智媒体时代广府文化传播现象探究

陈　菲

（广州城市职业学院 宣传统战部，广东 广州 510405）

摘　要：智媒体时代的到来为广府文化传播创造了条件，打破了传统媒体的局限，真正实现了信息传播的立体化、即时化，扩大了受众范围。但进入全球化时代后，广府文化的特质正在被不断削弱。为适应智媒体时代的传播需要，广府文化应努力对自身传播内容进行文化价值、思想内涵、雅俗共赏上的定位，了解不同受众的视听、阅读兴趣，结合当前热点创造新颖的传播方式，以提高广府文化的核心竞争力。

关键词：智媒体；广府文化；传播机遇；改进策略；竞争力

中图分类号：G206　　文献标识码：A　　文章编号：1672－8122（2021）01－0102－03

随着数字技术的不断发展，以计算机网络、无线通信网、卫星等为信息通讯渠道的新媒体已经成为人们日常接收、传播讯息的主要方式，也成为了文化传播的重要载体。从 2019 年开始，中国启动 5G 商用，2021 年将进一步加快 4K/8K、VR（虚拟现实）/AR（增强现实）等新技术应用，这标志着新媒体已进入以大数据、人工智能、云计算、区块链、人机交互等新技术为基础的智媒体时代。“所谓智媒体，是指在人工智能技术助推下，媒体向智能化、拟人化发展的革命性变革，它的方向是智慧媒体和智能媒体”[1]。在机器能够实现自我学习、内容生产、分发、交互的背景下，人机合一的媒体形态将成为常态。对于广府文化的传播而言，既是一个机会，也是一个挑战。

一、智媒体时代广府文化的传播机遇

随着当前社会生活节奏的加快，人们越来越依赖基于人工智能技术的智媒体创建新的新闻信息生产、传播的流程。这不是个人文化素养的倒退，而是时代使然。对于广府文化而言，它将有可能借助智媒体进行各种形式、不同层次的文化传递，从而吸引更多的受众，扩大这一地域文化的影响。智媒体为广府文化传播创造了新的途径，它打破了以往传统媒体时代、新媒体时代传播方式的局限，突破了文化传播在时空上受到的束缚，真正实现了信息的立体化、即时化，大大提高了受众群体的覆盖范围，有利于广府文化的传播。同时，借助于智媒体的不同媒介内容，如视频、音频、图片、漫画、游戏等，广府文化有了更加多样化的表现方式，能够满足不同社会阶层、不同文化层次的潜在受众的喜好。此外，智媒体能够综合运用不同的媒介路径，如微博、微信、抖音、快手等，实现广府文化的多平台传播，并凭借大数据信息针对不同受众的喜好主动分发、推送相关内容，增强了广府文化传播的有效性。

智媒体时代文化科普短视频的发展恰逢其时，它适应了人们在紧张、激烈的生活之余获得文化资讯的需求。通过短视频传播广府文化，成为了当下广府文化传播的有效手段。自媒体《粤知一二》中的短视频，在传播广府文化过程中形成了一定的影响力。该自媒体中的短视频选择了人们日常生活中的小侧面，以此介绍广府人生活中的小习惯，这些短视频内容活泼，易于被受众接受。在如何吸引大众关注方面，自

收稿日期：2020－05－02

基金项目：广州市哲学社会科学 2020 年度项目“岭南文化视野下的近代粤港澳大湾区雏型——近代岭南中英文报刊中的粤港澳交流史料整理及研究”（2020GZGJ197）；广州城市职业学院科研课题“以建设网络思政工作室为切入点的高校网络思政工作模式创新研究”（Ky2020015）。

作者简介：陈菲，女，广州城市职业学院宣传统战部讲师，硕士，主要从事思想政治教育、职业教育及岭南文化、新媒体研究。

(C)1994-2021 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

媒体《粤知一二》对受众作出了定位，也认真思考了视频内容的取舍。其在受众中的影响，说明了智媒体时代广府文化传播需要注意的方面：一是短视频制作者须熟悉广府文化历史、现状。传播广府文化，首先要了解、熟悉广府文化，甚至是对它有较为深入的研究，然后才考虑如何传播广府文化；二是短视频制作者应该选择一个精炼的话题。短视频由于篇幅、容量限制，其信息量毕竟有限，如何在有限的时间内讲清楚一个话题就格外关键；三是短视频的表现方式可以多元一些。受众的多元化，决定了短视频的内容及表现方式也应该多元化，有雅有俗，或雅俗共赏，才能吸引更多的受众；四是短视频的传播平台应该更加广泛，不仅应与国内的主流新媒体平台合作，而且也应该把国外的一些新媒介平台利用起来。总体而言，在智媒体兴起之前，人们了解广府文化的渠道相对有限，一些更为细节、更为贴近现场的广府文化内容难以呈现在受众面前，智媒体的兴起很大程度上改变了这一状况，这为广府文化的广泛、深入传播提供了契机。

二、广府文化在智媒体传播中存在的问题

借助智媒体传播地域文化，这既是一个机遇，也是一个挑战。在全球化时代，地域文化的特质正在不断被削弱，广府文化在当下面临的一个直接问题是，粤语的使用范围在不断缩小，一些地方粤语正逐渐被普通话取代。广府地区人们引以为豪的地域文化特质，如海纳百川、敢为人先、开拓创新、务实重商等，现在也是江浙、福建、山东、天津、辽宁等省市人们的自我认识，广府文化与其它地域的文化实质差异何在？不认识到全球化背景下地域文化在不断削弱的事实，一味沉浸在广府文化正在不断传播发扬的幻觉中，对于巩固、弘扬、传播广府文化并无多少实际意义。当前各地方政府都在打造地域文化，希望以此形成文化搭台经济唱戏的局面，不同地域文化之间的竞争日趋激烈。为了开发地域文化，地方政府或挖掘历史，争夺名人资源，或响应国家政策，推出生态的、民俗的文化项目等，以致于几乎所有地方都在主推地域文化、强化地域宣传。在这种情形下，人们却很少真正深入思考：广府文化有何核心竞争力？广府文化具有哪些其它地方所不具备的核心要素？

按照日本启蒙思想家福泽谕吉的观点来看，文化有三个层面，分别是器物层面、制度层面、思想层面。器物层面的东西最容易学，如购买机器、打造建筑等；制度层面的东西相对要缓慢，但也可以借鉴；只有思想层面的东西最难改变，但却最核心，最重要[2]。近代的中国和日本几乎在同一时间沦为殖民地和半殖民地，两个国家也差不多同一时期开始进行变革。中国走的是“中体西用”的道路，在器物层面选择了购买西方洋枪洋炮，而在制度层面仍然保持着传统体制。日本选择的是全盘西化的过程，从器物到制度甚至文化都全盘西化，尽管西化得不够彻底，其中存在不少问题。但两者在甲午战争中的表现一目了然，这说明了仅改革器物层面的东西是远远不够的。当前很多人一谈及广府文化立即联想到广州美食、骑楼、陈家祠、小蛮腰、珠江夜游等，这固然都没有错，但这些并不能够代表真正的广府文化。让人遗憾的是，智媒体中的广府文化传播更多关注的是建筑、服饰、饮食等器物方面的内容，却没有深入其文化精神与特质。广府文化要深入制度层面、思想层面进行传播，对时代与民众有所启迪，引导社会进行创新，有效推动社会发展、经济建设、文化进步，才能真正地为民众所认同，才能吸引民众的兴趣并得到重视，从而把广府文化的传播落到实处。

三、广府文化智媒体传播的改进策略

智媒体时代广府文化的传播面临着不少问题，这需要地方政府、文化组织、媒体人士、学界中人一齐努力，改进广府文化传播中遇到的各类障碍。

首先，在智媒体时代的传播中广府文化应努力改善自身在人们心中的僵化印象。由于复杂的历史、时代等因素，人们在说到广府地区时常常会形成这样一个印象，即广府地区经济发达而文化薄弱，甚至还有人用文化沙漠来形容。广府地区地处广东南部，在中国的文化整体格局中远离中原，毫无疑问属于边缘地区，文化影响力相对较小，广府文化对于中原文化几乎难以形成文化的反馈。同时，中国的七大方言体系中，粤语主要流行于广府地区，这也使广府文化在向外传播的过程中存在着一定的语言障碍，影响文化的传播效果。广府地区在古代被中原人视为南蛮之地，长期遭受地理误解和文化歧视，被认为是一个没有文

(C)1994-2021 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

化、缺乏教育、粗俗不堪的化外之地。即便到了当代，还有一些受传统观念影响的人们认为广府地区有经济而无文化。在智媒体时代，人们沿袭历代所形成的对于广府文化的僵化印象，充满着对于广府文化的偏见，必然使广府文化的传播遭受很大阻力。因此，在智媒体时代的广府文化传播中，应凸显广府文化的实际文化发展水平，稽考、归纳广府地区历代文化名家及其作品，加强对于历史文化古迹的保存与开发，大力弘扬广府文化。这既是对广府文化历史面貌的复原，同时也是对智媒体时代广府文化形象的厘定与重构，具有十分重要的意义。

其次，应考虑广府文化如何才能在智媒体时代的海量资讯传播中脱颖而出。利用智媒体进行地域文化传播是全国各地不约而同在做的工作，广府文化如何在其中脱颖而出，应着力考虑内容取胜、形式助力的问题。在智媒体时代，内容与形式都很重要，应努力对广府文化的传播内容进行文化价值、思想内涵、雅俗共赏上的定位，熟悉不同社会阶层民众的视听、阅读兴趣，结合当前热点创造新颖的传播方式，在吸引受众点击观看的同时，实现广府文化的有效传播。

再次，智媒体时代的广府文化传播应充分利用其世俗化、生活化的特点。由于广府地区长期偏于一隅，囿于当时的交通信息条件，因此中原文化对于广府地区虽有影响，但其影响颇为缓慢，程度也远不及北方地区深切。同时广府文化又受到本土百越文化、近代西方文化的影响，在中西文化碰撞、地理习俗、生活习惯等多方因素综合之下，形成了世俗化、生活化的特点。与主流儒家文化强调修身治国、重家国同构的宏大理念不同，广府文化看重的是此时此刻的生活享受，是千百年延续不变的日常情态，它贴近世俗、注重人性，因而具有浓郁的生活气息。“任何一座近现代化的都市都有着自身的某种独特属性，对于素以世俗生活为旨趣的岭南文化而言，城市消费成为其鲜明的烙印”[3]。广府文化的世俗化、生活化，也就必然使它乐于接受城市消费文化、强调感官感受、凸显个人欲望。从这个角度切入，智媒体时代的广府文化传播应该适应其世俗化、生活化、消费化、欲望化的特点，不宜采用硬性说教、空洞介绍的立场切入，而应在强调个性、突出生活化的基础上进行富于说服力的展示，以此来彰显广府文化的软性魅力与生活特点。

最后，从长远来看，广府文化的魅力源于广府地区社会与经济建设的发展成就。民众之所以会对某种文化兴趣浓厚，最根本的还是对于孕育这种文化的社会、经济发展的认可。广府文化传播应该注意的着力点，还是要围绕广府文化的核心竞争力。中国近代以来，从太平天国农民运动、戊戌变法到孙中山领导的民主革命、邓小平主持的改革开放，都是从岭南地区尤其是广府地区开始，这是勇于学习西方先进制度、吸收先进思想，敢于创新的精神。广府文化欲在智媒体时代百花齐放的地域文化竞争中保持活力，最根本的还是要将广府文化敢于学习先进制度、吸收先进思想的精神传承下去，在社会管理、文化生活中敢于改革落后制度，允许民众逐渐参与公共管理，使民众形成独立意识、批判精神，培养和引导公民社会的形成，从而使广府文化散发出异于其它地域文化的独特光彩，这才是广府文化的核心竞争力。20 世纪八九十年代，广府文化在全国风行一时，全国民众都在关注广府地区。随着中国改革开放的深入，其它地域得到了迅速发展，相应地广府文化的影响力则迅速回落。说到底，广府文化的活力来源于广府地区的经济发展与社会建设，只有这些方面得到了良好发展，广府文化才会获得更多人的认可，吸引更多的关注。否则，避开经济、社会发展的现实语境，一味依赖策略传播，很可能只是赚取一时的点击率，而无法获得受众的真正认可。

参考文献:

[1] 梁刚建. 传媒业新生态: 从融媒体到智媒体 [J]. 中国广播,2019(12).

[2] (日) 福泽喻吉著. 北京编译社译. 文明论概略 [M]. 北京: 商务印书馆,1997: 13.

[3] 龙其林. 19 世纪中叶的广州城市与社会生活——基于《广州大典》和近代传教士中英文报刊的对照性解读 [J]. 湖南工业大学学报: 社会科学版,2019(4).

[责任编辑: 武典]

(C)1994-2021 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net