

融媒体背景下高校优秀传统文化传播力提升研究

王 妮 王海军*

(山东科技大学 山东青岛 266590)

【摘要】 融媒体时代的来临,带来了传播主体的多元化、传播载体的多样化、传播受众广泛化、传播效果的持久化等新变化,也带来了高校优秀传统文化传播的机遇和挑战,面对大学生认知程度低、高校融媒体意识弱、多元文化冲击等问题,高校应采取创造性转化传播内容、拓展传播渠道、创新传播形式等举措,提升优秀传统文化传播力。

【关键词】 融媒体;优秀传统文化;传播力

DOI: 10.18686/jyfzyj.v2i11.31620

中华文化绵延数千年,“是中华民族的精神命脉,是中华民族有别于其他民族的独特标识。”^[1]习近平主席强调“新时代,我们要传承和弘扬优秀传统文化,铸就中华文化的新辉煌”^[2]。融媒体时代,传统媒体与新兴媒体交织,为传统文化的传播带来了机遇和挑战,如何实现传统文化的创造性转化,提升传统文化的传播力,是高校落实文化传承创新职能、传承和弘扬中华优秀传统文化义不容辞的责任。

1、融媒体时代文化传播的新变化

“融媒体”作为一种模式手段,整合传统媒体、自媒体和新兴媒体深度融合,集众媒体之所长,变各自为战为合作竞争,优势互补,从而实现“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”。这给文化传播带来了翻天覆地的新变化。

1.1 传播主体多元化转换的新变化

融媒体时代,文化传播媒介发生颠覆性变化,就高校来说,由过去高校宣传部门单向输出向与高校相关的一切单位、组织和个人的多元输出。它必然带来的是传播主体自身功能的转化,即高校由过去的文化传播高地向文化提供者的方向转化。

1.2 传播载体多样化转换的新变化

传播载体是影响文化传播力提升的重要因素之一。传播载体的丰富更迭多与新技术的发展直接相关,其选择也取决于传播受众范围和传播速率的变化。融媒体时代,高校的主要传播载体既有传统的报纸、电视、广播等,也有如两微一端、抖音、快手等新兴媒体、自媒体,且后者越来越成为影响高校文化传播力提升的主要因素。

1.3 传播受众日益丰富的新变化

融媒体时代,及时交互成为现实,高校文化传播受众即传播客体由过去的高校师生转变为高校师生为主体加之相关的一切组织或个人,来源更加广泛,数量更加庞大,结构更加复杂,要求更加多样,这对高校优秀传统文化传播内容的品质提出了更高的要求。

1.4 传播效果广泛持久的新变化

融媒体时代一改高校过去文化传播范围较为狭窄、文化传播影响力有限的状况,打破时间地域限制,实现资源的整合,传播范围走出高校或者知识分子群体、学生群体到达所在地区、全国,甚至全世界的范围,传播的影响力更加广泛持久。

2、融媒体时代高校传统文化传播的重大意义

2.1 颠覆过往,提供传统文化传播新模式

融媒体模式从根本上改变了传统媒体的传播模式,传播速

率更加高效,呈现方式更加多样,传播体验更加淋漓尽致。中华优秀传统文化是勤劳勇敢的中华民族在文明发展过程中创造和继承下来的在世界范围内独树一帜的灿烂文化。它来源于过去,发生在现在,并走向未来。习近平强调“中华优秀传统文化是中华民族的精神命脉,也是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的坚实基础”^[3]。但受知识水平、理解能力、呈现方式等因素的影响,其核心理念或者说精神内核并不易被大众所普遍接受,曲高和寡的现象仍然存在。因此,融媒体时代,中华优秀传统文化的传承发展必须与时俱进,别开生面,实现创造性的转化和创新,包括传统文化传播思维模式的更新、传播主体的改变、传播载体的丰富、传播内容的现代转换等,使其更加贴近师生、贴近生活。

2.2 文化传承,落实高校文化传承创新职能

中华文化早已融入每一位炎黄子孙的血液,植根于中国人的内心。其良好发展事关国民素质和修养,事关青少年健康成长,因此首先必须在学校中生根发芽。学校是立德树人的地方,是广大学子增长才干、广博见闻、端正品行的第一阵地。高校传统文化教育显得尤为重要,特别是基于分专业设置突出应用型人才培养的模式下,部分文科专业学生尚能较为全面的学习了解中华优秀传统文化,其他专业学生接触了解学习传统文化的途径较为狭窄,这容易出现文化断层或文化割裂的现象。因此,融媒体背景下,大力提升优秀传统文化传播力,对落实高校文化传承创新职能有着更加重要的意义。

2.3 应对冲击,培养中国特色的时代新人

融媒体背景下,多元化传播主体不断冲击主流文化传播,大学生碎片化阅读方式对传统文化的忽视或浅尝辄止,严重削弱了中华优秀传统文化的传播力。在校大学生朝气蓬勃,富有创造力,是国家和民族的希望。我们也必须认识到,他们是中国大学生,是中国人民、中华民族中的一个群体,传统文化的学习不可或缺。高校如何培养能够担当民族复兴大任的时代新人,除“器物”层面的专业技能外,更重要的是道德品行、理想信念、中国精神的锤炼。因此,在融媒体背景下积极探索提升优秀传统文化传播力的新途径新方法,将学生骨子里的文化基因外化升华到理论高度,使其知其然知其所以然,从而坚定中华优秀传统文化的高度自信,自觉投身于中华民族伟大复兴的历史进程中去。

3、高校传统文化传播力提升的现状

十八大以来,各高校管理层或专家学者对于优秀传统文化在高校的传播问题都十分重视,诸多高校进行了诸多有益

的探索和尝试,有的模仿央视“诗词大会”“经典咏流传”“汉字听写大会”等诸多节目的内容和形式;有的开展“博艺节”“文化展演”等,取得了不错的效果,但是或多或少存在着新瓶装老酒,换汤不换药等情况,严重影响着中华优秀传统文化在高校的传播。

3.1 从学生的角度看,传统文化认知度低、主动性弱

青年是祖国的希望民族的未来,对中华优秀传统文化的传承发展具有至关重要的作用。融媒体时代的来临,对于青年学生认知和行为产生了较大影响。在调查中发现,在校大学生基本认同中华优秀传统文化的重要性,表示应该加强优秀传统文化的认知与学习,但同时大部分同学又表示不会因为感兴趣而主动去了解中国优秀传统文化。他们接触传统文化多为父母言传身教、学校课堂教学或讲座报告,自己主动了解则为手机或电脑网络等。对于传统文化的内涵,多数学生也无法进行回答,传统文化与国家发展的关系也不甚了解。

3.2 从高校的角度,融媒体意识弱、人才不足

融媒体时代,人们传递和获取信息的手段日益丰富。除了传统的课堂讲授、讲座报告、书籍报纸等,生动有趣的视频、明亮鲜艳的图片、易于携带的电子图书、代入感强烈的网络游戏等更受大学生青睐。但是,国内高校积极开展融媒体下高校传统文化传播研究和实践的并不多,有的甚至流于形式,满足于传统的课堂讲授完成基本任务,有的则认为融媒体建设是国家和地方政府的责任,与自己无关,融媒体意识的缺位,最终导致的便是传统文化在碎片化阅读的时代的边缘化。除去思维意识的错位缺位,背后是融媒体专业人才的巨大缺口,同时熟悉传统媒体和新媒体、自媒体的专业人才凤毛麟角。

3.3 从社会的角度,多元文化强烈冲击

我国改革开放的进一步深入和互联网技术的深入发展、敌对势力的渗透等,多元价值理念对大学生的思想和行为产生了强烈的冲击,如包含西方文化或意识形态的西方节日在人们,尤其是青年学生群体中大肆流行。自媒体、新媒体等充斥着大量形形色色、良莠不齐的讯息,对这些讯息的搜索筛选甄别需要花费时间和精力,但对于大学生来说,线上信息获取多关注娱乐内容,多主动规避较为晦涩的信息,在“算法推送”的模式下,长时间内,其接触讯息的类型和内容日益狭窄,西方文化的侵蚀就显得日益突出。

4、融媒体时代高校传统文化传播力提升的路径选择

4.1 内容为王,传统文化的创造性转化

传统文化之所以绵延至今,在世界上独树一帜,其根本在于文化核心的强大生命力,最终取胜的还是“内容为王”。传

统文化传播力提升首选必须是优秀传统文化内容的重新阐释,内涵的时代挖掘,表述方式的创造性转化,贴近生活、贴近实际,讲好中国故事,讲好中国文化。

4.2 拓展渠道,传统文化的多样化展现

传播渠道和载体对传统文化传播力提升起着不可忽视的作用。一提起传统文化,很多学生脑中会想起晦涩难懂的文言文等印象,再加上融媒体时代,文化信息的选择权掌握在阅读者自己手中,传统文化要想在高校学生群体中占有一席之地,必须主动适应融媒体格局,拓展传统文化传播的渠道。经笔者调研,社交、娱乐、信息获取这三类网络媒体是当代大学生经常使用的新媒体,如微信、陌陌、探探、抖音、快手等各类APP,那么作为高校就必须做出应对,主动对接,占领这些文化传播阵地,整合资源,创造性发布,推动中华优秀传统文化多样化呈现。

4.3 创新形式,传统文化的年轻化交流

“95”后、“00”后大学生思维活跃,易于接受新鲜事物。传统文化若想成为年轻人的焦点,就必须别开生面,新貌换旧颜。融媒体时代,人们的交流不再局限于文字、声音等,视频、图片、表情等,特别是形式新颖独特的叙事性图片、视频更受青睐,这需要各高校下足功夫,充分挖掘本校、本地区的人、事、物的融媒体元素,然后创造性的叙事呈现,用年轻的语言对接年轻的思维,从而推动传统文化走进学生内心。

4.4 培养人才,传统文化的融媒体思维

人才是第一资源。融媒体建设在我国仍然处于摸索探索的阶段,具备融媒体思维逻辑的人才不足是我们必须面临的现实问题。就高校而言,这种人才缺口更大,所以培养人才是学校文化传播的关键一环,只有人才到位才有实现传统文化传播力提升的可能。一是从高校师生共同参与,形成一支校园融媒体人才队伍;二是运用整合思维,突破高校内部局限,积极进行校内外融媒体的有效对接,实现高校内外的联动,将高校外部的融媒体资源引入内部,高校文化走出校门,“推动融媒体时代背景下传统文化在高校‘开花结果’”^[4]。

融媒体时代的来临,高校必须充分认识融媒体传播模式的所带来的颠覆性变化,认识融媒体背景下优秀传统文化之于高校立德树人的重大意义,牢固树立融媒体意识,主动适应融媒体传播模式,搭建平台,融传统文化于校园文化之中,提高优秀传统文化的传播力,为培养具有中国精神、中华民族精神、中华文化特色的时代新人贡献自己的力量。

基金项目:2019年度山东省艺术科学重点课题“融媒体时代中国优秀传统文化传播问题研究”(项目编号QN201906164)。

参考文献

- [1] 辛向阳. 中华文化走向世界如何可能——张骥教授《中华文化走向世界策略研究》评介[J]. 当代世界与社会主义,2020(03):207-208.
- [2] 于司酮. 关于新时代下当代青年坚定文化自信的思考[J]. 国际公关,2020(08):273-274.
- [3] 李隆川. 新时代文化自信背景下的优秀传统文化传承传播——以电视节目《国家宝藏》为例[J]. 延安党校学报,2020,36(01):74-79.
- [4] 郑倩倩. 融媒体语境下高校传统文化传播的路径研究[J]. 现代商贸工业,2020,41(19):33-34.