

全媒体时代武术文化传播的机遇、困境与纾解路径

姚振兴,赵发田,李 蕾

(山东师范大学 体育学院,山东 济南 250358)

摘 要: 武术是中华民族传统文化的瑰宝,但其在文化传播过程中存在传播边缘化、内容浅层次、碎片化、主流话语弱化、路径窄化等问题。全媒体时代的到来,有助于创新武术文化传播载体、实现武术文化话语转向、推动武术文化传播效果精准化,为武术文化的传播带来了新的历史机遇。具体纾解路径体现为:转变策略,提升武术文化核心竞争力;增强叙事,完善武术文化内容完整性;强化引导,营造武术文化健康网络舆论生态;载体并联,构建武术文化传播矩阵。

关键词: 全媒体时代;武术文化;主流话语权;网络舆论

中图分类号: G852 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-983X(2025)01-0027-06

DOI: 10.20185/j.cnki.1003-983X.2025.01.005

Opportunities, Dilemmas and Paths to Relief in the Communication of Wushu Culture in the Omnimedia Age

YAO Zhenxing, ZHAO Fatian, LI Lei

(Shandong Normal University, College of Physical Education, Jinan Shandong, 250300)

Abstract: Wushu is the treasure of Chinese traditional culture, but there are problems such as marginalization of communication, shallow content, fragmentation, weakening of mainstream discourse, and narrowing of paths in the process of cultural communication. The arrival of the omnimedia age helps to innovate the communication carriers of wushu culture, realize the discourse shift of wushu culture, and promote the precise effect of wushu culture communication, which brings a new historical opportunity for the communication of wushu culture. The specific relief paths are as follows, change the strategy to enhance the core competitiveness of wushu culture, enhance the narrative to improve the integrity of the content of wushu culture, strengthen the guidance to create a healthy network public opinion ecology of wushu culture, and build a wushu culture communication matrix by linking up the carriers.

Keywords: omnimedia; wushu culture; mainstream discourse; network public opinion

习近平总书记在中共中央政治局第三十九次集体学习时强调,“中华优秀传统文化是中华文明的智慧结晶和精华所在,是中华民族的根和魂,是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的根基”^[1]。武术作为中华民族的重要文化符号代表,是中华民族的智慧结晶,传承与发展中华武术,对于建立文化自信、推动社会主义文化强国建设至关重要。

传承与弘扬中华武术,首先要切实做好武术文化传播工作。当前,信息技术迅猛发展,5G、人工智能、云计算、互联网、物联网等新技术的迭代,深刻改变了社会的生产与生活结构,重塑了传播生态,推动媒介融合向纵深发展,构建全方位、多

层次、一体化的全媒体传播格局成为重要趋势和历史潮流。如何面对全媒体时代带来的机遇与挑战,切实增强武术文化传播的引导力、影响力、公信力,真正构建起新时代武术文化话语体系,让武术文化更加贴近时代、贴近社会、贴近群众,具有重大的现实意义和深远的历史影响。

1 全媒体时代武术文化传播的历史机遇

全媒体传播依托传统媒体和新媒体的优势,以其信息传递的及时性和传播范围的广泛性^[2],为武术文化的传播注入了新活力,呈现出传播主体多元、方式多样、渠道丰富的新局面。武术文化作为一种随中华民族发展而演变的独特文化现象,其传播对于推动文化创新和发展具有重要的作用。深入挖掘武术文化的历史底蕴和价值内涵需要借助全媒体时代下信息传播的立体化、全方位、多维度等特点,实现全媒体与武术文化二者彼此交互、融合发展,这不仅为新时代武术文化传播提质增效,也为武术文化的传承与创新提供了有力支撑。

1.1 创新武术文化传播载体

有学者指出“万物皆媒的泛媒时代悄然已至”^[3]。在当今全

收稿日期:2024-08-20

基金项目:山东省社会科学规划项目(21CTYJ20)。

第一作者简介:姚振兴(2001~),男,山东青岛人,在读硕士,研究方向:运动训练。

通讯作者简介:赵发田(1974~),男,山东菏泽人,博士,教授,研究方向:民族传统体育学,E-mail:1152079682@qq.com。

媒体时代,互联网推动的新兴媒体蓬勃发展,武术文化传播也随之发生变革,展现出传播平台多样、传递信息多向等新态势。全媒体融合了传统媒体如报纸、电视、广播与新兴媒体如应用程序、门户网站,实现了立体化传播,扩展了人们的视听体验,武术文化的传播载体由传统媒介时代的静态图文符号转变为新媒介时代以语言、图文、影音为表征的多元化传播载体,形成武术文化传播的“全息媒体”,通过多感官的方式深入浸润受众。借助云计算、人工智能和大数据等技术,武术文化的传播内容更加丰富,通过整合多元媒介与构建传播载体的矩阵化体系,有效弥补单一渠道下武术文化传播的不足,并且能够打破时间、空间和地域等诸多因素的限制,以技术手段重现历史场景,增强受众的参与感和情感共鸣,促进对武术文化的认同和学习。

1.2 实现武术文化话语转向

武术作为中华文化特有的标志性符号之一,实现其话语转向对于巩固与提高自身文化价值的认识与自信起到关键作用。在以口传实体、纸质印刷为代表的传统媒介时代,武术讯息传播表现为传统的“传播主体—传播媒介—目标受众”的单向性传播范式^[4],武术文化的权威性与话语权掌握在少数精英知识分子手中,目标受众很少有机会打破“权利壁垒”参与到武术文化的宣传和推广当中,他们在接受武术信息后也缺少与传播者进行互动交流和反馈的渠道,这在无形中于武术文化传播者和受众之间筑造了一道厚厚的“文化篱笆”。但在全媒体的助力下,多样化的平台为广大受众开辟了武术文化创作与探索的广阔天地,促使武术文化传播由精英话语向大众话语转变,推动了武术文化的全民认知。同时,全媒体时代赋予了大众更多的话语表达权,人们可以根据自己多年的习武心得在社交媒体平台积极“发声”,在创作或解读武术文化的同时,也融入自身对武术文化的感悟,将武术文化 with 个人理解相结合,通过大众话语将武术文化的深邃内涵和多样价值呈现出来,这不仅能够提升人们对武术文化的亲和力 and 认同感,还可以巩固武术文化的群众基础,从而不断促进武术文化自我发展、自我创新。

1.3 推动武术文化传播效果精准化

全媒体融合了信息汇聚、内容创作、社交互动与多元服务等功能,深度契合受众多样化需求,借助机器学习、算法推荐等新技术,为受众提供更加个性化的内容和服务,显著提升了武术文化传播的精准性与高效性。同时,全媒体既保留了广覆盖的“大水漫灌”式传播优势,又融入了精细化的“精准滴灌”策略^[5],增强了武术文化传播的靶向性和效果。一方面,全媒体可以进行“多对多”的跨时空大众传播。社交媒体的迅猛发展,信息交互与传播范围扩大,武术文化能够跨越时空广泛且深入地触及目标受众群体、全程全方位地传播武术文化内容,从而有效扩展了武术文化传播的覆盖范围。另一方面,全媒体又可以进行“一对一”的精准化分众传播。传播者通过相关技术深入了解受众的基础画像、需求方向 and 行为特征,实现点对点传播和定制化传播,给予受众个性化的信息接收体验。

2 全媒体时代武术文化传播的现实困境

中国武术文化在全媒体传播的进程中,从技术表现、文化

表达、健身功效呈现等方面,全媒体技术赋能武术文化内容创意的深度、表达的态度、传播的高度。然而,中国武术文化借助全媒体进行传播的同时,面临着生存空间遭遇挤压、文化内涵难以完整表达、舆论裂变削弱主流话语、传播载体多元结构未有效整合导致传播路径窄化等困境。

2.1 武术文化传播边缘化

在全球化的浪潮中,武术文化发展与传播面临着重重挑战,尤其是如何处理好外来文化与民族文化、传统与现代化的关系^[6]。西方体育的迅猛传播,以其竞技性、娱乐性和观赏性主导了体育文化的主流,对武术文化造成了冲击,窄化了武术文化传播空间。武术为迎合现代竞技体育的需求,其技术构成和训练模式经历了变革,一定程度上削弱了其“健身、修身、养性”等功能价值。同时,伴随媒介力量的不断壮大,西方国家的“文化霸权”通过各媒体平台加强对中国在内的发展中国家的文化输出,武术文化的核心价值传播优势逐渐淡化。在这种背景下,武术的体育化改造虽有其科学性和规范性,却导致了拳种意识的缺失,弱化了武术的文化内涵和精神特质,使得武术在西方体育的影响下逐渐失去了原有的地位和特色^[7],逐渐趋于边缘化。

中国武术与影视传媒的缘分已经将近百余年的历史^[8],将武术与影视艺术相结合,极大地丰富了武术的艺术表现力,给人们带来了美的享受。同时,从精彩绝伦的打斗场景中加深了群众心中对于武术“能打”的期许。然而在现实生活中,基于雷雷、马保国等“武术大师”在擂台被业余选手 ko 的负面事件,人们由崇拜武术逐渐转变为怀疑武术,例如,在武术负面事件出现后,在各媒体平台的评论区充斥着“武术就是花架子、传统武术不能打”等质疑声,武术“能打”的历史记忆与被 ko 的现实反差,消解了武术神秘感的同时,使得观众对作为本土体育项目的武术产生失望,转而关注更具挑战性和视觉冲击性的西方体育项目。

信息传播方式的变革拓宽武术文化传播渠道,武术文化通过抖音、快手、B 站等新媒体平台推送,以短视频、网络动画、网络直播多种形式进行传播和分享。然而,其内容往往未能有效吸引观众,由于武术作为一种“内在”的文化形态,其古典特质与现代化风格难以完美结合,通常以较为刻板的形象呈现,导致在新媒体的传播中未能凸显其吸引力。总的来说,武术文化传播所遭遇的边缘化现象,其外因可归结为信息传播方式的深刻变革,而内因则根植武术的体育化改造,武术生存环境的变迁与受众群体的日益分化是武术文化传播边缘化的重要影响因素^[9]。

2.2 武术文化传播内容浅层次、碎片化

武术文化传播内容浅显,其背后蕴含的深邃文化内涵难以被全面而深刻地揭示与表达。一方面,在许多新媒体平台,武术内容多侧重于健身和技击功能的推广,而忽略了武术的多元文化内涵。按照文化三层次说,武术文化主要由器物技术层、制度习俗层、心理价值层 3 个层面构成^[10],而技术层作为武术文化形态的表层,主要通过身体的“技艺”呈现,不完全反映和等同于武术文化更深层次的制度习俗层和心理价值层。从传播学的角度讲,技术传播的效果是有限的,而文化传播的效果是无限的,武术作为中华优秀传统文化的全息缩影^[11],在

全媒体传播过程中,其完整内容未能得到充分展现,致使受众缺乏对武术文化内涵的深入理解,不利于对武术文化的正面解读。另一方面,众多媒体平台还夹杂着娱乐化、商业化的浅层次传播。为了迎合受众、提升人气,一些平台采用明星效应和商业植入,忽视了武术文化的核心价值。同时,过度追求娱乐化的报道,如炒作江湖约架,不仅掩盖了事实真相,还对武术的社会形象产生了负面影响。这种商业化、娱乐化倾向必然使武术走向媚俗化、低俗化,使其在大众记忆中逐渐淡化,不利于武术的健康发展。

随着互联网技术进入创新发展的新阶段,以及“四全媒体”模式——全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体的兴起,新兴媒体的快速发展为武术文化提供了广阔的发展空间,与此同时,也进一步推动了武术文化传播的“碎片化”进程^[12]。一方面,全媒体时代武术文化的传播方式呈现出碎片化的特征。信息快餐化趋势促使武术相关知识被简化为片段推送,割裂了武术文化的历史脉络与内在逻辑,容易使受众误解其完整价值。另一方面,自媒体平台上的武术内容叙事风格也趋向随意与碎片化。相较于传统媒体严谨的叙事风格,自媒体的语言表达显得更为自由,其不乏幽默、诙谐、讽刺等手法虽吸引眼球,却牺牲了报道的深度与连贯性。短视频、直播等直观形式虽具传播力,却难以承载武术深厚的历史文化底蕴,不利于武术文化的真实展现与深度传播。因此,在全媒体环境中如何保证武术文化传播的完整性与深度,成为亟待解决的问题。

2.3 武术文化传播主流话语弱化

全媒体时代,舆论和话语权的竞争在媒体平台上开辟了新的战场。伴随传播媒介的“去中心化”,武术文化传播者不再局限于政府宣传机构和传统主流媒体,每个人都能通过媒体平台发出自己的声音,由此信息传播进入了“人人持有麦克风”的新时代。在这种情况下,主流媒体在信息筛选上的“把关”作用有所减弱,网络上充斥的关于武术的负面事件和言论,对武术文化的主流话语权构成了挑战,使得主流媒体在推广武术文化方面的权威声音受到遮蔽。

在全员媒体时代,拥有共同价值观的人群得以加速汇聚,这一过程伴随着特定准入标准与话语体系的建立,从而构筑起“网络社群”的壁垒,形成独特的“网络圈层”现象^[13]。圈层化趋势导致武术舆论的分裂与碎片化,以“马保国事件”为例,不同圈层对此事件有着多样化的反应和评价:武术圈批评马保国的行为玷污了传统武术形象,网络娱乐圈中的一些自媒体创作者将其作为娱乐素材制作成搞笑、鬼畜视频或表情包进行调侃,而普通公众圈则有不同的看法,一些人可能同情他的遭遇,认为不应过度嘲笑个人,而另一些人认为他的自娱行为为人们带来欢乐,并以诙谐幽默的方式对其进行“吐槽”,以此作为工作之余的消遣。这些圈层封闭性强,圈内舆论场域具有自固性与排外性,其本身的“过滤泡”和“回音壁”效应逐渐显性化^[14],固化“信息茧房”效应,使得包含主流价值的武术网络信息难以触及广大网民。不同圈层之间的碰撞形成了强大的不利于武术文化传播的议程舆论,长此以往不仅会肢解中国武术所凝聚的养生健体、攻防自卫、艺术审美等独特内涵,还会不同程度地弱化武术文化主流话语权,削弱人们对武术文化价值的理解与认同。

同时,技术在削弱武术文化在主流话语体系中的地位方

面发挥了关键性的作用。在信息爆炸的时代,算法推荐技术根据用户偏好进行个性化信息推送,满足了用户多元化、个性化需求。但推送内容常带有情绪化、娱乐化和仿像化的特征,导致人们误以为所接收的片面信息即为完整真相。随着这种算法机制的持续优化,人们接收的信息变得更加个性化、碎片化和同质化,加剧了“信息茧房”的产生与泛化,这种以主观偏好为导向的网络圈层,削弱了武术文化主流话语体系在公众舆论中的公信力和引导力。

2.4 武术文化传播路径窄化

在全媒体时代,丰富多样的传播平台和渠道,为武术文化传播载体的多元结构筑牢了物质根基。然而,当前武术文化传播过程中,传统媒体与新兴媒体之间的融合尚不充分,多元传播主体之间缺乏有效的交流与合作,导致传播载体的多元化结构未能得到有效整合,没有实现传播载体并联,从而窄化了武术文化的传播路径,这一现象主要表现在以下3个方面。

其一,信息传播渠道未有效融合。新媒体时代的到来,为整个媒介生态带来了具有颠覆性意义的变革,传统媒体与新媒体之间由相互独立走向互联互通,媒体融合正成为整个媒介系统的发展趋势。近年来,武术文化传播着手探索媒体融合,然而传统媒体与新兴媒体的融合度不高,传统媒体如电视、报纸、书籍等与新兴媒体如网络视频、社交媒体等之间的结合不够紧密,导致武术文化传播资源分散,双方各自为战,未能形成“大珠小珠落玉盘”的良好效能^[15]。尽管全媒体时代武术文化传播渠道丰富,但并非每个渠道都符合武术文化的特点,并且受众的主动性接收日益凸显,一些武术文化传播者过于依赖新媒体平台,而未能根据受众的偏好和需求进行精准的分众化传播,降低受众参与积极性。

其二,信息传播辐射面受限。作为全媒体时代的产物,新媒体时代下虽然信息传播的覆盖范围相比传统媒体时代有了显著提升,但由于武术文化本身的专业性,如武术难学、难练、见效慢的特点,这使得普通受众对主动搜索和学习武术的意愿不高。同时,新媒体时代的搜索机制和武术文化传播渠道的不畅,进一步加剧了信息茧房效应,导致大量受众未能接触到武术文化信息,从而限制了其传播的广泛性。

其三,信息传播效率降低。目前,“互联网+”武术文化传播平台尚未建成,政府相关部门、官方主流媒体、开设民族传统体育专业的高等院校、民间武术学校等机构之间缺乏有效沟通,联系不够紧密,尚未形成武术文化传播的多方交叉合力,导致传播平台和渠道之间转换不够灵活。另外,近几年武术也开始尝试在新媒体平台推广,但缺少武术专业人员的参与、缺乏媒体化的使用经验而收效甚微^[16],传播渠道灵活性不足和缺少专业人员的运营导致武术信息传递效率大打折扣。

3 全媒体时代武术文化传播的纾解路径

面对全媒体时代下武术文化传播的边缘化、浅层次、碎片化、路径窄化以及主流话语弱化等窘境,亟须通过优化和创新其传播策略,以增强武术文化的吸引力与核心竞争力,增加武术文化叙事主体,多角度解读武术文化内容,增强武术文化传播内容完整性。同时,强化武术文化主流舆论引导力,占领舆论高地,有效地整合多元化的传播载体结构,打造武术文化高

效能传播矩阵,提升武术文化传播影响力,推动武术文化传播创新发展。

3.1 转变策略,提升武术文化核心竞争力

全媒体背景下的武术文化传播应牢牢把握受众日益增长的文化需求,以互联网为支撑积极发掘新型传播方式、转变武术文化传播策略,提升传播吸引力,将武术文化的精髓以人民群众喜闻乐见的方式精彩呈现,以此实现对自身传播劣势的转化,增强武术文化核心竞争力。具体来说有以下几个方面。

首先,坚守信念领域,提升文化自觉。武术文化传播者在转变传播策略前,应强化文化自觉意识,深刻掌握其历史、内涵和价值,并挖掘具有时代价值和现实意义的内容,并应主动将武术文化与不同地域现实生活相联系,以便受众更好地理解并接受中华优秀传统文化的精髓。同时在传播过程中,要倡导重视文化多样性,传播者应尊重不同文化的差异和特点,促进传统文化与现代文化的交融发展,这不仅丰富了武术文化的内涵,也为其增添了新的活力。武术文化是一种不可再生资源,一旦丢失就会形成断层。因此,武术文化传播者要保持清醒的头脑和历史责任感,担负起武术文化传承的光荣使命,增强对武术文化的认同感和自豪感,这样才能更准确地展现武术文化的魅力。

其次,跨界融合,提升“自我造血”能力。深度挖掘武术文化中所蕴含的多元价值,并与教育、旅游、数字科技等进行跨界深度融合,积极破圈,为新时代下武术文化传播注入新的生机和活力。例如,“武道无穷”企划由《永劫无间》与《环球时报》联合启动,旨在传承和弘扬中华武术文化^[17],该企划将太极拳、少林拳、形意拳、咏春拳、八极拳五大中华武术标志性拳术融入游戏,为玩家提供全新的武术体验。通过数字化技术还原传统武术精髓,并结合游戏元素进行创新,让游戏新触点融合传统文化,实现传统文化与数字内容的相融合,更好激励中华武术文化传承的创新动力,让传统文化沉淀新的文化魅力。

最后,树立文化品牌理念,实施品牌传播策略。武术文化传播者应借助全媒体多元传播渠道,整合线上线下资源,通过高清视频、互动直播和专题纪录片等形式,对具有地域特色的武术文化资源进行创新性开发,打造现代化的武术文化产品,增强品牌影响力。同时武术文化传播者应培养“品牌化”创作意识,强调个性和情感投入,激发观众联想与想象,创作出独具特色的武术文化内容,以此吸引用户并推动武术的认知与参与,尝试构建“武术+多元品牌”,如武术健身、养生、教育等,满足社会多元需求,使武术文化深入人心,成为社交新风尚。

3.2 增强叙事,完善武术文化内容完整性

全媒体时代,以“两微一端”为主要代表的新兴媒体成为人们获取信息的主要途径^[18],然而其浅层次、碎片化等特征,使得武术文化的完整内容难以充分展示,受众对武术文化的理解往往不够全面。因此需要采取一系列举措来提高武术文化传播的完整性与全面性。

其一,增加武术文化叙事主体。如在各媒体平台建立更多如“中国武术协会”官方媒体账号,将武术的起源、发展、价值等内容进行统筹规划并推广给大众,拓展武术文化传播的深度与广度。同时,完善平台奖励机制,引入更多优秀的武术文化传播者,传递武术文化正能量。例如,世界太极拳冠军马建

超携手他的团队在抖音、西瓜视频等媒体平台,以短视频、直播的形式传播武术文化。其直播间以“传承太极文化,助力健康中国”为主题,不仅传授太极拳的科学练习方法,还深入浅出地普及太极拳的文化知识,进一步增强大众对武术文化的认同感与自豪感。

其二,多角度解读武术文化内容。在后真相时代,多角度解读能够增强受众对武术文化“真实性”的理解。利用全媒体多样传播渠道,整合武术文化资源,推动对武术历史人物、武术哲学、武术医学、武术养生等进行专题报道,由浅入深,科学化、系统化地阐释武术的本质,使绵延发展数千年的武术文化内涵得到更加充分的展示。如央视纪录片《藏着的武林》,坚守历史的真实性和完整性,以人文的眼光观照世界,从人与文化的角度,技术的层面,以及蕴含的历史进行了进一步的挖掘,并从当下的语境中全面、系统、多视角、多维度地诠释武术的发展历程,使得武术文化更加直观饱满地呈现在人们面前。

其三,全媒体技术赋能下,系统、全面、形象地传播武术文化。依托视频、音频、VR体验、AI互动等多元化传播媒介,让武术的每一个精妙动作以及动作背后的技击含义和深厚文化底蕴得以生动展现,在保证武术文化传播内容的完整性和严谨性的同时凸显趣味性,避免审美疲劳,增加用户黏性。例如,VR技术为武术教学带来了全新的教学模式,它能够提炼武术动作的技术要点,并通过虚拟环境,让学生在“沉浸式体验”中深入感受武术的发力精髓。这种新颖的教学方式极大地激发了学生们对传统武术文化的学习兴趣,从而促进了我国武术课程的教学改革^[19]。同时,VR技术所营造的武术虚拟课堂有效推动了武术文化的传播,它让体验者在虚拟环境中更加深入地理解武术文化的起源和发展。此外,充分利用信息技术构建全媒体中国武术数字资料库,通过高效的信息处理技术,对中国武术的历史渊源、流派特点、拳种技法、器械使用、养生保健等方面的内容进行系统梳理和数字化存储,为武术爱好者、研究人员及传播者提供便捷、全面、系统的武术数字化信息资源。并邀请武术非遗传承人、高校和社会武术专家学者建言献策,及时更新和丰富数据库资源,加强对武术文化的数字化存储与信息共享,有效推动中国武术文化传播的长效发展。

3.3 强化引导,营造武术文化健康网络舆论生态

在全媒体时代背景下,强化武术文化主流价值观念引导是规避武术网络负面舆情的基础,构建健康网络舆论生态是武术文化传播的环境保障。党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》中“推进主流媒体系统性变革,完善舆论引导机制和舆情应对协同机制”^[20]等重要论述为增强武术文化主流观念引导力,营造武术文化健康网络舆论生态工作提供了科学指引。

首先,固守武术文化传播舆论阵地,引领网络舆论良性发展,凸显主流媒体如《人民日报》《中国日报》的影响力和引导力。面对马保国、闫芳等武术负面事件,主流媒体应及时介入,抢占舆论高地,消除网上隐患,武术宣传部门应聚合武术文化专家学者、网络大V、民间武术传承人等多层次传播主体,通过官方声明、媒体报道、线上线下专题讲座等多种途径,深刻揭露错误思潮的本质和影响,捍卫网络空间中武术文化主流观念的权威。

其次,创新舆情治理机制,打造主流舆论新格局。首先,提升网络治理能力,关键在于构建法治化舆情管理体系。通过法治化手段,我们能够有效减少武术网络负面舆情的传播,增强武术文化传播领域的主导力量,并建立起权威、主流和清新的舆论导向机制。另外,要强化安全预警监测机制,通过网络舆情监控中心等数据平台,实现对武术网络舆情的全时段、全方位监控^[21],并进行追踪与智能分析,以便及时发现潜在的网络空间意识形态安全风险。

最后,针对公众言论的乱象,一方面,应持续改进算法推荐机制,推送高质量武术文化内容,如在抖音平台推广“年轻态”太极拳的李灵慧、展现峨眉武术的魅力的“凌云”,将此类优质内容纳入算法推荐池,适时调整算法规则,优化信息分发,打破“信息茧房”效应,以主流价值观念引领多元信息交流。另一方面,平台应完善内容审核机制,可以有针对性地开发一套机器学习系统,要根据文本关键词特征识别低俗内容,并以人工审核作为辅助,把住内容的底线,遏制武术低俗内容的蔓延,清除恶意抹黑武术文化的言论,维护健康的舆论环境。同时,加强媒介素养教育,建立由政府、社会、学校、家庭和媒体共同参与的全方位教育体系,引导公众正确使用新媒体,提高公众辨别武术真假信息的能力,为武术文化的传播营造一个健康舆论生态。

3.4 载体并联,构建武术文化传播矩阵

全媒体时代,中国武术应紧紧抓住时代发展机遇,依托国家政策支持和武术文化的独特魅力,通过有效地整合多元化传播载体结构,充分借助多个媒体平台和传播渠道推动传播载体并联,构建一个高效能的武术文化传播矩阵,更广泛地传递信息,触及更多受众,以此提升武术文化的显性传播效果。

第一,整合各方优势,实现传统媒体和新媒体相结合。新媒体的及时性和数字化等特征为武术赛事新闻、武术活动报道等信息的快速传播提供了便利,弥补了传统媒体在信息发布速度上的不足。同时,传统武术媒体在信息权威性和舆论引导方面的作用不可替代。通过新媒体平台,传统武术媒体不仅能够迅速传播信息,还能受众带来更加丰富的体验,并拓宽受众基础。在全媒体时代,传统媒体与新媒体结合已成为武术文化传播的重要途径。《中华武魂》便是这一融合趋势下的典型案例,由上海广播电视台倾力打造,旨在推广中华武术文化。该节目以传统媒体平台探索起步,随后推出了线上广播版本《中华武魂》,并逐步扩展至新媒体领域,制作了众多武术相关视频内容,并在官方微博、微信公众号以及抖音等新媒体平台上同步推送,实现了跨平台信息的协同传播,促进武术文化的广泛传播。

第二,加强主体联系,实现官方和民间多元传播力量相结合。在当今信息化、全球化和媒体多元化的背景下,要提升武术文化传播的影响力,必须有效整合各方主体的传播力量。武术文化传播者根据其性质和背景,可以划分为官方传播者和民间传播者两大类。长期以来,武术文化的传播多以官方力量为主,这种传播模式易产生形式过于传统、缺乏创新性等问题。新媒体技术的更迭使人们的文化主体性得到了发展,非官方力量对武术文化传播的影响日益显著,如“武术阿龙”在抖音上的分享,吸引了大量关注。然而,民间传播者多为非专业人士,在内容的专业上难以保证质量。因此,官方传播者应积

极引导和协助民间传播力量,通过线上线下研讨会交流经验,促进学习与交流。同时,培养既精通武术基础理论知识与技能,又熟悉全媒体技术及其应用场景的“文武兼备”的复合型人才,以此增强多元传播主体的专业素养,推动了信息传播的专业化进程,实现资源共享与传播效率的提升。另外,构建全方位联动的武术文化传播战略伙伴圈,武术官方传播部门应主动加强与政府机构、开设民族传统体育专业的高校以及民间武术团体等各方机构的沟通交流与合作,汇聚传播合力,携手提升武术文化传播效能。

4 结语

武术继承了中国传统文化数千年的精髓,其所蕴含的思维方式、行为规范、审美观念、价值取向、人生观、宇宙观等,赋予了文化自信自强的丰厚滋养,筑就了坚实的文化自信自强的基础。在全媒体技术的助力下,武术文化的话语权由精英转向大众,激发了全员参与武术文化传播的新局面,并催生了武术文化传播方式的革新与转变。因此,我们应把握全媒体时代赋予的历史机遇,通过整合武术文化传播渠道、技术、主体等因素,最大化武术文化传播影响力,并深入挖掘武术文化积淀的价值内涵,坚守正道,勇于创新,以自信自强的风貌承担起时代赋予的重任,为建设社会主义文化强国贡献力量。

参考文献:

- [1] 中华人民共和国中央人民政府网.习近平主持中共中央政治局第三十九次集体学习并发表重要讲话 [EB/OL].(2022-05-28)[2024-07-15].https://www.gov.cn/xinwen/2022-05/28/content_5692807.htm.
- [2] 李成,龙行年,赵歆,等.全媒体时代中国武术文化传播的价值表征、现实问题与推进方略[J].武汉体育学院学报,2024,58(1):61-67.
- [3] 彭兰.万物皆媒:新一轮技术驱动的泛媒体化趋势[J].编辑之友,2016(3):5-10.
- [4] 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.
- [5] 宋玉婷,曹银忠.全媒体时代高校思想政治教育的契机、困境与体系建构[J].学校党建与思想教育,2024(6):73-76.
- [6] 徐凯,李臣.中国武术全媒体传播的SWOT分析与发展策略[J].辽宁体育科技,2024,46(2):102-106.
- [7] 阮文翻.中国武术现代化发展的方向探析[J].湖北体育科技,2024,43(2):23-28.
- [8] 王林.武术传播论纲[M].湖北:湖北人民出版社,2011:7.
- [9] 郑健,赵婧.尴尬的沦陷:全媒体背景下的武术传播[J].南京体育学院学报(社会科学版),2012,26(5):24-27.
- [10] 全国体育学院教材委员会.武术理论基础[M].北京:人民体育出版社,1997:27-28.
- [11] 赵发田.武术表演理论与实践[M].厦门:厦门大学出版社,2022:98.
- [12] 徐学怀,郭桂村,李臣.全媒体时代中国武术传播:机遇、挑战及风险防范[J].体育科技,2022,43(4):55-58+61.
- [13] 匡文波.自媒体时代圈群文化新特征[J].人民论坛,2020(Z2):151-153.
- [14] 宫成波.新媒体概论[M].10版.北京:中国广播影视出版社,2022:178.

- [15] 杨光,薛欣.基于新媒体的武术文化分形传播研究[J].体育与科学,2022,43(1):75-81+92.
- [16] 赵发田.学校武术百年变迁与回归研究[M].北京:中国社会科学出版社,2023:50.
- [17] 央视网.“武道无穷”传承中华武术以数字科技焕新传统文化[EB/OL].(2023-12-22)[2024-07-15].<https://sports.cctv.com/2023/12/22/ARTIs9TZrwOkUCTQhmjAVNq231222.shtml>.
- [18] 韩桥生,李浩.全媒体时代红色文化传播的困境与策略[J].江西师范大学学报(哲学社会科学版),2021,54(5):18-23.
- [19] 闫振龙,夏笑武,肖海韵.“互联网+”背景下VR技术助力中国武术文化发展探析[J].新体育,2022(16):12-15.
- [20] 中华人民共和国中央人民政府网.中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定[EB/OL].(2024-07-21)[2024-07-25].https://www.gov.cn/zhengce/202407/content_6963770.htm.
- [21] 杨志超.全媒体时代推进网络意识形态安全治理理论析[J].思想战线,2024,50(3):112-119.