广府文化新媒体传播的机遇与挑战分析

◎陈　菲

[摘要]基于新媒体传播的高效率、即时性、受众广特点，论文分析了广府文化在新媒体传播中迎来的机遇，并在全球化的背景之下指出了广府文化的地域特质日趋弱化的事实，主张通过对新媒体的受众进行精准定位，结合广府文化特点定制视听、阅读内容，从而在新媒体时代的地域文化传播中提高竞争力。

[关键词]广府文化　新媒体　机遇与挑战

一、广府文化传播迎来新机遇

基于数字技术的发展，通过计算机网络、无线通信网、卫星等作为传播渠道，辅之以电脑、手机、数字电视机等终端，进而向用户提供信息和服务的新媒体传播形态越来越成为人们生活中不可或缺的一环。较之传统媒体，新媒体的主要特点是转变了信息传播的渠道，其基于数字压缩和无线网络的传播技术，使得媒体传播实现了虚拟化、即时性、交互性，给用户带来了卓越的使用体现。到2019年底，综合新闻资讯行业用户规模达6.2亿，43%的中国新媒体用户年龄为31–40岁。

随着新媒体技术的发展和普及，当代社会生活与新媒体结合得越来越紧密，新媒体产品类型不断增多，形式也日趋丰富，甚至在一些领域还进行了人工智能的尝试。不仅如此，新媒体还不断追求产品内容、咨询广度上的拓展，从而尽可能地满足不同的新媒体用户的兴趣与需求，从而提高自身的覆盖范围和影响力。传播方式的变革带动了内容生产的活力，不少以广府文化作为主要表现内容的新媒体节目不断呈现出来，如《粤睇粤正》《广府文化趣谈》《疯狂粤语》《文化广州》《飘色》《广府人间 穿粤韶华——2019广府文化活动纪录片》等成为备受大众追捧的节目。

算法机制被运用到了内容的分发之中，借此可以实现新媒体节目的个性化定制和精准投放，实现了对于潜在受众的大力挖掘，从而帮助广府文化实现尽可能大的社会反响。新媒体串联了不同的媒介路径，将数字电视、互联网新媒体、户外新媒体、手机终端（如微博、微信、新闻APP等）加以沟通，可以实现广府文化的多平台、同步骤传播，使广府文化的传播方式更加多样化，更适合不同受众群体的趣味，从而最终扩大其自身的文化辐射范围与影响力。

二、广府文化传播遇到新挑战

通过新媒体为广府文化传播助力，这是一个具有可行性的尝试，但也面临着许多新挑战。首先，广府文化借助新媒体进行传播，需要面对全球化时代地域文化影响力削弱的严峻挑战。全球化是在全球不同地区、国家之间相互联系不断增强的背景下全球意识的崛起，它反映了全球在配置人类生活所需的物质生产、经济交往、文化交流、政治合作中的合作程度日趋深化。在全球化时代，国家与国家之间在政治、经济、文化上互相依存，没有一个国家可以完全脱离与其它国家的联系而独立发展。全球化一方面推动了各国之间合作程度的加深，另一方面则使得不同文化之间的趋同性不断增加，并对地域文化的生态构成压倒性的影响，从而使得地域文化不断地丧失自我拓展空间，文化特征也不断模糊。

其次，广府文化借助新媒体文化传播，需要同时面对众多类似地域文化的竞争。在文化搭台、经济唱戏的背景下，各地都希望借助地域文化的开发推动地方经济与社会的发展，因而在眼球至上的视觉文化中着力打造、推广地域文化。当前，地域文化的宣传已经是各地方政府不约而同的选择。关东文化、燕赵文化、黄土高原文化、中原文化、齐鲁文化、淮河流域文化、巴蜀文化、荆楚文化、吴越文化、岭南文化（包括广府文化）等都在借助新媒体传播自身文化，形成百花争艳的局面，在这种情形下广府文化如何凸显自身特征、如何在竞争激烈的文化宣传中胜出，是一个较为复杂的问题。

再者，广府文化借助新媒体文化传播，要能够形成具有自身鲜明特点的作品。

是否具有有影响力的作品，是衡量一个地区的文化是否形成标志性产品、是否具有生命力的重要标准。广府文化作为广府地区的物质和精神生产的综合，应提炼并推广具

(C)1994-2020 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

有地域特色的广府文学作品，从而打造具有自身创造力、传播力的广府文化品牌。从历史角度看，广府文学是基于广府历史文化传统而形成的作品，具有鲜明的传承性；从时代角度看，广府文学是基于广府文化的具体社会背景与文化空间而创作的作品，具有鲜明的阶段性。广府文化传播若要增强自身的造血功能，就应该着力打造精品力作，兼容并蓄，开放多元，广泛吸取不同地域文化的优势，创作出具有独特广府文化韵味、表现广府人民趣味、具有鲜明地域风味的经典作品。

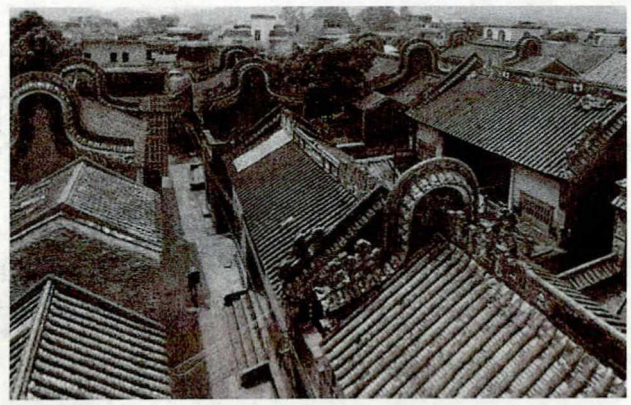
三、广府文化新媒体传播的改进途径

广府文化的新媒体传播是一个时代课题，它涉及到政治、经济、文化、教育等各方面的因素，需要各界人士共同努力，以改进其传播过程中遇到的一系列问题。大体而言，广府文化新媒体传播的改进途径主要有：

应着力打造一支熟悉广府文化的新媒体传播队伍。既然要通过新媒体传播广府文化，那么就必须有一支专业化的广府文化采写、编辑、制作团队。这支团队不仅应了解、熟悉广府文化及其历史脉络，而且还应对其文化特质及其可能的运用了然于胸，以此为基础考虑如何通过新媒体进行广府文化的有效传播。同时这支广府文化采写、编辑、制作团队应该吸收来自不同专业领域的学者、专家、爱好者，以应对广府文化中的饮食文化、建筑文化、历史文化、地理文化、商贸文化、文学文化等不同类型文化的需要，从而能够敏锐地发现不同现象中隐藏的文化传播素材。

第二，应充分利用广府文化的世俗化、生活化特点进行传播。与主流正统文化相比，岭南文化历史上长期偏于一隅，形成了注重当下生活、贴近社会现实的特点。在著名学者谢有顺看来，“在广州，你不会对历史存多少想象，因为这个城市，真正强大的是她的现在。早茶，晚茶，老火靓汤，不可一日食无鲜，吃吃喝喝，汤汤水水，关心的不过是今天，是一种过日子的心情。很多人由此看轻广州：是务实，也是一种世俗；是随和，也表明缺乏讲究。”[1]如果说主流文化凸显的是国家政治、社会变革、文化传统等宏大概念的话，那么广府文化注重的是对日常生活细节的追求，是一种务实的经验。“散步是一种状态，它随意，舒适、轻盈，而这正是广州人所追求的生活境界。爱上广州的人，多半爱的就是这种生活。”[2]在新媒体时代传播广府文化，必须坚持以世俗化、生活化的角度进行采写、编辑、制作，切忌以刚性的理念、政治的命题、文化的崇高等角度切入，否则很容易造成不接地气、语境不符等问题，从而影响广府文化的接受。

第三，应打造一系列稳固的广府文化传播平台。传播广府文化，一方面固然要借助于已有较大影响力的新媒体平台，合理地进行包装、推广，捕捉最佳时机宣传广府文化，另一方面则又应该建立自己的新媒体、电视台、期刊、报纸、出版社等传播平台。对于后者的整合与管理，地方政府应将其视为助力地方发展的长期战略工作，务求真抓实干，做出实效。如能假以时日，一定可以在弘扬广府文化、打造具有浓



郁本土特色文化的道路上走得很远，使广府文化成为一代又一代人的文化记忆。“记忆是人类体验时间的一种模式。没有记忆，就没有时间体验，就没有对过去的叙事，没有记录史实的可能，也就没有历史的可能。”[3]习近平总书记多次强调，要讲清楚中华优秀传统文化的历史渊源、发展脉络、基本走向，讲清楚中华文化的独特创造、价值理念、鲜明特色，增强文化自信和价值观自信。在广府文化新媒体传播中，只有建立了立足于广府文化、努力传承广府文化的重要传播平台，广府文化才可能在全方位、长时间的传播中形成凝聚力，成为生活于其中的广府民众的认知观念和文化自觉。

第四，应采取各种措施确保广府文化在新媒体传播中形成特色。利用新媒体宣传地方文化成为当前各地方政府共同的选择，在这种情形下应努力在广府文化传播的内容与形式上努力推陈出新。广府文化采写、编辑、制作团队，应对广府文化的潜在受众进行系统定位和分析，在此基础上针对他们的文化程度、语言喜好、民俗知识、观赏习惯、娱乐时间等进行具有针对性的制作，并基于大数据进行传播对象的精准推送。在采写、编辑、制作广府文化的传播内容时，应同时兼顾娱乐休闲与文化价值、思想内涵与雅俗共赏，并能利用不同时期的社会热点现象进行高效推广，从而在较短的时期内赢得一批潜在的广府文化消费群体及认同群体。

从整体上看，新媒体技术的兴起为广府文化传播创造了新契机，它不仅突破了传统媒体在传播范围、传播时效性上的限制，而且可以根据潜在受众的兴趣、习惯进行精准推送，有利于广府文化的迅速传播与社会认同。尽管全球化时代的到来正在削弱广府文化的地域特征，但我们仍然可以借助新媒体的诸多技术条件消解全球化的不利影响，弘扬广府文化，使之与民众的生活、观念相妥帖，真正走近民众的价值认同。

注释：

[1][2]谢有顺：《消夏集》，安徽教育出版社 2013 年版

[3]吴志良：《澳门的历史与记忆》，广西师范大学出版社 2008 年版

（广州城市职业学院宣传统战部）

(C)1994-2020 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net