

# 新媒体环境下文学经典教育传播路径探讨

欧阳陶睿

四川外国语大学中国语言文学学院

**[摘要]**随着互联网技术的不断发展,文学经典教育传播的形态逐渐受到信息时代的直接影响,转变为以新技术支撑的新媒体传播,其以通信网络为传播渠道,利用各类终端设备为受众人群提供大量信息及服务,使得信息传播的渠道与载体更加多元化。新媒体的发展为文学经典传播也提供了多种传播途径,使其深入到大众生活的日常中,对整个社会的文化环境产生了巨大影响。在如今的网络时代,新媒体已经成为我国文学经典教育传播路径的重要组成部分,其为文学传播提供整体导向。基于此,本文对新媒体的概念及其传播优势进行了分析,重点探讨了新媒体对文学经典教育的影响,最后对其传播策略提出三点看法。

**[关键词]**新媒体;文学经典教育;传播路径

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.10.2400

## 一、新媒体的概念及传播优势

### (一)新媒体的概念

目前已是万物皆媒的时代,新媒体涵盖了所有数字化媒体,在当前互联网时代的背景下,信息的传播渠道已由原来的广播电视、报纸杂志逐步转移至各类网络信息平台,为信息的传播拓宽了渠道。新媒体平台的出现直接打破了传统纸质媒介对于文学经典传播的垄断地位,使得很多自媒体人都可以参与到文学经典教育的传播过程中。在以前,文学经典教育传播路径包括报刊、纸质书籍等,之后出现了摄影,再之后出现了电脑、手机等,由此可见,新媒体中的新是相比较而言的。摄影对于报刊这种传播方式来说,就可以称作新媒体,但是随着传播媒介的发展,出现了比摄影更新的方式,摄影在某种程度上就无法再被称作新媒体了。新主要体现在两个方面:第一点,影像越来越多,也愈发精美,使用户体验感不断提升,以最近出现的3D技术为例,其在原本2D的基础融入了新的技术,使得画面呈现的更加具体、形象,而且感受也更加逼真,给人一种身临其境的感觉。第二点,海量的文字中存在着垃圾信息。从消极角度看,此情况会给人们的心理带来浮躁,会对信息的真实性以及准确性产生怀疑;从积极方面来看,这代表着大量信息的交互性不断提高,在信息的内容上不断走向开放。新媒体的特征具有交互性与即时性,海量性与共享性,多媒体与超文本,个性化与社群化。

### (二)新媒体传播的优势

#### 1.传播速度快、范围广

随着科技的发展,我国社会已经逐渐迈向了新媒体的时代。在各种电子科技手段纵横的当下,人们的日常生活、工作和学习等方面都存在着新媒体工具的影子,人与人之间的距离变得更近了,文学经典传播平台随之出现,为人们的日常学习提供了巨大的便捷,受到了越来越多人的喜爱。所以新媒体技术能够在当今文学经典教育中加以有效运用,就能够令自身的交流、传播变得更加广阔便利,新媒体环境下能够保障经典文学教育能够精准定位受众群体,方便文学经典教育高效便捷的开展。

#### 2.提供广泛的群众基础

当前的网络科技手段在各个领域中都得到了良好的使

用,随着智能手机的广发使用,一些新媒体平台得以诞生,并且数量迅速增加,这就为文学经典教育自身打开传播路径奠定了坚实的基础,使文学经典能够具备更加广泛的群众基础。在当今时代下,几乎全部青少年或者日常上班族、社会特殊工作人士等都成为新媒体中活跃群体的重要组成部分,能够为用户信息的开发提供巨大的有效帮助,与此同时,新媒体环境下也为文学经典教育传播提供较为广泛的群众基础。

#### 3.成本低廉、效果好

新媒体所提供的信息可以通过结合不同群众的需求而展现出各个程度中的针对性,其能够对受众群体进行明确的分类,对此加以有效运用,就能够让文学经典教育变得更加有效。在传统的文学经典教育传播中,传播路径十分单一,一般只能采用广泛宣传、大面积撒网的方式进行传播,其不仅造价成本较高,还无法及时、准确获取到更多的有效信息,把握更多的用户群体。在这样的环境下,文学经典教育传播能够将新媒体工具进行有效运用,就能够对用户的信息和实际需求进行进一步掌握,大大提高了文学经典教育的传播效率。

## 二、新媒体对文学经典教育发展的积极影响

### (一)广播与影视

广播是全部媒介中首先对文学经典的传播产生积极影响的途径。曾经大众文学消费形式主要是通过广播里的连播小说和由专业人员讲述的评书,此种传播途径开启了文学亲民的时代,与早些时候的说书活动一样,其破除了等级森严的文学壁垒,对众多民众进行了文学的初步启蒙。在今天,虽然广播还没有退出历史舞台,但其本身早就已经不再处于文学经典教育发展的首要位置了。根据调查显示,目前电视已然成为最受人们欢迎的信息媒介,社会中的各类人群都会拿出自己平时生活的大部分时间用在观看电视上,因此,很多人患上了严重的依赖症。电视就像是人们生活的镜像画面一样,大众可以在电视中的情节中看到自己或者自己所期盼的生活。正是因为这样,电视让文学经典传播途径改变,在一定层面给予了文学新的生命。

首先,电视的存在增加了文学经典传播的方式,有助于增强文学在日常生活中的影响。对于大部分人来说,文字成

为其阅读纸质书籍的障碍，电视的出现则有效地避免了这一情况的发生。电视传播将文字通过屏幕转变成声音与影像，消除了知识水平不一所带来的问题。如果说，广播的出现使文学插上声音的翅膀，那么，电视的普及则为文学插上了另一边名叫图像的翅膀，将音效与画面相结合，加深了文学经典受众群体的记忆，扩大了传播的人群范围。电视为文学经典传播提供了新的媒介平台，同时，又给文学添加了新的元素，从不同角度为大众带来新的表现形式。例如，易中天将晦涩难懂的古代文言文，用属于自己独特的、幽默的方式转述表达，让大众进一步感受文学存在的意义，这就是电视媒体发展过程中应该提倡的行为。

最后，电影的出现，促进了经典文学剧本化以及影视化。在此环节，文学经典能够依附于影视的形式，扩大受众人群，影视可以依据文字，丰富其影视构成，两者相辅相成，互相成就，中国电影是否繁荣，其中很大一部分取决于中国经典文学是否繁荣。在当今社会，存在着有些作品以文字的形式发表时，并不能够引发人们的关注，但是一旦将此作品转变成影视形式，就会受到极大的追捧，进而促进对文学的关注。当然，经典文学的影视化只是文学发展的方向之一，不能将其作为主要的形式，对于文学经典教育来说，影视化文学经典教育不可以成为主流，创作过程还是居于首位的，切不可因为外部因素，放弃对优秀作品的创作。

## （二）网络

虽然电视增加了传播途径，促进了文学经典市场的兴起，但是其毕竟还具有相当大的被动性，相比较而言，网络就成为人们生活中的主动型媒介。在网络世界中，读者不需要借助笔和纸张，就可以轻松阅读。就网络的积极影响来说，主要包括以下方面：

第一，传统的书籍对于保存环境和保存空间方面都有着严格的要求，而网络对于这些方面是没有限制的，一个网络图书馆所包含的书籍数目可能是几个甚至十几个实体图书馆无法相比的。与此同时，此种传播方式还突破了时间、空间的局限，此外，跟电视传播一样，该传播方式也是文字、声音、画面结合的模式，甚至大众在阅读或者观看时，还可以自己控制进度。

第二，相较传统线下图书阅读，在网络中进行阅读活动更加舒适，其没有过多限制，可以随时阅读，其已经成为阅读的主要形式。根据资料显示，图书馆阅读率正在逐年下降，与之不同的是，网络阅读量正在呈现上升趋势，每年平均增长107%左右。此种方式，改善了传统阅读的问题，让阅读行为变得唾手可得，在很大程度上促进了文学经典的传播。

## 三、新媒体环境下文学经典教育传播路径的策略

### （一）建立文学领域的新媒体平台

目前，大型的互联网企业已经开启了自己的媒体平台服务，为众多用户提供了文学经典阅读的新媒体形式。文学经典教育应当积极利用众多互联网新媒体平台进行传播，例

如，在各大自媒体平台开设官方账号，利用自媒体平台进行文学经典的宣传，甚至可以节选经典桥段进行推送，吸引受众群体的关注。其次，对文学经典进行整理和分类，建立一个文学经典的网络书库，不断进行优化，为有需求的用户提供优质的阅读服务，最后，在新媒体平台上定期进行线上文学经典知识的分享以及交流，设置网络有奖知识竞赛，增加线上文学经典教育的趣味性。

### （二）将文学作品与当下热门话题结合

新媒体环境下，人们交流和阅读咨询的方式发生了改变，互联网资讯信息具有即时性。因此，在文学作品的推广中，参与社会热门话题的讨论，具有很大的优势。比如，瑞典文学院一年一度的诺贝尔文学奖获得者或者候选人都是文学界的热门话题，引发社会的强烈关注，每年诺贝尔文学奖获得者的文学作品都会成为当年的畅销书，不管是图书销量还是其他衍生商品，都会取得很大的社会效益和经济效益。将文学经典与热门话题进行有机结合，不仅能够为其传播提供巨大的流量，还能进行文学经典知识的普及。

### （三）强化网络媒体建设

现代网络媒体以移动互联网、智能移动终端设备、智能电视等为代表，其具有显著开放性、灵活性、交互性、时效性等特征，较于传统报刊、杂志、广播等介质更具优势，其多向传播的特点代替了传统媒体介质的单一信息传输，同时随信息化技术进程不断加快，为文学经典传播领域发展给予了全新契机，也为文学传播形式提供了全新技术。基于此，为促进文学经典传播健康高效发展，强化网络媒体构建、创新多媒体产品形态、拓宽全媒体传播业务，为文学经典传播在当前网络信息传播中稳步立足。其次，应创新网络媒体发展体系，重点建设网络媒体管理与构建网络内容，进而确保网络媒体的可持续发展。

## 结语

综上所述，在网络时代，新媒体的不断发展为文学经典教育的传播提供了新的动力，助力其传播速率的提升与传播形式的创新，使其传播路径更具立体化与灵活性。因此，在互联网背景下，文学经典传播的发展应充分结合新媒体时代特征，创新传播理念、传播形式、提升传播水平，在保证文学价值理念传递有效的同时，为受众提供焕然一新的传播体验，助力文学领域发展。

## 参考文献

- [1] 鹤铭. 新媒体语境下微信公众平台的传播策略与传播效果研究[J]. 现代职业教育, 2018(28): 188-189.
- [2] 吴英文. 微博客文学写作与传播的人文价值悖论[J]. 青年文学家, 2019(24): 50-51.
- [3] 丁桂香. 新媒体时代大学生文学经典阅读的现状及对策[J]. 中国成人教育, 2014(12): 150-152.
- [4] 孙雪梅. 新媒体环境下文学经典阅读的选择与背离[J]. 辽宁师范大学学报(社会科学版), 2018, 41(2): 78-84.