

互动仪式链视域下培养大学生文化自信研究

张晓露

西安培华学院传媒与设计学院

DOI:10.12238/jief.v6i3.7901

[摘要] 数智时代,中国文化传播必须倚重青年大学生,大学生是文化的传承者、赓续者、创造者。在中国文化软实力建设中,需培养当代大学生的文化认同。当代大学生的文化认同培养,需要发挥互动仪式链的作用,文化的传播也应是基于互动仪式呈现的人文关系。文化自信的培养需借助新媒体平台,发挥“意见领袖”效用。本文在研究董宇辉个案的基础上,窥探董宇辉“讲好中国故事”的传播力、感染力,以及互动仪式链的搭建,期望寻求大学生文化自信培养研究的新突破。

[关键词] 互动仪式链; 大学生; 文化自信; 董宇辉; “讲好中国故事”

中图分类号: G455 文献标识码: A

Research on Cultivating College Students' Cultural Confidence from the Perspective of Interactive Ritual Chain

Xiaolu Zhang

Xi'an Peihua University School of Media and Design

[Abstract] In the era of mathematical intelligence, China's cultural communication must rely on young college students, who are the inheritors, successors and creators of culture. In the construction of China's cultural soft power, it is necessary to cultivate the cultural identity of contemporary college students. The cultivation of contemporary college students' cultural identity needs to play the role of interactive ritual chain, and the spread of culture should also be based on the humanistic relationship presented by interactive rituals. The cultivation of cultural self-confidence needs the help of new media platforms to play the role of "opinion leader". On the basis of studying Dong Yuhui's case, this paper probes into the communication power and appeal of Dong Yuhui's "Tell the China Story Well" and the construction of interactive ceremony chain, hoping to seek a new breakthrough in the research of cultivating college students' cultural self-confidence.

[Key words] interactive ritual chain; college students; cultural self-confidence; dong yuhui; "Tell China story well"

党的二十大报告指出,加快构建中国话语和中国叙事体系,讲好中国故事、传播好中国声音,展现可信、可爱、可敬的中国形象^[1]。中国故事的精髓在中国文化,中国文化的发展需要借助媒介进行传承。中国文化的发展需要依托媒介进行延伸,当今的传播场域证实了新媒体对文化传播的功能。讲故事是国际传播的最佳方式^[2]。“要大音希声、大象无形,坚持不懈、久久为功,让当代中国形象在世界上不断树立和闪亮起来。^[3]”中国形象有利于争取国际话语权,提升中国的国际话语权,当代中国青年义不容辞^[4]。

新媒体营销成为文化发展的双刃剑,既使得文化传播的多样化,但也使得文化的传输被“娱乐至死”裹挟。大学生对文化的接纳程度是短暂而浅薄。寻求传播方式创新,将是培育当代大学生文化自信的研究突破口。大学生的文化传输,需要形式多样

化、输出轻娱乐化,更加偏重情感互动,注重“自我效能感”。在培养大学生文化自信的过程,互动仪式链的建立是培养文化自信的关键,需要依赖“讲好中国故事”的方法论。发挥新媒体的优势,将是对大学生群体做好文化认同培养的有效途径。

1 互动仪式中生成对大学生文化自信培养的媒介环境

青年群体都是文化的传承者,是新生文化的创造者、衍生者。中国文化瑰宝,需要新生代去传承、创新和衍生。研究大学生文化自信的塑造,需要结合大学生所在的新媒介生态。文化新生态的特性是“内容生产”周期短、内容深度较为浅显和注意力经济泛滥。思考在满足青年群体文化需求基础上,研究其认知惯性,发挥新媒介的功用,才能正向培养青年群体对中国主流文化的自信心。本文从董宇辉爆火的现象中,解读如何以

“讲好中国故事”的传播方法,引发以大学生为主的青年群体的文化自信。

在董宇辉效应中,以抖音直播为主的传播方式,凸显文化传播的一大特性是“互动仪式链”的搭建。在“与辉同行”直播和文旅直播中,评论区的受众群体乐于同董宇辉等主播进行互动,在互动中产生情感共鸣。美国社会学家柯林斯在《互动仪式链》中强调“仪式”和“互动”生成的关键是情景。以董宇辉的直播活动为场景的知识带货,在沉浸中进行文化传播场景的搭建,满足了当下青年大学生对文化“轻娱乐”接受的惯性,不是说教式的灌输,更多是“浸润式”的渗透,这正是互动仪式链搭建下,大学生群体文化自信培养的新生态。

2 对大学生“讲好中国故事”的新方法论

研究当代大学生文化接受的惯性,对他们“讲好中国故事”需要新方法。可从四个维度对大学生进行文化自信的培养:对大学生讲文化,需要“讲事实”。“讲事实”需从地缘文化、认知的接近性出发,事实是激发共鸣和共情的基础,结合大学生的认知层次进行中国文化的沉浸式渗透;“讲形象”,离不开视听文化的发展,以大学生喜闻乐见的短视频进行文化输出,比如大学生接受惯性下从B站走向世界的“李子柒”;对大学生进行文化传播需要“讲情感”,结合短视频的特性进行有情感的文化传播。短视频传播最大的特性就是情绪化传播,所以对大学生“讲好中国故事”需要倚重情感传播;最后,对大学生“讲好中国故事”需要“讲道理”,但是不是说教式的文化传播,需要悄无声息中进行文化的解读。对当代大学生进行文化认同的培养,还需考量时代场景、新媒体技能、传播对象等因素在传播中的效用。

新媒体造就的“消费冲击+注意力经济”,使得大学生对传统文化的选择性接收是狭隘、短暂和匮乏的。对青年进行文化输出需讲求正确的方法论,解构青年群体的话语体系,善于使用网络生成的新语态,与大学生沟通。“董宇辉”直播带货满足了大学生文化认知的需求,满足大学生获取新知、知识竞争、自我知识测评的需求,在互动仪式链搭建中,易生成大学生的“自我效能感”,还满足了娱乐化需求。“讲好中国故事”形式要多元化,内容要有趣味性。文化自信是他们从参与、互动、二次创作、情感共鸣的互动仪式链中建立起来的。大学生“粉”的董宇辉,就是他们文化认同中“讲好中国故事”的优秀典范。

3 董宇辉现象背后是“讲好中国故事”的文化输出

董宇辉现象证实了互动仪式链搭建重要性,需求的满足是在互动中产生的。2022年6月,“知识带货”“双语带货”成为了董宇辉为代表的东方甄选的主要特色。董宇辉出圈是“讲好中国故事”的事实,是互动仪式的见证。也证实要善于利用新媒体平台,扩大传统文化传播的覆盖面,提高其影响力。直播平台还发挥了“情感表达、依赖和交互”的作用。消费者可参与互动发泄情感,传播场景中满足了互动仪式链的构成条件:社群、共同的目标、归属感、群体规范等。弹幕和留言板的互动,商品的下单和售后等互动成为了互动仪式的表征。董宇辉以助农带货普及了农特产品区域文化,满足了大学生对农业知识的补给。结

合地方文旅直播专场,董宇辉完成了文学宣讲,完成了“讲好中国故事”的文化输出,也验证了新媒体情感凝聚中互动仪式的生成过程。今天对大学生群体“讲好中国故事”需要发挥新媒体互动仪式的功效。

董宇辉以朴实无华的个人形象赢得了抖音2500万余名粉丝。2023年9月份,他参与央视国际频道的采访,被赋予“中国顶级电商主持人”的名誉,这也是主流媒体对董宇辉的肯定。他将自我认知定义为老师、影响者,不单纯是带货主播,他能对社会的正面导向。中国需更多优质“意见领袖”发挥文化引领者和“讲好中国故事”传声筒的作用。

4 董宇辉现象中“讲好中国故事”的传播特色

通过抖音直播视听演绎加上富含情感的实时互动,提供更直观和生动的消费体验。直播还具备信息传播和情感陪伴的作用。董宇辉直播对中国文化的宣传和文旅市场的开拓、营销,也是对祖国大好河山和地理文化、区域文化的柔性传播,带动了中国旅游产业的复苏。剖析董宇辉现象中“讲好中国故事”的传播特色大致如下:

4.1 董宇辉直播中编码的语言特色

4.1.1 清新化的叙事风格

讲故事是董宇辉直播鲜明的特色,娓娓道来、清新叙事,言语朴实的背后暗含哲理的深思。以不卖弄才华的口语表达,传输的是“腹有诗书气自华”的强大气场。清新化的叙事盖过了他直播带货的事实。这也是董宇辉直播团队的特点,这也开创了新媒体营销的奇迹,受众在直播间中追随董宇辉的文化洗礼,不自觉间完成了下单。“沉浸式”的文化吸纳,购物需求满足同时,还有情绪价值的满足。

4.1.2 真诚的情感表达

人际沟通的最大技巧就是真诚,一个玉米能被董宇辉道出“谷贱伤农”的情感关怀,一个地球仪能被他道出山川河流的壮观豪迈。情感真挚是互动仪式链搭建的前提,是信任生成的基础。虽然营销是底色,但是他在内容表达呈现了“讲好中国故事”的文化底蕴,其次对产品认真、细致地剖析,包括助农和文旅推广的长远价值。董宇辉带货中的言语表达很接地气。叙事中他数次以生活场景构建了与受众之间“共通的意义空间”。

4.1.3 柔性化传播

人民网微博赞许了董宇辉以卖货为“副业”、以讲课为“主业”,“柔性化传播”展示了中国文化的博大精深。旁征博引地论证古今,以董宇辉为代表的高知识带货主播打开了“讲好中国故事”式的新式营销。在云淡风轻地谈资与才艺展示中,开启受众默默下单。大学生在这样的消费场景中,增补的是文化常识,感受到的是文化自信。这种柔性化传播,值得作为直播带货中“讲好中国故事”的范本进行推广。

4.1.4 幽默风趣与自嘲的编码特色

新媒体时代,青年群体喜欢的是插科打诨的无厘头,喜欢的是幽默风趣、自嘲、自黑等凝结的“普通学”。“讲好中国故事”的语言修辞需要“网言网语”,更需要幽默风趣的接地气。董宇

辉在直播间与受众更是充满智慧的言语互动。幽默的话术背后是高情商的反映,也是以董宇辉为代表的高知主播的精神反映。

4.1.5 语言流畅与修辞多元的言语素养

董宇辉直播从场景可以窥探他没有背书,更多的是自我发挥。“前台”呈现的是“腹有诗书”,验证了“气自华”。话语吸引人的法则是大气、侠气、气势磅礴之感。修辞多元而巧妙,验证了语言的魅力可以通过纯真质朴。董宇辉的言语魅力在于修辞比喻信手拈来,让更多的“粉丝群体”惊呼其博学。消费社会的场景穿透生活的边边角角,但是反观董宇辉的以接地气、正价值、乐观通达的人生观,以语言艺术的魅力挥洒中国文化的博大精深,这就是“讲好中国故事”的典范。

4.2 董宇辉传播中的接近性

董宇辉的表达是平民视角下的中国文化呈现,文旅直播中,董宇辉善于发挥接近性。2023年在河南专场文旅直播中,他推荐李商隐的书;在四川专场,他发挥地理上的接近性,联系李白,表达川蜀的人文特性,赞扬川蜀人们的“慢生活”和节气。发挥心理的接近性,讲属于四川人自己的故事,更能够引发受众的情感共鸣,成功搭建互动仪式链。《开讲啦》中,董宇辉将自己定义为“我是主播,但我更愿做一个信使”,将商品与文化进行衔接,成为了底层逆袭的榜样。讲的是老百姓自己的故事,小切口大主题,与受众平视的互动,董宇辉打造“亲民”“接地气”的互动氛围的实际。

4.3 知识带货背后是青年群体对文化认同的尊重

“讲好中国故事”需要视频信息的加持。大学生进行“文化认同”的培养,需创新模式、情感互动、仪式链的打开。改革创新是关键,共同意义空间的打造是重点。情怀中暗含的是情感传播背后的“精神匮乏”。在董宇辉妙语连珠的直播带货背后,“粉丝”群体下单购买的是情怀和对文化知识的尊重。

4.4 董宇辉“讲好中国故事”的非语言技巧

董宇辉直播发挥了非语言符号的传播功能。以平淡的语调谈生活、谈理想、谈人生、谈哲学,语调不紧不慢,没有远离生活的空洞与高谈阔论。舒缓的音乐加持,营造的氛围感更易让人接受董宇辉卖货之余的人生哲学。董宇辉的外貌平平,打破了“消费社会”的“颜值控”,制造了一种当代青年遐想的“内涵论”。董宇辉自嘲“中关村周杰伦”、撞脸“兵马俑”,外貌的普

通在“消费社会”“颜值经济”的冲击下不是优势。但董宇辉的外貌变成了优势,“平庸”更能引人产生共鸣共情拉近与受众的心理,更易产生“共同的意义空间”,呈现“象征性互动”的传播效果。

4.5 董宇辉受众群体的宽泛性

董宇辉很好诠释了中国特色优秀文化和中国人的故事,他的受众群体,吸引了关心子女教育的中国家长,追逐文化提升的有志青年,为家庭物资精打细算的家庭主妇等。文化的涵养是多数人能够产生情感共鸣的关键。董宇辉的衣着、谈吐和叙事主题,都能够感受到他低姿态、自谦的性格和普世的价值观。董宇辉的信息输出仿佛一股清流,当然期望年轻的他不要受物质社会的腐蚀,切莫陷入互联网“造神论”的陷阱。董宇辉的带货中,互动仪式链背后的文化自信导向还应该是关键。

5 结语

消费背后文化自信的传承需要延伸,文化学习的自觉性需要形成。董宇辉现象呈现了以抖音为主的虚拟社交平台自带形成“互动仪式链”的先天优势,诸如社群、共同的目标、情感归属,这些都是互动仪式链基础上发挥“讲好中国故事”的关键。董宇辉的破圈为如何培养大学生文化自信与“讲好中国故事”提供了借鉴意义。

[基金项目]

西安培华学院2022年党建专项课题“互动仪式链视阈下大学生党性文化培养机制研究”项目成果(编号:PHDJZ2203)。

[参考文献]

- [1]习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗[N].人民日报,2022-10-26(01).
- [2]何畏.加快构建国际传播的中国叙事体系[J].红旗文稿,2022(18):39-42.
- [3]习近平.关于讲好中国故事重要论述摘编[J].党的文献,2020(1)3-11.
- [4]外交部长秦刚就中国外交政策和对外关系回答中外记者提问[N].新华每日电讯,2023-03-08(06).

作者简介:

张晓露(1988--),女,汉族,河南偃师市人,硕士研究生,讲师,研究方向:媒介生态学。