

# 新媒体视域下大学生助力中华文化传播模式研究

王肖楠 崔宇凡 吴佳茹 孟 宇 岳 岩

(山东石油化工学院大数据与基础科学学院 257061)

**摘 要:**为探索新媒体视域下更加高效的中华文化传播之道,本文以新媒体促进文化传播相关研究为出发点,从概述、类型和特征三个层面对中华优秀传统文化进行全面系统地阐述,创新性地形成“一体三维四面”的新传播模式,以期提升大学生文化素养和文化自信,促进中华文化传播。

**关键词:**新媒体;文化传播;传播模式研究

## Study on the mode of college students helping Chinese Culture Communication from the perspective of new media

Wang Xiaonan, Cui Yufan, Wu Jiaru, Meng Yu, Yu Yan

(School of Big Data and Basic Science, Shandong University of Petrochemical Technology 257061)

**Abstract:** To explore the way of more efficient Chinese cultural communication under the new media perspective, the paper provides a comprehensive and systematic elaboration of Chinese excellent culture from three levels—overview, types, and characteristics, taking the research related to new media for cultural communication as a starting point. We have devised an innovative “One Three Dimensions, Four Faces” communication strategy to help college students become more culturally literate and self-assured while also fostering the dissemination of Chinese culture.

**Keywords:** new media; cultural communication ; study on communication mode

### 引言

随着经济全球化和中国国际地位的不断提升,“讲好中国故事,传播中国声音”成为提升中国文化软实力的重要路径。新媒体技术驱动着话语方式及传播形态的创新,为中华优秀传统文化的传播带来挑战的同时,也带来新的机遇。为此,有效把握中华优秀传统文化传播环境、传播方式、传播方向、传播内容的变革,构建新媒体时代中华文化传播新生态,是新媒体时代推动中华创造性转化、创新性发展的关键。

### 一、绪论

#### 1.1 新媒体的定义和特征

##### 1.1.1 新媒体的定义

对于新媒体的定义,国内学者们各执己见。2008年,学者景东、苏宝华通过“类加种差”的含义得出“新媒体”的概念,即信息发出者向广大人民即时交流互通的传播特色性的数字综合消息的传播平台<sup>[1]</sup>。

在国外领域,1967年美国的戈尔德马克首次提出了新媒体概念。新媒体又称数字化媒体,是通过互联网及卫星等传播渠道,再由电脑和手机等产品向用户提供信息及娱乐服务的一种媒体形态。<sup>[2]</sup>最早把媒介这个概念引入有关传播学的是麦克卢汉。1964年他在《理解媒介:论人的延伸》一书中使用了媒介的概念。

##### 1.1.2 新媒体的特征

2014年,邓冰从新媒体的特性和作用给出以下定义,新媒体是人与人之间实时的传递数字化信息的传播介质;并提出新媒体具有交互性、数字化、多样性和容量大等特点<sup>[3]</sup>。此外,时、度、效是掌握舆论引导主动权的关键所在,即把握好时机和分寸,同时也要注意实效。国外有学者将新媒体传播特征分为交互性、超媒体性、超时空性、虚拟性、融合性及个性化信息服务六大特征。

#### 1.2 中华文化传播现状研究

在国内,自文化软实力理论提出后,学者纷纷开始了与文化传播相关的研究。2012年,马建宏分析了文化传播的概念和特性,提出要坚持多种传播形态相融合及和而不同的传播理念。2018年,刘倩玥通过对中国文化跨文化传播的历史与现状分析,提出了应从深度上知晓中华民族气质,以此来传播中华文化<sup>[4]</sup>。

在国外,哈佛大学教授约瑟夫·奈在率先提出了风靡全球的文化软实力理论,他认为软实力是综合国力的重要组成部分。弗兰克·宁柯维奇认为,文化因素是处理外交的组成部分,在决策中起决定作用,这也说明了文化对一个国家的重要性。

#### 1.3 新媒体视域下中华文化传播研究现状

新媒体的发展使文化传播突破了时空限制,使世界各地的文化交流得到了大大提升。近年来,新媒体视域下中国文化传播模式成为研究热点。2019年,马越分析了新媒体给大学生文化自信带来的机遇与挑战,并为当代大学生提供路径帮助<sup>[5]</sup>。2016年,叶倩倩立足于新媒体的应用,通过数据分析探讨了不同类型新媒体传播中华文化的现状,并给出解决路径<sup>[6]</sup>。但对于新媒体背景下的文化传播领域少有以大学生为传播主体的相关研究。因此,此研究视角是本项目的特点及创新之处。

### 二、中华文化的研究

#### 2.1 中华文化概述与发展

中华文化是指以中原文化为基础不断演化而成的中国特有文化,相传经历了巢氏、燧人氏、神农氏、黄帝等时代,发展至今,一个拥有灿烂文化的中国,带着丰富多彩的文化元素屹立在世界东方。

中华文化的发展是一个曲折而漫长的历史过程。首先,中华文化的形成是繁衍生息于中华大地上各族人民的共同创造,昭示了中华文明多元一体的历史发展过程。其次,璀璨的中华文化是各民族优秀文化的集大成,包含中华民族优秀传统文化、中国革命文化、中国社会主义先进文化三大核心组成部分,它们积淀了中华民族最深层的精神追求,代表着中华民族独特的精神标识。<sup>[7]</sup>

#### 2.2 中华文化主要类型

##### 2.2.1 物质文化

物质文化是为了满足人们生存和发展需要所创造的文化,包括饮食、服饰、建筑、等。习总书记讲要有“四个自信”,四个自信中就包括以物质文化成就为基础所产生出来的自信心。

##### 2.2.2 非物质文化

非物质文化是指非物质形态的、有艺术或历史价值的文化,是人类在社会实践中所创造的各种精神文化,如风俗、武术、歌舞

等。非物质文化遗产是人类的无形文化遗产,是国家文化软实力的重要资源,其实现了精神引领,为社会主义事业凝聚力量,鼓舞斗志。

### 2.3 中华文化特征

#### 2.3.1 文化的悠久性

我国是一个历史悠久、饱经沧桑的文明古国。从远古的神话时代,到春秋战国的百家争鸣,到宋元明清封建帝制的终结;从军阀混战的民国再到现代化的今天,多元化社会的气息扑面而来,这是中华五千年文明史的高度浓缩与传承。

#### 2.3.2 文化的独特性

中华文化在世界艺术宝库中独树一帜。如唐诗宋词、书法、陶瓷等,既包括历史、哲学、道德,又包括文学艺术、科技等方面的内容,这是中华文化向世界展现博大精深的底蕴的底气所在。

#### 2.3.3 文化的民族性

中华民族是一个多民族的共同体,五十多个民族的文化异彩纷呈,既渐趋融合,又保持各自特色,但是它们都为中华文化的形成和发展做出了贡献。

### 三、新媒体视域下中华文化传播力的提升策略

项目组基于青年群体的特征和优势,提出了以大学生为主体,体现“时度效”三维度,着力“优化传播环境、创新传播方式、丰富传播内容、引领传播方向”四方面的“一体三维四面”的新媒体视域下的中华文化传播新模式。通过全面、立体、多模态的文化传播,提升大学生文化素养和文化自信,增强文化认同感,助力中国文化强国战略实施。

#### 3.1 优化传播环境,加强文化传播顶层设计

十八大以来,党和国家聚焦于中华优秀传统文化的弘扬与发展,出台了一系列政策措施,推动文化创新性发展及创造性转化。新媒体时代,优化中华文化传播环境,同样离不开国家层面的文化传播设计,从而使其更好地融入中国特色社会主义现代化建设体系中,以中华优秀传统文化育国民文化精神。

传播文化要与坚定文化自信结合。传播中华文化的主力军是大学生,文化知识的受众者大多仍是助力祖国振兴的年轻一代。但在网络传播中,传播内容粗制滥造的现象频频发生,致使受众对中华文化产生距离感。新媒体时代,若要改善文化传播环境,就要营造正气,形成传播合力,增强青年的民族文化自信心和自豪感。

传播文化要与中国特色社会主义事业结合。文化是中国特色社会主义的沃土,实现中国特色社会主义,必须要继承和发扬中华优秀传统文化。新媒体视域下优化文化传播环境,要凝聚中华儿女奋斗力量,构筑中华民族精神家园,使之成为培育社会主义核心价值观服务,为建设社会主义先进文化服务,为党和国家事业发展服务。

#### 3.2 创新传播方式,构建文化发展新格局

近年来,中国社会发生了巨大改变,文化传播方式更替万千。中华文化传播新渠道的建立和传播方式的创新要在不断探索中前行,我们要总结经验,发现规律,服务发展,形成以中华文化时代价值为核心、数字创意为手段,新技术为支撑的文化传播体系。

在新媒体时代,我们要充分利用新技术手段和新媒体平台,拓宽文化交流途径,开创新的展现模式,打破文化固有标签。在深入挖掘时代价值的基础上,运用云展览、融媒体等传播方式,通过图文、短视频等方法,推出系列化、多元化、高质量的数字创意文化产品,扩大文化影响力,让中华文化与时代接轨。

#### 3.3 丰富传播内容,实现文化内涵式发展

习近平总书记强调:“中华文化源远流长、博大精深,如同一座宝藏,一旦探秘其中,就会终身受用。”传播中华文化要求学生主体对文化的认知不能仅停留在表面,要让文化在每个人身上得到内涵式发展。因此,我们不但要“去粗取精,去伪存真”,还要“古为今用”,对中国文化进行创造性转化和创新性发展。

厚植文化的“根”和“魂”是丰富传播内容的基础。借助新媒体传播中华文化要注重内容的选择性与本真性传播,坚守内在的文化本心,提炼重组精华部分,打造优质丰富的内容,深入发掘蕴含其中的人文思想、物质遗产、道德礼仪等元素,阐释中华传统文化的内涵魅力。<sup>[8]</sup>

挖掘文化的时代价值是丰富传播内容的要求。无论是传统媒体还是新媒体,对于文化传播的内容要提高精准性和针对性,深入挖掘优秀文化的时代内涵,实事求是,与时俱进,促进科技与人文的有机融合,创造古与今对话的更多可能,用富有时代气息的语汇传播中国声音,提高中国文化的影响力。

#### 3.4 引领传播方向,发挥文化价值引领功能

我国正处于实现中华民族伟大复兴的关键期,坚持发挥文化价值引领功能促进文化建设,是构筑中国精神、实现中国价值、凝聚中国力量的必然要求,我们要把握社会主义先进文化方向、切实保障人民文化权益。

坚定文化自信,牢牢把握社会主义先进文化前进方向,是国家治理体系和治理能力现代化的深厚支撑。新媒体传播具有时效性、交互性、多维性等特点,这为中华文化的传播提供了全时段、多维度、立体化的条件。但同时也引发了一系列问题:形式娱乐化削弱了文化的严肃性,范围局限化冲击了文化的包容性,受众圈层化固化了文化的封闭性等,这全然背离了社会主义文化的立场和方向。因此,要确保文化传播方向的科学精准,就要把握社会主义先进文化前进方向,扎根中华文化沃土,汲取中国精神养分,不断创新媒体平台和机制,发挥文化价值引领功能。

中华文化是人民的文化,坚持以人民为中心是文化的价值追求。在坚持发扬社会主义先进文化的大方向下,也要充分发挥人民群众在文化建设中的主体地位,丰富人民群众的精神文化生活,满足其多层次、多样化的精神文化需求,激发全社会的文化创造活力。

### 四、结语

国家的强盛要以文化兴盛为支撑,中国梦的实现也要以文化兴盛为条件。实现文化兴盛,必然要广泛传承和发展中华优秀传统文化。新媒体时代,中华文化传播的方式、特点、内容发生了巨大变革,要想实现中华文化的有效传播,就必须优化传播环境,创新传播方式,丰富传播内容,引领传播方向,完善中华文化传播机制,以春风化雨的方式实现中华优秀传统文化的弘扬与发展,为推动中华文化发展保驾护航。

#### 参考文献

- [1] 景东,苏宝华.新媒体定义新论[J].新闻界,2008(03):57-59.
  - [2] 林显萱.新媒体时代传统文化传播途径[J].传媒论坛,2021,4(05):122-123.
  - [3] 邓冰,甄伟峰,许庆斌.新媒体语境下的文化传播方式创新研究[J].石家庄铁路职业技术学院学报,2014,13(04):96-100.
  - [4] 刘倩玥.跨文化语境下的中国文化传播[D].江西财经大学,2018.
  - [5] 马越.新媒体环境下当代大学生文化自信培育路径研究[D].云南财经大学,2019.
  - [6] 叶倩倩.社交媒体语境下中国文化的跨文化传播研究[D].华中师范大学,2020.
  - [7] 习近平.习近平治国理政(第二卷)[M].北京:外文出版社,2017.
  - [8] 王雷.新媒体时代中华优秀传统文化的网络传播路径[J].新闻研究导刊,2022,13(17):10-12.
- 项目基金:山东石油化工学院大学生创新训练项目“新媒体视域下大学生助力中华文化传播模式研究”项目编号:2022019
- 作者简介:
- 王肖楠(2002.11-),女,山东菏泽人,本科学历,学生,山东石油化工学院大数据与基础科学学院,研究方向:英语。
- 崔宇凡(2001.10-),女,山东滨州人,本科学历,学生,山东石油化工学院大数据与基础科学学院,研究方向:英语。
- 吴佳茹(2001.9-),女,山东菏泽人,本科学历,学生,山东石油化工学院大数据与基础科学学院,研究方向:英语。
- 孟宇(2002.9-),女,山东枣庄人,本科学历,学生,山东石油化工学院大数据与基础科学学院,研究方向:英语。
- 岳岩(2001.3-),女,山东潍坊人,本科学历,学生,山东石油化工学院大数据与基础科学学院,研究方向:英语。