新媒体对民族传统文化的影响
——以民族传统节日为例

杨骐毓
中南民族大学

[摘　要]民族的传统节日是民族传统文化的重要组成部分，每一个民族几乎都有属于自己最为独特的传统民俗节日，这个节日可以展示出整个民族文化独一无二的魅力和它独特的文化底蕴。随着人们生活水平的提高，民族传统节日在当代人们日常生活中的地位也越来越重要。极大地新时代人们对于物质文化和精神生活二者的高质量需求。如今，文化交流日益密切，信息化时代飞速发展，新媒体应运而生，它对民族传统节日的传播和发展起到了越来越重要的作用。但与此同时，也为民族传统节日带来了冲击。新媒体对民族传统文化的影响有好有坏，本文结合时代背景，探讨了新媒体和民族传统节日的关系，并对二者的未来发展作出预测。

[关键词]新媒体；民族传统节日；传播；影响
【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2021.09.514

一、新媒体对民族传统节日的正向影响

1.互动性增强，促进文化认同

格伯纳的“培养分析”理论认为，大众传播能形成现代社会的“共识”。而新媒体在其过程中有着独特的优势，新媒体具有交互性和互动性的特点，集多种传播方式于一体，可以实现跨越时间和空间的传播。现如今，许多民族节日都借助新媒体平台通过直播或录播的方式记录节日过程。例如傣族的泼水节就曾受邀腾讯视频拍摄纪录片，通过镜头和新媒体更好地实现和普罗大众的交流，从而加强各民族对傣族的文化了解。

同时，每个不同的民族节日之间却都有异曲同工之妙，比如都是为了表达美好的祝福，只是表达的方式不同。而新媒体将这些相似相同的元素放大，更加能够引起人们的文化认同。

2.丰富和发展文化元素

在中华数千年的历史长河中，各民族都在不断的创造、发展、传承自己的文化中，人们自发地形成了各种各样，表达方式各异的节日活动。这其中就融入了多元的民族元素。例如民族服饰，艺术，舞蹈，音乐，饮食，禁忌等等，含有丰富的民族文化内涵。而新媒体具有融合性和多元性的特点，通过视频、音频等多种展现形式将民族节日展现出来。各民族的节日文化相互交融碰撞，在原有传统元素下加入了与时代关联更加密切的新兴元素。

例如畲族的传统节日“三月三”，在大众认知里是畲族青年男女追求爱情和幸福的传统佳节。利用新媒体对节日元素进行了丰富，进一步注重民族手工艺的复兴，织彩带，做乌饭，做米果等，利用新媒体平台举办巧艺展示和巧艺竞赛，以传统手工活动彰显畲族人民的聪慧与智巧。同时还注重传统基础上的文化创新，以“三月三”为载体，通过新媒体以文化旅游，文化产业的形式大力开展民族传统群众文化品牌活动，突破原有单一的发展模式，注入新活力。

3.还原虚拟场景，制造参与感

传统文化节日存在地点和时间的局限，而过去信息的沟通交流不便，使得大众对民族节日的参与感很低。而新媒体可以让观众通过网络直播，手机远程融入现场，或录播回放，直观展现民族风貌，让观众更好地实现情感的共鸣与文化的共享。人们可以通过互联网更加直接地参与到民族传统节日的活动中去，创造更加真实的体验，增强人们的节日仪式感。

比如彝族的火把节就有专门的互联网直播活动，每年的农历六月二十四就是彝族的火把节。目前全国仅有两个彝族自治州，分别位于云南和四川，而每年的火把节前夕都会经历漫长的准备，对彝族而言，火把节的地位就和春节一样，这是他们的“年”。例如云南的楚雄彝族自治州每年农历六月二十四，相关部门和电视台都会准备晚会和直播，向不能到场参与的人们直接展示节日的风采。人们点燃火把，载歌载舞，借助新媒体这一媒介，为公众带来了更好地现场参与感。

4.节日背景的多种介绍方式，增强了大众对民族传统节日的了解

每一个民族的节日背后都有自己独特的文化含义，而对节日的文化含义缺乏了解会直接影响到人们对节日的感受。而互联网和新媒体通过视频和音频或图片文字等资料的记录和传播告诉了人们民族节日背后的含义。比如傈僳族的“刀杆节”。最初大众对这一节日的认知仅仅是傈僳族的“春节”，而新媒体向大众展示了傈僳族“刀杆节”的相关纪录片，才让大众明白了这一节日背后的文化内涵。

这背后，原来是一位明朝的傈僳族人民的恩人，也就是他们的英雄。当时傈僳族人民面临着外族侵犯的外忧，同时又充满了因为地处偏远地区，故而生活疾苦的内困。外忧内困之下傈僳族人民苦不堪言。而此时，朝廷派遣了一位尚书大人王骥，来边疆体察民情。他体察百姓疾苦，帮助傈僳族人民发家致富，深受当地人民爱戴。然后他被调回朝廷后却惨遭奸人杀害。傈僳族人民纷纷痛心疾首，想给王尚书报仇。为了纪念这位反抗外族入侵的人物及在战斗中牺牲的人，傈僳族决定将这一天作为“刀杆节”。如此丰富且感人的节日内核，若没有新媒体平台的宣传，恐怖再也无人知晓。新媒体让公众能够更加清晰地了解到节日背后的故事。其实很多时候，这不仅仅是一个节日，更是一种对某种精神的寄托，是中国人民几千年来精神风貌的最好展示。

5.新媒体为民族传统节日的有效传播提供了更多可能

近来，短视频火爆全网，它的碎片化、趣味化，感官化的特点极大程度的迎合了人们快节奏的现代生活。作为人们茶余饭后的消遣方式，能够作为民族传统节日传播的良好载体。当下人们对民族传统节日缺乏一个接触渠道，而短视频记录平台如抖音，快手等，可以用简洁的方式展示民族的自然风貌和风土人情。合理利用短视频可以用现代人喜爱的方式向大众传播民族传统节日。

同时，新媒体时代 AR/VR技术也得到了发展，同样可以使之与民族传统节日结合，为观众带来沉浸式的文化体验，让人更好地置身于节日的仪式中。打破时间和空间的束缚，拉近人们与节日之间的距离。在给大众带来优质体验的同时，也让优质的民族节日得以广泛传播，最大限度地发挥其潜能。新媒体的出现给民族传统节日传播带来了更多可能性。

二、新媒体对民族传统节日的反向阻碍

1.传统元素被挤占带来的民族元素的消逝

随着信息时代不断发展，民族传统节日与新媒体的联系日益紧密，许多新兴元素的出现更能对现代人产生吸引力，从而挤占到传统民族元素的发展空间。比如过去春节时人们贴春联，吃春饼，守岁，这是传统的元素。但现在，新兴庆祝方式的出现，让传统方式逐渐无人问津。春晚的收视率逐年下降，餐桌上的人们大多都各种捧着手机，去关注更多的新兴资讯。再比如过去民族节日每逢过节都有很多传统习俗，而现在却以一顿饭作为节日的结束，以上种种，都在告诉大众，传统元素正在被逐渐吞噬。

同时，由于文化交流的日益频繁，西方节日在宣传造势下强势吸引了人们的关注。而与此对应的便是中国传统节日的日渐式微，提到恋人相爱的节日，人们总是会第一时间想到情人节，却忘了在中国传承了数千年的七夕。再比如人们都知道圣诞节平安夜，却对重阳节不甚了解，这都表明了传统元素受到了冲击。民族元素的消逝是当前民族传统节日工作的重点之一，如何更好地保留住传统民族元素，又与时俱进的跟上时代潮流，是我们当下应该思考的问题。

2.利益导向突出后，对原有节日意义的消耗

在这个商家、平台无所不为的营销时代，传统节日被灌满了仪式化的营销。商家打出的很多营销口号、方针策略，都与传统文化元素毫无关系，它不是民间民众自发形成的，也没有经受过民族文化的滋养。比如传统的七夕节，本是用来互相表达爱意的美好节日，但商家对节日符号的改造，却营造了新的文化内涵，侧重商品营销。例如七夕节，就要给最爱的他买最好的礼物的口号，让这个节日逐渐变得功利化。失去了最初单纯的美好，变成了盈利的营销场。节日文化的内涵和意义被商业化，让原有节日的意义被消解，这才是我们应该关注的重点。

作为节日当然应该兼具文化和商业属性，但作为节日，文化属性和社会效益必须放在首位。要注重传统与现代的结合，同时要把握好商业和文化的天平，不可过于注重节日的商业价值而忽视节日原有的内涵和意义。

3.公众注意点偏移，注意力稀缺

如今科技飞速发展，我们进入了信息爆炸的时代，人们每天都被迫接收各种各样的信息碎片，每天接触到的信息多且繁杂。同时现代人的生活节奏非常迅速，公众只能利用时间碎片接触信息，导致公众更容易倾向于选择自己更兴趣的信息去阅读和接触。网络信息内容质量参差不齐，多具有娱乐化和庸俗化的特点，冲淡了主流文化的影响力。注意力稀缺使得人们很难关注作为公众文化的民族传统节日。

其次，新媒体的显著特征之一是市场化，这一特征使得他最大限度的迎合大众市场的口味，往往忽略了对公益性民族传统节日的宣传，使得人们对民族传统节日的关注更加稀缺。这需要新媒体和政府的共同努力，牢牢把握主流文化的传播，二者同时发展。

三、总体影响

总体来说，民族传统节日与新媒体的结合是大势所趋，在这个摸索的过程中，确实存在困难，但也是传统民族节日焕发生机的重要机遇。把握好这一机遇，合理的结合二者，能够让传统民族节日得到更好地发展。而这一过程中出现的问题我们应该勇敢面对，权衡好彼此的关系，以实现双赢的目的。民族传统节日作为民族文化的重要组成部分，需要我们用更好的耐心手段使其长久的发展下去。民族传统节日的传承发展是我们每一个人的责任，新媒体提供了这样一个平台，让他不仅能走入人心，还能走向世界，那我们更应该抓住机遇，更上一层楼。

民族传统节日就像一根丝绸，从中国大地的这一端连接到那一端，并串联起了线上所有的子民。民族节日就像是我们的根，因为它象征着中华民族共同的文化。而如今新媒体时代，人们对各类民族节日的了解日益加深。这正是体现着新媒体的独特优势能够为民族传统文化节日的传播带来了更多可能性。虽然这一过程中确实存在着一些弊病。但我们依然要对新媒体，对民族传统文化、传统节日保有信心。正确、客观、辩证的看待二者的关系。利用好新媒体的独特优势，让民族优秀传统节日发扬光大，源远流长。

参考文献

[1]传播仪式观视角下的新媒体时代传统节日文化传播 徐伟 郑景文 2019，5.19，81-82+96

[2]畲族传统节日“三月三”的传承与创新 潘璇 张伟莲 严慧荣 浙江日报 2018-11-12 005

[3]新媒体下中国传统节日文化传播困境和对策探讨 黄卫国 卢琼琼 2019.01.013

作者简介:

杨骐毓（2001.9—），女，云南省楚雄人，武汉市洪山区中南民族大学 广播电视学专业 本科生。