

# 新媒体时代对中华优秀传统文化的传播影响及对策研究

彭会凌<sup>1</sup> 黄 昊<sup>2</sup> 胡林燕<sup>3</sup>

1. 四川电影电视学院 四川省成都市 611331

2. 江西工业贸易职业技术学院 江西省南昌市 330038

3. 南昌工学院 江西省南昌市 330108

**摘要:** 中华优秀传统文化是我们民族之魂、文化之根,是我们民族精神的精华,新媒体利用自身范围广、形式多样等性质影响中华优秀传统文化的传播。本文分析新媒体时代背景下中华优秀传统文化的传播特征及意义,并结合现实,分析目前传播存在的挑战,在此基础上,提出夯实文化地位、加大传播力度及多方监管等对策建议。

**关键词:** 新媒体; 中华优秀传统文化; 传播影响; 对策建议

**Abstract:** The excellent Chinese traditional culture is the soul of our nation, the root of our culture, and the essence of our national spirit. New media uses its own characteristics such as fast transmission speed, wide range, and diverse forms to influence the spread of Chinese excellent traditional culture. This article analyzes the communication characteristics and significance of Chinese excellent traditional culture in the context of the new media era, and combines reality to analyze the current challenges in communication. On this basis, it proposes countermeasures and suggestions to consolidate cultural status, increase communication efforts and multi-party supervision.

**Keywords:** new media; Excellent Chinese traditional culture; Communication impact; Countermeasures and suggestions

在如今互联网时代发展的背景之下,传播方式和传播技术也带来了翻天覆地的变化,因而形成了全新的传播网络架构。中华优秀传统文化是我们国家的精神体现和内涵表达,它的传承和发展除了内容上的延续,更体现在传播的革新,受到新媒体的影响,中华优秀传统文化的传播也面临基于和挑战。

## 一、新媒体时代下中华传统文化传播的特征

### 1.1 传播速度快

以前中华优秀传统文化的主要传播方式是依靠文字媒介,以图书等纸质形式为主,这样在传播的过程当中就需要花费大量的时间和精力进行收集整理,才能够以文字等形式出现。现如今,新媒体时代背景下的传播工具是基于互联网平台,这再一定程度上改变了速度慢的

弊端,新媒体媒介传播速度更快,传播效率更高,可以更快地让社会大众了解中华优秀传统文化。

### 1.2 传播广度大

在新媒体时代背景下,中华优秀传统文化的传播广度,不会受到地域因素的限制,它可以依托信息技术向更广阔的地域辐射、发展,中华传统文化可以更好的走向国门,走向世界,林立世界文化之林。

### 1.3 传播载体多

传统的文化传播的形式主要依靠文字、图片、书籍,甚至口口相传等形式。在新媒体时代的发展过程当中,音频、视频、VR等载体对文化的传播起到了非常大的作用。现代生活的人们仅需手机、电脑等互联网终端设备,就可以轻松获得文化资。例如戏曲的传播在以前都是通过口口相传教学、现场观赏或播放录像带等形式,但是现在可以在网站、公众号、微博等网络平台,随时随地欣赏。

### 1.4 传播交互强

新媒体技术具有很强的交互性,在网络平台上,人们可以自由的发表言论,同时对别人发表的言论也可以进行自由的评论,在这样的技术之下,中华优秀传统文化的传播,也表现出很强的交互性和连通性。人们通过网络平台浏览、学习、欣赏中华优秀传统文化的过程中,可以对其进行评论、收藏、点赞,视频发布者与观看者进行有效及时的沟通。

## 作者简介:

彭会凌,四川电影电视学院,本科在读学生,播音与主持艺术专业;

黄昊,男,江西工业贸易职业技术学院,硕士研究生,心理健康教育方向,教师;

胡林燕,女,南昌工学院,硕士研究生,教育管理方向,教师。

**课题:** 本文系江西省教育科学“十三五”规划2020年度课题《中华优秀,传统文化融入大学生思想政治教育的策略研究》(编号:20YB236)研究成果

## 二、新媒体时代下中华优秀传统文化传播的意义

### 2.1 新媒体为中华优秀传统文化的传播提供新方式

在新媒体时代发展之前，人们对传统文化的信息通常是来源于报纸、书籍和电视，这类传播方式的范围和速度都十分有限，在一定程度上影响中华优秀传统文化的传播效果。新媒体的出现，为传播方式提供了新的互联网平台，使得中华优秀传统文化的传播方式变得多样丰富，促进了人们对文化接受的兴趣，改变了人们对文化学习的习惯，在一定程度上促进我国中华传统文化的传播和发展。

### 2.2 新媒体为中华优秀传统文化的传播提供新动力

新媒体背景下中华优秀传统文化的传播方式，受到人们的喜爱。因为它能够不受时间和地域的限制，更加直观、及时、准确地呈现文化的特征和内涵。例如江西出土的海昏侯，在第一时间就在网络上发布相关的消息，供人们了解相关的历史资料。并且，江西在海昏侯文化传播方面，除了传统的建设海昏侯博物馆，供人们参观学习，还建设了VR体验馆、3D馆，能够让人们直观的感受历史遗迹、文物及文化知识，这样的传播途径能够激发社会对文化的认同和探索的欲望，越来越多的人愿意去了解我们的优秀传统文化。

### 2.3 新媒体为中华优秀传统文化的传播提供新舞台

在过去，中华优秀传统文化受到外来文化的冲击，人们追捧韩潮、美剧、美国队长超级英雄等外国文化的输入。但是随着新媒体时代的发展，中华优秀传统文化逐渐走向国门，开启了新一轮的中华文化输出。从2008年的北京奥运会开幕式的击缶、活字印刷、大唐盛世的惊艳世界，到现在李子柒的田园生活、传统工艺在“油管”受到外国人的破亿观看，中国笔墨纸砚的传统工艺制作，受到了外国领导人的赞美。中国的美食、服装、中医等越来越多的优秀文化，输出国外走向更大的舞台。

## 三、新媒体时代下中华优秀传统文化传播的挑战

### 3.1 文字传播逐渐减少

现如今音频、视频、图片等载体的传播越来越广泛应用，而文字的作用则逐渐淡化。人们依赖于数字产品的直观性、多元性，而忽视了文字传播的思想内涵和深层意义。“短、平、快”的传播更能在最短的时间内抓住受众的眼球，吸引受众的注意，从而文字的逻辑和内涵在逐渐减少。人们开始用做起了“标题党”，或者用简称、异化的缩写、符号来代表文字，甚至给文字赋予特定背景下的另一涵义，这对文字的发展是不利的。也是中华优秀传统文化在传播的过程中需要注意的一大挑战。

### 3.2 娱乐文化冲击较大

新媒体时代背景的传统文化传播具有碎片化的特征，

即时间的碎片化和内容的碎片化。人们利用视频等网络平台等传播形式接收到的中华优秀传统文化内容，仅限于视频所呈现出的文化的某一面，在横向的宽度和纵向的广度上都无法对文化进行深入的挖掘和阐释，对文化的深层内涵淡化。同时，一些媒体为了获得更多的关注和流量，通常会在文化传播过程中进行简化或这加入一定的娱乐因素，这在一定程度上对传统文化的严肃性造成了冲击。中华优秀传统文化不容恶搞、扭曲。

## 四、新媒体时代下中华优秀传统文化传播的发展

### 4.1 夯实中华优秀传统文化的重要地位

中华优秀传统文化是我们民族之魂、文化之根，是我们民族精神的精华，是经过历史发展的沉淀所保留的底蕴。随着新媒体的发展，学习中华优秀传统文化的声音也在不断扩大，习近平总书记指出到：“要认真汲取优秀中华传统文化的思想精华和道德精髓”。我们在新媒体时代下要把握中华优秀传统文化的前进方向，加强文化自信。

### 4.2 加大中华优秀传统文化的传播力度

央视推出的《诗词大会》让更多的人，从小学到老人都在慢慢产生或拾起对诗词的热爱，《国宝档案》让更多的人，认识历史文物、了解历史故事、重视历史知识，以史明鉴。

### 4.3 构建完善新媒体使用的管理体系

新媒体的开放性、自由性和交互性既有正面的影响也有负面的影响，在中华优秀传统文化的传播过程当中，我们应该坚定文化自信，积极向上，努力传播正能量的信息内容。作为媒体人，应该坚守本心，规范传播，杜绝“哗众取宠”等博眼球的无良信息的发布；对新媒体的受众，我们应该坚守网络自律公约，抵制低俗信息，拒绝做“键盘侠”，还网络清白之地；而对于新媒体的监管部门，应当完善法律法规，加强监管力度，坚守法律和道德的底线。在这三方共同努力协作之下才能形成良好的网络风气，为中华优秀传统文化的传播提供更好的平台。

### 参考文献：

- [1]杨晓.新媒体环境下传统文化传播的价值迷失与精神重构[J].记者观察：中，2019（1）：30-31.
- [2]曹冉.KOL助力传统文化传播——以李子柒视频为例[J].传媒论坛，2019（16）.
- [3]李建秋.论手机短信与中国传统节日文化传播[J].西南交通大学学报（社会科学版），2012（5）：85.
- [4]陈慕远.新媒体时代中国传统文化的机遇与挑战[J].环球市场信息导报，2018，（1）.
- [5]朱雪蓉.新媒体时代传统文化传播策略研究——以《流浪地球》为例[J].艺术科技，2019（8）.