

“趣味群体”的传统文化传承路径创新研究

崔海燕

(山东协和学院 山东 济南 250109)

【摘要】将传统文化细化类别，创新表达形式，以校内、社会上的线下培养与传统媒体、新媒体、网络精准推荐算法推送给兴趣客户的线上培养为途径，培养传统文化的趣味群体，继而发挥趣味群体的“沉浸性”，推动其主动去传播传统文化，从传播对象转化为传播主体，传统文化的传承效果极大加强。

【关键词】趣味群体；沉浸传播；推荐算法

“文以载道，文以化人”，当代中国思想文化是中国传统思想文化的传承和升华，习总书记强调：“没有文明的继承和发展，没有文化的弘扬和繁荣，就没有中国梦的实现”。传统文化的内容需要创新的表达方式、与时俱进的传承途径，培养传统文化的“趣味群体”，推动“趣味群体”从传播对象转变为传播主体，以点带面，带动更多的人学习、热爱传统文化，树立文化自觉、文化自信。

一、传统文化的分类与创新表达

(一) 传统文化的分类

关于传统文化的分类，因其复杂性，故古今中外并无定论，本文以文化在老百姓的日常生活中的功用为依据，将传统文化分为传统礼仪文化、传统节日文化、传统庆典文化、传统艺术文化。

传统礼仪文化包括吃、喝、坐、站、走的礼仪；包括见面礼仪、会客与做客礼仪等日常礼仪文化。

传统节日文化包括诸如春节、元宵、清明、中秋、重阳等节日的饮食、服饰、禁忌等文化。

传统的庆典文化包括婚丧嫁娶、新店开张、生日庆典等文化。

传统艺术文化包括曲艺杂耍、吹拉弹唱、刺绣、建筑等艺术文化。

(二) 传统文化的数字化表达

敦煌莫高窟、姑苏寒山寺这类古建筑文化可以进行仿真虚拟的数字化表达。一方面，由于古代传统建筑都拥有悠久历史，经过岁月风霜的洗礼，十分脆弱，通过数字化表达也是对传统文化的保护；另一方面，解决了时空局限性，人们可以足不出户的领略古代建筑文化，数字化建筑文化具有在网络迅速传播的优点，更易于形成“趣味群体”。

戏曲杂耍、剪纸糖人、刺绣等传统艺术文化录制成微视频，或表演或教学，既能快速传播传统文化，又能实现传统技艺的传承，降低了学习传统技艺的门槛，解决了传统技艺的延续发展问题。

通过制作电视剧、电影等方式实现传统节日文化中团圆、思念、尊老、家文化、和文化等思想的创新表达。使受众在“润物细无声”中乘风化人。

对传统礼仪文化和传统庆典文化，通过纪录片的形式，挖掘礼仪的形成过程、内涵、精神实质，加深人们对于传统礼仪文化的理解，激发兴趣。

二、“趣味群体”的培养

(一) 线下培养

1. 校园内“趣味群体”的培养

开设关于传统文化的校本课程、综合实践等课程，学生通过选修和必修相结合的方式学习传统文化，整合对传统文化感兴趣的同学；组建“传统文化兴趣小组”、“传统文化社团”等团体，将对传统文化感兴趣的同学凝聚起来，通过开展各级各类比赛、各种形式的活动等方式将其积极引导起来，深刻挖掘传统文化的内涵、发展、并认真思考其传承与创新，充分发挥“趣味群体”的能动性。

2. 社会上“趣味群体”的培养

首先，充分发挥社区（村委）、街道办（乡镇）等基层组织的基础功能。通过举办剪纸艺术展览、赏花灯猜灯谜等文化活动、传统礼仪文化讲座、传统文化沙龙等形式来传播传统文化；其次，县、市、省、国家等各级各类政府通过举办各类文化赛事起到引导功能。通过赛事，引导社会成员学习传统文化、发展传统文化、传播传统文化；最后，发挥各级各类社会团体的辐射功能。各级各类社会团体定期开展如学术研讨会议、专

题培训、专题讲座、知识竞赛、课题立项等有关传统文化交流、探讨、研究的活动，营造传统文化传承的学术氛围。通过多方合力，形成对不同传统文化的产生浓厚兴趣的“趣味群体”。

(二) 线上培养

1. 传统媒体的主流作用

诸如电视、广播、报纸等传统主流媒体可以在文化传承中发挥着广泛而深刻的作用。在媒介技术快速发展的今天，传统主流媒体也在不断求变，从内容到形式、从技术到管理、从方法到手段、从体制到机制不断与时俱进，传统媒体也在强化互联网思维，学习新媒体平等交流、互动传播的优势，将传统媒体的权威性、公信力和新媒体的互动性、亲和力有机结合起来，打造出新型主流媒体，例如报纸有客户端，电视有云平台，广播有直播等等。因此，主流媒体在传统文化的传承中依旧能量巨大。

传统媒体利用其专业的人才队伍、完善的运营模式，打造一批有影响力的文化品牌栏目，例如“舌尖上的中国”、“中国诗词大会”、“国家宝藏”等，利用其传统媒体的权威性，引导百姓对传统文化的热爱、建立文化自信。

2. 新媒体的新生力量

新媒体因其交互性、传播速度快、形式灵活多样而受到年轻一代的喜爱。诸如抖音、快手、微信等即时互动媒体，在年轻一代中颇有影响力。近年来也涌现出一批传统文化的传承者，例如李子柒制作节日传统美食、传统服饰等而吸引大批粉丝。相关新媒体可以通过策略引导，扶持一批传统文化传播主播，用互联网思维来创新传统文化的表达及传播途径。

3. 网络的推荐算法精准培养

所谓推荐算法就是利用网络用户的一些行为，基于内容、协同、关联规则、效用等标准通过单一推荐或组合推荐的算法，推测出用户可能喜欢的东西，从而锁定目标人群，进行精准推送，增加了用户黏性，培养了“趣味群体”。

4. 沉浸传播的运用

随着5G时代的到来，VR、AR、MR、全景直播等沉浸传播技术叠加，可以使受众感受身体经验、感官共振与场景适配相统一的沉浸式全觉传播，受众有身临其境之感，对传统文化的感知更直观、更深刻。兴趣激发更容易。

三、“趣味群体”的功能发挥

依据沉浸传播理论，处于沉浸传播中的人其注意力能够高度集中，以致达到浑然忘我的境界。“趣味群体”的强烈信仰会导致其主动去传播传统文化，从而实现传统文化传播的点一面——片效应。

参考文献：

- [1] 唐颖. 媒体融合环境下全媒体新闻报道的思路 [J]. 新闻传播. 2021. 3
- [2] 杨旭, 汤海京, 丁刚毅编著. 数据科学导论第2版 [M]: 北京理工大学出版社, 2017. 01
- [3] 李沁. 媒介化生存: 沉浸传播的理论与实践 [M]: 中国人民大学出版社, 2019. 03
- [4] 雷晓艳, 胡建秋, 程洁. 沉浸式传播: 5G时代体育赛事传播新范式 [J]. 传媒观察. 2020. 6

本文是2020年度山东省“传统文化与经济社会发展”专项课题“传统文化‘趣味群体’的传承与发展路径研究”（项目编号ZC202011038）的阶段性成果。

作者简介：

崔海燕（1982-），女，副教授，汉，内蒙古巴彦淖尔市，研究方向思想政治教育。