

传统文化在社会化媒体环境中的传播策略研究

贺姗姗

齐鲁工业大学(山东省科学院) 山东济南 250353

【摘要】 在当下的社会环境下, 社交媒体占据了重要的席位。在这样的形势下, 传统文化的传播显得有些力不从心。如何在社会化媒体的大环境下继承和发扬中华民族优秀传统文化成为广大学者共同关注的焦点。本文针对传统文化在社会化媒体环境中的传播策略进行深入地探究, 并提出了在社会化媒体环境中传播传统文化的发展策略。

【关键词】 传统文化; 社会化媒体; 传播

现如今, 手机、电脑等智能终端设备已经成为了人们日常交流的重要社交媒体。在当下智能化时代的发展下, 信息实现了高速的传播。作为社会中的年轻群体, 大学生占据了重要的比重, 其成为了社会化媒体的主要受众。其对于传统文化的学习也深受影响, 变得异常艰辛。

一、社会化媒体的主要特征

随着智能终端设备的广泛应用, 现在的我国俨然已经步入云时代, 越来越多的数据实现了云计算, 其对于我们的日常生活起到了重要的推动作用^[1]。以微信、微博为主的社交媒体已经存在于日常生活的方方面面, 其受众涵盖了中老年、青年及儿童等各个年龄段的群体, 社交媒体的发展呈现了无比的潜力。

社会化媒体作为当下新兴的行业, 为广大的互联网用户提供了实现梦想、展示自我的平台, 越来越多的“网红”借助这一主流媒体, 实现了自我价值, 比如当下很火的脱口秀竞技类节目《脱口秀大会》中, 红遍大江南北的“李雪琴”、“带货主播”李佳琦、薇娅等。这些由互联网带动的话题人物, 已经充斥着人们的日常生活, 成为了人们茶余饭后谈论的焦点, 深受年轻人的追捧^[2]。

社交媒体随着时代的发展呈现出了不同的特征。首先, 社交媒体的出现替代了传统的生活、娱乐的方式。人们可以用淘宝、拼多多等购物软件, 实现了网络购物。人们可以利用美团、饿了么等APP, 替代传统的用餐模式。这些新潮的社交软件, 改变了人们传统的生活形式, 拉近了社交与媒介之间的距离。其次, 每一位互联网用户在充分享受互联网传播信息的同时, 也在评论区积极发表着自己对当下热门话题的看法、感受, 在朋友圈中发表自己的心情, 在浏览信息的同时, 自己也是信息的制造者。无意间发表的一段话、一个图片, 很可能都会引起轩然大波。

二、传统文化的内涵

中华传统文化历来被视为中华文化的重要组成部分。中华民族之所以可以屹立世界之林, 主要归功于中华传统文化。历经五千年风雨的洗礼, 中华传统文化历久弥新, 实现了不断的发展和革新。在中华传统文化中, 凝聚了五十六个民族亿万儿女的努力和辛劳。在中华文化传播的过程中, 取其精华去其糟粕, 留下了经典的文化得以继承和发扬。在中华民族优秀的传统文化中, 涵盖了人生哲学、国家发展目标、人生价值等各领域的观点, 而这些观点都是经过了一代又一代中华儿女的检验。从儒家的“仁爱”思想, 到道家的“以和为贵”等文化精髓, 无一不体现了中华儿女共同努力、发展的方向^[3]。

在中华民族优秀传统文化中, 自强不息的奋斗精神、勤劳

勇敢的优秀品质均得到了传承, 培养了一代又一代的劳动模范, “铁人”王进喜、“杂交水稻之父”袁隆平等时代楷模的付出, 是我国亿万中华儿女的榜样。这些优秀的中华文化对于当代的教育起到良好的推动作用, 并促进了我国社会的快速发展。

三、传统文化传播所面临的困境

1. 传播契机与文化扭曲并驾齐驱

社会化媒体促进信息高速传播的同时, 也滋生了一些社会乱象, 一些人企图借助社交软件博取关注, 以谋求商业福利和经济利益。比如一些企业的管理者会在微博中发布关乎自身利益的话题, 通过“蹭热度”的方式, 增加自身企业的关注度。这些乱象的存在, 在一定程度上降低了文化传播的严肃性, 让传统文化的传播变成一种儿戏。而一些不法分子企图借助传统文化招摇撞骗, 获取更多的利益。比如近年来兴起的“女德班”, 通过对传统文化中的“女权”进行扭曲, 对所有的学员吹嘘当下社会如何重视男权^[4]。种种乱象正在以迅雷不及掩耳之势发展。造成这种乱象产生的根本原因在于, 我国当下的社会背景为传统文化的传播造成一定的阻碍, 在信息高速发展的时代下, 产生了不利于传统文化发展的因素, 这成为社会发展的常态, 而这种常态导致我国公众对于传统文化的扭曲和误解。

2. 碎片化的生活方式

当下的社会环境导致了我国公众的生活方式发生了颠覆性的改变。身处社会化媒体的环境下, 人们接受信息的方式由被动渐渐化为主动, 并逐渐开展了碎片化的阅读模式。人们在接受信息传播的同时, 总是不假思索, 存在一定的从众心理, 人云亦云, 这也在一定程度上导致了传统文化变得分散化、浅显化^[5]。在微博上, 一篇帖子的字数大都在一千字甚至更多, 而人们在阅读相关新闻或网络贴吧时, 总是习惯了不假思索地快速浏览, 从而映入脑海中的只是一些关键词, 往往还未熟悉整篇文章的梗概, 就已经被关键词充斥。而传统文化的传播也是如此, 人们应用碎片化的阅读方式, 其获得的效果往往会差强人意。

3. 传统文化传播话语权的渐渐迷失

在智能手机中, 蕴含了“关键词推送热点新闻”的功能, 人们只要点击相关的关联词语, 搜索引擎中就会迸发出诸多的相关文章, 人们即可实现了对当下热点新闻的一览无余。相较于该现象, 传统文化的传播显得异常困难。现如今, 传统文化已经逐渐被人们淡忘, 被弃于盲点。人们乐于被更多喜闻乐见的形式所吸引, 而传统文化因为传播内容、传播形式相对传统, 无法引起人们的广泛关注, 已经从主流文化逐渐转变为“小众文化”。比如一些文化艺术馆举办的“汉服周”活动, 其宗旨是传播汉服文化, 让人们走进汉服的世界, 充分了解汉服文化。

而这却被更多的受众视为一种“奇装异服”现象，转而投入到虚拟的“二次元”世界^[6]。

我国历朝历代文化的不同，主要表现为服装的不同，从汉朝的汉服，到清朝的旗头，不同的朝代人们穿着不同，从而滋生了不同的文化形式，是该时期的文化特质。相比于传统文化，小众文化得到了受众的广泛关注。现如今，抖音、快手等社交媒体的广泛应用，造就了一大批的“网红”、网络热点话题，人们热衷于这种小众文化，并为之着迷。近年来，不断的发生一些未成年人“打赏”网络事件，在社交平台中对“主播”进行打赏，其对社交媒体的痴迷热度不减。

四、社会化媒体中传统文化的传播路径

1. 完善传统文化慕课体系

在当下社会形势下，网络教学模式得到了广泛的应用。人们在线借助手机、电脑等网络终端设备，实现了线上选课、线下学习和练习。而传统文化的传播也要充分借助这种新兴的教学形式，积极创建传统文化慕课体系，师生在线互动，集结众多热衷于传统文化学习的有志之士一起探讨学习，一改传统课堂学习的模式，化被动为主动，争做课堂的主人。这种慕课的教学模式，实现了学习方式的多样化，充分满足了学生多样化的发展需求^[7]。基于此，我国广大高校须与互联网平台开展深入的合作，通过更多技术人才的研发，完善自身的传统文化教学体系，在促进高校传统文化积极推进的同时，也为我国传统文化的教学奠定良好的物质基础。

2. 积极开展网络教学

在社交媒体的时代下，传统文化的传播也要乘着时代的浪潮，实现网络教学^[8]。广大的高校要积极拓展自身的网络教学平台，开设网络教学平台。在疫情不断发展的形势下，教育系统深受其害，其教学质量也在逐步降低。为了保证教学工作的正常开展，网络教学的方式得到了广大教育工作者的推崇。广大教育工作者从教学设计到教学准备工作的开展，始终贯穿于高校整个教学环节。教师通过网络教育平台，在网上进行授课，并在线上布置作业，邀请学生参与其中。学生在申请网络账号之后，接受教师的邀请参与课堂，并针对教师提出的问题畅所欲言，从根本上提升了传统文化的课堂效率。而广大的传统文化教学工作者也要积极响应国家号召，强化自身的多媒体教学技能，自主学习如何巧妙地应用多媒体进行教学。而高校为了

促进教师多媒体教学能力的提升，须加强教师多媒体教学的培训工作，定期开展专业知识讲座，邀请一些网络技术人员深入到教学机构进行知识的讲座与技能实训，以强化广大教师的多媒体教学能力。

3. 构建和完善传统文化传播机构

传统文化的传播需要借助当地政府的的力量，通过当地政府的宏观调控，为传统文化的传播提供主要的原动力。社会化媒体时代的来临改变了人们的出行方式、生活、购物等方式，从根本上推动了产业的发展。而当地政府为了有效地带动传统文化的发展，应利用自身所具备的资源，构建传统文化栖息的场所——传统文化传播机构。首先，高校利用自身的教学资源，构建传统文化数据库。将众多传统文化资源积极转变为数字化存储的形式。将优秀的诗词歌赋、艺术形式、知识典故、经史子集纳入其中，供广大的学生在课余时间查阅。其次，当地政府也要联合文化机构，共同创办传统文化科技博物馆。实现数字化媒体与传统文化的有机结合，全方位地为当地民众展现中华文化的精髓。当地政府可以开放“传统文化一日游”的路线，与当地教育机构、小区联合，为广大的学生及小区居民提供专业的文化之旅，增强人们的传统文化保护意识。

五、结语

综上所述，在当代社会化媒体的时代下，信息的传播速度日益加快，为人们的生活提供了诸多的便捷服务，而在当下的社会发展下，传统文化已经逐渐淡出了人们的视线和思想中，成为了“边缘文化”。为了积极拯救传统文化，充分实现传统文化的有效传播，广大的教育工作者要充分借助社会化媒体这种新兴的媒体，将传统文化的传播步入正轨。本文首先阐述了社会化媒体的主要特征与传统文化的内涵，之后从传播契机与文化扭曲并驾齐驱、碎片化的生活方式及文化传播话语权的渐渐迷失三方面着重分析了传统文化传播所面临的困境，最后提出了社会化媒体中传统文化的传播路径，囊括了完善传统文化慕课体系、积极开展网络教学及构建和完善传统文化传播机构。

课题名称：山东省2016年度全省“传统文化与经济社会发展”专项课题《传统文化在社会化媒体环境中的传播策略研究》，立项号：ZY201610042)

参考文献

- [1] 刘世权. 中华优秀传统文化在高校中的传播路径研究——基于社交媒体大数据视角[J]. 重庆科技学院学报(社会科学版), 2018, 253(06):108-110.
- [2] 王欣圆. 当代媒体中传统文化的应用[D]. 大连工业大学, 2013.
- [3] 井雪莹. 以社会化媒体为平台学习与传播优秀传统文化的策略研究[D]. 2014.
- [4] 刘冬璐, 姜瑞. 社会化创意下传统文化类节目的品牌传播新样态研究——以《上新了·故宫》为例[J]. 采写编, 2019(5):23-26.
- [5] 孔垂娟. 传统文化类电视综艺节目的社交媒体传播特征[J]. 今传媒, 2018, 026(006):116-118.
- [6] 刘萌萌. 基于社交媒体的高校传统文化传播策略分析[J]. 今传媒, 2018, 026(004):156-157.
- [7] 许超. 社会化媒体中的再仪式化研究[D]. 2016.
- [8] 李玉媛. 融媒体时代传统文化传播的机遇与困境探析[J]. 红河学院学报, 2018, 16(06):63-66.