

中华优秀传统文化数字化传播现状研究

于庆伟¹ 杨珉²

(1.新疆理工学院 新疆阿克苏 843000; 2.中共阿克苏地委党校 新疆阿克苏 843000)

【摘要】随着数字媒介技术的不断发展与文化自信的建立,中华优秀传统文化通过各种各样的数字化形式呈现在大众眼前,形成了百花齐放的景象。有学者对数字化传播模式进行了研究,发现数字化传播模式大约可分为四种:一是基于大众传媒的数字化传播模式,充分利用传统媒体面向大众的特性进行传播;二是数字典藏传播模式,通过构建数据库进行资源整合传播;三是互联网传播,实时、即时地感受非遗文化;四是沉浸式传播模式,利用虚拟现实、增强现实等技术实现场景化的传播路径。在这四种传播模式当中,数字典藏传播模式较多地被广泛运用在图书馆、博物馆的资源下载中;沉浸式传播模式依托于5G技术和万物互联,未来有可能成为文化传播的主流模式;而以大众传媒模式为辅助,互联网模式为主导的两者相结合的模式被广泛应用,也是当下最具活力、最深入受众的传播模式之一。在当下,研究中华优秀传统文化的数字化传播现状有助于讲好中国故事,将中华文明的种子播撒到更远的地方。

【关键词】传统文化;数字化;文化传播;策略

1 数字媒介助力文化传播

1.1 数字化提供“破圈”密码

数字化传播的最大优势就是可以充分利用信息技术和数字技术,一改原先口头传播、文字传播、印刷传播乃至早先的电子传播点对点或点对面的单向传播模式,变成多对多、多对面、面对面的多向传播模式,使原先处于被动接受状态的受众变成主动的生产者、使用者和消费者。数字化传播的讯息更加海量、速度更加快,而移动终端的普及和内容互动性的加强使得数字化传播能够更为精准地触及更广泛的受众,通过数字技术的进一步加工,中华优秀传统文化的魅力被展现得淋漓尽致,从而成为文化传播的“破圈”密码。近年来,河南卫视打造的一系列文化节目引人注目,通过视觉设计、特效制作等数字技术来呈现节目,中华文化被搬到舞台之上,并实现千年的对望。以《唐宫夜宴》为例,这支舞蹈让河南卫视火遍网络,5分多钟的舞蹈里展示了唐朝少女们从准备、整理妆容到夜宴演奏的过程,还穿插了水墨画,展示了妇好鸮尊、莲鹤方壶、贾湖骨笛、簪花仕女图等国宝,更像是唐朝少女的博物馆奇妙夜之旅。改编后的《唐宫夜宴》并未对本就具有韵味的舞蹈进行大的改编,只是调整了时长,加入了水墨画、国宝、VR等特效,让虚拟场景和舞台结合,为舞蹈的呈现效果加分。虚拟化的舞台效果让仕女仿佛是从画卷中走出,实现了“古人”与“今人”的相遇,这种年轻化的表达方式正是迎合了当下大众的审美需求,成为“出圈”的关键。

1.2 数字化提供沉浸式体验场景

增强现实技术、虚拟现实技术等运用,使得数字化传播更具互动性,观众能够沉浸式地进行文化体验,并进

行简单的互动。通过在游戏中植入山水画场景与中华传统文化元素,游戏《江南百景图》带观众回到明朝时代的江南地区,体验明朝市民的生活。通过古风、质朴的呈现,受众观看到的是宛如清明上河图一般的画卷风格,沉浸式的游戏体验让玩家在不知不觉中感受中华传统文化的魅力,打造属于自己的“江南百景图”,在山水画卷中享受明朝水乡日常。中华文化中对休闲田园生活的美好追求植根于每个中国人的文化之魂中,而《江南百景图》正是表现了对田园生活、田园文化的向往,与快节奏生活中年轻人内心想要舒缓步伐的愿望不谋而合,沉浸式的场景刻画让玩家着迷,仿佛置身于明朝时期,让人赏心悦目。

2 数字化传播困境

2.1 传播媒介单一,传播内容同质化严重

数字媒介为文化传播注入了全新的活力,带来了革新的传播手段与传播技术,但随着互联网时代的发展,“算法”与“流量”的模式在一定程度上禁锢了受众与生产者的思维,而导致了传播媒介单一的现象。不同的文化传播内容决定了必须选取与其相适应的传播媒介,而文化内容生产者大多忽视了对传播媒介效果的评估与大数据分析,从而影响了在传播过程中媒介的选择,千篇一律的媒介使用现象愈发严重。而媒介与内容实际上是双向选择的过程,内容的涌入使得媒介向同一题材与模式的内容不断循环而达到饱和,无法跳出单一媒介的框架。而“流量为王”的原则影响了文化产品的创作,导致了创作题材和视角的同质化,其背后的逻辑往往是“流量—内容”模式,而创作领域当中“内容—流量”才是应有之义。大量同质化题材的涌入使观众产生审美疲劳,同质化导致的创新度不足与质量下降更是会产生恶性循环,导致好作品数量的减

少。

2.2 传播有效性不足, 忽略受众分化差异

随着传播渠道的增加与传播场域的不断扩大, 数字化传播的受众群体呈现多样化、精细化的特征, 分众的趋势在各平台呈现得尤为明显。而目前中华优秀传统文化的传播仍然遵循着单向的大众传播模式, 忽略了对受众群体的精细化定位。随着多元文化语境的介入, 传播应对的受众阶层具有多样性并不断分化, 而不同的平台具有的不同受众属性要求文化内容创作者具有分众思维和一定的媒介素养, 掌握平台属性, 继而有针对性地进行创作, 增强传播的有效性和精准度。

3 数字化传播应对策略

3.1 因地制宜, 建立数字化传播体系

首先, 不同文化有着不同的历史背景、渊源由来, 文化独有的特殊性决定了文化内容的数字化传播模式不能够固步自封, 更没有所谓的“套路”, 这意味着创作者不能够盲目跟风、一味地“拿来”主义, 而是要根据不同文化资源及文化传播内容的特点进行数字化传播。数字化传播要因地制宜, 找准文化内容的定位, 将不同文化内容的传播需求与媒介技术、平台属性相衔接, 让技术为传播服务, 而非让技术左右了传播。

其次, 要建立数字化传播体系, 不断提升传播的智能化水平。借助媒介技术, 文化内容可以实现荧幕的“升级”, 甚至达到虚拟与现实互动的水平, 为观众带来更为震撼的视觉体验, 而要达到工业化水准的、文化生产效率更高的技术革新则需要借助数字化的传播体系, 建立一套完整的传播生产、投放、传播效果评估体系, 用“数据”说话; 建立全媒体矩阵的数字传播, 实现高效净赚的传播投放。而传播不能止步于国内, 数字化国际传播因其信息的实时性、准确性、大容量、易检索和多通道属性, 具有投放精准、使用便捷、传播迅速、受众广泛、可塑性强等特点。习近平总书记指出, 要提高政治站位, 提升数字化国际传播意识, 深刻认识到新形势下构建数字化国际传播体系对于提升国际传播能力与国际话语权、营造有利的外部舆论环境、吸引各种优质国际资源正向流动的重要性和必要性, 积极主动、创造性地开展好数字化国际传播工作。构建国内外互联的数字化传播体系, 传播好中华优秀传统文化, 讲好中国故事, 是当下数字化传播的应有之义。

3.2 精准传播, 运用大数据分析

中华优秀传统文化博大精深, 但往往在传播时会遇到

“大而空”、气势磅礴但却不能够引起观众的情感共鸣的问题, 炫目的数字技术在此时往往起到反作用, 金碧辉煌却了无成效。要在数字化媒介下做到精准传播, 就要找准传播的“起点”与“落点”, 明确“对谁传播”“谁来传播”和“怎样传播”这三个问题, 聚焦于核心之处、细微之处, 注重文化与人、与人的精神的沟通交流, 而非仅仅注重文化本身。譬如一件文物尽管精美, 但人们往往驻足远看而不敢近赏, 在人们看来, 这仍然只是一件“物”, 唯有为这件文物注入其背后的故事与经历, 注入人的精神, 才能够让这件文物“活”起来, 真正成为历史与文化的诉说者。《国家宝藏》正是沿用了这样的逻辑方能取得成功, 为观众揭晓了一件又一件富有历史底蕴的珍稀国宝; 而《我在故宫修文物》也没有从文物本身着手, 而是以人为视点进行叙事, 讲述“修复”文物过程中人是如何赋予文物以活力、文物是如何成为人的情感寄托的。

但找准落点依然不够, 当下的数字化传播更需要对分化的受众群体、不同的平台属性进行研究, 实现精准有效的传播。大数据分析在这其中扮演了重要的角色, 通过分析不同用户的足迹和浏览偏好, 数据回答了“人们喜欢看怎样的内容”“什么人喜欢看这样的内容”和“人们用何种平台看”这三个问题, 从而更为有效地解决传播针对性不强的问题。这些数据能够被不断更新并收集起来, 成为文化生产与创作者源源不断的灵感源泉。

4 结语

中华优秀传统文化是我国历史文化的重要传承, 而在数字媒介时代, 随着移动终端的普及与互联网传播技术与手段的不断发展, 中华优秀传统文化通过数字化传播的形式不断涌现, 成为优质的文化内容。如李子柒、《唐宫夜宴》等, 这些创作不仅将销去光芒的中华优秀传统文化带到了大众的眼前, 绽放文化魅力, 更是传播到了国际, 收获海外的赞誉。对我国现阶段传统文化数字化传播的现状进行归纳, 有助于厘清数字化传播的困境与问题, 为今后的数字化传播改进提供建议与方向。随着新技术的不断运用, 数字化传播将会成为主流的传播模式, 更多新场景、新体验将会呈现在大众眼前, 带来传统文化焕然一新的面貌。

作者简介: 于庆伟 (1987.9—), 男, 河南南阳人, 硕士研究生, 讲师, 研究方向: 翻译理论与实践, 汉维双语教育; 杨珉 (1989.12—), 女, 山东平度人, 硕士研究生, 讲师, 研究方向: 思想政治教育, 国际政治。

【参考文献】

- [1] 谈国新, 何琪敏. 中国非物质文化遗产数字化传播的研究现状、现实困境及发展路径[J]. 理论月刊, 2021 (9): 87-94.