

# 新媒体时代中华武术“网红”传播路径探析

罗应景, 杨建营

(华东师范大学 体育与健康学院, 上海 200241)

**摘要:** 运用文献资料法、对比分析法剖析新媒体时代的“网红”现象, 探讨利用武术“网红”传播中华武术的路径。随着时间的演进, 网红先后表现出“不随从主流”“满足人们低级趣味”“搏取人们好奇心”“传播正确的价值观和知识”等特征, 但只有“传播正确的价值观和知识”才能长存且有利于行业发展。武术界“网红”现象于近几年出现, 其特征尚处于“不随从主流”“满足人们低级趣味”的层次, 这种状况既难以长存, 也无益于武术传播。顺应“网红”的发展趋势, 武术界培养“网红”可采用如下方案: 探寻所需, 顺势培养; 承载文化, 培养质朴; 不唯竞技, 关注大众; 耐心培养, 不求速成。

**关键词:** 新媒体时代; 中华武术; 传播路径; 网红

**中图分类号:** G852 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2021)05-0065-05

## An exploration on the propagation path of Chinese Wushu "Web Celebrity" in the new media era

LUO Ying-jing, YANG Jian-ying

(School of Physical Education and Health, East China Normal University, Shanghai 200241, China)

**Abstract:** This paper analyzes the phenomenon of "web celebrity" in the new media era by using the methods of literature and comparative analysis, and discusses the way of spreading Chinese Wushu through "web celebrity" of Wushu. With the evolution of time, web celebrity has shown the characteristics of "not following the mainstream" "winning people's low-level taste" "meeting people's curiosity" and "spreading correct values and knowledge" sequentially, but only by "spreading correct values and knowledge" that can survive and be conducive to the development of this industry. In recent years, Wushu "web celebrity" has emerged, and its characteristics are still in the layer of "not following the mainstream" and "satisfying people's low-degree taste", which is neither permanent nor conducive to the dissemination of Wushu. In line with the development trend of "web celebrity", the following programs can be adopted to cultivate "web celebrity" in the Wushu circle: exploring what is needed, training with the trend naturally; carrying culture, training with simplicity; do not focusing on competition, paying attention to the public; cultivating with patience, and do not seeking real-time success.

**Keywords:** new media era; Chinese Wushu; propagation path; web celebrity

近期, 马保国以“武术大师”之名风靡网络, 却以“小丑”的浮夸风格抹黑中华武术形象, 就连《人民日报》都发表题为《马保国闹剧, 该立刻收场了》<sup>[1]</sup>的评论。在以“流量”为主的新媒体时代, 网红现象已经蔚然成风。在国家层面都已合理借用网红的影

力之时<sup>[2]</sup>, 武术界似乎没有跟上时代的节奏, 没能及时且合理利用新媒体传播中华武术的魅力, 反而给“小丑”以可乘之机, 对中华武术产生了巨大负面影响。透过马保国等武术界网红所产生的负面影响, 武术界必须意识到网红的影响力以及对于中华武术文化传播

收稿日期: 2021-01-20

基金项目: 国家社会科学基金项目“中华优秀传统文化拳种的传承发展体系研究”(19BTY113); 山东省社科规划项目《“武术热”十年史(1981-1990): 以<武林>杂志为中心》(16CTYJ15)。

作者简介: 罗应景(1996-), 男, 硕士研究生, 研究方向: 武术传播发展。E-mail: 892677452@qq.com 通信作者: 杨建营

的重要性。

## 1 网红的特征

在互联网高速发展的今天,以个人为中心的新媒体已经从边缘走向主流,以报纸等为主的旧媒体时代逐渐被代替,新媒体时代正在日益深入人们的生活,同时也衍生出了新的行业,“网红”便是其中之一。“‘网红’即网络红人,原指因某个事件或者某个行为而在互联网上迅速受到关注或长期持续输出专业知识从而走红的人,现泛指通过互联网与网民互动,从而吸引大量粉丝关注的‘红人’”<sup>[3]</sup>。同时,鉴于“专业知识”的输出,网红作为新兴行业是融入于各个行业的,需要以某个或某几个行业中的知识与对这类行业感兴趣的网民进行互动,从而引起广泛关注。

在科技、人群基数等最理想状态的作用下,2016 也被称之为“网红经济爆发的元年”<sup>[4]</sup>，“中国的网红开始向着优质内容输出转型升级”<sup>[5]</sup>。自此,短视频的运营以及网红均开始走向新的网红经济路线,打赏、广告、带货等逐渐成为主流,在经济利益的刺激下,各路网红也开始积极创新自己的传播内容以吸引更多人关注,从而实现盈利。在当前时期,虽然表现出“离经叛道”和“哗众取宠”特征的网红仍然存在,普通大众仍存在“好奇尚异”普遍心理,但运用这些方法成为网红,已经不能长久。只有满足“弘扬正确的价值观或者不断给‘粉丝’带去有价值的信息”才能保持“常青”,否则,很难实现长期的“价值变现”<sup>[6]</sup>。

根据网红发展的 4 个时期可知,“离经叛道”时期网红的特征主要是“不随从主流”;“哗众取宠”时期网红的特征主要是“满足人们低级趣味”;“好奇尚异”时期网红的特征主要是“新鲜的短视频平台和内容满足人们好奇心”;“价值变现”时期网红的特征主要是“传播正确的价值观和知识”。虽然不同时期的网红具有不同的特点,但新时期的特征的产生并不代表旧时期特征的消失,以上特征仍然共同存在,在新时期仍然可以旧时期的成名方式博得大众的关注,只是“生存方式”在发生着变化,在新时期难以旧时期的成名方式而长期生存而已。当前的网红正处于在“价值变现”时期,所以,网红在利用不同的成名手段获得大众专注之后,必须满足“传播正确的价值观和知识”的特征。今后网红的发展将朝着两大方向发展:第一,社会越来越注重网红的积极作用;第二,网红越来越有影响力,尤其是在知识传播和经济建设方面。

## 2 武术网红现象

### 2.1 徐晓冬“打假”事件对中华武术发展的影响

2017 年 4 月 27 日民间 MMA 爱好者徐晓冬与太极拳师雷雷之间仅有 20 秒的对决,以 MMA 业余爱好者徐晓冬轻松获胜结束,自此,徐晓冬在社交网络上吸引了众多人的关注,成为了一名影响武术界的新网红。此后徐晓冬开始活跃于直播间,并不断地与观众互动。如果说徐晓冬与雷雷的约斗一开始在名义上是出于一种所谓的“正义”,要告诉被“蒙骗”的大众武术不是人们所想象的可以飞檐走壁、无所不能的神话,那么,后来徐晓冬仍然不断向各路“武林高手”发布约架信息,并向演艺界知名武术人士挑衅,则不免有制造热点以炒作自身的意味,以此方法确保自己在网络的热度,从而谋取私利。

在徐晓冬事件发生之前,大众主流对于中华武术认识是通过电影和口口相传等渠道了解到的具有神秘“内功”的武术,这种“内功”让武术人“日行千里”“以一敌百”都不在话下。然而,徐晓冬采用“离经叛道”的方式,将中华武术从至尊的地位一扯而下,从电影和神话中剥离,用“武术不能实战”的标签给予中华武术发展沉痛的一击。由此可见,徐晓冬真正的目的是为“成名”和“赚钱”。不得不说,徐晓冬给中华武术发展带去了瑕瑜互见的影响,在“瑕”的一面,“把传统武术推到了悬崖的边缘”;在“瑜”的一面“徐晓冬的出现,便如一头凶猛的野兽,掀开了笼罩传统武术许久的虚伪面纱,将‘面子’这道阻碍中国武术百余年发展最核心的画皮彻底撕碎”<sup>[6]</sup>。由此可见,徐晓冬“网红”事件将中华武术彻底跌落“信仰”之位,使中华武术沦落为人人怀疑的对象。然而,由于徐晓冬的出发点仍然停留在“离经叛道”这种原始的网红特征之上,并不具备“价值变现”的网红特征要求,没有弘扬中华传统武术文化,也没有为大众带去中华武术的健身、养身、攻防的正确认知等知识,一味否定中华武术,所以已经不符合新时期的网红特征。如果当初徐晓冬是抱着从网红的视角弘扬中华传统武术文化,揭开神秘,展现独属于中华武术的技击方法和健身养身等功能,或许现在会是另一种景象。

### 2.2 马保国“被打”事件对中华武术发展的影响

2020 年 5 月在山东淄博举办的演武堂之江湖十六战的比赛上,浑元形意太极掌门人马保国在开赛不到 30 秒就被业余散打爱好者王庆民连续击倒 3 次,最后一次甚至应声倒地不起。在输赢如此明显的事实面前,赛后马保国竟然宣称是因为传统功夫“点到为止”,并不想伤害对手,以此将自己置于“道德高地”。从此马保国开始迅速走红于网络,其抖音相关视频播放量更是超过 51 亿次。网上流行的“网红一哥”李佳琦自 2016 年成名至今也才接近 55 亿次播放量,而马保国

在不到半年的时间就达51亿次,由此足见其产生的影响力。在比赛过后,网上甚至流传了一段让人啼笑皆非的视频片段,原视频完全来自于马保国本人的口述,背景是2020年1月,两个年轻人慕名而来找马保国学习浑元功法治疗颈椎病而切磋武艺。然而,这段似乎将自己立身于中华传统武德制高点,并且可以表现自己武术实战能力超群的话语,与鼻青脸肿且暮气沉沉的形象形成鲜明的对比。在5月份的比赛过后再回顾这段视频,更是能产生明显的“丑角”感,正如路云亭<sup>[7]</sup>归纳:“马保国的著述以及视频资料中所营造的近乎完人般的武者形象,与其在比武场域溃败之细节形成了强烈的反差,其中的闹剧性元素十分丰富”。所以马保国根本的出发点并不是为了宣传自身具备的“传统武术”实战能力,而是希望以这种形成极大反差的“丑化”手法取悦大众以获得关注,实现“成名”和“赚钱”的目的,传统武术则无辜成为马保国塑造自身反差的载体。

马保国对于中华武术的宣传,注定使得马保国只会成为人们一时消遣的工具,起不到任何弘扬中华武术文化和宣传中华武术价值体系的作用,更是对传统武术发展产生极其严重的负面影响,把传统武术彻底打入低谷,使得传统武术成为普通大众嗤之以鼻的对象。所以,马保国之所以会火,完全是以哗众取宠的手段将自己打造成网红,其根本出发点并不是为了宣传所谓的“闪电五连鞭”或者是自身具备的“传统武术”实战能力,而是希望以这种形成极大反差的“丑化”手法取悦大众以获得关注,实现“价值变现”的目的,传统武术则无辜地成了马保国塑造自身反差的载体。如果对比一下前文所提及的哗众取宠时期网红的特征,马保国与他们如出一辙。马保国以哗众取宠的方式,起不到任何弘扬中华武术文化和宣传中华武术价值的作用。

### 2.3 武术界网红对中华武术影响的反思

徐晓冬以“打假”中华武术而“红”,马保国以借助中华武术“丑化”自身而“红”,这两位网红都是以中华武术为载体而成名,也将中华武术推到了风口浪尖,使其成为普通百姓茶余饭后的谈资。首先,这说明很多人都或多或少了解一些武术,或者在心中对武术有一个自己的期待和构想,才会对他们二人如此关注。但是,徐晓冬和马保国二人并没有对传播和弘扬中华武术起到任何正面作用,他们错误地展现了中华武术的形象和内容,甚至将中华武术削足适履,与西方搏击进行对比,更何况在两场对决中,连体重、年龄等西方搏击规则很重视的公平因素都未遵守。其次,网络已经成了传播中华武术知识、展示中华武术内容

最快且最有效的方式。从徐晓冬和马保国忽然出现在大众视野并迅速传播至海内外,便将这一方式体现得淋漓尽致。随“武术市场正在萎缩”<sup>[8]</sup>等问题不断地出现,中华武术需要更多的网红,但绝非徐晓冬、马保国这样的负面网红,而是满足“价值变现”时期要求以传播中华武术正能量为出发点的网红。仿照网红李子柒的成功案例,或许可以为中华武术界培养符合“价值变现”时期“传播正确的价值观和知识”之特征的网红找到一条可行的道路。

## 3 打造武术网红的具体策略

### 3.1 探寻所需,顺势培养

从“徐晓冬事件”和“马保国事件”中不难看出,人们对于中华武术的关注度非常高,而且在心中曾经有一份对“神秘”中华武术的尊敬,只是在一系列事件之后失望至极,所有“美好的向往”尽皆破灭。然而。在“价值变现”时期,李子柒顺应了人们在当下对于乡村文化等美好的向往,所以才取得了诸多成就。目前中华武术界应该按照人们的需要培养网红,因势利导,通过培养“李子柒式”网红,展现人们心中所需的那份中华武术的“宁静之地”。对于此时的中华武术而言,借助网络力量打造新网红,将是高效可行的网红成长途径。比如在商业比赛中,为何不将知名网红的流量引入,以展现中华武术文化?赛事只是武术的一种表现手段,令观者心悦诚服才是其表现的目的之一。在商业赛事中,可以将西方搏击、跆拳道、空手道和中华武术拳种为赛事内容。在现代科技下,擂台切换是容易的,按照各自项目、各自规则比赛,打着“武林真相”的口号,体现规则对项目的决定作用,甚至可以安排网红对不同运动项目运动员进行实地采访、记录,以便借此向大众普及最为基本的武术知识,从而明白不能将不同的武术项目混同看待,达到逐步改变大众看待中华武术的认知目的。在此基础上,可将某个具有代表性的运动员打造成网红,定向普及中华武术专业知识。甚至武术界不一定非要从“武术人”中培养网红,也可以将其他行业的网红,转化成可以宣传和传播中华武术知识的网红。

按照现今武术发展的趋势,如果连基础知识和项目区分都没有展现出来让大众掌握,大众何谈真正喜爱?何谈项目自信?武术何以改革?同时,此时的网红应该排除年龄、性别、地域的限制,只要展现希望看到的中华武术和武术文化即可。从过往的事件看,“传统武术究竟能不能实战”是问题的根源,只需要展现传统武术可以实战的一面,一切便不攻自破。传统武术若是不能实战,何来抗倭英雄戚继光在《纪效

新书》中所说：“山东李半天之腿，鹰爪王之拿，千跌张之跌，张伯敬之打”？然而，“真正的武术是‘杀人术’‘杀人艺术’或‘艺术杀人’”<sup>[9]</sup>，在现代体育文明发展中，中华武术已基本不可能通过擂台展现其特点，或者也不能在擂台展现“杀人之术”。所以，如何不需要通过擂台展现中华武术的“实战”魅力，便成为了值得深入研究的议题。但是中华武术界完全可以将掌握这些武术核心技能的人才打造成网红，并通过他们的训练和成长之路为展现点，让人们真情实景地体会为什么中华武术无法在擂台实战。所以，就目前的情况而言，中华武术界可以在探寻大众所需的基础上，因势利导地培养网红，便能够将正确的中华武术知识传播开来。

### 3.2 承载文化，培养质朴

中华武术文化在漫长的历史发展进程中，已经成为一种“技击文化、审美文化、和谐文化的综合体”<sup>[10]</sup>，而竞技武术散打和竞技武术套路所展现的是在西方文化影响下的现代技击美、现代的体操艺术审美以及比赛中的和谐文化，这些文化也需要通过运动员才能得以体现。运动员只是一个个体，而中华武术的综合体应该包含武术个体的行为、思想、礼仪和个体从事武术活动所处的环境、氛围以及与武术个体相关的其他个体之间的联系等，形成中华武术文化综合体。

而在网红李子柒的视频中，她所处的环境、所从事的事情，甚至是所交流的对象以及所穿戴的服饰都是紧紧围绕乡土文化这个综合体而表现，仅仅存在少许现代化的元素。李子柒展现的乡土文化紧紧围绕乡土，深耕乡土，从综合体的角度表现乡土文化。由此反观现今的中华武术，练习武术的场馆还有几分中华武术文化的意蕴？训练的中华武术内容还有几分中华武术的技击表达？此类问题不胜枚举，中华武术现今缺乏如网红李子柒表现乡土文化时原生态的仪式感。

就中华武术界而言，除网红的武术技能，似乎已经没有什么值得其展示。所以，在“价值变现”时期，网红承载中华武术，就需要将中华武术文化贯穿于个人的方方面面，从服装、礼仪到言行、场景等都需要与中华武术文化保持一致，只有这样才能如李子柒一般，展现最质朴的武术文化，才能传递正确的武术价值观。但是现在诸多的武术人才培养的场地都被现代化元素所占据，除了训练的人之外，已经很难再看到其中具有的中华武术文化韵味，这又怎么能让大众对中华武术的文化感兴趣呢？又怎么能培养出承载中华武术文化的网红呢？

### 3.3 不唯竞技，关注大众

自改革开放以来，“我们过分地看重和追求中华武

术成为奥运会项目的结果。因而在对中华武术的运动形式和技术规范进行大刀阔斧的改造中，刻意迎合、舍本逐末，做出了较大的让步；在对中华武术的竞赛体质和评判标准进行脱胎换骨的革新中，邯郸学步、舍己从人，做出了较多的妥协”<sup>[11]</sup>。这个现象不禁使人疑惑，中华武术这么多年是不是也类似于长期处于功利、浮躁、紧张、机械却碌碌无为的状态？为“名利、物质”，中华武术渐渐失去了自己，其该有的“乡土文化”在西方文化的入侵下无处安身。然而，没有“乡土文化”的中华武术，还是中华武术吗？

实际上，李子柒从城市文化进入乡土文化追求本源的美，已经为中华武术界培养网红指明了道路。中华武术必须不唯竞技化发展，走入大众，在非竞技化的武术人中培养网红，甚至走入武术爱好者和武术学习者，将部分精彩的故事和为梦想拼搏的故事挖掘出来，从而培养出武术界的网红。从这些网红的视角，去追寻和展现那份独属于中华武术的“乡土文化”之美，以及被认可和不断广泛学习的成就感。

进入奥运会能够起到普及中华武术的作用不可否认，但这仅仅是一方面，我们还可以培养出很多类似于网红的“武术名人”。但是，时代在变，李子柒成为网红，也并不是靠某种有国际影响力的“乡土比赛”就能成功，此时可以从武术爱好者、专业学生、老师等“大众”角度培养网红。比如在商业赛事中，将专业或者职业运动员的比赛设为次要环节，将更多武术爱好者的技艺交流放在首位，并且淡化“竞技”的成分，制定多套规则以适用于不同年龄、性别的爱好者。同时，让运动员与武术爱好者成为互相学习、鼓励的共同体，由运动员讲述规则并引导武术爱好者理解中华武术真正的内涵、价值，再由运动员带队，指导武术爱好者之间的比赛，打造“娱乐+竞技”赛事，让大众对运动员形成“载体效应”（即将优秀的武术运动员打造为承载中华武术文化、礼仪等的代名词之一），从而使大众以运动员为榜样和骄傲，这样便可以将这些运动员打造成网红，更主要的是将具有与众不同武术情结的故事挖掘出来，打造更多平民武术网红。但是就目前来说，在赛事举办之前，需要对运动员从言语到行为，再到文化修养等方面进行全方位的修正和引导，这样才能更好引导平民网红。

网红是中华武术的最合适的传承者之一，但若想成为中华武术的“承载者”走入大众，网红自身必须要符合大众心中对于博大精深中华武术的构想，而非仅仅“竞技”或者“技能”这一个元素的代表。所以，中华武术界不应该局限于从竞技武术技能高超的运动员角度培养网红，要能够在大众中寻找梦想传承中华

武术的人,从而培养更多武术界的平民网红。

### 3.4 耐心培养,不求速成

“李子柒的田园生活诸如耕耘、织工、酿造、建造等,在正常的时间周期中一般是漫长的。比如为了表现原汁原味的‘有机’过程,短视频常常要表现农作物经历寒暑春秋的生长”<sup>[12]</sup>。这些最质朴的文化展现,绝非一蹴而就,中华武术的网红也应该如此。在打造网红时,对于网红所掌握拳种或者项目的文化展现,绝对不能只是片面的套路或者技击等单方面的展现,而需要表现出网红所掌握技能的历史背景、文化内涵、技击特点、套路意蕴、拳种区别等。徐晓冬和马保国仅仅停留在表面技术或者套路层面,便形成剑走偏锋、不合时宜的结局,无法承载其中中华武术文化。中华武术文化的继承以及中华武术“功力”的形成,类似乡土文化中的谷物生长,只有经过肥沃的武术文化土壤滋养,经历时间和汗水的灌溉,才能成长为补充人民身体所需的“营养物”。中华武术界要能够如李子柒一般,从长计议,在武术后继中培养出网红,记录其训练中的成长、生活中文化礼仪的融入等,从而向人们展现真正的武术人成长过程。同时,也可以某个武术人的视角,去记录下真实的“未被发现的武林”,这会是长期的过程,不仅要记录他们的武术训练,还要记录武术对他们生活的影响,以及他们是如何教导自己的弟子等。在这个过程中,“某个武术人”就会将自己打造成为展现中华武术“庐山真面目”的网红,甚至可以标以“武术探寻者”的标签。如果追求速成,则很有可能再次出现类似于马保国这样的“网红”,让人啼笑皆非。

网红是新媒体时代最有影响力的群体之一,整体而言,其成名方式大致经历了“离经叛道”“哗众取宠”“好奇尚异”“价值变现”4个阶段,其特征分别是“不随从主流”“满足人们低级趣味”“满足人们好奇心”“传播正确的价值观和知识”,其中,只有“传播正确的价值观和知识”才能长存且有利于行业发展。虽然新媒体时代网红具有超乎寻常的影响力,但武术界并没有对其引起重视,以至于出现诸多丑闻。从价值变现时期的案例可知,中华武术可以通过4方面培养符合新时期特征需求的网红:第一,探寻所需,顺势培

养,在探寻大众所需的基础上,因势利导地培养网红;第二,承载文化,培养质朴,通过包装中华武术文化承载者,回归质朴的武术文化,培养武术界的网红;第三,不唯竞技,考虑大众,要能够在大众中寻找梦想继承中华武术的人,从而培养更多武术界的平民网红;第四,耐心培养,不求速成,对武术接班人的成长过程进行记录,长期培养传播“真武术”的网红。

### 参考文献:

- [1] 秦川. 马保国闹剧,该立刻收场了[N]. 人民日报, 2020-11-28.
- [2] 陈静,李永欢. “全民直播时代”主流媒体传播的“破圈”与融合——基于央视新闻首场带货直播的案例分析[J]. 当代电视, 2020(7): 68-72.
- [3] 史晨飞. 网红经济的崛起及其影响研究[J]. 现代商业, 2020(23): 22-23.
- [4] 梁立明. 网红经济行业研究报告[J]. 首席财务官, 2016(13): 62-65.
- [5] 宋玉. “李子柒”短视频的传统文化传播[J]. 青年记者, 2020(17): 10-11.
- [6] 马廉祯. 传统武术价值体系亟待重构——由徐晓冬事件引发的若干思考[J]. 体育学刊, 2018, 25(5): 25-29.
- [7] 路云亭. 马保国现象:一个传统武术江湖人士的人设特征解读[J]. 体育学研究, 2020, 34(5): 87-94.
- [8] 王飞. 民族传统体育武术专业课程理论基础研究[D]. 武汉: 武汉体育学院, 2007: 摘要.
- [9] 程大力. 中国武术文化发展大战略:保护与改革[J]. 体育文化导刊, 2005(1): 21-25.
- [10] 姚明霞,温搏. 中华武术基本特征之文化渊源[J]. 西安体育学院学报, 2020, 37(4): 475-479.
- [11] 王广虎,陈振勇,冉学东. 中华武术发展方向的重申与再释——对中华武术“申奥”的反思[J]. 成都体育学院学报, 2008, 34(2): 1-5.
- [12] 曾一果,时静. 从“情感按摩”到“情感结构”:现代性焦虑下的田园想象——以“李子柒短视频”为例[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2020(2): 122-130+170-171.