

以00后的视角观察数字媒体中的红色文化

丁大元

(南京信息工程大学 江苏 南京 210044)

[摘要] 本文主要从我国数字媒体发展趋势, 数字媒体对00后青年人的影响, 以及前人通过数字媒体传播红色文化的例子, 来研究数字媒体艺术在传播红色文化中的必要性。

[关键词] 00后; 数字媒体; 红色文化

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.05.162

中华文化上下五千年, 艺术永远都是不可或缺的一部分, 但“数字技术”这个带给艺术界巨大活力的科学技术并非中国的产物, 伴随着互联网与移动设备的发展, 人与人之间的交流正在逐渐被网络取代。至今为止, 人类在日常生活中的信息传递, 几乎离不开“数字技术”。方便, 快捷, 突破了时间, 空间的限制, 是数字媒体成为主流的信息传播方式的重要原因。正是如此, 数字媒体艺术跟随着计算机技术的发展而节节攀升, 打造出了现在的百花齐放的数字艺术网络世界。

一、数字媒体艺术的蓬勃发展为红色文化的宣传提供了平台

“从传统艺术教育的范畴去理解这数字媒体艺术, 必然无法清晰区分数字媒体艺术的形式和实质。数字媒体艺术发展具有几个特点, 自我意识成长、通感模拟、时间及成本管理, 这些内容是以往艺术教育中并不加以研究的。而交互设计、动态设计、用户自定义却必须考虑这些主要特征。”[1]这说明数字媒体艺术的发展并不是我们人为可以操纵的, 它的发展是一种趋势, 是一种自我意识的不可阻挡的成长。

目前的00后学子所接收知识的途径与过去有很大区别。数字媒体与移动设备的发展, 极大的改变了学生们接受信息的来源架构。

二、00后学生目前接受红色文化的不足与障碍

(一) 传统学校教育

截至今日, 传统的学校教育依然是现今学子们学习来源的主要途径。红色文化的宣传通过近代史、政治等教育着00后的我们。这些教育的老师们耳提面命、孜孜不倦, 00后的我们因为要面对考试、考学等压力被迫学习, 学习的主动性不强。教科书中论述的革命历史, 理论性较强, 不够深入00后的心灵, 不能引起年轻人的共鸣。学生因为考试压力, 只是把历史等科目当成一份压力, 很难对红色文化产生兴趣, 从而自发研究红色文化。

(二) 缺乏社会活动教育

00后目前基本处在大一、大二的阶段。接触到的红色文化社会活动教育较少。除了家长带着参观科技馆、博物馆之外, 关于红色文化的社会活动较少, 具有爱国主题的社会活动更少。学生在自己的休闲时间也很难接触到红色文化, 00后在学习之余的休息时光无非是玩手机或者出门逛街, 但红色文化在社会环境中覆盖面积低。

(三) 网络红色文化教育缺失

信息网络是目前最为常用的信息载体, 00后以社交媒体网络(QQ、微信等)、移动通信网络(高中学校里屡禁不止的手机)、百度百科等为代表的信息技术的使用已经成为我们00后日常生活中不可或缺的方式。目前的00后学生接受的信息70%—80%都来源于网络。随着网络的普及, 00后无时无刻不接触网络, 甚至到了没有手机, 没有网络就会坐立不安的情况。以至于网络在00后的世界占据了很大的比例。反观网络用户的组成情况报告显示, 截至2020年3月, 中国网民圈子的规模达到9.04亿, 同时, 中国网民的年龄趋于年轻化, 退休人员仅占4.7%, [3]

三、红色文化借助数字媒体艺术发展的策略

(一) 红色文化短视频的拓展

短视频是目前非常流行的一种信息承载形式, 它的特点是制作简易、内容精炼、时长简短, 加之与网络传播相结合, 产生了较为广泛的传播力。进入新媒体融合时代, 各个短视频平台已经成为00后日常生活关注的焦点。短视频内容越来越多样化, 短视频用户数量也在00后中发展迅猛, 刷短视频和上传短视频也逐渐成为00后们的生活方式之一。但是在如此庞大的短视频传播中, 只有极少一部分是有关红色文化的内容。而且红色文化内容视频播放量一般较少, 例如在b站搜索长征, 央视出品的纪录片《长征》仅有2.8万播放量, 但bilibili网站官方出品的2021拜年纪在短短一个月就已经高达7000多万播放量。同样是有关长征的视频, UP主沙盘上的战争制作的《沙盘推演: 四渡赤水(上) 史上最详细拆解长征最秀一役》则获得了158万的播放量[4]。

(二) 红色文化动画影视的精良制作

“讲中国故事是时代命题, 讲好中国故事是时代使命。当中国与故事关联时, 中国就不是一般的中国, 故事也不是一般的中国故事。讲好中国故事, 不是所谓的马斯洛效应: 生存问题、温饱问题实现后, 在全面建设小康社会过程中表达自我的行为, 而具有更深远的时代内涵与全球意义, 是为了建立融通中外的话语体系。”[5]对于00后来说, 动画片是年轻人喜爱的娱乐方式, 动画片中的内容能够影响我们00后的人生观、价值观。近年来, 民间传说和民间神话已成为国产动画电影的热门题材《哪吒之魔童降世》《姜子牙》等, 都是把中国的民间传说和神话故事重新编写, 融入现代人们的审美观, 以积极进取的个人英雄主义、以中国传统的仁义礼智信等中华传统精神品质为故事主题, 引发了广大观众的关注和期待, 并取得了不俗的成绩。反观宣传红色题材的内容就显得比较薄弱。

结语

红色文化需要通过数字媒体艺术的力量将其发扬宣传, 而短视频、游戏、动画等具有接受人群范围广, 容易传播等特点。数字媒体可以不拘泥于任一形式或任何题材, 以表现手法多样性, 极具创造性等特点带给我们新的二次元空间。建立在数字媒体平台上的红色文化的表现形式也可写实、可科普、可Q版、可三维, 能够充分让在历史上革命先烈的英勇事迹、现当代共产党人的积极奉献沉淀成文化, 通过现代的媒体艺术手法表现出来。

参考文献

- [1] 许靖添, 从5G技术发展角度看数字媒体艺术发展的趋势[M], 上海大学出版社, 2020年8月。
- [2] 李菲, 5G时代数字媒体艺术的创新发展路径研究[M], 西安大学出版社, 2019年12月。
- [3] 腾讯科技网文章: 国家广电智库, 《2020中国网络视听发展研究报告》六个核心发现; <https://tech.qq.com/a/20201012/022017.htm>。
- [4] 哔哩哔哩网站: <https://www.bilibili.com/vidReo/BV18A411e7Qj?from>。
- [5] 王义桅, 讲好中国故事是时代使命[N], 人民日报海外版, 2016-09-28。