

短视频时代中华优秀传统文化传播的困境及路径

龚煜雯

南通大学马克思主义学院, 江苏 南通

收稿日期: 2023年4月27日; 录用日期: 2023年6月1日; 发布日期: 2023年6月12日

摘要

Web 2.0时代, 新媒体、新技术重塑了大众的沟通交流方式, 网络短视频凭借着轻松搞笑的情节以及符合人们观看需求的碎片化的表达, 在互联网技术的加持下逐步展现出了强大的媒介生命力。中华优秀传统文化源自于中华民族五千多年来所沉淀出的精神智慧。十八大后, 政府强烈呼吁推动中华优秀传统文化的传承与发扬, 并从政府层面给予大力支持。新媒体环境下, 短视频平台上有大量中国传统文化的相关信息在实时地传播。虽然短视频在传播中华优秀传统文化中有传播高速、高效等优势, 但在传播过程中也存在一些问题和不足。因此, 本文旨在分析网络短视频在传播传统文化过程中的特征及其效果, 聚焦短视频传播过程中现存的问题和不足, 探析具有可能性的针对建议。

关键词

短视频, 中华优秀传统文化, 技术

The Dilemma and Path of Spreading Excellent Traditional Chinese Culture in the Short Video Era

Yuwen Gong

School of Marxism, Nantong University, Nantong Jiangsu

Received: Apr. 27th, 2023; accepted: Jun. 1st, 2023; published: Jun. 12th, 2023

Abstract

In the era of Web 2.0, new media and new technologies have reshaped the way of communication

文章引用: 龚煜雯. 短视频时代中华优秀传统文化传播的困境及路径[J]. 新闻传播科学, 2023, 11(2): 249-254.
DOI: 10.12677/jc.2023.112039

among the public. With the light and funny plot and the fragmentation expression that meets people's viewing needs, short online videos have gradually shown strong media vitality under the blessing of Internet technology. The excellent traditional Chinese culture originates from the spiritual wisdom accumulated by the Chinese nation over the past 5000 years. After the 18th National Congress, the government strongly called for the promotion and inheritance of traditional Chinese culture, and provided strong support from the government level. In the new media environment, short video platforms have a large amount of information related to traditional Chinese culture being disseminated in real time. Although short videos have advantages such as high speed and efficiency in disseminating traditional Chinese culture, there are some problems and shortcomings in the dissemination process. Therefore, this article aims to analyze the characteristics and effects of online short videos in the dissemination of traditional culture, focus on the existing problems and shortcomings in the process of short video dissemination, and explore possible targeted suggestions.

Keywords

Short Video, Excellent Traditional Chinese Culture, Technology

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 网络短视频：中华优秀传统文化传播的新阵地

网络短视频是一种以秒为单位来计算视频长度的新型视频传播形式，它依靠移动终端进行快速拍摄和美化编辑，融合文本、语音和视频，并利用互联网等新媒体进行传播。2020年，全球社交媒体用户规模稳步增长至38亿以上，其中，以短视频为代表的社交网络搜索量在全球范围内保持较高水平，市场十分活跃。根据第50次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2022年6月，中国网民超过10亿，包括短视频在内的在线视频用户超过9.62亿。在新媒体时代，短视频是人们获取信息、享受乐趣的第一途径，又是一种在世界范围内流行的纪录与传播手段，其在文化交流中所扮演的角色不容忽视，更是一种新的传播中华优秀传统文化的阵地[1]。

1.1. 数字资源丰富

短视频作为一种经过多次迭代发展而来的代替性视听媒体，以其强大的传播能力，已被公认为是一个文化传播“新基建”。短视频具有内容创新、短小精悍，制作简单、传播速度快、互动性强、便于精准投放等优点，已成为推动“文字、图片”向“视频”转变的重要推动力量。短视频的产生与发展，与媒体技术演化路径背道而驰，嵌入多种场景，在多种平台间流转，大众化实践对传统内容规范进行了适应性调整，拓展了既有传播架构，使其全面渗透到公众传播中，“管道式”地向社会底层渗透，在内容、效能、工具等层面呈现出“服务”的价值转向[2]。

在麦克卢汉的“媒体就是信息”这一概念下，新媒体的出现，不但将改变人类的生存模式，而且将影响整个社会的走向。与传统的文字、图片等媒介相比，短视频以一种更直观、更身临其境的方式，携带着更多的“信息”，并以一种更具传播性的形式呈现。特别是在5G通信网络不断发展的当今，短视频平台利用短视频、直播等丰富的数字资源，让更加高清、零延时互动的视频内容走进田间地头、走进大街小巷、走进人们的生活，让大众通过更多直观的信息，感受到更丰富的文化内容。

每一个民族在其文化中，都存在着一种特殊的、在历史中积累起来的、独一无二的、共同的记忆。而这样一种记忆的界限，就不可避免地造成了各国、各民族间的文化差异。文化的交流，就是要打破这一障碍。如今，随手可及的短片横渡大洋，正在逐步消除这一界限，并成为最普遍的文化传播模式。视觉化的图像是最直观的传播方式，人们可以从短视频中直接获得很多的信息和细节，让观众身临其境，这就给文化传播带来了更多的真实性和可信度[3]。同时，配以配比的方式，可以消除单种语言所带来的文化上的误会，并为双方的交流提供了重要的交流途径。

1.2. 传播方式快捷

迅速是移动短视频的重要属性。二十一世纪，随着信息技术的不断更新和升级，信息的传播速度呈指数级增长，人类社会迈入了 5G 时代。网络短视频相较于其他媒介形式来说传播更为快捷。随着线上传播媒介的来临，人类对时间的认知发生了重构，不知不觉中，人类已经步入了“感官”快速运转的时代，期望以最快的速度获取最多的资讯。短片经过压缩、切割等处理后，以更为零碎的方式呈现给观众[4]。与图文和长视频相比，短视频还降低了传播门槛，让用户可以很容易地对传统文化展开重新诠释，在对外传播传统文化时更有优势。第一，网络短视频打破了传统媒体的限制，从更深层的角度满足了人们对文化传播的需要，它的跨平台传播打破了信息生产、加工、传播、存储的障碍，消除了数字领域的不平等，加快了文化资源的流通速度。此外，短片还可以超越国界和地域，扩大教育的范围。借助短视频平台，网络短片实现了信息孤岛的跨越，展示了不同国家和民族的社会文化和日常生活，通过分享、保存和转发等功能，实现了文化资源的全面共享。

1.3. 更新速度快

网络短视频是一种新型的网络媒体，可实时展示、快速传播并快速更新最新的知识和现象。它在用户生产、学习和日常生活中的“一线场景”中整合了自身的地域知识，打破了空间和时间上的限制，从多个领域收集了各种各样的视频素材，加快了内容更新速度。此外，网络短视频为“全民共享”的内容创新时代提供了强大支持，通过“多人共屏”创作方式提高了作品效率，丰富了元素呈现方式。网络短视频的“快生产、快分享、快阅读、快更新”特性，使用户能够及时获取时代最前沿的文化内容[5]。从“一线场景”采集的网络短视频，也为文化传播提供了新鲜的素材，为传统优秀传统文化活动的开展提供了现实的平台。

2. 短视频时代中华优秀传统文化传播的现实困境

2.1. 网络短视频内容泛娱乐化

网络短视频的流行，背后流露出泛娱乐化和追逐利益的倾向。不良的网络短片为博取关注、炒作噱头和牟取利益，缺乏思想和价值观等方面的表现。加之“流量至上”、“大数据营销”等手段，形成了一种恶劣的“娱乐至死”文化氛围。这些不良网络短视频传播了低级价值观，如享乐主义、拜金主义、颜值主义、流量主义和娱乐主义，对群众的意志造成了严重影响，麻醉了网民的精神，并不断冲击违背社会主义核心价值观。不良短视频消解了社会主流价值观，导致了群众对事物的浅薄认识，这在很大程度上影响了网民正确的世界观、人生观和价值观的形成。作为中国优秀传统文化阵地，网络短视频应该将社会认同和提倡的中国优秀文化传播进行传播，致力于培育能够承担起民族复兴重任的新一代，为社会主义现代化建设提供源源不断的人才。在教育内容上存在着“泛娱乐”和“主流价值观念”上的冲突，这些都制约着网络短视频教育的实效。

2.2. 网络短视频呈现方式碎片化

为了能够达到高频率的产出和大规模的传播,网络短视频必然会存在着对内容进行切割和对其进行简单解读的现象,因此,通常视频长度都在十几秒至几十秒之间,呈现出明显的碎片化信息传播特征。在一定程度上,它满足了当前网名对碎片化阅读的偏好。然而,互联网短视频中的碎片化信息无时无刻不在蚕食着网民的有效时间,表面的碎片化表达使他们的认知结构支离破碎,进而损害了其创造性、逻辑性、深度的思维。片断的、短暂的情感高潮取代了网民真实的生活情感,由于网络短视频的碎片化呈现方式,他们的思维活动逐渐衰退,思维惯性也逐渐形成,这与新时代中国优秀文化传播的目标背道而驰。作为中国优秀文化传播的重要阵地,短视频需要经历一系列系统化的过程,以提供完整、合乎逻辑的中国优秀文化传播内容结构,以满足其完整传递信息的要求,然而,这却与当前网络短视频展现的碎片化特质相矛盾。

2.3. 网络短视频场景虚拟化

网络短视频的拟态环境所带来的沉浸式体验极具吸引力,能够强烈激发用户的好奇心。短视频为网民们创造了一个充满强烈感官刺激的信息世界,对于缺乏自我控制能力的网民来说,很难及时退出这个信息世界,从而沉迷于其中。从实际中国优秀文化传播的角度来看,网络短视频以其虚拟的使用场景取代了网民需要深入到真实的场景中去,这样就将中国优秀文化传播和获取的时空特性转化为实践的缺失。虽然短视频、快手、小红书等短视频平台可以实现云端旅行、线上调研和在线学习,但它们很难营造真实的沉浸体验。因此,这些“被制作”出来的视频无法代替现实社会生活。然而,如果网络短视频能够在传播价值取向的基础上,结合具体的图片和声音,加强对社会主流价值观的引导,从而达到教育目的,那么它们依然具有一定的价值。由此,可以发现,围绕着一个社会热点问题而产生的舆情辩论,常常是不同阵营之间不同价值观之间的冲突。离开了生活情境的文化传播实践,实现文化传播与传承的基本任务并不容易,只有从虚拟走向实际,才能真正掌握真理,提高人才培养质量。在网络短视频文化传播方面,虚拟化已经在一定程度上削弱了网络文化传播的效果。

3. 短视频时代中华优秀传统文化传播的疏解路径

3.1. 挖掘内涵:明确短视频内容定位,增强文化影响力

目前,我国短视频文化传播的不足之处在于其文化资源的分散化、系统的不完备,其文化资源在设置不同年龄阶段、配置不同专业、开发不同场景等方面,未充分体现应有的差异化,很难做到全过程的精确导向,进而影响了“三全育人”在短视频文化传播中的效果。

对于传统文化类的短片,作为平台与制作者,要正确认识自己的不足,明确自己的定位。短视频无法单独承担起传统文化严肃而宏大的价值体系,但它成为一种展现传统文化魅力、培养受众爱好兴趣、营造传统文化学习氛围的引导者。传统文化的生产者可以将短视频用作广告推广的手段,以某一文化兴趣点来聚集人气,用文化短视频来培育自己的粉丝群体,之后为其提供更丰富、更专业的文化产品和服务,从而达到传承和弘扬传统文化的目的。

传统文化的具体载体是多种多样的,其中一些文化产品具有短小精悍的特点,比如古诗词、人物典故、书法美术等,就更适合于以碎片化的方式制作短视频。但是,有相当一部分的文化作品,比如文学名著,历史文献,是非常复杂和巨大的,用短视频来展示是很困难的。所以,对传统文化资源的开发,要进行系统化、连续性的开发,一方面,利用电影“蒙太奇”的技术,使短片的内容更加浓缩,更加凝练;另一方面,要把“系列剧”和“连续剧”做好,让用户在某个特定文化领域里,以“拼图”的方式

接受并学习，最后将其拼凑成一个相对完善的知识系统[6]。

3.2. 表达形态：打造短视频传播矩阵，提升受众参与感

由于短视频传播主体多样化，所以短视频内容的质量参差不齐，这导致短视频传播主体之间缺少协同合作，也导致中华优秀传统文化资源难以进行有效的分配和利用，从而出现了传播重复和零散的局面。因此，建立一个中华优秀传统文化短片传播矩阵，是当前“中华优秀传统文化快餐化”、“碎片化”、“内容生产者身份多元化”等发展潮流中迫切需要实施的一项高度切实可行的方案。

尼尔波兹曼在其著作《娱乐至死》一书中，认为媒体自身已深深地影响着媒体的内容。相比于图像和文本，当今的网民们明显更喜欢视频。快节奏的音乐短视频可以给人带来强大的感官刺激，它可以对人的情绪进行强力的调动，使视频内容可以通过“边缘路径”深入人的内心。文化传播主体可以在短视频平台上开设一个账号，借助文化的热点，制作出一个热点营销视频，通过视频流量来提升观看人数，从而提升中华优秀传统文化在大众中的曝光率。同时，也可以通过构建中华优秀传统文化的新媒体矩阵，将其内容进行转发，从而达到推动中华优秀传统文化传播的目的。通过对与中华优秀传统文化有关的话题进行征集，来增加观众的参与性和交互性，并利用“意见领袖”的影响力，让网友们去了解中华优秀传统文化。另外，要在线上、线下结合多种媒体，加强对中华优秀传统文化的宣传，展现出中华优秀传统文化的精神，使更多的人能够与之亲近，从而改变传统媒体在传播过程中“入脑入心”的尴尬局面。

3.3. 技术赋能：完善短视频场景体验，促生价值认同感

沃尔特·费舍尔认为，“场景体验的范式是一种普遍的、人类的存在是不能离开场景体验而存在的。”身处在一个波谲云诡的国际大环境之中，面对着无法通约的文化壁垒，完善短视频场景体验属于一种折中而又充满智慧的方法，在这种方法中，不仅包含了真实的个人生活经历，还包含了围绕着特定主题而展开的场景体验逻辑，它可以起到感性和理性引导的双重作用。

短视频场景体验为文化的交流提供了广阔的空间，这种模式注重文化的个性，在“差异”之上寻求共同，也就是所谓的“和而不同”。这既是讲好一个好故事的终极要求，又是一种重要的方式[7]。想要“讲好”，就必须把“好”的故事讲出来，既要保证故事的真实性，又要让故事与人产生共鸣，同时，也要发掘出一些可以被利用的元素，比如人物的身份。而故事形态的多样化和渠道的多元化，则是保证故事在“最后一公里”的准确传递，并为实现文化共情传播提供了有效途径。

4. 总结

传统文化要想重新焕发生机，短视频的内容表现形式需要将现代的元素与现代的表达方式相结合，以丰富其内容，并提升其创造力。但是，在追求现代化、趣味化的过程中，还应该坚持传统文化的根本，过分的娱乐，只会让传统变得过时。所以，在融入流行文化的同时，短视频的文化传播也要坚持优秀文化的本质，对其进行深度的宣传，这样才能使其“活”起来。

参考文献

- [1] 蔡莹莹, 李永康. 传统文化在短视频平台上的现代转译[J]. 新闻前哨, 2023(4): 23-25.
- [2] 吕鹏, 张昊鹏. 网络模因研究: 概念界定、理论实践与价值启示[J]. 国外社会科学前沿, 2023(2): 18-46.
- [3] 毕鑫贝, 谭思懿, 钟语后. 短视频时代红色文化传播新样态建构的路径研究[J]. 西部广播电视, 2023, 44(3): 14-16.
- [4] 张胤玲. 符际翻译视角下中国传统文化的国际传播研究[J]. 文化产业, 2023(3): 73-75.
- [5] 李文丽. 新时代短视频助力红色文化传播效能提升的路径思考[J]. 传播与版权, 2023(2): 85-87.

<https://doi.org/10.16852/j.cnki.45-1390/g2.2023.02.032>

- [6] 肖珺, 张驰. 短视频跨文化传播的符号叙事研究[J]. 新闻与写作, 2020(3): 24-31.
- [7] 黄栗, 董小玉. 短视频对优秀民俗文化传播影响力的研究——以“抖音”APP 为例[J]. 当代传播, 2019(5): 50-53.