

欢迎按以下格式引用:郭桂村,李臣.中国武术文化全媒体传播的理路选择[J].长江大学学报(社会科学版),2021,44(4):86-92.

中国武术文化全媒体传播的理路选择

郭桂村^{1,2} 李臣¹

(1.长江大学 教育与体育学院,湖北 荆州 434023;2.西安交通大学 人文社会科学学院,陕西 西安 710049)

摘要:采用文献资料、案例分析和头脑风暴等研究方法,运用文化学、传播学和社会学等多学科理论知识,以“构建全媒体传播格局”国家意志为引领,对中国武术文化全媒体传播质的变化、双刃剑效应以及应然理路进行了学理性分析与设计。认为,中国武术文化全媒体传播遭遇的媒体融合彻底改变人类文化传播格局和新媒体引发武术文化传播模式质的变化,促使中国武术文化全媒体传播呈现出融媒体助推中国武术焕发新型生命力和全媒体消解着中国武术的核心竞争力双刃剑效应。面对国家层面将中国武术的传承发展和海外传播工作提升至前所未有的国家战略高度,我们尤其应该对中国武术文化的承传发展规划树立媒体融合创作意识,打造中国武术文化精品;强化武术文化信仰教育,坚定中国武术文化自信;坚持内容为王的核心优势,规避武术传播“去中心化”风险;优化中国武术传播模式,开启其全媒体传播范式,以应答当下中国武术媒介化形态嬗变与创新国家意志时代诉求。

关键词:中国武术文化;全媒体传播;理路选择

分类号:G852 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-1395(2021)04-0086-07

“努力打造全媒体对外传播格局,讲好中国故事,传播中华文化”^[1]的国家意志,以及“统筹推进‘五位一体’总体布局、协调推进‘四个全面’战略布局,文化是重要内容;推动高质量发展,文化是重要支点;满足人民日益增长的美好生活需要,文化是重要因素;战胜前进道路上各种风险挑战,文化是重要力量源泉”^[2],使得全媒体视域下的中华优秀传统文化传承创新,赢得了其厚积薄发的发展空间。因此,对于当今时代融媒体展现出的旺盛生命力,作为中华优秀传统文化重要组成部分的中国武术,必定能够借助全媒体传播呈现出的视频化、智能化、移动化等突出优势,彰显其与时俱进的“文之道、时为大”历史使命与责任担当。

事实上,面对“全媒体不断发展,出现了全程媒

体、全息媒体、全员媒体、全效媒体,信息无处不在、无所不及、无人不用,导致舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化、新闻舆论工作面临新的挑战”^[3]客观现实,中国武术在利用全媒体跨越年龄、阶层、国别、文化差异等先行优势,促使武术讯息的传播呈现出及时性、互动性、广泛性等特征,获得普罗大众的中国武术“健康促进、祛病延年、提振精神”^[4]等文化认同之外,更使武术传播者的主体地位变得模糊,并催生了新型武术传播“意见领袖”群体,从而导致中国武术因传播媒介的“去中心化再中心化”问题,引发了中国武术传播内容的“娱乐化、庸俗化、碎片化”现象。鉴于此,面对传播媒介展现出的“双刃剑”效应,唯有把握全媒体时代媒体融合大势,厘清全媒体“大考”对于中国武术发展带来的机遇与挑战,才

收稿日期:2021-03-21

基金项目:国家社会科学基金重点项目“中国武术深度国际化传播研究”(17ATY011)

第一作者简介:郭桂村(1982-),女,河南南召人,讲师,博士研究生,主要从事武术历史与文化研究。

通信作者:李臣(1980-),男,河南南阳人,教授,博士,楚天学者,博士生导师,主要从事武术文化传播研究,E-mail:Li-chenlichen2008@163.com。

能为全媒体视域下中国武术文化的主体性重塑与创新提质增效。

一、中国武术文化全媒体传播质的变化内涵阐释

根据麦克卢汉“媒介是社会发展的基本动力,每一种新的媒介的产生,都开创了人类感知和认识世界的方式,传播中的变革改变了人类的感觉,也改变了人与人之间的关系,并创造出新的社会行为类型”^[5]媒介理论认知,媒介拥有改变一切的力量广泛认同度,使得媒体新技术的快速变革对文化传播产生重要影响同时,更敦促作为推动中华文化“走出去”典型载体的中国武术,主动探寻其全媒体传播的创新路径。

(一)媒体融合彻底改变人类文化传播格局

众所周知,“媒介总是用来进行交流与沟通的,无论是用语言、声音、文字,还是图示、影像,都在信息的流动过程中创造了文化”^[6]。因此,从媒介传播与文化形态关系的学理分析来看,一种主导性媒介不仅能够催生一种新的文化形态,而且还能使其借助此种文化形态广泛而深入地渗透到人们生活的各个方面,从而使文化展现出与时俱进的现代性和生命力。如处于口语媒介和印刷媒介时代的中国武术,由于受到“社会从顶层到底层,只有单向行动,没有互动,不需讲理”^[7]的皇权社会普世规则的深层影响,使得精通武术技能和功法的拳学名家受到尊敬和崇拜的同时,更促使中国武术在这样的社会环境里被不断模仿,并代代相传。当然,随着人类社会发展和多元化媒介形态的出现,作为具有中华民族文化特色的中国武术,在传递其合于时宜的惠及广大民众健身、娱乐、增进感情等多样化需求普世功能的同时,更向世界民众展现着其“在跨国交流与合作中,跨越价值理念、风俗习惯、宗教信仰等方面存在的障碍,对‘亲诚惠容、民心相通’作出突出贡献”^[8]的融通效能。

在媒体融合逐步推向纵深的新时期,因全媒体是“综合运用多种媒介表现形式,如文、图、声、光、电,来全方位、立体化地展示传播内容,同时通过文字、声像、网络、通信等传播手段来传输的一种新的传播形态”^[9],使得其展现的拓宽信息受众覆盖面、降低信息的创建和传播费用,以及信息内容的聚合效应等多重优势,在最大限度地提升自身的话语权和核心竞争力同时,也从根本上改变了人类文化的传播格局。因为,媒体融合的过程,既是把不同媒介

的优势相叠加的过程,又是把不同信息源发布主体有效集聚于同一全媒体传播平台的过程,更是普通民众了解国内外形势、文化纵横、娱乐播报、生活点滴等多样化原发信息的最佳途径。因此,就“媒介即讯息”“传播就是文化”呈现出的“媒介的变迁总是会带来文化的变迁”^[10]学理内涵认知来讲,现阶段的媒体融合大趋势,已然表现出重组人类文化传播新格局的强大引领力和文化自信底气。

(二)新媒体引发武术文化传播模式大变局

总的来说,新媒体,“有别于传统媒体,区别于报纸、杂志、广播、影视等,是一种主要依托网络连接,以电脑、手机等电子设备为载体,打破时间和空间限制,即时接收和发送信息的媒体方式”^[11],它不仅能够把其发布的信息以文字、图像和声音等复合形式全景呈现,而且还可以借助有效的编辑和链接,随时植入各类网络信息终端,从而使信息汇入互联网的多模态数据信息系统。这一点,对于传统媒介的信息传播模式产生着颠覆性的影响,更对中国武术文化的传播和接收方式带来质的变化。因为,传统的“传播主体——传播媒介——目标受众”中国武术信息传播范式,其表现出的单向性传递特征,使得武术传播主体拥有极其强大的话语权和权威性,武术目标受众在被动接受传播媒介传递的武术讯息而缺少必要的信息反馈情况下,致使武术传播主体和目标受众的互动型良性交流局面难以形成,从而使中国武术文化在此种传播模式中呈现的即时性、准确性和互动性等优势不明显。

基于“中国人独特的思维方式、行为规范、审美观念、心态模式、价值取向、人生观和宇宙观等在武术中都有集中地反映”^[12]客观事实,要使中国武术在新时代的媒体融合大势中高质量展现其“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务”^[13],我们理应明晰全媒体时代媒体融合凸显的移动化常态化、智能化如日中天、视频化汹涌湍急等新态势,对中国武术传播面临的“传者”和“受众”身份变得模糊,传播内容多元化、碎片化、互动性、非线性等特征,传播渠道与日俱增,所提出的全媒体思维发展要求。具体来讲,就是在全媒体语境下,只要您想@中国武术,每个人都能够成为中国武术信息的内容生产者和传播者。并且,中国武术传播主体的多元化、传播权利的全民化,以及催生新的中国武术传播“意见领袖”群体等特征,都在快速变换着中国武术传播者、受众和把关人的身份,从而使全媒体传播语境下的中国武术遭受前所未有的大变局。

二、中国武术文化全媒体传播呈现的双刃剑效应

唯物辩证法的原理告诉我们,事物的发展总有其两面性。基于此,对于身处波涛汹涌的媒体融合大潮的中国武术文化重塑与创新来讲,全媒体作为21世纪人类社会发展客观存在的新生事物,它所透显出的积极因素和消极影响,也必然对新时代中国武术的传播效益产生多维面向的独特作用。

(一)融媒体助推中国武术焕发新型生命力

党的十八大以来,中国武术虽然在“文化强国”“体育强国”“教育强国”等国家意志引领下,迎来了前所未有的国家政策支持与发展空间,但随着“从文字、印刷术到电讯技术,再到如今的互联网,人类传播经历了从‘铅与火’、‘光与电’到‘数与网’的发展,媒体格局、传播方式、舆论生态都随之发生了深刻变化,重组着内容生产与信息传播的链条,一个‘万物皆媒’的全媒体时代已经到来”^[14],更促使其展现出合于时宜的新型智慧和正能量。因为,在全媒体时代的中国武术文化传播过程中,新兴媒体不仅融合了人际传播、组织传播和大众传播的多重优势,呈现出“葡萄藤”现象的信息传播,以及信息传播路径的网状化和裂变式特征,使得中国武术文化传播者和受众的角色关系逐步趋于平等,而且还打破了传统的中国武术文化传播媒介壁垒,调动了广大受众的主观能动性,增强了他们传播中国武术文化的参与感和自觉性,从而使中国武术在全媒体时代的传播表现出多种可能性。比如,“社会上的一些产品通过虚拟现实技术和人工智能技术集结太极拳、八段锦、五禽戏、八卦掌等多种武术,将武术动作标准化,让人们更易学习互动,并且在强身健体的同时更具娱乐性”^[15]。此种武术文化产品的运作模式,显然已倾注“以人民为中心”的创作理念,它不仅诠释着“努力实现传统文化的创造性转化、创新性发展,使之与现实文化相融相通,共同服务以文化人的时代任务”^[16]国家意志诉求,而且还使目标受众体验到了超越年龄、性别、职业,以及时空等因素限制,促使个体自身武术素养提升的科技助力获得感。再者,部分国内知名文化企业,为了传播中国武术文化,利用媒体融合技术,促使其呈现出多维新型文化业态。如由中国对外文化集团公司出品的大型综艺舞台剧《武林时空》,“该剧以中华武术为主题,运用多媒体3D灯光技术,将中华武术与舞台效果融为一体。在动作编排和舞美设计中,演出植入多元艺术和娱乐

元素,整个剧目颇具观赏性和娱乐性”^[17]。此外,2020年春晚《武林雄风》节目,更是通过360度环绕景观、奇妙的“裸眼3D”效果,既向海内外亿万观众呈上了极致的中国武术视觉盛宴,又借助微信直播与互动、抖音和快手、微博等新媒体平台,激发了一大批与中国武术相关的App终端软件的研发热潮。中国武术在群体传播主体合力作用下,成为海内外民众广泛关注的显性文化。

(二)全媒体消解着中国武术的核心竞争力

毋庸置疑,新型传播媒介在助推中国武术焕发出旺盛生命力的同时,也在不同程度上对中国武术的核心竞争力进行着消解。因为,在全媒体时代,中国武术传播内容所表现出的广泛性、互动性和不可控性等特征,使得新媒体技术对中国武术传播带来了潜在风险。具体来讲,就是媒体融合促使人人都可以是武术传播内容的生产者,而武术信息传播和获取方式的便捷,导致武术受众在较短时间内能够获得海量的武术讯息,从而引发武术信息的接收呈现出浅薄化特征。这一点,主要是源于近年来微信、微博成为必不可少且具有较大冲击力的信息传播方式,传统媒体的“把关人”缺位,以及“短视频脱离了具体历史的限定,在碎片化的状态下关注个体生命体验,它以庞大的内容体系连接世界,使人们创造新的社会认同和积极的知识”^[18]。因此,中国武术在“无纸化”阅读和视频式“图像化”交叉合力作用下,呈现给广大民众的只是中国武术的形质,很难使人们通过武术典籍(文本)字里行间透显的“以武载道、以武化人、以武培元”思想对个体自身的完美人格进行有序塑造。

在全媒体语境下,因“媒介化时代的到来,不确定性已成为知识经济时代信息内容传播的典型特点”^[19],使得武术受众对汲取中华优秀传统文化精髓所孕育出的武术本真价值表现出了质疑与反思,呈现出解构中国武术传统话语权威的发展态势。如“有些公众号过度强调武术争强斗狠,误导受众认为武术就是为了‘能打’。浑元形意太极门的掌门人惨遭50岁搏击爱好者30秒KO的视频经媒体播发后,很多微信公众号就开始了‘传统武术究竟能不能打’的大讨论,有些公众号甚至‘带节奏’,要为传统武术正名”^[20]。当然,正是受到新媒体带来的“以武术为媒介争输赢行为”偏颇理念影响,致使诸多“涸泽而渔”的急功近利操作消解着中国武术“求真、向善、尚美”的立德树人本真价值,由此引发中国武术“内隐的中华精神、承载的哲学智慧、艺术神韵、彰显

的兵家思想、蕴含的道德规范等文化精髓”^[4]不断被淡化,甚至被异化,最终促使绝大多数武术受众借助新媒体呈现出的无阶层性流通优势,使得他们对中国武术具有的形式、内涵和价值处在同一精神刻度。这一点,倘若武术受众通过即时性互动传播,形成了强大的不利于武术传播的议程舆论,长期以来中国武术所凝聚的强身健体、尚礼自娱、精神提振等独特内涵,也必将会被不同程度地消弭,从而影响中国武术在海内外传播的核心竞争力。

三、中国武术文化全媒体传播应然理路选择

党的十八大以来,“对于植根于中华优秀传统文化沃土,脱胎于中华文化本土场域的中国武术,正是因它有璨若星河的武术名家、不胜枚举的武学典籍、风格迥异的武学器械、源流体系的武术拳种等多元文化形态,作为新时期实现自身创新发展的坚实基础”^[21],才使得华夏子孙面对博大精深的武术文化的与时俱进,始终能够展现出发自内心的由衷敬佩与认同。近年来,伴随着中国武术传承发展与海外传播工作被提升至前所未有的国家战略高度,“面对技术变革催生的新媒体传播渠道,武术传播主体应主动作为,以‘开放、包容、参与、互动’的传播理念,借助各类新媒体平台进行传播”^[15],以应答新时代中国武术的媒介化形态创造性转化、创新性发展国家意志时代诉求。

(一)树立媒体融合创作意识,打造中国武术文化精品

当今时代,“科学技术是第一生产力”的强大威力,“正以越来越快的速度向生产力诸要素全面渗透,并同它们融合”^[22]。而中国武术文化作为一种显性文化,在不断被国家层面提升至前所未有的文化自信战略高度的前提下,借助日新月异的新型科学技术推动力,被不同文化传播主体创作成以武术为载体,凸显中华民族精神和时代价值的文化精品。这其中,以中国武术作为媒介的多维作品,不仅使中国武术透显的精神提振、强种强身、家国情怀等价值理念跃然于大众传播媒介之上,而且还使其以超越语言、地域、民族等因素限制的独特优势,通过功臻化境的武学技艺身体叙事形式,以“口传、身授、体悟”的潜移默化话语,使中国武术在国内乃至在世界范围内赢得了广泛认同。

比如,美国梦工厂动画公司在中国大陆和海外市场上映的《功夫熊猫》系列动画电影,创作团队对

影片制作展现出的精益求精态度,不仅促使影片制作人多次到中国各地进行影视内容素材选取的实地采风,而且还使用3D特效新媒体技术,把凸显中国武术典型特色的象形拳元素,对饰演角色进行命名,呈现出独具一格的“中西合璧”创作模式。此种媒体融合创作意识,既使“影片从形式到内容都充满中国元素,从盖世五侠所代表的中国功夫的五个棱面到师徒授业的习武传统,无不彰显着浓厚的中国风情,表达了美国电影人致敬中国文化的态度和夺取票房高地的决心”^[23],又使中国武术借助融媒体技术的声、光、电的视听震撼效益,把其蕴含的济世救民、刚柔相济、修身悟道等和谐共生的中华文化智慧,以讲述匡正时世、行侠仗义的中国武术故事形式呈现给广大受众。

此外,近年来,随着国内新生影视创作团队的强势崛起,以及大量优秀的武术影视作品的不断涌现,“品牌常态化”打造已成为知名制作团队拍摄影片首当其冲的不二之选。如由吴京自导自演的3D火线动作巨制《战狼》系列电影,“在影像话语生产方面彰显了中国在国际舞台中的地位,展示出中国的大国担当,甚至是对全人类的关怀和尊重以及对于世界和平发展秩序的维护,折射出具有中国特色、民族特性、时代特征的价值体系”^[24]同时,更赢得了搜狐娱乐、南方都市报、国际在线和澎湃新闻等新媒体资源的热评,以及众多影视明星通过个人微博对此系列影片的高度褒扬。由此可见,海内外影视创作者以中国武术资源为依托,打造出的直击受众心灵的共情式武术文化故事,不仅使中国武术在与时俱进中展现出了其合乎时代需求的创新元素,而且还使中国武术借助融媒体资源把其承载中华文化精髓,以品牌培育视野壮观的特效技术、共情式宏大叙事方式,实现了其在新媒体技术作用下阔步走向世界的创新发展。

(二)强化武术文化信仰教育,坚定中国武术文化自信

面对博大精深的中国武术文化,我们不仅要敬畏她、呵护她、继承她、弘扬她,而且更要“以满足人民美好生活需要”价值向度的自信底色,筑牢其作为信仰的中国武术文化教育坚实根基。因为,“信仰是一种生活方式的前提。信仰作为一种观念,常常来自于文化的传递。有共同信仰的人们,就容易产生较为一致的认识、原则、道德。拥有共同信仰的社会成员,就拥有共识。共识是社会维系的重要条件,拥有共识,社会就难以分裂”^[25]。所以说,在全媒体时

代,倡议加大力度强化中国武术信仰教育,既是对中国武术是一种健康文明的生活方式的认同,又是对中国武术的信仰作为一种身体修行的共识教育的体悟过程。这其中,伴随中华文化一路相伴走来的中国武术,借助其长期以来透显的“习武观德”的伦理规训、“自强不息”的尚武情怀、“强种保国”的使命担当等核心旨归,更是从多维面向展现了其“以时为大”的正向效能。

然而,针对当前社会上频频爆出的以“碰瓷”“恶搞”为代表的中国武术过度娱乐化现象,缺乏文化敬畏之心应是其最大诱因。究其根源,除了是传播主体利用“在任何社会,‘打架’都是能吸引人眼球的‘热闹’。打着武术旗号的欺世盗名者,无不利用了人们看热闹的心理,用‘约架’‘比武’‘打擂’‘踢馆’之类的行为表演来吸引眼球,赚取流量”^[26]的功利欲念起着主要作用之外,还表现在个别武术人和武术团体对中国武术的认知仅仅停留在感性层面,无法体验通过中国武术修炼所带来的身心愉悦畅爽之感。而功利性武术传播主体对中国武术的“恶搞”“碰瓷”事件之所以能够屡试不爽,主要是在全媒体语境下,人人皆可成为传播主体,亦是传播受众的客观现实,便利用了武术过度娱乐化传播主体为迎合受众单纯的感官刺激而忽略了武术文化传播所遵循的“形”与“意”并重本真规训。

因此,在媒体融合下,要实现武术文化传播满足人民美好生活需要的身心康健和价值观教育核心要义。我们认为,应以全媒体视域下武术受众的需求和特点为根本旨归,明晰传受关系变化对人们的交流方式和话语形式带来的影响,以及自由、多维、共享传播产生的碎片化信息对中国武术文化主体性消解的症结所在,从而坚定中国武术文化自信。具体来说,是将中国武术的传播方式与融媒体技术实现有效联姻,把中国武术资源转化为益于在知名网络学习平台(如“学习强国”平台文化专栏),以及专业性微信公众号,以多模态(如传唱、播报、阅读、观看等)形式能够循环利用的新业态,展现出“媒介+武术”“武术+媒介”深度融合内隐的中国武术新型软实力,从而以微视频、短解说、微信朋友圈以及技能展演等新媒体业态形式,扩大广大民众的武术文化认知,进而夯实人民对中国武术发自内心敬仰的信念根基。

(三)坚持内容为王的核心优势,规避武术传播“去中心化”风险

在全媒体时代,尽管有多维融媒体传播媒介对

中国武术进行着媒介化内容生产,并涌现出具有广泛性、互动性和非线性等优势的内容,但坚守内容为王核心优势,提升武术传播融媒体平台核心竞争力,才是推动全媒体视域下中国武术文化重塑与创新的正途。因为,融媒体平台的武术文化传播“内容为王”根本要求,即体现的“并非强调只要内容,而是要寻求内容与技术、渠道、平台等传播要素的一体化发展”^[27]核心要义,倒逼着传播主体必定要对武术传播的“平台化、定制化和品质化”等内容进行精准设计与筛选。诚如有学者所说的“新媒体时代,虽然渠道、技术、形式、方法、资本、人才等要素全部被提升至前所未有的认识和发展高度,内容只是新闻生产机制中的一个要素,但不可否认的是,内容始终摆在新闻生产与传播要素的第一位,其地位不可撼动和改变”^[28],走进全媒体平台的武术文化传播实践,无论媒介技术和传播形式如何变化,高品质的武术内容生产和传播依然是其最根本的遵循。

据此,我们认为,在融媒体理念引领下,要消解传播渠道对武术传播内容的极强限制性,除了要克服传统媒介时代“仰仗武林秘籍或秘技走天下”的单向度传播弊端,尤应开启“中央厨房”式的中国武术内容生产新型模式,以研发适合不同传播媒介平台特征和受众需求的武术文化产品。如微信社交媒介对武术碎片化信息内容的青睐,以及抖音、快手等智能化融媒体平台对武术文化类短视频的推送优势,都是开发平台型武术文化内容需要考虑的细节。再者,要规避传统媒体时代武术传播内容的同质化倾向,武术传播主体应当借助融媒体技术凸显的差异化内容精准输送优势,以及传播媒介渠道被打通,打造合乎武术目标受众的定制化专属内容。如近年来,西瓜视频利用中华民族的尚武情结突出优势,适时与国内三大格斗赛事(《勇士的荣耀》《武林风》《昆仑决》)共同达成了独家版权合作协议,既是帮助国内的格斗赛事进行有效宣传推广,又是为忠实于格斗赛事的目标受众提供了观赛平台。

当然,武术传播主体在追求高品质的武术文化传播内容过程中,也要务必注意多元化媒介爆发式涌现所生产的“量”上饱和的武术信息,对传统媒介时代武术“意见领袖”话语权威的消解,以规避全媒体时代武术传播“去中心化”潜在风险。以马保国事件为例,倘若没有过多的全媒体网络平台围观,它原本也就是所谓的“小范围武术技艺交流活动”而已,谁输谁赢,根本不会在中华武林刹那间“激起千尺浪”,乃至通过权威主流媒体(如人民日报和光明日

报客户端)发声对其进行全方位“封杀”。然而,也正是源于他(马保国)被对手击倒之后所引发的媒体关注度,诸如“年轻人不讲武德”“我劝你耗子尾汁(好自为之)”等网络用语流行,以及“网络过多的围观,反而为这类流量敛财聚拢人气、助长气焰。在二次传播与创作之后,舆论不仅失去站住脚的立场,反而连基本的批判态度也失去了”^[29]事实,使得博大精深的中国武术的“载道”“成人”“培元”形象和精神提振正向效能,被奉行“流量至上”的部分全媒体平台,通过视频网站和短视频平台被碎片化肢解传播,从而使中国武术透显的“修齐治平”核心价值走向虚无。

(四)优化中国武术传播模式,开启其全媒体传播范式

一直以来,中国武术的承传发展都是以口传、身授的言传身教方式,以及武学典籍和珍藏拳谱等载体形式,把其蕴含的拳理、拳法、拳技,以及承载的中华优秀传统文化精气神,借助多维传播(如人际传播、组织传播和大众传播)模式,从其展现提升个人修为、增进融通效益、厚植家国情怀等方面,提升着不同历史时期每一位中华民众的崇德向善精神境界和尚武强身、保家卫国素养。因此,倘若运用当下波涛汹涌的数字信息技术将中国武术传承发展中透显的精神提振、自强不息等使命担当进行有效推广,并结合中国武术拳种代表性传承人功臻化境的技艺展演、奉若至宝的武学拳谱、左右逢源的招式技法,以及图文并茂的授教文本等差异化特点,创造性地将武术拳种代表性传承人的技艺演练图像视频、言简意赅的拳学精髓、拳拳服膺的信手即真,一体化于融武术功法展演的生动性和拳理拳论著述的深刻性新型传播模式,既能够阐释好中国武术“以武载道”的文化精髓、传播好中国武术立德树人的育人功能,讲述好中国武术和谐共生的融通故事,又能够有效规避中国武术在全媒体平台传播过程中易于出现的泛娱乐化现象。

因此,在“传承弘扬中华优秀传统文化,促进满足人民文化需求和增强人民精神力量相统一,推进社会主义文化强国建设”^[30]国家意志引领下,我们应当依托国家层面,大力推动中国武术“走出去”典型载体的先行优势,以在全国范围内形成中国武术“武动中国”联动效应为基础,重点研发武术代表性传承人亲自示范、技艺演练和文字注释的形象式文本,以及把关联的武术拳种历史和重要知识点以“微信二维码”形式进行数字化呈现,从而助推中国武术

蕴含的“形、神、意”核心理念和本真价值得到深层挖掘。当然,此种融数字科技创新和中国武术承传优势于一体的媒介化武术传播模式,不仅能够更好地激发人们对中国武术琳琅满目的拳理、拳论、拳谚的研读兴趣,增强广大民众对中国武术拳道精髓的深层次认知,而且当以全媒体技术为媒介的新时代中国武术全民化运动与组织化习拳素养形成后,必然会使广大民众对中国武术的文化认同意识得到显著增强。

此外,我们认为,在利用高新科技助力文化繁荣昌盛已成大势的当今时代,更应当以“提升全民数字技能,实现信息服务全覆盖”^[30]国家政策为宗旨,把散落在世界范围内的中国武术个体和团体,以智能化数字媒介平台为依托,有效汇聚在国际武术联合会、亚洲武术联合会和中国武术协会等武术职能管理部门管辖范围之内,在发挥武术官方组织对中国武术的国际化发展统一领导与指挥前提下,更应该以理念引导为策略,呼吁中国武术个体和团体尽快形成武术传播的媒介化思维意识,以促使中国武术的全媒体传播格局有效形成。再者,还应当发挥民间力量对中国武术传播展现出来的强大推动力,即发挥各级武术协会的主观能动性,以政府购买公共体育文化服务的“无偿消费”方式,吸引中国武术的习练者、爱好者,以及传播者,积极成为中国武术各级协会的会员,在对他们定时进行武术媒介化业务培训学习,展现民间武术传播“一对多”“多对多”传帮带合力同时,以规避中国武术传播“去中心化”风险为前提,有序形成全媒体技术支撑下官方与民间交互发力的中国武术“再中心化”传播新范式。

四、结语

在“万物皆媒”的全媒体时代,“满足人民日益增长的美好生活需要,文化是重要因素”最高指示,使得承载中华优秀传统文化铸魂培元理念和由技悟道功效的中国武术,迎来了其厚积薄发的发展空间。媒介拥有改变一切力量的广泛认同度,更是敦促中国武术主动探寻其全媒体视域传播的创新路径。媒介技术变革对文化传播模式产生的媒体融合彻底改变人类文化传播格局和新媒体引发武术文化传播模式大变局,质的变化内在规定性,促使全媒体视域下中国武术文化传播呈现出了融媒体助推中国武术焕发新型生命力和全媒体消解着中国武术的核心竞争力双刃剑效应。进入新时代,伴随国家层面不断将中国武术的传承发展和海外传播工作提升至前所未

有的国家战略高度,以及全媒体技术展现出的“新松恨不高千尺”的旺盛生命力,我们尤应对中国武术的承传发展植入全媒体思维,并设计树立媒体融合创作意识,打造中国武术文化精品;强化武术文化信仰教育,坚定中古武术文化自信;坚持内容为王的核心优势,规避武术传播“去中心化”风险;优化中国武术传播模式,开启其全媒体传播范式应然理路,以应答新时代中国武术的媒介化形态嬗变与创新国家意志时代诉求。

参考文献:

- [1]新华社. 加快推进媒体深度融合发展[N]. 人民日报, 2020-09-27(1).
- [2]习近平. 在教育文化卫生体育领域专家代表座谈会上的讲话[N]. 人民日报, 2020-09-23(2).
- [3]习近平. 加快推动媒体融合发展构建全媒体传播格局[J]. 新华文摘, 2019(10).
- [4]李臣, 郭桂村, 张帆. 新时代中国武术传承发展的困境与消解[J]. 武汉体育学院学报, 2019(7).
- [5]郭庆光. 传播学教程[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2011.
- [6]包亚明. 现代性与都市文化理论[M]. 上海: 上海社会科学院出版社, 2008.
- [7]夏立君. 时间的压力[M]. 南京: 译林出版社, 2017.
- [8]李臣. 新时代中国武术文化“走出去”的使命担当[N]. 中国社会科学报, 2019-02-26(6).
- [9]曹学艳, 张晓东. 全媒体环境下的信息资源建设导论[M]. 西安: 西安电子科技大学出版社, 2017.
- [10]吴飞, 王学成. 传媒·文化·社会[M]. 济南: 山东人民出版社, 2006.
- [11]薛颖. 新时代应用文写作教程[M]. 北京: 北京理工大学出版社, 2019.
- [12]全国体育院校教材委员会. 武术理论基础[M]. 北京: 人民体育出版社, 1997.
- [13]习近平. 习近平谈治国理政·第三卷[M]. 北京: 外文出版社, 2020.
- [14]张晓锋, 程静. 全媒体时代的传播趋势与创新路径[J]. 传媒观察, 2020(1).
- [15]李臣, 郭桂村. 借助媒体融合推动武术文化传播[N]. 中国社会科学报, 2020-10-20(4).
- [16]习近平. 习近平谈治国理政·第二卷[M]. 北京: 外文出版社, 2017.
- [17]新华网. 舞台剧《武林时空》首次亮相迪拜. [EB/OL]. http://www.xinhuanet.com/2018-02/28/c_1122464578.htm.
- [18]张颐武. “微”与“短”: 网络文化与生活方式的变迁[J]. 中央社会主义学院学报, 2019(5).
- [19]褚亚玲, 强华力. 新媒体传播学概论[M]. 北京: 中国国际广播出版社, 2018.
- [20]刘卫东, 等. 传统武术微信公众号传播现状及对策[J]. 青年记者, 2020(8).
- [21]陆盛华, 李臣. 中国武术当代发展的现实困境与破解理路[J]. 山东体育学院学报, 2019(3).
- [22]赖奇. 科技前沿与创新[M]. 北京: 北京理工大学出版社, 2018.
- [23]周景辉, 聂英杰. 《功夫熊猫》对中国文化的释读与误读[J]. 电影文学, 2019(7).
- [24]李娟. 主流电影叙事中的红色文化力量[N]. 中国社会科学报, 2020-11-06(4).
- [25]陈勤, 刘晓庆. 话语的魔力以关键词为例的哲学解读[M]. 北京: 知识产权出版社, 2017.
- [26]王岗, 陈保磊. 中国武术缘何频频被“碰瓷”[N]. 光明日报, 2020-12-02(13).
- [27]张涛甫. 马克思主义新闻观百问百答[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2019.
- [28]沈正赋. 加快推进媒体深度融合发展[N]. 中国社会科学报, 2020-11-24(8).
- [29]韦青. 光明时评: 马保国爆火, 还需警惕背后的审丑狂欢与流量生意[EB/OL]. [2020-12-01]. <https://wap.gmdaily.cn/article/924fe310684b41d6a585efa2e7ba1e52>.
- [30]中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议[N]. 人民日报, 2020-11-04(1).

责任编辑 胡号寰 E-mail: huhaohuan2@126.com