

# 新媒体时代传统武术文化传播的发展机遇、 困境与纾解路径研究

晋世军, 刘云辉

河南农业大学体育学院, 河南 郑州

收稿日期: 2023年7月28日; 录用日期: 2023年8月30日; 发布日期: 2023年9月6日

## 摘要

武术作为一项受众较广的传统体育项目,其本身凭借文化底蕴浓厚、强健体魄、场地器材要求低等优势,已成为推动全民健身、加快体育强国建设的重要组成部分。随着科学技术的不断发展,新媒体对政治、经济、文化等各个领域的影响日益凸显。在移动化、碎片化、全民参与的新媒体时代下,传统武术文化传播迎来了新的机遇与挑战。本文采用文献资料法、逻辑分析法、访谈法等方式,对新媒体时代下传统武术文化传播的发展机遇、困境等进行研究,旨在为传统武术文化传播提出顺应时代发展、符合传统武术文化传播规律的纾解路径。

## 关键词

新媒体时代, 传统武术, 文化传播

# The Development Opportunities, Difficult Positions and Relief Paths of Traditional Wushu Culture Transmission in the New Media Era

Shijun Jin, Yunhui Liu

College of Physical Education, Henan Agricultural University, Zhengzhou Henan

Received: Jul. 28<sup>th</sup>, 2023; accepted: Aug. 30<sup>th</sup>, 2023; published: Sep. 6<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

As a traditional sport with a wide population, wushu has become an important part of promoting

comprehensive fitness and accelerating the construction of a sports power depend on its advantages of strong cultural heritage, strong physique, and low requirements for venue equipment. With the continuous development of science and technology, the influence of new media on politics, economy, culture and other fields has become increasingly prominent. In the era of mobile, fragmented and personalized new media, the transmission of traditional martial arts culture has ushered in new opportunities and challenges. This essay uses the literature method, logical analysis method, interview method and other methods to discuss the development of opportunities and dilemmas of traditional martial arts communication in the new media era, aiming to propose a relief path for the traditional martial arts and cultural dissemination, which conforms to the development of the times and the law of traditional martial arts communication.

## Keywords

New Media, Traditional Wushu, Cultural Transmission

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. 引言

随着新一代科学技术的快速发展,无所不在又无所不有的新媒体技术广为传播,为中国传统武术文化传播开创了新格局、新路径。新媒体是指采用网络技术、数字技术、移动通信技术进行信息传播与接收的信息交流平台,它以技术为载体、以互动性为核心,以平台化为特色,以人性化为导向,具有创新形态的媒体[1],按照技术新、传播快、普及广的要求发展武术文化传播体系,大力提高武术文化的辐射力和影响力,已然成为当下传统武术文化发展的大势所趋[2]。但结合实际发展状况来看,传统武术文化传播路径与信息技术高速发展的新媒体时代显得格格不入。因此,本研究以新媒体时代为研究背景,对传统武术文化传播的发展机遇、困境展开研究并提出纾解路径具有一定社会价值。

## 2. 新媒体时代下传统武术文化传播的发展机遇

### (一) 底蕴浓厚,独有“互联网+武术文化”记忆链,民族文化认同感高

中国传统武术文化源远流长、博大精深,是中华传统文化的重要组成部分。新媒体时代,弘扬传统武术文化对促进文化交流,传承民族文化;加强道德建设,增强国民身体素质;提高国民修养,促进社会主义精神文明建设具有重要的现实意义。新媒体作为中国武术文化保存与发展的重要载体,其具有碎片化、信息化、便捷化、可视化的特征。新媒体技术、“互联网+”、数字经济赋能下,传统武术文化传播突破了时空限制,补足了传统武术文化传播模式单一、记忆时效短的传播短板,打破了传统武术文化传播“口口相传、史书记载”的模式限制,为“互联网+武术文化”记忆链提供了强而有力的技术支持。同时,“互联网+”智能算法精准信息推送,既节省了网民选择视频内容的时间,也避免了因盲目传播武术文化而造成的资源浪费、审美乏力,有效节约了传播成本。对于传统武术文化传播而言,构建“互联网+武术文化”记忆链,打造优秀武术文化记忆库,能够促进传统武术文化传播与大众的物质需求与精神需求实现“精准匹配”,为传统武术文化传播走向社会化、大众化打下良好的群众基础。

### (二) 活力不减,“用户生成内容”多元主体共创作

“用户生成内容”(User-Generated-Content,即UGC)是指非专业从事创作的用户生成内容并以网络

为主要媒介进行传播, 已经成为交流思想、塑造文化、社会生活的主要方式, 成为全民参与的重要推动力量[3]。“用户生成内容”传播具有传播主体海量化、多元化和再传播的优势, 该类用户对传统武术有不同程度的了解与参与, 他们数量庞大、思想开放、乐于分享、积极参与了传统武术的传播与交流。此外, 他们对传统武术传播进行再创作和再传播, 如对其他传统武术抖音短视频内容实施加工后再进行发布, 或者进行解释评论, 在评论区对其他用户的相关疑问或者质疑进行解答或辩论[4]。例如: 2022年《中国梦·——2022 国庆特别节目》中, 著名演员赵文卓一身素衣, 一招“空中踢刀”火遍全网; “凌云”、“董行”等短视频博主, 其短视频内容以身着古装, 扮演“武侠”, 通过多样的武术套路、变换的古今视角, 集中凸显了表演过程中武术套路、武者神韵、武术风采的视觉效果, 极大地赋予了传统武术文化传播中所表达的新意境, 引起一波“学武术、扮武侠”的武术浪潮, 其主体多元、内容丰富, 主题多样, 对传统武术的魅力展现也淋漓尽致。在 UGC 模式下, 作者与观众角色相互转化, 拉近了民众与传统武术文化之间的距离, 激发了大众对武术文化的兴趣, 从而为传统武术文化传播注入源源不断、历久弥新的创作活力。

### (三) 堪当重任, 社会价值显著

在新冠疫情结束后, 居家健身、定期运动已然成为了一种新常态。全民健康问题也成为如今国家高度关注的重点问题。传统武术“外练筋骨皮, 内练一口气”的和谐双修理念, 与后疫情时代下国民追求体质健康与心理健康同时发展的目标相耦合。长期科学地进行武术锻炼, 能够使人们身体素质得到全面协调发展, 促进青少年骨骼生长发育, 降低中老年人心脑血管疾病的发病率, 帮助“阳康”过后的人民群众恢复体能, 达到良好的身体状态。在此背景下, 传统武术也逐渐成为人们家庭生活与体育休闲的首选项目之一。后疫情时代改变了人们对传统武术华而不实、徒有其表的错误看法, 为中国传统武术文化传播创造了新机遇, 新契机。

## 3. 新媒体时代下传统武术文化传播的发展困境

### (一) 武术文化传播中理想与现实冲突, 武术技术错位解读

新媒体时代下, 传统武术文化传播呈现出传播快、范围广、多元化等特点, 在传统武术影视传播中, 传统武术影视以“凌波微步、蜻蜓点水、飞檐走壁”等武术特效火速出圈, 受到广大群体特别是青少年的青睐。但在自媒体平台如潮水般的信息推送中, 西方竞技体育文化趁虚而入, 其“进攻性强、观赏度高”的竞技特征正逐渐撕破传统武术神秘外衣, 引起群众对传统武术技术的错误解读, 造成认知偏差。正如学者研究, “中国武术文化传播: 数字上虚无, 结果上失根, 影视作品解读上偏颇, 认知上误读”[5]。

### (二) 武术文化传播中理性缺失娱乐至上, 武术文化价值受损

谈及武术文化传播, 必然谈及“徐晓冬约架”“马保国事件”, 两者均以丑化中华传统武术、哗众取宠而博取外界眼球, 以达到借助新媒体收割流量、收敛钱财的目的。随着信息化时代的深入普及, 自媒体平台逐渐成为“武术大师”敛财的新平台、新天地, 一些武术骗子常常以“掌门人”“气功大师”“武术奇才”等标签自诩, 以此吸引流量, 牟取私利。这一现象导致社会公众缺少对传统武术文化的理性认识, 从而对传统武术文化留下“假把式”“纯套路”的刻板印象, 阻塞传统武术文化传播道路。

### (三) 武术文化传播中监管缺失, 武术作品良莠不齐

新媒体技术赋能下, 传统武术文化传播一改先前口口相传、史书记载的传播方式, 发展为“人人皆可创作、人人皆可参与”的传播现状, 导致传统武术视频良莠不齐。究其原因, 一是自媒体平台主位缺失, 不能对作品创作提供正确的价值导向, 作品审查标准低。二是创作主体专业素养低, 多数半道出家, 专业知识储备不足。三是缺乏创新手段, 创作作品形式单一, 内容趋同, 视频质量参差不齐。

## 4. 新媒体时代下传统武术文化传播纾解路径

### (一) 立足本源兼纳外来, 兼收并蓄正确解读中国传统武术

文化交流只有“取其精华, 去其糟粕”才能行稳致远, 中国传统武术文化在新媒体时代的快车中, 向内要“去其糟粕”, 对于神秘主义、超自然主义, 武术题材作品应避而远之, 展现出传统武术最真实, 最质朴的一面, 主动消解神秘化而不是助长其气焰[6], 向外要“取其精华”, 面对西方外来武术文化的冲击, 中国武术应当展现出“兼容并包, 有容乃大”的武术气魄, 在文化交流中, 遵循传统武术文化传播的客观规律, 坚持“以我为主, 为我所用”的文化传播理念, 吸收西方外来武术文化精华, 在“美美与共、和谐共生”中, 创作出更加符合人民需要的具有竞技性的优秀传统武术影视作品, 从而纠正社会群体对传统武术文化的错误解读, 提高传统武术文化的可视化, 真实性, 以理性的态度弘扬、传播和发展中国文化[7]。

### (二) 坚持正确文化价值导向, 培养优秀传统武术文化传承者

武术网红作为传统武术文化传播的重要主体, 如果失去了正确价值导向, 传统武术文化传播则无法“行得稳, 走得远”。自进入新媒体时代以来, “授众者”与“受众者”的角色转变较为随意[8], 作为“授众者”的武术网红, 在其培养过程中应着重筛选出具有武术文化涵养、专业本领过硬、价值观念正确的武术人, 避免急于求成, 使其陷入“利益驱使、流量至上”的漩涡中, 损害传统武术文化价值; 作为“受众者”的社会群体, 在接受互联网信息浪潮的洗礼中, 应当提高明辨是非、辨别真伪的能力, 理性看待新媒体中马保国、徐晓冬等武术舆论事件, 携手“授众者”突破信息桎梏, 传播正确的价值观念与武术知识, 共同促进优秀传统武术文化传播。

### (三) 健全法律监管制度, 打造“有法可依, 有章可循”制度链

良好的法律环境是优质武术文化行稳致远得以广泛传播的重要保障。当前, 维护好既有网络传播环境, 一是平台机构严把作品质量关, 加大审核力度, 严防低俗文化传播, 为优质传统武术文化作品引流, 做优秀传统武术文化传播的“助推剂”; 二是社会群体加大监督力度, 对于线上、线下出现的武术文化传播乱象及时检举揭发, 同时提高自身责任感、使命感, 做传统武术文化作品创作的“主力军”; 三是社会职能部门完善法律法规, 颁布监管条令, 严厉打击低俗武术文化作品创作行为, 为优秀武术文化传播提供行之有效的制度保障, 以此激发创造活力, 激励创作主体联系社会热点, 进行多样化、多元化创作; 力求打造政府主导 - 社会参与 - 平台严管制度链, 多措并举构建武术文化作品创作“净化圈”, 为优质传统武术文化传播保驾护航。

## 5. 结语

中国传统武术文化从古至今, 源远流长、博大精深, 是华夏五千年来宝贵的文化遗产, 是优秀传统文化的重要组成部分。新媒体时代的到来, 拓宽了传统武术文化传播的时空范围, 激发了社会群体参与武术文化创作热情, 推动着传统武术文化传播进入“人人皆可创作, 人人皆可参与”的新格局。新时代, 传统武术文化传播的发展需要我们把握机遇, 利用科学技术赋能武术传播, 内外兼济, 破除发展困境, 在时代高速发展的快车中, 行将致远, 促进优秀传统武术文化传播。

## 参考文献

- [1] 韩晓燕. 新媒体环境下优秀传统文化传播机制研究[M]. 北京: 经济日报出版社, 2019.
- [2] 郑锴. 新媒体对中国武术传播的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 苏州: 苏州大学, 2014.
- [3] 倪朱亮. “用户生成内容”之版权保护考[J]. 知识产权, 2019(1): 14-23.
- [4] 杜玉彬, 涂绍生, 杨金灵, 等. 新媒体时代下传统武术抖音短视频传播的优势、问题与发展路径[J]. 湖北体育科

技, 2020, 39(12): 1071-1075.

- [5] 冉学东, 王岗. 对中国武术文化“走出去”战略的重新思考[J]. 体育科学, 2012, 32(1): 71-76+87.  
<https://doi.org/10.16469/j.css.2012.01.009>
- [6] 苏志康. 视觉文化视角下武术题材电影对武术的异化研究[D]: [硕士学位论文]. 郑州: 河南大学, 2022.  
<https://doi.org/10.27114/d.cnki.ghnau.2022.000124>
- [7] 赵歆. 新媒介时代中国武术文化传播: 困境, 机遇, 路径[J]. 武汉体育学院学报, 2021, 55(5): 66-72.  
<https://doi.org/10.15930/j.cnki.wtxb.2021.05.009>
- [8] 白玉河, 王凌娟. 体育短视频爆火特征与发展对策研究——以抖音平台刘畊宏健身视频为例[J]. 体育科学进展, 2022, 10(4): 693-699. <https://doi.org/10.12677/APS.2022.104099>