了充分发挥。

2. 传播渠道多样化。新媒体作为一种新的传播形式,能够整合声音、文字、图像等基本传播符号,具

有传播速度快、互动性强、跨越时空等特点。新媒体作为互联网经济的主要产物,结合了各类媒体的主要优势和特点,既可以保持传统媒体传播的思维,又创新了文化传播的理念,为受众提供更多的特殊体验。新媒体为传统文化的传播提供了新的载体,通过新媒体可以实现传统文化的多媒体参与和立体传播。通过互联网、微信、微博、客户端等,将语音、文字、视频、图片等传播符号整合在一起,以通俗生动的方式传播给受众,让传统文化的精华焕发出新时代的魅力。

首先,我们可以广泛地利用互联网来展示和传播优秀的传统文化。近年来互联网的飞速发展以其独特的技术优势和强大的传播功能吸引了众多受众,为优秀传统文化的传播奠定了坚实的受众基础。中央和地方宣传部门、文化部门可以充分利用现有的门户网站,增加与传统文化相关的主题栏目,通过文章、图片、视频等形式向广大网民传播优秀传统文化,突出中国优秀传统文化的影响力。第二,我们可以用微传播来凸显微力量。在新媒体时代,利用微信、微博等新媒体平台传播优秀传统文化已成为一种选择。这些新的互动媒体形式打破了人与人之间的隔阂,使人与人之间有了更多的交流。传播者与受众及受众之间的交流越多,就越能促进优秀传统文化的发展。

新时期我们要充分认识各种传播渠道、平台和途径的优势,并在传统文化传播过程中加以运用和整合。新媒体传播渠道的多样化为传播平台提供了更多的好机会。因此,抓住机遇,充分发挥各种新媒体平台的独特价值是十分必要的。

3. 创新沟通理念。动漫技术、5D 等新媒体技术可以为传统文化的传播与发展提供科学思路,有助于新媒体背景下传统文化传播的创新。因此,传统文化的传播可以与新技术传播理念相结合,既保持了传统文化的特点和价值,又赋予其现代化的特征。新媒体的快速发展对传统文化的发展非常重要,会为传统文化的传播带来更多的创意。如何在传统文化传播中充分发挥新媒体的优势是解决问题的关键。

在用新媒体传播优秀传统文化的过程中,不仅要更新传播观念,树立新媒体思维,还要提高新媒体的传播技巧,创新传播方式,优化传播内容,用高质量的内容增加对用户的吸引力,提高他们的关注度和参与度,更好地发挥优秀传统文化的教育和引导作用。

三、全媒体时代中国传统文化创新性传播策略

(一) 中国传统文化在全媒体时代的传播优化方法

1. 优化新媒体传播环境

首先,受众要有继承传统文化的正确观念。新媒体降低了信息传播技术的门槛,导致传统文化良莠不齐的传播,许多受众媒介质量较差,不利于优秀传统文化的传播。因此,政府有必要对传统文化经典进行梳理、修改和系统整理,然后通过新媒体整合资源进行数字传播,让观众准确辨别精髓。

其次,传播者应提高自身文化素养和媒介素养。文化素质高的学者可能对新媒体不熟悉,而精通新媒体的草根自媒体可能文化意识较差。因此,传播者应积极提高自身文化素养和媒介素养。文化素养包括中国优秀传统文化知识的积累,中国优秀传统文化在现代社会中的价值探索,中国优秀传统文化在社会实践合理运用的能力。媒介素养是指对信息进行判断和控制,了解媒介运行机制,引导受众学习中国优秀传统文化的能力。

最后,政府要加强舆论监督和引导。近代以来,中国文化传播受到了各种影响,首先受到晚清西方工业文明的冲击,历经了新文化运动的失利及文革时期的批判和改革开放后全面西化的危机,导致了优秀的中国传统文化的不完整性。因此,政府应该对那些发表贬低中国优秀传统文化言论的媒体予以法律制裁,并依托舆论监测技术,及时引导和纠正新媒体平台上关于中国传统文化的言论。

2. 新媒体传播内容的转变

在中国优秀传统文化的传播过程中,新媒体平台仍然习惯于对传统文化经典的简单复制,因此,有必要根据是否符合社会主义核心价值观及是否能促进现代经济社会的发展来对中国优秀传统文化进行创造性的改造。一方面,对中国优秀传统文化的创新也是时代驱动的趋势。以中国传统文化的核心儒家思想为例,不同时期的儒家哲学家,从春秋时期的孔子,到汉朝的董仲舒,再到宋明时期的朱熹,王阳明以及明清时的顾炎武等,都会把儒家思想进行更加符合历史要求的改造。一种途径是对中国传统文化的价值进行超越时代的探索和创新,并结合社会现状加以运用。另一方面,我们要用现代思维来诠释中国传统文化。优秀的中国传统文化只有用现代观念来审视,用现代语言来理解,用现代媒介来传播,才能在现代社会中得到广泛认可。在新媒体飞速发展的今天,要求我们不断创新文化传播思维,提高文化传播能力和质量。

3. 调整新媒体传播策略

首先,大学生是文化传播的主要受众。优秀的中国传统文化对提高大学生的道德和素质具有重要意义。例如,我们的祖先对于世界的看法是世界是一个整体,生活的目的是尊重理解大自然以及提高我们的道德品质是最重要的,这些观念都可以帮助青少年正确认识世界,生活,树立正确的价值观。另外,中国人的思维方式,如用心思考,天人合一,直观体验等,有利于拓展大学生的视野。具体来说,可以通过校园媒体和在线教育平台等来推动优秀的中国传统文化在大学生中的推广传播。

第二,传播的目的是为了满足各个层次受众的需要。新媒体平台必须调整自身定位,充分满足受众对知识和娱乐的需求,才能引导受众学习到更高层次的价值。另外可以与线下文化产业合作,共同弘扬中国优秀传统文化。例如,故宫博物院推出了文化创意周边产品,包括文具用品,化妆品等,并通过电子商务渠道销售。

第三,整合主流媒体与新媒体的传播资源。传统主流媒体的官方微博和微信账号在互联网上具有较高的公信力和权威性,应通过积极与受众互动,充分发挥其作为意见领袖的影响力。与此同时,新媒体与人们的生活密切相关,在及时获取和更新优秀的中国传统文化资源方面具有独特的优势。因此,可以结合社会实践,更好地为中国优秀传统文化的传播做出贡献。

第四,培养更多优秀的沟通专业人才。目前传播业存在的问题之一就是缺乏文化传播的专业人才。因此,我国应该完善相关的教育体系,重视文化传播的现代人才的培养。完善专业体系可以为传统文化的传播注入更多的创新理念和优质内容,这对于提升传统文化的品牌知名度和市场影响力至关重要。通过专业人员的指导,我们可以充分发掘各种文化素材,构建科学的文化传播体系。结合传统文化和新媒体的特点,为传统文化节目制作提供大量人才,以充分发挥文化传播的能量。

(二) 中国传统文化在全媒体时代的创新传播方式

1. 创新传播思想,增强传统文化产品和服务创新性

基于新媒体的特点和优势,我们必须创新传统文化的传播思路,推动传统文化在新媒体背景下的可持续发展。自20世纪90年代以来,中国传统文化的传播一直以增强传统文化的吸引力和影响力为目标。因此,有必要支持以影视、动画、微纪录片为代表的新媒体文化产业。马克思主义社会发展理论

认为,知识生产随着物质生产的发展而发展。因此,文化产品和服务的发展繁荣应该建立在物质生产的坚实基础上,也就是以工业制造业和农业生产稳步增长为基础。在国家和区域战略的支持下,各地区应该抓住世纪之初的机遇,大幅度提高物质生产水平,为精神生产的发展和文化产品及服务的转型升级奠定坚实的基础。

在新时代,这种趋势的核心是增强创意,即产品和服务的文化内涵和表达,而文化自信是提高创造力的基础和原则。近年来,国家大力弘扬文化自信,大力弘扬中华优秀传统文化。在此背景下,以央视为代表的《中国诗词大会》、《国宝》等优秀文化节目以强劲的发展势头登上荧屏,播出形式日益多样化,唤起了许多青少年对传统文化的认同和感受。在传播优秀传统文化的过程中,其他艺术形式也可以以新的表现方式创新性地传播优秀传统文化。我们可以把优秀的传统文化编排成灵活多样受观众欢迎的艺术形式,如戏曲、电影和动画,并将其呈现在广播、电视及各种新媒体平台上,促进优秀传统文化生动、广泛、深入地传播。

文化产品和服务是传统文化传播的物质载体,其创造力的提高是扩大中国传统文化创造力的动力。因此,我们必须打破传统文化传播的固有思想,利用最新的技术和创造力,大胆创新节目形式,以观众喜欢的方式讲述精彩的传统文化。

2. 创新传播方式,通过“微”路径来传播优秀传统文化

在新媒体环境中,更好地适应和满足不同观众的信息接受习惯和多样化的需求。传统文化的传播可以不再仅限于传统的口头和印刷媒体的传播形式,而是利用现代技术手段创新的传播方式和传播形式,新颖生动地进行各种优秀传统文化的传播。随着互联网和物联网的普及,人们越来越习惯新媒体的发展和新媒体带来的变化。随着大数据和人工智能的发展,新媒体自身也在不断创新,产生了新的传播方式,如微传播——微信、微博、微视频;以及智能传播——直播、云视频等。在实际传播过程中,或者使用虚拟现实,基于增大化现实新技术,创新使用微视频、电影、戏剧、动画和其他沟通方式,或者创新项目生产广播形式,用新技术来表达优秀传统文化的主题内容,使以文学书籍、档案为代表的枯燥文本活起来,通过新颖、生动、多样的形式展示给当代观众。

新媒体平台和信息技术,如微信、微博、抖音等网络社交平台,将精炼的传统文化整合到碎片化的信息中,利用视频制作技术来吸引广大用户,满足网

络用户的信息获取需求,提进而促进传统文化的传承、分享和交流。我们可以将传统文化制作成微视频,通过网络平台来传播优秀传统文化。微视频是对各类视频分享短片的总称。它形式多样,播放时间短,适合观众在各种碎片化时间的移动状态下观看。迎合了人们生活节奏加快、信息浏览速度快的特点。此外,微视频可以弥补文字与图片中环境、场景、情感的缺失。^[6]将优秀传统文化故事和典故制作成短小精悍、吸引人的微视频,通过网站、微博、微信公众号的集中展示,增强传统文化的吸引力。微视频制作时间快,播出时长短。在传统文化微视频的制作中,要处理好时间、信息和内容深度的关系。不应该因为作品的短制作而忽视作品的质量,这会使得传统文化的内容变得快餐和碎片化。制作人应该有高水准和严格的要求,以高质量、高水平的作品来影响和感染观众。例如,以微纪录片的方式建立的中国文物索引,将传统文化与新媒体相结合,在内容、形式、传播过程和思维方式上都有新突破。每集约5-8分钟的微纪录片,符合现代人碎片化的信息获取习惯,凸显了微视频传播的优势。这些微纪录片从考古学、历史、社会、科技、哲学等角度出发,更倾向于通过简单介绍中国文物的制作过程、象征意义或哲学思考来引导年轻人。这种新颖的记录形式顺应了网络传播的趋势,能够立刻吸引受众。时间的缩短并不代表纪录片整体的不完整,而是经过精心设计的,能够保证纪录片的完整性和趣味性。

3. 通过新技术实现传统文化的创新性传播

我们可以利用VR、AR等新技术,打造线上虚拟展厅,实现传统文化的跨越时空传播,增强观众对优秀传统文化的身临其境的体验。

VR技术就是虚拟现实技术。通过VR技术,我们可以将实体展厅及其展示的传统文化内容移植到互联网,以全天候立体的方式展示,突破了实体展厅在时间和空间上的局限。传统文化虚拟展厅作为一种全新的体验方式,可以让来自不同地域的观众在网络平台上感受展厅和展品,可以充分发挥其展示、宣传和教育功能,在更大范围内实现优秀传统文化资源的共享。

AR技术是增强现实技术。它是利用计算机模拟人们在现实世界中难以体验到的视觉、听觉、触觉等物理信息,生成一个逼真的虚拟环境,然后将其与现实环境相结合,通过AR技术让展厅里关于传统文化的图片活了起来,使观众获得超越真实感官的身临其境的生动体验。例如,出版社可以发布基于增大化现实技术的与传统文化有关的书籍,打破了传统书籍

单色的二维模式文本、平面图形、图像和字符,整合文本、图片、声音、视频、动画、超链接和其他方式给读者诸如视觉、听觉、触觉等多感官体验。人民文学出版社曾经出版过《谢谢你,我的家》一书,用AR技术将书中的108张图片配上800分钟的视频。每一张图片都链接到央视播出的同名节目的相应视频剪辑,让读者在阅读的同时也能看到精彩的电视节目。这本书利用AR技术,生动、全面地展现了中国家庭教育的精髓,多层次地展示了中国深厚的家庭传统。

四、结语

在全媒体时代,我们需要将新媒体和传统媒体进行合理的整合。新媒体注重信息的传播速度和感染力,而传统媒体更注重传播的连续性、完整性和准确性。一方面,我们要利用权威报刊、广播电视等传统媒体,对经典文学作品进行深度解读,引导受众全面了解中国优秀传统文化。另一方面,我们可以利用新媒体进行优秀传统文化的精准传播。因为不同社会群体对传统文化有不同的要求,通过智能推荐手机应用,加强传统文化的定制化推广,既迎合了现代人碎片化的阅读习惯,又加强了中国优秀传统文化的个体传播。从国内传播的角度来看,新媒体将中国优秀传统文化的受众从少数群体扩大到多数群体。在传统媒体占主导地位的时代,许多有影响力的电视节目被限制在受过良好教育的知识分子或传统文化爱好者的范围内。而新媒体依托互联网的自由开放,可以极大地拓展传统文化的覆盖面。在国

际传播方面,新媒体促进了中国文化与世界文明的交流。中国传统文化要想持续发展,就必须吸收世界文明成果中的有益元素。随着互联网技术的发展,中国人通过更多地了解其他国家的文化丰富了优秀传统文化在现代社会中的内涵。

中国优秀传统文化是中华民族突出优势,^[7]对人们的影响是深远的。我们应该充分认识全媒体的优势和特点,认真研究观众的需要,探索利用各种新媒体技术不断创新传播传统文化,加强优秀传统文化的吸引力和影响力,使传统文化在群众中间得到广泛传播。

参考文献

- [1] 习近平. 习近平谈治国理政(第三卷)[M]. 北京:外文出版社,2020年4月.
- [2] 牛凤燕. 媒介融合视域下中华优秀传统文化传播的现代转换[J]. 理论学刊. 2018(9):162-168.
- [3] 赵贝琦,刘晓倩. 微信对传统文化传播的影响[J]. 新媒体研究. 2017(3):5-6.
- [4] 习近平. 习近平谈治国理政(第三卷)[M]. 北京:外文出版社,2020年4月.
- [5] 习近平. 习近平谈治国理政(第三卷)[M]. 北京:外文出版社,2020年4月.
- [6] 唐旭军,黄楚新,王丹. 中国新媒体发展趋势:智能化与视频化[J]. 新闻与写作. 2017(7):19-22.
- [7] 中共中央宣传部. 习近平总书记系列重要讲话读本[M]. 北京:学习出版社,2018.

[责任编辑 王云江]

The innovative research on the communication of Chinese traditional culture in the all-media era

DIAO Ruo-fei, DU Lei

(College of Humanities and Law, Hebei University of Engineering, Handan 056038, China)

Abstract: With the development of information technology, in order to meet the requirements of the times, traditional media and new media continues to integrate. The world has entered the all-media era. In the all-media era, the dissemination of excellent Chinese traditional culture is still of great significance. Although the communication of traditional culture is facing many challenges in the new era, the rapid development and wide application of new media technology has brought opportunities to the communication of traditional culture. Through the analysis of the characteristics and advantages of new media technology, this paper puts forward the innovative communication strategies of Chinese traditional culture in the all-media era so as to enhance the appeal and influence of excellent traditional culture in the new era.

Key Words: all-media era; new media; traditional culture communication; innovation