

互联网时代“Medius”——中国化创新潮流引领者

张鑫 阴果松 黄金龙

成都艺术职业大学, 中国·四川 成都 610031

【摘要】对于一个国家而言,主流媒体是文化生命力的切实体现,作用是传播和吸收传统文化的精髓,在社会发展的步伐中进行传播方式的革新及理念突破。中国主流媒体应当成为中国化方向潮流引领者,这是国家主流媒体的重要责任。对内讲好中国故事,向外传播中国声音,通过2019年习主席“讲好中国故事”这一政策的实施,在原先一直都没有取得好效果的“Medius”中国化有了更多创新突破。于是便有了在海外开设孔子学院这一举措,随着孔子学院不断扩建,海外学院数量日渐增多,也有了显著的成效。

【关键词】Medius; 主流媒体创新传播; 中国文化输出; 讲好中国故事

1 主流媒体应在互联网时代带领中国文化输出

1.1 传播分析

1.1.1 大众传播娱乐化迎合了受众需要。根据《中国青年报》开展的一项调查显示,89.3%的受访者认为目前存在有“文化缺失”的现象,61.0%的人希望挖掘更多优秀传统文化,制作更多文化综艺节目。中央电视台多元文化综艺节目的播出顺应了时代的呼唤,抓住了年轻人日益增长的文化消费需求。

1.2 主流媒体应当以创新手段重塑历史风貌

1.2.1 主流媒体传播中国文化方式的创新。以创新手段重塑历史风貌,创新的向世界展示我国的重要文化遗产。主流媒体中的《国家宝藏》节目用最具有冲击力,最顺应潮流的方式弘扬文化,做出了一份全新的答卷。主流媒体传播中国文化的方式也要靠当代人的创新。它需要借用年轻人的跳跃思维和独特的思维方式,在了解时代特征的同时,向世界展示自己的特殊性。同时鼓舞中国文化类创作人员的信心。

1.2.2 民众对文化类创新节目保有热情。河南卫视的《端午奇妙游》一经播出就受到社会各界广泛响应。水下舞蹈《祈》再现了《洛神赋》中的绝美景象。在中华上下五千年文明中,舞蹈节目这种传播形式也是其重要的一环。这种优秀的媒介能鼓舞文化类创作人员的信心,带动人民群众的文化自信,让投资者发现这块区域的潜力——以投资制作出更加精美的节目。

2 主流媒体市场现状

2.1 主流媒体环境

2.1.1 宏观分析。“讲好中国故事”从2013年习近平总书记在宣传工作会议上提出以来就成为一个重要的国家传播实践时代使命,当今世界,需要共享机遇、合作发展。政治需要互鉴,文化需要了解,需要通过传播媒介共享知识、沟通信息,并且主流媒体作为党和政府的口舌,一直以来就位于主流地位,在大众眼里对于大事件发生的可信程度他们也更偏向于主流媒体。因此说主流媒体自带一种“先天主流性”。

2.1.2 微观分析。从2013年开始习总书记提出“讲好中国故事”后,我们国家便在不同平台以各种方式在实践着,而主流媒体则是主要“讲述”与传播的平台,这方面主流媒体是党和政府的口舌,其公信力始终是大于自媒体的,威信力始终是最强大的。目前的生存环境对于主流媒体来说长远来看还是比较具有威胁的,自媒体时代的到来,大数据时代的到来,未来有可能是会影响到主流媒体的逐渐边缘化的。国家外宣媒体内部已经建立了自己的受众调查部门与反馈机制同时对媒体的管理工作有了改进和突破。

3 分化规范引导化

3.1 推以社会责任为立足点,采用官自分化规范引导化,平衡社会情绪。因为网络时代对内容的要求,所以优秀的选题都非常具有话题性。所以对于网络内容,官方应在保持严格的同时,活化说法增加新闻生命力,以此照顾社会情绪。而对于自媒体,要立足法律之上负起社会责任,再以多角度的视野引导讨论。

3.2 选题话题性是碎片化网络时代特点。选题话题性是碎

片化网络时代,为了截取流量热度,将事件突出特点,进行逐级多次情绪渲染,从而引导人们对网络价值观的探讨批判的一种营销概念。以及另一板块,“直播中国”、“70年70城”其中70年70城每期甚至用不到5分钟讲述中国成立70周年以来各个城市的发展变化。

3.3 动态调整。主流媒体讲好中国故事,应该从主流媒体开始拆解,主流媒体中的主流是指的当今互联网社会媒体方向的潮流引领者。以小见大,以小故事作为切入点来表现中国的发展中国的故事这样的大主题,这是观众最容易接受的方式。并且也最大程度控制了推广成本。人们对话题内容的选择具有优先选择相关自身利益的特点,而越贴近现实的时间点发生的事,越容易与人们产生利益联系,所以同概念基础上的事件,发生时间离现在越短,越容易成为热点。反之,时间跨度越长,越容易被人们在选择时忽略。相对应的内容价值也就变低。

4 主流媒体讲好中国故事——点式分析

关于主流媒体讲好中国故事,要首先从主流媒体开始拆解,一部分是指中央、各省市区委机关报和中央、电视台,以及其他大报大台;以《人民日报》、中央人民广播电台、为代表的中央级新闻媒体,以新华网、人民网等为代表的国家重点扶持的大型新闻网站。而另一部分主流其实是民间崛起的极少部分的顶尖天赋型的媒体,他们拥有的是难得的创意创新点,通过新的角度,新的思维去讲好这个中国故事,因为他们本身也就是中国的故事之一。

最后,如果想要讲好中国故事,我们应该明白,主流媒体所讲的是中国的故事,这些故事是由一个个事实中的人组成的,他们是在脱贫攻坚,实现全民小康中的人,他们是住在基层,用一生奉献的扶贫干部刘斯日古楞,他们是在教育第一线永不放弃的良师杜定碧。也就是说,我们要讲好故事,就必须立于基层,不能脱离现实,永远信奉实事求是。

我们应该保持专业记者的素养,发挥如今自媒体短视频创新引人目光的优点,在真正体会理解中国历史,民族精神的情况下,用实际中人们的行为宣讲我们的中国故事。

参考文献

- [1]张博颖.提高文化软实力建设社会主义文化强国[N].天津日报.版名:沿着习近平总书记指引的方向奋力前行2020-11-25 1/2页.
- [2]胡智锋.2014年中国电视研究论文述评.[J].北大核心CSSCI.2015,(03).
- [3]李兴亮.世纪之交的清朝题材电视剧现象研究.[D].四川省211工程院校985工程院校教育部直属院校四川大学.2005-03-20.
- [4]窦金启.镜像中国——新时期中国影视“走出去”盘整与研究[D].山西省.山西师范大学.2019-06-30.

作者简介:

张鑫,男,(2000.11.13—),汉,本科在读。

阴果松,男,(2000.12.4—),汉,大专。

黄金龙,男,(2001.10.17—),汉,本科在读。