

Research on Media Perspective and Cultural Communication Innovation

Yanwei Du

Yunnan Minzu University, Kunming, Yunnan, 650000, China

Abstract

Chinese culture is vast and profound, rich and colorful, we not only need to enjoy the spiritual nourishment of Chinese culture, but also have the responsibility to inherit and promote it. Human beings are the main body of cultural dissemination, with multimodality and multimedia being the form of cultural dissemination. As the main body of cultural dissemination, people's understanding of cultural values and dissemination paths will have a profound impact on the ultimate inheritance of Chinese culture. The paper takes the large-scale cultural program *Reader of CCTV* as an example to analyze the impact of innovative application of Chinese culture in the perspective of new media on the dissemination of Chinese culture. New media has also accelerated the dissemination speed and quantity of Chinese cultural content, providing a broader space for the inheritance of Chinese culture.

Keywords

Chinese culture; media; spread; Chinese international education

传媒视域与文化传播创新研究

杜燕薇

云南民族大学, 中国·云南昆明 650000

摘要

中国文化博大精深, 丰富多彩, 我们既要享受中华文化的精神滋养, 也有责任将其传承弘扬。人是文化传播的主体, 多模态、多媒体是文化传播的形式, 对文化的价值认识与传播路径会深刻地影响到中国文化的最终传承。论文以中央电视台大型文化节目《朗读者》为例, 剖析中国文化在新媒体视域下的创新运用对中国文化传播的影响。新媒体也加快了中华文化内容的传播速度和传播数量, 为中华文化提供了更加广阔的传承空间。

关键词

中国文化; 传媒; 传播; 汉语国际教育

1 中国文化概要

1.1 文化

“文化”一词, 已经深入社会生活的各个角落和人们的心理层面。在中国的“文化”里, 最早在《周易·贲》云: “关乎天文, 以察时变; 关乎人文, 以化成天下。”这段文字展示了中国古代关于“文化”的理解, 强调了统治者通过观察天象和人类社会现象来治理天下的观念。汉代时, 刘向《说苑·指武》云: “凡武之兴, 为不服也; 文化不改, 然后加诛。”晋人也说: “文化内辑, 武功外悠。”这表明国家不仅依靠军事手段(即武术)进行治理, 而且强调利用文化和教育手段。唐代的孔颖达则在解释《周易》时认为: “圣人观察人文, 则诗书礼乐之谓。”而清代顾炎武在《日知录》中说: “自身而至于家国天下, 制之为度数, 发之为度数,

发之为音容, 莫非文也。”人们的行为和国家的制度都被归为“文化”。可见, 中国古代所指的“文化”概念更强调精神层面。

西方的“文化”一词源于拉丁文“Culture”, 包含耕种、居住、实践、关注等多种含义。文化也指种植、栽培, 包含个人品格、品格的培养。

文化, 是人类在社会发展过程中所形成的思想和行为等一些实践活动, 是人类智慧和创造力的体现。不管对于“文化”的定义有多少种, 但一个基本的事实仍然显而易见, 那就是文化的核心是人^[1]。人创造了文化, 也享受文化, 同时也受约束于文化, 最终又要不断地改造文化。通常被分为物态文化、制度文化、行为文化、心态文化四个层次。

1.2 中国文化传播必要性

中国文化是世界文化的需要, 也是文化自身发展的需要, 同时也是个人提高素养的需要。

孔子学说作为“中国文化的象征符号”在世界上广泛流传, 以传播中国语言文化为使命的“孔子学院”迅速在全

【作者简介】杜燕薇(1991-), 女, 白族, 中国云南大理人, 硕士, 研究实习员, 从事教育教学及跨文化交际研究。

球各地落户；以儒、道两大思想为代表的“东方智慧”，在更大范围内和更大程度上成为国际热门课题。面对中国文化的热门走向，传播中国文化国人责无旁贷。

在经济转型和外来文化的巨大冲击面前，我们有些人丧失了自我，丧失了判断文化价值的的能力，以为外来文化中的一切东西（包括价值观念、思维方式和行为方式等）都是好的，都是可以采纳的。究其原因就是对我们自身的母体文化不甚了解，对异质文化感觉新奇，最终导致传统文化采取“无选择漠视”和对外来文化采取“无选择吸收”。这种对文化发展采取“无选择性”，会演变成“有选择性”的。因为文化作为中国人的根，是不会被国人自己隔断或损坏的。

当下“一带一路”为中国的经济文化交流带来新的挑战与极大的机遇，汉语国际教育的文化传播诉求也将进一步增大，作为中国语言文化的前线“战士”，汉语国际教育在互联网发达，新媒体层出不穷的背景下需要更多的自身文化解读与创新传承。

2 新媒体创新发展

2.1 新媒体发展概况

近年来，随着信息技术的飞速发展，信息化时代，数字媒体时代是新媒体这一概念的系列词组，新媒体行业逐渐从野蛮生长走向有序。注重监督与推动并重管理，理念和方法逐步体系化；融合发展的探索逐步深入，行业寡头的产业链和业务范围不断延伸。产业格局也随之进行调整；微观视角的关注，把更多的热点话题通过新媒体的快速传播优势与劣势突显，进而与新媒体发展相关的法律和伦理问题备受关注^[2]。作为电视新媒体也在更多元的新兴媒体勃发中积极创新蜕变，在保有传统电视媒体的价值遵循下，也呈现出新的特征，导演的专业意识进一步强化，其创新创意性再次成为一项电视节目的根本保障，注重团队整体协作与文本输出质量，优化视听效果，强化舆论热点导向，深度回应传播文化核心价值。

文化是一个民族的精神家园，是一个民族发展进步的动力之源，对人类社会进步、文明提升发挥着重要作用。近年来，相关文艺工作者在文艺创作、表演、研究等方面都越来越重视中华文化和发展中华文化。每一次社会的飞跃和文明的进步都离不开文化的历史进程。文学艺术是时代进步的号角，代表一个时代的风格，引领一个时代的潮流。“文变染乎世情，兴废系乎时序。”^[1]目前的传媒影视、新媒体都在政策管理方面有了进一步的加强，监管促并举，深化新媒体运营理念不断创新媒体运营，平台影响力矩阵建成，经营管理探索加快渐成体系。

2.2 《朗读者》案例分析

2017年，中央电视台推出大型文化情感节目《朗读者》。通过结合个人成长、情感经历、背景故事和永恒的杰作，用精美的文笔表达文字背后的价值。这个节目的目的是通过文

化的感染力量，鼓舞和教育人们，展现真实人物的生动情感。节目邀请各领域有影响力的嘉宾分享人生故事、演绎经典文学作品，展现生活之美、文学之美、情感之美。这档节目全面展示了董卿20多年的电视经验，她既是节目的主持人，也第一次担任制片人。董卿说《朗读者》中的“朗读”强调文字，“者”强调人。我们需要有血有肉地展现真实人物的情感，并为之感动，让观众邂逅广阔的世界。

节目邀请各领域有影响力的嘉宾分享人生故事、演绎经典文学作品，展现生活之美、文学之美、情感之美。每一期的《朗读者》都以一个主题词为核心线索。嘉宾围绕主题词分享自己的人生故事，朗读曾经触动他们并启发他们改变词语的一段话。以结合个人成长、情感经历、背景故事为主要叙事过程，贯穿故事中的文字与文学作品赏析，更进一步的延申文字作品之外的文化价值，以鲜活的人物与故事，让文字富有更强的生命张力。首期开播，董卿说：“朗读者就是朗读的人，朗读是传播文字而人则是展示生命……朗读属于每一个人，总有一段文字，影响生命的成长，总有一个人在生命中，留下抹不去的痕迹，朗读者，一个人，一段文。”首期《朗读者》邀请了著名话剧演员濮存昕、著名企业家柳传志、翻译家许渊冲、世界小姐冠军张梓琳，这一期以“遇见”为主题词，朗读者会遇见谁，而你又遇见谁，从此生命有了不一样的色彩。濮存昕朗读的老舍先生的《宗月大师》字里行间透着感恩；张梓琳为自己的人生另一个角色——母亲献上刘瑜的《愿你慢慢长大》，那一种来自母爱的无私与奉献，直击每一位母亲的心里；许渊冲先生无疑成为节目高潮，但朗诵起林徽因《别丢掉》依旧热泪盈眶，依旧情绪满怀。节目一经播出，瞬间掀起一股“朗读者流”豆瓣等主要影视评论网站评分极高，观众零差评。从中看出这一节目的成功在于制作者的设计、选题、录制的成功，也归功于对人们精神诉求的精准把握。在零差评的文化节目中“朗读者”成为综艺节目的一股清流，但是其成功背后也深藏着国人对中国文化的极大认可和对知识的饥渴。

朗读者的每期主题词都不一样，朗读者选取的文章也各不相同，不一定是100%的经典读物，但是每一篇短文都在诉说着人性以及与人相通的文化。比如首期的“遇见”，纵观文学典籍，有太多的言语来形容相遇这一浪漫的行为，先有“蒹葭苍苍，白露为霜，所谓伊人，在水一方”的心动邂逅；再有“这位妹妹，我曾经见过”的宝玉和黛玉第一次见面时的欢喜相遇；还有“遇到你之前，我没有想过结婚，遇到你之后，我结婚没有想过和别人”的一生承诺的遇见。短短的一段开场白，就以《诗经》《红楼梦》等中国经典作品作为引子，通过国人熟悉的文字与故事瞬间把人带入了文学与文化的精神世界中，这是文化的共鸣也是文学的魅力所在。

《朗读者》以“清流”之势打破了以娱乐为主体的综艺节目价值导向，它为中国人的精神文化找到了归属，为中

华文化的传承与弘扬打开了另一扇窗。

2.3 传媒创新与文化传播

传媒正如朗读者说的一样“有声的文字，无声的倾诉”，以传统的影视为基础，传媒展现出与互联网下产生的新媒体不同，它依赖于社会生活、依赖于文化创造更依赖于人作为主要创造者承载其生命。而人作为文化的核心，自然以人为载体的传媒与文化以人为核心有着极大的契合度。但是传统的影视传媒在新文化以及互联网冲击下，不得不以更加积极主动的改革创新态势谋求发展，与文化逆差的惊人数量相比，中国文化输出的内容也值得关注。多年来，中国的出口电影主要是功夫电影，而出版物则集中在花卉、昆虫、鱼、丝绸、茶、瓷器、武术等方面^[4]。而如同《朗读者》一样的综艺“清流”，在众多新媒体的激烈角逐中，以雄厚的制作能力和强大的人文团队角逐出线，以新的内容和质地充分展示出传媒的优势。与《朗读者》类似的还有《中国诗词大会》《见字如面》等，这些节目以不同于娱乐大众为目的的综艺节目，更多的时候是挖掘人性本身的真善美，从而也引发人们对文化的归属与认同。

媒体作为文化传承传播的关键媒介，电视媒体既是传统媒介也是创新传播的主渠道，已成为传播中华文化、诠释和弘扬中华文化精髓的重要媒介和工具。因此，节目设计中应融入大量中国传统文化元素，有效利用诗词、文字、中华文化的精髓。通过艺术手段展现中国传统文化的各种情感^[5]，对于中华文化走出中国、走向世界具有重要的作用和意义。

传播中华传统文化的迫切要求是设计出符合文化传播要求的高品质电视，生产出精美的电视，实行市场化运作。

3 汉语国际教育与传媒联动传播

汉语国际教育专业是以汉语推广及中国文化传播应运而生的专业，其主要专业技能就是汉语言教学及跨文化交际与文化传播，任何一名汉语国际教育教师都绕不开文化传播这一主要专题，因为作为教师本身就带有母体文化的深刻印记。而作为汉语国际教育教师在教学过程中对教学资源的有效利用会给自己的教学带来事半功倍的效果，那么可利用的资源就来自教材、教师自身学识以及对纸媒、传媒等教具的运用。

近年来，随着传播学的发展，已有研究者将目光投向该领域，试图运用传播学的一些理论来促进汉语国际教育发展。而汉语国际教育领域对传播学中关注最多的部分还是跨文化交际这一传播学分支，主要着眼于从跨文化视角分析

文化传播，从文化接受等角度分析学生的学习情况^[6]。但是，不同于语言或者文字的传播，传媒因其画面、配音以及文本、特效等媒体技术的运用，最后的传播效果会远远高于刻板的语言文字输出。基于对中国传媒的运用，汉语国际教育在教学资源的选取过程中，会对传媒有更大的趋向性选择，也对传媒的需求进一步提高，从画面的追求最终落脚于对内容的追求，所以越来越多的中国文化内容必将以多模态、多媒体方式出现在各类教学课堂，在教学中将文化传播。

汉语国际教育传媒联动文化传播，是以传媒的与时俱进的创新进步为基础，以汉语国际教育教师为桥梁搭建起中国文化传播与传承的虹桥，所以作为中国文化传播的载体与媒介，汉语国际教育教师与传媒各有要求。

汉语国际教育教师，首先要对中国文化有深刻的理解与认识，能在全球化下各式各样文化冲击下变“无选择性”为“有选择性”地取其精华，去其糟粕。而作为传媒发展中的新媒体要能够顺势而为，应时而变以更敏锐的文化触觉，去做好文化传承发展载体，多渠道多元的呈现多元文化，实现人与媒体的文化联动。

4 结语

在国家日新月异的发展中，中国传媒必须选择改革创新才能在新媒体丛生之中，继续保持优势。不同于对传媒技术、互联网特效的追求，随着人们对生活质量追求的提高，人们的追求已经从技术层面到内容层面，从物质的追求逐渐走向对精神文化的满足过渡，新一代传媒抓住这一焦点必将取得出乎意料的收获。

在传媒创新的视阈下，汉语国际教育作为中国文化传播的先锋，有效地利用传媒资源，在文化传播这一角度可实现高度契合，最后促进中国文化的传播。

参考文献

- [1] 程裕祯. 中国文化要略[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2011.
- [2] 田丽, 张华麟. 2016年新媒体发展回顾[N]. 本期聚焦·2016传媒年鉴, 2017.
- [3] 习近平. 在文艺工作座谈会上的讲话[N]. 新华社, 2015-10-14(001).
- [4] 肖永明, 张天杰. 中国文化软实力建设视域中的对外文化传播[J]. 现代传播, 2010(5): 6-10.
- [5] 倪烁. 基于中国文化传播的电视节目的设计和制作要点[J]. 新闻传播, 2013(4): 99-101.
- [6] 冀岚. 从传播学视角看汉语国际教育中中国文化的传播[D]. 西安: 陕西师范大学, 2014.