

自媒体文化高质量发展的路径思考

柳权玲

渤海大学文学院, 辽宁 锦州

收稿日期: 2024年3月28日; 录用日期: 2024年5月31日; 发布日期: 2024年6月7日

摘要

自媒体文化是自媒体时代的重要产物。研究自媒体文化必须要清楚自媒体文化的发展现状, 从文化选择和文化创作两个视角出发更易审视自媒体文化的发展现状。当下自媒体文化存在倾向于视听类文化、青睐于娱乐性文化、内容过于同质化和趋向于经济效益的现象。审视自媒体文化也必须认识到其产生和发展的原因是人们的多样化文化需求、创作的多元化产生主体和创作的多维度传播介质等方面。认知自媒体文化发展现状和原因是更好推进自媒体文化高质量发展, 需要兼顾经济和社会效益、传播社会先进文化和进行多方面创新等方面实现高质量发展。

关键词

自媒体文化, 现状, 原因, 高质量发展

Thinking on the Path of High-Quality Development of We-Media Culture

Quanling Liu

College of Literature, Bohai University, Jinzhou Liaoning

Received: Mar. 28th, 2024; accepted: May 31st, 2024; published: Jun. 7th, 2024

Abstract

We media culture is an important product of the era of we media. In the study of we media culture, we must clearly understand the development status of we media culture. From the perspective of cultural selection and cultural creation, it is easier to examine the development status of we-media culture. At present, we-media culture tends to be audio-visual culture, favors entertainment culture, has too homogeneous content and tends to achieve economic benefits. When examining the we-media culture, we must also realize that the reasons for its emergence and development are people's diversified cultural needs, the diversified generation subjects of creation, and the multi-dimensional communication media of creation. The current status and reason of the develop-

ment of we-media culture is to better promote the high-quality development of we-media culture. We need to take into account economic and social benefits, spread advanced social culture and carry out various innovations.

Keywords

We Media Culture, Status Quo, Reason, High Quality Development

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

文化是实践的结晶，是时代的产物。不同的时代和社会缔造了不同的独特文化，自媒体迅猛发展的时代同样也衍生出属于自媒体时代的文化。自媒体文化是文化的最新表现形式，是文化大家庭的重要组成部分。自媒体文化已经成为人们日常不可分割的一部分，是丰富人们精神文化生活的重要手段，其发展现状直接或间接影响人们的生产和生活，影响社会文化的发展走向，甚至关系到国家和民族的未来发展，所以探索和研究自媒体文化的发展原因、现状和趋势具有极大的理论价值和实践意义。

2. 自媒体文化兴起的原因

自媒体文化的兴起根本原因是社会生产力的发展，科学技术是第一生产力，通过生产力的发展，人们的闲暇时间从社会生产活动中脱离出来，对文化的需求逐渐提高，手机等传播介质广泛应用和普及，越来越多的人加入到自媒体文化创作主体中去。

2.1. 人们的多样化文化需求

人是社会发展的主体，马克思主义把人的需要分为生存需要、享受需要和发展需要，文化需要则是贯穿于始终的需要。人民群众日益增长的多样化文化需求是自媒体文化为新式代表的大众文化蓬勃发展的重要原因。在新中国成立初期，受社会历史等原因，人民群众的受教育程度较低，文盲率较高，加之国家各项基础建设百废俱兴，大多数人们还处于为满足“吃饱肚子”的基本生活需求阶段，更侧重于物质生活，对精神生活重视程度不高，其主要时间用于生产、劳动等方面，闲暇时间不多，对文化的关注度和需求普遍不高，且当时的文化环境受历史限制，主要以宣传国家大政方针，发展社会主义等为主，文化品类较为单一。随着社会经济的充分发展，社会阶层分化明显，人民群众生活水平的不断改善，人民群众的闲暇时间逐渐充裕起来，受教育程度极大提升，文盲率持续降低，文化事业、文化产业快速发展，开始对文化加以重视，对文化的追求更成为个体发展不可替代的重要组成部分，人们不再局限于单纯追求温饱的物质生活，既重视物质生活的创造和享受，同时又注重精神生活带来的愉悦和满足，使得人民群众对文化需求大幅增长，且文化需求依据兴趣、爱好、口味、风格和审美划分不同的需求类别，激发了不同方向的文化创作主体进行文化创作的积极性、主动性和创造性，直接促进了自媒体文化的发展，一定程度上推进了文化市场的繁荣。

2.2. 创作的多元化生成主体

在自媒体时代每个人都可以成为文化的创作主体，多元的创造主体是自媒体文化兴起的重要原因，

也是丰富的其来源和途径[1]。人们多样化的文化需求直接决定自媒体文化的广阔市场，在自媒体平台上更多的人愿意加入到文化的创作行列之中。按照创作主体的类别来区分有个人也有团队，按照性质来区分有公益性也有营利性，按照阶层来区分有学生、农民、工人还有专业人员，但不同创作主体的创作原因和目的不尽相同。不同人们受经历、学识、家庭、价值观等因素影响形成各自不一的独特创作视角，这些创作主体以自己的视角品味社会、创作作品和传播文化。不同的创作主体的题材、类型的受众不同，但能满足某一群体的特定文化需求。自媒体文化具有趋利性，是市场经济所决定的，创作主体的创作目的往往受利益驱使，若某一群体的文化需求不被满足，群体中的一些人在有利可图的情况下，由文化的接受者和需求者转变成为文化的创造者，通过“投其所好”“精准把握”等策略方法，创作出符合该群体喜好的作品，从中赚取流量和收益。

2.3. 文化的多维度传播介质

文化是人类实践的产物，根植于社会实践的变化发展。自媒体文化是人类实践的时代产物，其迅猛发展依赖于一定的物质条件和实践载体。以手机为代表的大众传媒是自媒体文化的最佳载体，自媒体文化的产生及兴起依赖于传播介质的更迭发展，传播介质的多样化为自媒体文化的蓬勃发展奠定了传播载体基础。现今手机、电脑、平板等传播介质相较于过去报纸、电视、广播等传播介质，受众范围更广、受众群体更多、传播时间更短，传播效果更好。在手机等传播介质未大范围应用时，人们浏览、欣赏、接受、传播往往受限于传播介质的单一化，报纸作为过去长时间传播大众文化的重要介质，受众往往适用于有识字识读能力的人们，且传播的文化内容过于简单空白，宣传、传播效果一般。电视作为视听结合的传播介质，其宣传文化相比于报纸、广播，效果直观更具吸引力，但在展播文化选择上往往选择大部分人的喜好的文化类型，难以做到面面俱到，不能全面满足人们对文化的多样性选择，对文化的关注度、喜爱度和重视程度难以提升，但随着手机等传播介质的普及，网络空间的可储存性、无限制性，使人们对文化的追求不再受时间、空间限制。

3. 自媒体文化的发展现状

创作者和受众者是自媒体文化发展的两大主体，探究自媒体文化发展的现状，需要从文化创作和文化接受这两个视角去思考。

3.1. 文化选择视角

文化选择的视角立足于受众者角度，受众者在自媒体文化选择上有较强的倾向性，从类型上看是倾向于视听类文化，从题材选择上看是青睐于娱乐性文化。

1) 类型选择：倾向于视听类文化

当下自媒体平台流行和人们在文化选择上的主要作品类型是视听类型，有主观和客观方面原因，一是客观原因，缘于视听类型文化的自身独特优势。二是主观原因，视听类作品创作简便、需求高、收益好以致于数量庞大。“观看”是人类的视觉机能的功能作用，是以直观的方式认识世界和了解世界的重要过程。相较于文字阅读而言，视听文化以最直接、最清晰的方式，打破受众的年龄、学识的限制，通过视觉和听觉让受众快速了解和直接感受到所宣传推介的视频内容，同时，视听类作品的情感交互性和内容表达性较强，以较短的时间传播信息较大的内容，同时在作品中能够表达创作者的情感并且很容易通过作品内容激发起受众的情感共情，实现创作者与受众者的情感和精神交互。由于视听文化在市场竞争中占据显著优势，易获得价值回报，受利益追求影响大部分创作者喜欢创作视听类作品达到高收益目的，加之视听类作品的娱乐效果更明显，人们喜爱视听类型的作品，对视听文化需求较高，同时创作门槛较低，导致作品数量庞大。

2) 题材选择：青睐于娱乐性文化

自媒体文化的构成比重娱乐性文化占比高且受众广泛，浏览量、播放量居高不下。这是因为娱乐性文化的价值导向与人们的选择娱乐性文化的目的初衷和目标导向不谋而合，其价值导向是满足人们的情绪价值，调节负面情绪，使人身心愉悦。人们通过自媒体平台进行浏览和观看的目的是充实闲暇时间，愉悦身心，获得情感价值。当下社会生活节奏变快，生活和心理压力变大，大部分人们选择通过浏览自媒体上通俗娱乐性文化产生的直接观感或间接观感来放松紧绷的神经，缓解现实的身体和精神的双重压力，实现受众的心灵慰藉，这是人们青睐于娱乐性文化的重要原因。同时，人们青睐于娱乐性文化的另一方面原因是受当下社会娱乐思潮的影响，娱乐化成为时代文化的重要符号，不少企业文化、产品生产经营、媒介运营发展、新闻舆论宣传甚至是课堂教学都趋向于娱乐化，一些新闻事件报道过程中会挑选娱乐元素报道，新闻事件报道的比重中娱乐新闻高于时政等新闻。

3.2. 文化创作视角

文化创作的视角立足于创作者角度，创作者是自媒体文化作品的塑造者，是文化作品形成的初始端，是自媒体文化流行发展的源头，但近年来内容过于同质化和向于经济效益的问题更趋于明显。

1) 内容质量：内容过于同质化

文化作品的内容质量是其生命力和灵魂的重要体现，优秀的文化作品一定是能够反映社会实际，内容和创意新颖，激发人们的兴趣，引发人们深入思考。同质化问题作为网络空间的长期痛点，在自媒体平台上也比较常见，在自媒体平台所流行的作品来看，同质化的问题严重，内容缺乏新意，题材存在抄袭，质量普遍不高[2]。不同自媒体博主之间存在相互抄袭作品的现象，对于其他博主的作品有的进行一些简单修改，有的甚至直接照搬照抄，毫无新意，人们在打开手机的某一自媒体平台后，往往喜欢对自己有兴趣的作品进行点赞、评论或转发，自媒体平台通过相关的算法和程序了解用户的喜好和兴趣，随后作品推送，但是推送的作品内容、题材相似，造成人们对不同作品的同一的内容和题材多次浏览，极易致使浏览疲劳现象出现，不利于自媒体文化的长期性、健康性高质量发展。内容同质化的深层次原因是创新思维的缺位，缺乏对文化作品的创新性思考和实践，创作者很难深入到人民群众的生产生活中去，更不了解生产生活的具体实际，作品的价值意蕴和精神抒发难以到达人们的心坎中，人们的生产生活中有许多文化的素材，但是真正能够利用这些素材的创作者少之又少，不少创作者宁可多看一看，也不愿多走一走。

2) 利益追求：趋向于经济效益

内容质量同质化侧面反映出当下自媒体文化的目标导向更突出或侧重于经济效益，轻于社会效益[3]。受市场经济快速发展的影响，各种环境发生深刻改变，人们的观念开始具有趋利性，自媒体文化的创作趋利特征也愈发明显，虽然自媒体文化自身属性就带有商品性色彩，但是目前自媒体文化的发展仅仅注重经济效益，受资本控制，以实现利润最大化为根本目标，不考虑社会效益。从自媒体博主的性质构成来看，官方主办的账号占比不高，而文化传媒公司和个人的账号具多，大多是以营利为目的，公益性质的账号相对较少，这些自媒体博主隐约存在良莠不齐问题，所传播的内容也复杂多样，一些博主在文化创作的过程中只顾眼前的蝇头小利，不考虑社会发展的需要，不顾事实真伪、来龙去脉及作品带来社会负面影响，不考虑发布的作品是否与道德伦理和社会主义核心价值观相悖，只以追求金钱为目的，难以潜心钻研作品提升作品质量，为了经济效益不择手段，作品质量低下、内容空洞，甚至为了“博眼球”“抢流量”，在作品中出现“擦边”现象，夹杂低俗、落后的文化。

4. 自媒体文化高质量发展的思考

马克思认为：宗教、家庭、国家、法、道德、科学、艺术等等，都不过是生产的一些特殊的方式，

并且受生产的普遍规律的支配。自媒体文化也可以称之为生产的特殊的方式,也必将受规律所支配,这也决定了自媒体文化发展也必须遵循文化发展的一般的规律,根据这一规律有助于推进自媒体文化高质量发展。

4.1. 兼顾经济和社会效益

自媒体文化的商业性是与之俱来的,没有商业性自媒体文化就无法生存,自媒体博主追求经济效益有助于其本身良性发展,商业性所直接代表的就是经济效益对自媒体文化固然重要,但自媒体文化未来的发展趋势一定是在注重经济效益的同时兼顾社会效益,做到二者之间相统一,实现动态平衡。自媒体文化已经逐渐成为社会文化不可或缺的一部分,自媒体博主且有一定的社会号召力和影响力,同时也是推进社会进步发展的一份子。自媒体博主也必须清晰认识到社会效益是实现经济效益的前提,过度追求经济效益,忽视社会效益,只会让文化作品的商业气息浓厚,各式广告充斥在作品的缝隙中,内容质量下降,人们的观看舒适度只减不增,作品浏览量 and 经济效益转化量持续降低。注重社会效益就是在文化创作中坚持正确的价值导向,弘扬社会主义核心价值观,创作对社会发展起到积极作用和有利于社会稳定的文化作品。

4.2. 传播社会先进文化

自媒体文化以其丰富多样、简便快捷的特点被人们所熟知并喜爱,自媒体文化若要高质量发展,必须承担起传播社会先进文化的重任[4]。所谓先进文化,即是以先进的世界观、人生观、价值观为核心,适应生产力发展的客观要求,反映时代精神、引领社会发展方向的文化。先进的、优秀的文化之所以能够焕发活力与生机,离不开其本身的先进性,离不开传播时代的正能量文化,若自媒体文化做不到顺应时代发展要求与时俱进,时常发布一些内容粗鄙搞怪、噱头包装、或戏剧化、剧本化滥情戏谑化方式表演的作品,不能传播先进和科学的文化,不能传递社会正能量,一味地传播低俗、落后和愚昧的不良文化,必将会被时代和人民所唾弃,走向消亡的态势,而最终被新的文化形式所替代。若自媒体文化将传播社会先进文化为己任,充分发挥自身优势,创新文化的表现的具体新形式,积极传播时代声音,为人民发声,宣传社会正能量文化,坚决抵制落后、低俗文化,就一定会实现长足发展,长期活跃在人们的生产生活之中,被人们所喜爱。

4.3. 强化作品创新力度

创新是文化永葆生机的源泉,是推动文化发展的不竭动力。自媒体文化同质化、娱乐化严重的问题是阻碍自媒体文化健康良性发展的羁绊,解决这一问题的根本在于创新,这也是自媒体文化发展的趋势所在。只有自媒体文化创作者紧紧联系密切变化发展的实际,自主进行手段、内容和形式创新,既要“向前看”又要“望未来”,拓宽人文视野,从中华优秀传统文化和社会主义先进文化中汲取营养和智慧,学习和借鉴各类优秀的文化元素和时代元素,积极与人工智能相结合,生成新的文化因子,最大限度保证文化作品的原创性,打造独具特色、内容别致和充满真情的文化作品,才能把握和迎合流量走向。同时也要牢记创新不是某一时间的创新,不是某一阶段的创新,而是贯穿于自媒体文化发展的全过程和各方面,自媒体文化的创新不是一蹴而就的,需要久久为功,只有在创新上下功夫,才能为自媒体文化的发展打通的创新源头。

5. 结语

自媒体时代的文化发展是机遇与挑战并存的,自媒体的优势是不言而喻的,自媒体文化的影响力和感召力是巨大的,必须加以重视并为社会所用,牢牢把握自媒体时代的文化话语权,奏响主旋律,建构

符合时代所需、满足人民所要的自媒体文化。

参考文献

- [1] 郝思琪. 5G时代自媒体文化产业创新发展的策略研究[J]. 文化创新比较研究, 2022, 6(18): 97-100.
- [2] 谢菲. 自媒体文化现象浅析[J]. 新闻研究导刊, 2020, 11(15): 95-96.
- [3] 赵新战, 张曦堃, 屈波. 自媒体时代新农村文化建设的机遇挑战与对策[J]. 农业与技术, 2019, 39(12): 182-184.
<https://doi.org/10.19754/j.nyyjs.20190630083>
- [4] 冯红, 宋丹丹. 自媒体时代青年文化自信面临的挑战及对策研究[J]. 赤峰学院学报(汉文哲学社会科学版), 2018, 39(11): 64-66. <https://doi.org/10.13398/j.cnki.issn1673-2596.2018.11.016>