

中国传统文化在节日庆典类文化活动中的应用及传播力调查报告——以重庆地区为例

陆维佳

(重庆文化艺术职业学院 400067)

摘要:我国是五千多年的文明古国,具有丰富而悠久的传统文化。在我国改革开放的逐步深化和国际接轨的趋势下,民族文化面临着消失和消失的危机。传统节日是一种非常珍贵的文化遗产,它是我们民族传统文化的一个重要组成部分。在新的时代背景下,怎样才能以节日为载体,传承与发扬传统文化,使其焕发出夺目的光彩,是我们必须深思的问题。本文将重庆地区为例,开展中国传统文化在节日庆典类文化活动中的应用及传播效力的调研,以期在深入调研分析的基础上,进一步提升公共文化服务效能,培养群众对中国传统文化的审美习惯,更好更有效地借助节日庆典类文化活动传播传承中国传统文化。

关键词:节庆活动;传统文化;弘扬与传播

引言

我国是一个历史悠久、地域辽阔的多民族国家,节日丰富多彩,蕴藏着许多宝贵的传统文化资源,是我国传统文化的重要载体。比如传统的春节,中秋节,清明节,端午节,蕴涵着中华传统文化的丰厚底蕴,对巩固国家统一,增强凝聚力,推动社会和谐发展具有重大意义。

一、调研内容

(一) 节日庆典类文化活动的行业调研

1. 调研对象

查阅《重庆市 2022 年文化和旅游市场情况》《中国文化产业年度发展报告》等专业机构年度统计分析报告。通过电话访谈两江新区、九龙坡区、渝北区、巴南区等地的公共文化服务机构、行业协会等,了解行业发展现状和趋势。

2. 主要调研内容

国家及重庆地区文化发展战略及公共文化中的节日庆典类文化活动发展的政策导向;中国传统文化在融媒体环境下的融合状况;中国的传统文化是如何通过文化生活来体现的。

(二) 节日庆典类文化活动创作者调研

1. 调研对象

本调研对象覆盖的各个文化事业单位、文化企业等,共回收 83 份问卷。采样单位部分名单见表 1:

表 1 节日庆典类文化活动创作者调研采样单位部分名单

序号	单位性质	行业名称
1	文化事业单位	巴南区图书馆
2		龙洲湾街道龙海社区
3		重庆两江新区社会发展局
4		巴南区文化馆
5		大渡口区博物馆

6	文化传播公司	重庆市群众艺术馆
7		永川博物馆
8		北碚区文化馆
9		三峡博物馆
10		龙海社区
11		重庆柏伦文化传播公司
12		重庆拓步传媒公司
13		重庆两江国际影视城

2. 主要调研内容

文化事业单位和文化企业等单位在节日庆典类文化活动创作时对中国传统文化的应用;相关企事业单位的活动策划实施者对中国传统文化的了解及掌握情况;相关企事业单位的活动策划实施者选择何种传播渠道开展含有中国传统文化的节日庆典类文化活动。具体调研提纲、调研内容、调研目的见表 2。

表 2 节日庆典类文化活动创作者调研内容

调研提纲	主要调研内容	调研目的
活动策划实施	1. 策划实施过哪些具有中国传统文化的节日庆典类文化活动; 2. 组织的活动中,中国传统文化以何种形式融入文化活动中; 3. 主要使用哪种中国传统文化,如非遗技艺、传统文化思想精神、古风文化等; 4. 针对线上及线下人群,在中国传统文化的策划上有何不同? 5. 针对不同年龄段的参与者,对中国传统文化的应用有何不同?	掌握在策划组织层面,中国传统文化在节日庆典类文化活动中的应用方式及应用现状
活动策划实施	1. 策划实施者对中国传统文化的	为在节日庆典

者对中国传统文化的了解及掌握情况	1.了解或喜爱的程度; 2.策划实施者是否拥有某样才艺; 3.策划实施者是否拥有某样非遗技能或中国传统文化技能;	类文化活动中融入多样化、专业化、深度化的中国传统文化提供依据
活动策划实施者选择何种传播渠道开展含有中国传统文化的节日庆典类文化活动	含中国传统文化的节日庆典类文化活动主要通过线上还是线下活动开展(传播); 线上及线下活动的群众参与和评价情况如何? 选择活动开展或传播的渠道主要受什么因素影响或决定?	为含有中国传统文化的节日庆典类文化活动确定目标受众、有效传播渠道、传播效果等提供依据

(三) 节日庆典类文化活动参与者调研

1. 调研对象

面向重庆市渝中区、两江西区、巴南区、南岸区的各社区、街道的群众,以及重庆某高校学生,以抽样调查的方式进行问卷调研,共205名群众参与。

2. 主要调研内容

大众对于中国的传统文化有多深的理解和热爱;大众对于将中国传统文化融入到文化活动中的态度和观点;大众对具有中国传统文化成分的文化活动的参与性;具体调研提纲、调研内容、调研目的见表3。

表3 节日庆典类文化活动参与者调研内容

调研提纲	主要调研内容	调研目的
大众对于中国的传统文化有多深的理解和热爱	1.群众对中国传统文化的了解或喜爱程度; 2.群众是否拥有某样非遗技能或中国传统文化技能; 3.是否有特别喜爱的中国传统文化类型,如非遗技艺、传统文化思想精神、古风文化等;	研究大众对中国传统文化的理解和热爱
大众对于将中国传统文化融入到文化活动中的态度和观点	1.怎么看在节日庆典类文化活动中融入传统文化; 2.是否会主动搜索参加包含中国传统文化的节日庆典类文化活动、目的是什么; 3.喜欢在节日庆典类文化活动中看到什么形式的中国传统文化; 4.喜欢参与什么类型的中国传统文化活动;	了解群众对于文化活动中融入中国传统文化的需求、态度,提供内容创作的方向。
大众对具有中国传统文化成分的文化活动的参与	1.参加过线上还是线下的含中国传统文化的节日庆典类文化活动; 2.对参与过的含中国传统文化的节日庆典类文化活动印象如何?	了解群众参与含中国传统文化的节日庆典类文

--	--	--

二、调研结果分析

(一) 节日庆典类文化活动的行业调研

2022年中秋节期间,各博物馆精心策划组织了30多个临时展览、近40项社教活动和近200个基本陈列展览,以线上线下相结合的方式传承中华优秀传统文化,如开展非遗展演、非遗体验、宣传传统工艺匠心匠艺等,以及“月满庆团圆·非遗话中秋”活动,邀请非遗传承人现场教学,开展“我们的节日·中秋”诗歌民乐雅集,进行国风舞蹈、顶技表演、汉服巡游、嫦娥送月、手绘团扇等民俗活动,累计接待观众83996人次。

据资料分析,节日庆典类文化活动结合节日庆典及特定的举办单位,大多具有丰富的中国传统文化元素,并且这一现象在近年来逐步明显。根据活动参与人数及活动主办地来看,重庆主城区中国传统文化活动的举办相对频繁,在活动形式上新颖,节目丰富多样,参与人数比例高于区县地区。

(二) 节日庆典类文化活动策划组织层面调研分析

通过问卷、访谈及资料的综合分析可见,目前重庆地区的含有中国传统文化元素的节日庆典类文化活动在策划实施上已经有全媒体营销的意识,创作者们普遍会主动运用线上线下相结合的方式进行宣传,有的大型活动还会邀请直播团队全程直播,以提高民众对活动的知晓率,但在宣传内容上多为新闻报道式的单一化传播,在话题讨论、策划噱头等方面尝试较少。同时,目前在活动开展渠道或形式上,还相对单一,大部分策划实施者考虑的是传统形式,即活动在线下举办,同步在线上直播,活动进行中的线上互动环节较少,整体线上营销思维还停留传统媒体思维之上。

(三) 节日庆典类文化活动参与者层面调研分析

大部分群众对含有中国传统文化节日庆典类文化活动的支持态度,认为借助文化活动这一载体能让中国传统文化得到更好的传播,并且多数群众也在文化活动中得到了来自中国传统文化为洗礼,通过参与活动有了主动了解、传播传承的想法,同时,广大民众也能从中国的传统文化中感受到一种独特的魅力。同时,群众对中国传统文化的融合力也有一定要求,他们更愿意看到富有创意、耳目一新、与时代接轨的作品,能以自身特点契合文化活动的调性,并且用年轻人也能读懂的方式深入浅出揭示内涵,降低群众的观看、参与成本,就不会曲高和寡了。

三、建议对策

(一) 与区域特征相结合,推进中国传统文化和现代公共

文化事业的深度结合

要注意发挥地域特色和地方文化,把地方资源优势与节庆活动结合起来,加快节庆与区域经济的结合,打造出具有新内涵的区域性节庆产业。例如:重庆石柱土家族的“毕兹卡”节、“年节”、“舍巴日”等等,除跳摆手舞外,此外,还有汉戏、西戏、阳戏、车儿灯、龙灯、狮舞等,这些节日的举办,除了宣传地方旅游资源外,也是为了推广土家族的传统文化,还带动了当地的特色美食,比如石柱的黄连,比如石柱的长毛兔,比如石柱的莼菜,比如四川的刺绣,都是通过将民族文化与雕塑、刺绣结合起来,打造出一种具有民族风的旅游文创产品,通过旅游资源来弘扬当地的文化,让文化传承和当地经济和谐发展。

要提升节日庆典类文化活动在区域内的影响力推广力,需要从现代公共文化服务的角度入手,注重大众文化价值的培养,是实现社会主义文化管理的重要途径。它不仅为社会大众提供了一种公共文化服务,而且还将中国的传统文化融于人民的日常生活之中,公共文化服务的突出表现手段就包括力节日庆典类文化活动,这是继承中国传统文化的一条重要道路。

节日庆典类文化活动要基于百姓日常生活中的文化需求和生活需求,融合具有重庆特色的传统文化,做好优秀传统文化的传承工作和社会文化服务工作,将其应用于现代公共文化服务体系的建設工作中,结合历史文化和时代精神,在为群众提供文化服务的同时,提高人民群众对中国传统文化的认同与自信。公共文化服务领域要明确自身的文化背景,抓住群众的文化心理背景和心理需求,将重庆地区特色优秀传统文化应用到节日庆典类文化活动中,构建具有地区文化特色的节日庆典类文化活动服务体系,探索打造一批“精文化、有趣味、懂巴蜀、可推广”的特色文化活动品牌。

(二)创作者团队加强优秀文化的融合和交流,创新节日庆典活动的形式

创作团队应提高对中国传统文化的认知水平,加强主人公意识,让节日庆典类文化活动作品成为优秀传统文化的价值引领。在全球化发展的大环境下,我们还应进一步深化中国传统文化同外国优秀文化的交融与交流,使中华文化和其他国家的文化互相融合,并在文化的交流和融合中增强自身的吸引力。目前,可以通过介绍各种国际性的比赛、文化讲座和展销会等形式,把节日办得有声有色。要重视提高创作队伍对中国传统文化的认同感,增强获得感,强化文化自信,变被动为主动,中国传统文化的传承和展现,对中国传统文化的传承和展现,有着举足轻重的作用。

(三)优化“政-市-社-企”互容互通的传播环境,丰富传播途径

根据调查,地方政府是各种节日活动的主要组织者和运营者,在举办节日的过程中,政府应在服务职能上进行转换,从主办者变成监督者、服务者,市场化运作,社会参与,产业化发展”的节日发展和利用模式逐渐形成。在地方政府的领导下,充分利用地方的民族传统文化和节日资源,深入挖掘传统文化,引入社会力量,制定科学合理的发展方案,并在制定政策、选择主题、开展活动的项目、节日的环境以及外部的宣传五个方面,做好总体的指导,让普通民众意识到节日的重要性,感受它所包含的文化遗产,使其成为一张家喻户晓,极富感染力的城市名片。

在媒介环境下,为中国的传统文化创造一个有利的环境。传统的离线活动已经无法满足现代人的需求,文化活动可以通过更多热点话题提升讨论度、与流量博主互动合作、明星直播互动、多平台跨界合作等方式,营造良好的全媒体狂欢氛围,提高群众的参与欲望与热情,将“国潮”的概念也纳入节日庆典类文化活动的品牌打造理念中,从而增强中国传统文化在国际上的影响力,使其更好地发挥其教育人的作用。

(四)强化中国传统文化在节气庆典类活动中的融入度,促进线上活动提档升级

传统文化能够在人们心中扎根,无法割舍,所以才能得到传承与发展。在春节的时候,人们会放鞭炮,吃饺子,在中秋的时候,大家都能看到月亮,吃月饼,这些都是一种传承,一种对家庭文化的传承,一种对社会细胞的滋养。中华的传统文化,应该渗透进每一个家庭,渗透进孩子们的内心,这就是中华文化的未来。探索更新颖创意的线上活动形式,摒弃单向传播的传统思维观念,选择多渠道、多维度跨越式合作,开发多向协同的线上活动参与形式,利用VR、3D、互动视频、360度全景视频、线上互动交流式展馆、云端活动等,提升线上活动的可看性、可玩性、可体验性,真正做到线上线下有机相融。

参考文献:

- [1]中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》[EB/OL].(2017-01-25).http://www.gov.cn/zhengce/2017-01/25/content_5163472.htm.
- [2]刘丽娜.中华优秀传统文化融入大学生思想政治教育的路径探[D].长春:东北师范大学,2018.
- [3]段玉柳,江涛.文化自信视域下传统文化融入高校思想政治教育研究[J].智库时代,2019(51):74.

课题信息:重庆文化艺术职业学院2022年度校级研究项目一般项目(22wzy14)

2022年度“课堂革命”典型案例培育项目