

基于“四全媒体”的梅山文化传播维度研究

李江宁 赵旭菁

(湖南大众传媒职业技术学院, 湖南 长沙 410004)

【摘要】作为湖湘地域文化的重要组成部分,梅山文化拥有极高的历史文化价值与科学研究价值。当前,梅山文化传播渠道较为单一,梅山文化的传播力与影响力有限。本文旨在探讨梅山文化传播维度的创新研究,通过调查法和文献资料研究法,从“四全媒体”战略出发,构建基于“全程媒体”“全息媒体”“全员媒体”“全效媒体”的梅山文化传播矩阵,力求通过全方位、多角度传播来创新梅山文化传播维度,彰显我国传统文化自信魅力,助力乡村振兴。

【关键词】四全媒体;梅山文化;传播

一、研究背景

2022年8月,中共中央办公厅、国务院办公厅在《“十四五”文化发展规划》中指出:“十四五”时期是推进社会主义文化强国建设、创造光耀时代光耀世界的中华文化的关键时期。进入新发展阶段,文化是推进“五位一体”“四个全面”战略布局的重要内容、是满足人民日益增长的美好生活需要的重要因素、是迎接新一轮科技革命浪潮的重要领域、是实现中华民族伟大复兴的重要力量源泉,还是应对世界百年未有之大变局和新冠疫情全球大流行交织影响的重要软实力^[1]。中国是历史悠久的文明古国,其传统文化为华夏人民提供了重要的精神支柱和文化认同。作为湖湘地域文化的重要组成部分,梅山文化的传承与创新亟待新兴媒体赋能。

全球一体化趋势下,大众传播无处不在,信息和媒介正以无孔不入的势头渗入人们的生活。快餐式的信息不仅没有拉近人与人之间的距离、加深文化和文明的深入交流,而且适得其反。“四全媒体”战略则为深陷混沌信息泥潭的优秀传统文化传播指明方向。

(一)梅山文化内涵

就语言学的概念而言,梅山文化是指长期生活在梅山地区的人们形成的“心理模式”的综合体现,这一体现不仅代表着“语言背后的东西”同时还代表着这种文化历史遗传下来的习惯和信仰以及创造此文化的人们生活组织和社会结构^[2]。古梅山地区覆盖湘中大部,辐射至四川、云贵等我国西南地区,蕴于其地的梅山文化拥有千年历史。梅山居民信奉具有系统的神、符、演、会、教义的原始宗教“梅山教”,尊张五郎为神,民风强悍。其语言侏离,有着“十里不同音”的特点,保留了部分普通话的发音,也揉合了湘音、粤语、吴语等音调。渔猎文化和武术文化是

梅山文化的重要组成部分,“上峒梅山上山打猎”“中峒梅山捐棚放鸭”“下峒梅山打鱼摸虾”是当地民俗的主要特征。梅山地区还拥有丰富的艺术形式,剪纸、滩头年画、布袋戏、傩戏等都是梅山人原始思维特征和生活方式的艺术载体,具有浓郁而鲜明的地域性、民族性和独特性。由此可见,梅山文化博大精深,它涵盖了历史学、宗教学、民俗学、生态学等诸多方面,但随着社会现代化加速、生产方式和生活方式的变革以及老一代人们的相继去世,梅山文化正遭遇破坏或流失,民风民俗也经历断联和失传。梅山文化的历史文化价值、学术研究价值不言而喻,其民族性、历史性和未知性亟待研究与传承。

(二)梅山文化传播现状

文化传承的两个重要方面是保护与传播。当前,梅山文化受到越来越多的学者关注,据知网统计,关于梅山文化的文章共有704篇,其中梅山文化保护相关文章107篇,分为梅山物质文化保护和非物质文化遗产保护。梅山物质文化保护多以“梅山文化园”为载体进行梅山文化建筑环境的保护研究:彭鹏、陈飞虎从选材、木工制作、立梁上架等方面还原梅山地域性建筑营造方法^[3];易婷基于空间句法理论对梅山文化园空间的点、线、面层次进行了量化分析,揭示其内在组织规律^[4]。关于梅山非物质文化遗产保护的文章包含了梅山非物质文化遗产的方方面面,熊莹、陈飞虎等对梅山婚丧剪纸的民俗文化及艺术特征进行了分析研究^[5];赵书峰就湖南瑶族还家愿仪式与梅山教仪式音乐及其之间的关系问题进行了考察、分析与比较研究^[6]。而有关梅山文化传播的文章有85篇,其中梅山文化的数字化保护是学者关注的焦点:杨智将梅山民间文化图案进行数字采集、数字储存、数字处理、数字展示与数字传播^[7];苏智、

肖沛昕等探索梅山文化数字化文创形象与应用服务^[8]。关于梅山文化传播的研究止步于“数字化”研究,传播渠道较为单一,鲜有从传播学的角度全面探讨梅山文化传播的文章,这为梅山文化传播研究留下空间。

二、“四全媒体”认知与梅山文化传播价值

(一)“四全媒体”科学释义

社会发展先后经历了农业革命、工业革命、信息革命三个阶段,每一次产业技术革命都给人们的生活带来巨大的变革和影响,“四全媒体”正是在传播现象发生深刻变化的背景下提出的经典论述,为媒体的融合与发展明确目标。全媒体是针对不同受众需求,综合利用多种媒介形式,通过多渠道、多平台、多载体,将信息的生产、传播和消费进行全面、多层、融合的新媒体。而“四全媒体”是从时空、媒介、主体和效能四个维度赋予全媒体四项基本特征,即“全程媒体”“全息媒体”“全员媒体”和“全效媒体”。“全程媒体”是指利用多种媒介形式和渠道对事件及过程进行全方位的报道并传播,让受众全方位了解和感知事件的全过程。“全息媒体”是利用新媒体技术提升物理空间的仿真程度,减少物理信息源的失真与误差,将传播内容进行标准化、数据化记录,并进行多维度、多侧面再现。“全员媒体”是指任何公民都可参与媒体内容的创作、传播与互动。“全效媒体”是通过多种媒介、载体、技术的应用,释放事件的更强大效能,从而增进受众的广泛认知。“四全媒体”拓展了全媒体的内涵与外延,深化了对全媒体概念认知,推动了媒体融合发展的创新实践。

(二)“四全媒体”于梅山文化传播的价值阐释

2021年8月,《湖南省“十四五”文化发展规划》强调“推进媒体融合,建设现代传播体系”“围绕重大主题讲好湖南故事”“加强文化交流品牌建设”“拓展文化合作平台”^[9]。2022年8月,国家在《“十四五”文化发展规划》中,明确建设全媒体传播体系要“加快推进媒体深度融合,有效整合各种媒介资源、生产要素,推动在信息内容、技术应用、平台终端、管理手段等方面共融互通。”^[1]树立梅山文化符号和民族形象、打造梅山文化品牌、丰富梅山文化传承和传播的理论体系,契合当下时政热点,对推动梅山文化保护有着积极意义。当前,传统的媒体传播形式已无法满足人们对信息获取的需求,“四全媒体”深刻呈现了全媒体的发展大势、揭示了全媒体的发展规律、阐释了全媒体的核心内涵。“四全媒体”赋能梅山文化传播是顺应当下全媒体时代发展变革的重要战略指引,也为中华优秀传统

文化传播提供新的范式。

三、梅山文化传播的“四全媒体”维度研究

(一)“全程媒体”——全面把控

利用“全程媒体”传播梅山文化有着重要意义:一方面,全媒体的图像、声音、文字等方式可使梅山文化的信息呈现出碎片化、颗粒化特点,为受众得以充分解读梅山文化的内涵和特征提供契机,最终使受众形成对梅山文化的新观念与新认知;另一方面,“全程媒体”突破了时间和空间的限制,避免了传统报道可能存在的片面性或时效性局限,从而实现报道的全方位实时展现与传播。2018年腊月二十九至大年初三,“直播奉嘎山”大型文旅主题推广节目通过五天的直播全面展示了梅山文化中打糍粑、扎春牛、舞地龙、长桌宴、庙会等特色活动,从民俗、地理、历史、文化、故事等角度全方位再现梅山地区的民俗、风貌,还原梅山文化的原真特色。主持人与数十万网友一同打破地理界限,在当下及时、同时深度体验梅山文化“云旅游”,实现梅山文化传播活动“零时差”“零距离”。在“全程媒体”影响下,一方面,全流程跟踪、全方位挖掘、多渠道曝光拓宽了梅山文化传播的深度与广度;另一方面,梅山文化传播也实现了从定时性、延时性向即时性、全时性转变。

(二)“全息媒体”——多维呈现

如果“全程媒体”是对梅山文化传播的更高要求,“全息媒体”则是从技术层面将梅山文化进行立体化、数字化、虚拟化的重要保障。科学技术的进步和媒介形态的升级使得传播手段呈现沉浸式、虚拟化、全感官趋势,5G网络和全息技术的应用可实现梅山文化的全形态表现、全渠道传播与全维度拓展。当前,梅山文化传播主要依靠图文与视频,如成立于2017年的“映像梅山”微信公众号,共发布了近1000余条梅山人物、武术、社会、历史相关的原创内容;新化县官微账号“新化旅游官方”“梅山龙宫景区”微博号、“在线看新华”微博号等也通过文字、图片、视频等形式介绍梅山的历史、发展与变化。而游戏则可改变图文与视频渠道单向传送与被动接收的固化模式,增强受众的体验性与交互性。2021年12月于湖南省博物院展出的“至纯至美——单色釉瓷器展”,观众除了能近距离地感受文物的静态信息,还能参与互动屏幕上的瓷器制作小游戏,互动性与体验感大幅提升。除了游戏,直播、动画、H5、VR、AR等形式皆可图文并茂、声像俱全地展示梅山文化。

(三)“全员媒体”——全员发声

传统的传播格局往往由一元主导,网络与移动端的发展使得大众传播逐渐呈现去中心化、去主体化

和双向交互的传播态势。如今,传受双方的界限不断模糊,传统信息的接受者也可以作为传播主体完成传播行为,“人人都有麦克风”已成为当下传播的新格局。在抖音平台搜索“梅山文化”,筛选“企业认证”与“个人认证”的用户就有47个,内容囊括梅山旅游、梅山黑茶、梅山音乐等方面,“普通用户”也有70余人次,其中不乏“梅山文化传人”“梅山文化宣传人”“梅山文化传播者”等个人账户。在“全员媒体”的趋势下,梅山文化传播的主体不再只是当地县政府、文旅局等官方机构,更多的是对梅山文化感兴趣的民间组织和个体。在传播过程中受众既是梅山文化的被动接受者,又是主动生产者和传播者,在信息的往来中,梅山文化实现双向解读与价值倍增。

(四)“全效媒体”——三效集成

“全效媒体”集新闻传播、舆论引导、社会服务等多种功能于一体,在原有“传播效果”的基础上对“经济效益”和“社会效能”有了更高要求^[10]。“全效媒体”要求媒体不仅仅是信息的传播者,更是服务的提供者,媒体传播需立足人工智能、物联网、大数据等技术实现传播的全面化与精准化,将传统的“人找信息”转变为“信息找人”,不断挖掘梅山文化内容并精准预判和投送,切实提高传播效能。

于“传播效果而言”,电影《你好,梅城》通过镜头,带领观众品梅山特色擂茶,听动听梅山山歌,看酣畅淋漓的梅山武术,一起领略梅山文化的独特风情。全球230多个国家和地方,460多万人次观看了该片,传播效果明显。

于“经济效益”而言,湖南卫视“直播奉嘎山”节目除全程再现梅山文化,还衍生出网红经济以及“云销售”模式:“网红农民”通过直播带货为梅山农特产品代言,带动品牌“出圈”,把老百姓的“好产品”变成“好名片”“好收入”;“宣传推介官”用直播讲好梅山故事,带动梅山文化旅游,经济效益显著。

于“社会效能”而言,随着梅山文化的影响力日趋扩大,2023年4月,农发行新化县支行投放1.605亿元贷款用于支持新化县梅山古城文旅建设项目。该项目基于广袤的梅山文化底蕴,培育梅山文化、旅游与新型城镇交织,以此带动区域旅游产业发展,推动新化县文旅产业发展与社会经济可持续发展,实现乡村振兴,增强社会效能。

四、结语

梅山文化作为湖湘地域文化的一支,肩负着湖湘文化符号和民族形象树立的重要使命,亟待传承与传播。“四全媒体”理论架构从“全程媒体”“全息媒体”“全

员媒体”“全效媒体”四个维度为梅山文化传播注入新的活力,也为湖湘文化品牌构建与发展提供指引。基于“四全媒体”维度的梅山文化传播,是全方位、多渠道、多主体、全效能的传播,以梅山文化为起点,坚定我国优秀传统文化自信,构建梅山文化“四全媒体”传播矩阵,为助力乡村振兴作出应有贡献。

参考文献:

- [1] 中共中央办公厅,国务院办公厅.“十四五”文化发展规划[EB/OL].https://www.gov.cn/jzhengce/2022-08/16/content_5705612.htm, 2022-08-16.
- [2] 李敬民.梅山文化概念之界说[J].贵州大学学报(艺术版),2022,36(04):73-79.
- [3] 彭鹏,陈飞虎.梅山文化园木建营造[J].中华建设,2013(10):84-85.
- [4] 易婷.基于空间句法的梅山文化园空间形态研究[D].湖南大学,2014.
- [5] 熊莹,陈飞虎,张雅妮.湖南梅山婚丧剪纸的民俗文化内涵与现代艺术演变[J].装饰,2014(02):73-75.
- [6] 赵书峰.湖南瑶传道教音乐与梅山文化——以瑶族还家愿与梅山教仪式音乐的比较为例[D].中央音乐学院,2011.
- [7] 杨智.梅山民间艺术图案的数字化保护与传播研究[J].传播力研究,2019,3(24):177.
- [8] 苏智,肖沛昕,杨思,等.梅山张五郎形象的数字三维重塑与文创研究[J].湖南包装,2019,34(02):40-44.
- [9] 中共湖南省委宣传部.湖南省“十四五”文化改革发展规划[EB/OL].http://hunan.gov.cn/topic/hnsswgh/ghwj/202110/t20211021_20832589.html, 2021-08-11.
- [10] 丛楠.全媒体矩阵构建下档案文化传播力提升:价值、机理及实现路径[J].档案天地,2023(03):18-24.

基金项目:湖南省教育厅科学研究项目优秀青年项目《新文旅业态下梅山文化多维传播矩阵研究》(20B116)

作者简介:

李江宁(1989—),女,湖南大众传媒职业技术学院,硕士,讲师,研究方向为环境艺术设计。

赵旭菁(1989—)女,湖南大众传媒职业技术学院,硕士,讲师,研究方向为环境艺术设计。