

抖音短视频 在我国传统文化传播中的应用

朱坚定

摘要:近几年,短视频实现了迅猛发展,传统文化把短视频当作依托进行传播早已变成一种趋势。对与传统文化有关的抖音视频进行制作和分享,能够给文化传播注入一些新鲜活水。本文针对短视频在文化传播方面的发展现状进行阐述,分析短视频在文化传播方面的优势与不足,进而借助短视频对传统文化传播的创新策略及隐忧进行探究。

关键词:传统文化 传播 抖音短视频

传统文化在以短视频为依托进行传播以前,大量传承者曾尝试用很多方法促使传统文化实现大众传播以及再生产。虽然其中一些努力卓有成效,但还是有不少文化领域处在半沉寂的状态。比如,手工纸伞整体销量较低,戏曲节目的收视率低等。这些传统文化需要有人传承。伴随抖音视频在年轻人当中的兴起,使得传统文化通过另外一种形式得以呈现,并且实现了快速传播。

一、短视频在文化传播方面的发展现状

短视频是最近几年开始流行的APP,其以年轻群体的喜好为依据制造出一些新鲜话题,鼓励用户充分发挥出自身优势,实现短视频具有的社交功能,进而给受众群体带来独特体验。如今,短视频很多新奇玩法使得传统文化变成新流行,并且让传统

艺术变得更具个性化。

(一)新奇玩法让传统文化变成新流行

2018年以来,抖音平台举办了很多以传统文化为主题的网络活动,涉及国画和戏曲很多领域。抖音平台上共有10个视频播放量累计过亿。其中笑出国粹范这个活动拥有18万用户,90后的参与者占比93%。相比青衣,多数用户更加喜爱武旦。而梅葆玖版的京剧《铡美案》选段视频得到557万次的点赞。

(二)抖音平台让传统艺术更具个性化

现阶段,很多和传统文化有关的艺术家都在抖音平台活跃起来,这给文化传播带来很多优质内容。抖音平台上的作者集中分布于民乐、武术、戏曲、手工艺以及书画等领域。通过抖音平台可以让传统艺术变得更具个性化。

1.传统戏曲内容与玩法的创新

抖音平台不仅把戏腔运用到了传统戏曲之中,戏腔也逐渐变成了风靡抖音的音乐元素,当前很多抖音平台上的热门流行音乐当中都包含戏腔元素。同时,抖音平台还创新了传统戏曲的玩法。以往京剧角色以及川剧变脸的戏曲妆容需要花费很长时间,这样才可展现戏曲的魅力和神韵。不过在科技帮助下,人们只需打开抖音,便可随时随地对不同样式的戏曲装扮进行切换,用户与

传统戏曲的接触更为便捷。

2.对非遗手工艺进行个性化呈现

抖音平台上不少非遗的传承者都开设了账号,变成抖音平台非遗艺术代言人,并主动对非遗艺术进行宣传与个性化解读。因为不同传承者具备不同艺术风格,所以非遗传播就呈现出个性化特点。同时,通过剪辑获得非遗手工制作的视频,不仅可以对复杂工艺与精美成果进行生动展现,还可融合非遗的精神内涵与历史由来。像诸暨的非遗项目“次坞打面”制作成抖音短视频,首次推出粉丝量即达20万。

二、短视频在文化传播方面的优势

和传统媒介使用的传播形式不同,短视频在文化传播方面进行了大胆突破,通过创新形式来传播文化,收获较好效果。短视频在文化传播方面的优势主要包含以下几个方面:

(一)传播内容的典型化与碎片化

抖音视频可以将抽象事物具象化,将复杂事物简单化。抖音平台有包含民俗活动、特色美食、历史文物、城市建筑、民俗文化和传统工艺的展示,加上音乐、特效及滤镜处理,传统文化素雅古朴的特质得以提升。在特色美食方面,像西安的肉夹馍、钟鼓楼及灌汤包子全都拥有大量粉丝,制作肉夹馍过程的视频点赞超过了10万。不

少人对于西安文化的兴趣都始于肉夹馍。抖音通过15秒视频快速吸引了人们的注意,最初的3秒极短视频呈现的是最精华的内容。一条短视频假设无法在3秒之内吸引眼球,就会被人们忽略。所以,抖音短视频内容具有典型化与碎片化的特征。

(二)传播形式具有新鲜感与互动感

纸媒与电视报道传统文化时,受众参与度较低。如今,在以受众为中心的背景下,抖音能够满足受众希望得到关注的需求。在抖音上,用户只需注册登录,便可随时发表自身看法,还可以相互评论回复。这种参与感与互动感是抖音带给人们的新鲜体验。那些对传统文化较感兴趣的人可以从自身独特理解的角度出发,借助抖音平台上传个性十足的短视频。喜欢看抖音的人可以在平台上及时和作者进行交流。当前,民族音乐、传统书画和古诗词都能在抖音上得到生动形象地呈现,这也让更多的人对传统文化的韵味有了更好地了解。

(三)对传统内容进行全新诠释

当前,抖音平台发起了与传统文化有关的话题互动,通过有趣别样的方式对传统文化加以诠释,可以让年轻人和传统文化进行直接对话,进而拉近年轻用户与传统文化间的距离。目前已有七家国家级的博物馆入驻抖音,联合推出了博物馆创意性抖音视频大赛,希望通过与年轻人贴近的表达方式让文化遗产走入年轻人的视野。比如,借助骨节动画和配音特效,把流行元素与国宝进行融合,对国宝进行年轻化的演绎,使得展台上静止的国宝真正地动起来。2018年,共青团中央宣

传部与抖音平台合作,在抖音APP上发起了“我要笑出国粹范”的挑战活动,借助短视频这种方式让人们感受国粹魅力,对传统内容进行全新诠释。

三、短视频在文化传播方面的不足

作为一种新型媒介,短视频吸引的多是一些年轻群体,当前有不少文化程度较低、年龄较大的人不会使用短视频。为了在短时间之内吸引眼球,短视频并未对文化的深层意义加以考虑。同时为迅速占领市场,很多平台都缺少创新,致使内容和形式都有似曾相识的感觉。

(一)传承人对短视频未能充分利用

现阶段,传统文化传播范围在逐渐扩大,抖音平台的粉丝与用户在不断增长,其在人群中的影响力正在逐步上升。但真正在抖音平台对传统文化进行传播的依然占据少数,其中多数传播人员都缺少视频制作的有关知识,很多作品缺少专业性,很难吸引大众,很多优秀文化面临被埋没的趋势。特别是不少传承者的年龄较大,无法运用网络和智能手机这些现代设备,很难借助短视频对传统文化进行有效传播。这样一来,传统文化的广泛传播存在不少障碍。

(二)忽视传播的深层文化意义

在借助短视频对传统文化进行传播时,传播者常常忽视了深层意义的文化传播,通过欺骗消费者忽视传统文化当中艺术展示与表达具有的严肃性。抖音平台的象征意义与博物馆当中千禧年的文物重新进行结合,可以加大对年轻群体的吸引力,同时给传统文化的传承带来不少好处。但不可忽略的是,与流行文化结合的这部分传统文化,

其具体传播内容往往有别于传统文化的真正意义。比如,虽然首届文物大会十分新颖,然而H5动画旨在对文物本身进行形象生动的展示,无法对文物背后的文化由来与变迁进行详尽介绍。尽管整场活动能够给人们带来较好的视觉体验,但缺少对用户和观众的后续引导。全新表现形式虽然能给文化提供新的传播途径,但也给传统文化具有的原始意义造成一定冲击。如何在追逐潮流的同时,对传统文化真正内涵予以诠释,是短视频在对传统文化进行传播时需要探究的重要问题。

(三)表现形式单一,缺乏创新

实际上,短视频把UGC用户创作内容当作主体,其并不是专业生产,所以会受到表现形式和视频技术的限制。同时,培养国内用户视频应用习惯的周期较长。与国外用户相比,我国网民的性格内敛,拍摄出来的视频通常缺少创意,而且表现形式也十分单一。比如,各大短视频APP的视频形式和视频内容都大同小异,短时间之内可以吸引一些受众群体,但时间一长,人们就会产生厌倦感,进而影响了文化传播的效果。

四、借助短视频对传统文化进行传播的创新策略

短视频这一平台若想实现长远发展,对传统文化加以有效传播,需要对自身不足加以弥补,并且制定一些创新发展的策略。

(一)对抖音平台具有的社交功能加以运用

传统文化若想拥有活力,不能只停留于一部分人的行动,必须流行于大众,这样才能把传统文化发扬光大。相比于传统媒体这种传播方式,抖音平

台具有较强的社交性,吸引了各个年龄段的人,特别是年轻人,其在很多热门视频下面都有很多用户留言,人们可对视频内容进行讨论,引起观看人员的共鸣,对视频当中的一些行为进行模仿。这样一来,视频制作团队就会逐渐扩大,视频的制作人员与观看人员都会参与到文化传播当中。

同时,政府相关部门也可以和抖音平台合作,一同对短视频有关活动进行规划,强化传统文化与时政活动的展示与交流,可以促使传统文化与时政活动的快速发展以及传播。比如,今年抗击新冠肺炎疫情的阶段,诸暨市融媒体中心制作了20多个抖音短视频进行广泛宣传,达到了人人皆知的效果。抖音短视频能够给特色文化与时政活动提供传播平台,让人们通过不同形式参与其中,让传播有好的效果。

(二)设计多元化的传播内容

伴随抖音平台的火爆,该平台上的传统文化通常可以引爆话题,对京剧进行完美演绎的美好奇妙之夜就是其中的一个代表。京剧是一门国粹,同时还是难以和潮流接轨的传统文化。随着时间流逝,京剧逐渐“潮”起来了。^①如今,很多流行音乐都添加了一些京剧元素,很多影视剧中也经常可以看到京剧的身影。在抖音上,传统文化有关内容逐渐丰富,并且变得多元化,这让传统文化与人们更加贴近。但是相比于传统文化具有的深层意义,抖音平台上的内容比较浅显。平台推送视频多是搞笑视频,和传统文化存在关联的视频并不多。^②现阶段,抖音上和传统文化有关的视频主要是京剧、中

国功夫、汉服、手工制作、民俗风情、书法、餐桌礼仪、中式婚礼以及中国美食等,同时内容太过零散,难以形成体系,存在严重的同质化现象。鉴于此,当前抖音平台需与其他平台进行合作,一同推出多元化的传播内容,丰富视频影像,这样才可吸引更多人的眼球。

(三)坚守文化之根,进行合理创新

对传统文化进行现代表达,可以在当代社会让传统文化具有新的活力。不过,在对新的表达加以追求的同时,需要坚守住文化之根,在此基础上进行合理创新,而不能一味对现代化的审美趣味进行迎合,不然过度的娱乐化会导致传统文化逐渐走向低俗化。在传统文化中融入一些流行文化的元素时,需要坚守住传统文化原本的精髓,传播文化的深层意义,进而让传统文化真正地活起来。

此外,可以推动传统文化进行跨界演绎,这样能够对传统文化原有的表现形式进行创新。^③在当前数字时代,单一性的文化内容无法满足大众的需求,传统文化的继承和发展需要多姿多彩的样态。通过不同方式对传统文化进行表达,和而不同是文化应当具备的姿态。

五、短视频传播传统文化的隐忧

抖音内容如今广受人们关注,在当前内容为王这个时代之下,内容具有的文化价值可以直接影响抖音平台的未来走向。^④

(一)视频内容同质化严重

抖音是一款以音乐短视频为主打的APP,对于同一首歌进行模仿化以及重复化的趣味演绎十分常见。^⑤对口型也是抖音视频中的一个重要部分。尽管这种模式可以提升视频内容

具有的趣味性,但这类内容也让抖音平台逐渐走向同质化,使得人们陷入到模仿的这个怪圈之中,视频内容变得非常狭窄。^⑥此外,侵权现象层出不穷,不少热门视频经常被其他平台复制,变成吸引用户的有利工具。^⑦在新媒体时代,作为文化传播者,需要制作多样化的内容,并且创造出更具文化价值的作品,保证作品的原创性。

(二)信息良莠不齐且泛娱乐化

当前,抖音平台的管理模式还有待优化。众所周知,文化和价值具有共存关系,假设无法创造价值,那么就难以领导文化,而且反之亦然。因为抖音平台的准入门槛非常低,该平台存在不少低俗消极的短视频。对这些低质量的视频内容进行传播,不仅会对人们思想以及价值观产生影响,同时还对抖音平台价值造成较大影响。不仅如此,很多传播学者开始把抖音视频和娱乐至死联系在一起,在网络社区,泛娱乐化的视频内容极易导致人们沉迷于虚拟世界难以自拔,这会为社会带来很大的不利影响。

六、结语

综上所述,传统文化如今已经焕发出了强大生命力,短视频把传统文化和现代文化进行紧密连接,但在新型传播形式下也面临很多挑战,这些都要求文化传播人员与视频制作人员探索传统文化的维护与文化交流间的平衡,坚守住文化之根,并且进行合理创新,使得传统文化真正地活起来。

参考文献:

①王淑慧:《中国民间传统艺术与民俗文化短视频传播研究》,西部广播电视,2020年第1期。

②陈江江:《主流媒体短视频传播策略分析——以〈人民日报〉抖音短视频为例》,新闻爱好者,2019年第12期.

③李嘉嘉:《抖音短视频中红色文化传播的新路径》,新闻研究导刊,2019年第10期.

④薛倩:《新媒体社交短视频

平台中的传统文化传播研究——以抖音中的华州皮影传播为例》,传媒论坛,2019年第2期.

⑤赵玉霞、王冰:《优秀传统文化短视频的网络传播》,青年记者,2019年第29期.

⑥芦鑫:《新媒体视阈下短视频文化传播分析——以抖音

短视频为例》,汉字文化,2019年第18期.

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》,当代传播,2019年第5期.

(作者单位:诸暨市广播电视台)