

新疆非物质文化遗产网络传播制约因素及对策分析

郜玉金 任洪涛

[摘要] 非物质文化遗产又称无形文化遗产, 被誉为历史文化的“民族记忆的背影”、“活化石”, 新疆是非物质文化遗产项目“资源大区”, 但新疆非物质文化遗产网络传播中也存在诸多问题, 包括: 网站信息内容更新缓慢, 没有建立数据库查询系统, 缺乏互动功能的站点, 大部分网站访问量较低, 对互联网的实际应用处在较低水平状态, 学界、传媒界、企业界对此还缺乏足够的认识和前瞻的眼光, 网站缺乏专业人员的操作和筹划, 没有充分发挥互联网推广与传播新疆非物质文化遗产的巨大潜力。无论文化遗产的整理, 还是文化遗产的传播, 都应符合当代人们不断变化的媒介需求。只有抓住吻合了受众的需要, 非物质文化遗产才能焕发出无尽的生机和活力。

[关键词] 非物质文化遗产; 网络传播; 对策

根

根据联合国教科文组织通过的《保护非物质文化遗产公约》中的定义, “非物质文化遗产指被各群体、团体、有时为个人所视为其文化遗产的各种实践、表演、表现形式、知识体系和技能及其有关的工具、实物、工艺品和文化场所。各个群体和团体随着其所处环境、与自然的相互关系和历史条件的变化不断使这种代代相传的非物质文化遗产得到创新, 同时使他们自己具有一种认同感和历史感, 从而促进了文化多样性和激发人类的创造力。”

新疆是非物质文化遗产项目“资源大区”, 据统计, 新疆非物质文化遗产资源涵盖所有十个门类, 项目总数共达 3784 项, 其中少数民族项目占 95% 以上。民俗、传统音乐、传统舞蹈、传统技艺等类别项目占项目总数的 60% 以上。比如民间口头文学、游戏、舞蹈、神话、音乐、宗教仪式等。

虽然新疆丰富的非物质文化遗产引起国内外的关注, 但在网络化的发展大潮中, 也存在诸多问题亟待解决, 通过调研, 主要包括如下几点:

1. 新疆非物质文化遗产官方网站缺少对新疆非遗发明创造物的介绍, 这往往是浏览者的兴趣点所在; 而个人创办的新疆非物质文化遗产网站的内容科学性和真实性缺乏考证, 资料来源繁杂。

2. 各高校非物质文化遗产网站没有充分利用高校信息资源的优势, 网站信息内容更新缓慢, 缺少学术氛围; 新疆非物质文化遗产网站与国内其他文化遗产相比网站很少, 大多站点主要是一些简单的信息发布, 个别站点只有主页及栏目框架, 没有具体内容, 还有多数站点只有简单的查询功能, 没有建立分类数据库查询系统, 因而不能快速在网站中提取所需的信息。

3. 新疆非物质文化遗产网站缺少具有互动功能的模块, 如评论、留言功能。在现有的新疆非物质文化遗产网站中, 除个别网站有一定的访问量之外, 大部分此类网站点击率较低。

4. 新疆非物质文化遗产工作者、管理人员等很少利用

网络帮助他们自身开展工作, 对互联网的实际应用处在较低水平状态; 学界、企业界、媒体对此还缺乏足够的认识和前瞻的眼光。网站缺乏专业人员的操作和筹划, 没有充分发挥互联网推广与传播新疆非物质文化遗产的巨大潜力。

针对以上存在的问题应从以下几方面解决目前新疆非物质文化遗产网站存在的问题:

1. 建设富有个性化的新疆非物质文化遗产网站

文化产业是新兴的综合性经济产业, 涉及到众多的行业和部门。文化产业的发展, 离不开相关部门的协调配合、上下联动, 收集和整理文化遗产。针对新疆非物质文化遗产网络传播的现状, 各机构应充分利用现有的网络资源, 尽快建立自己的数据库, 分门别类地整理一些相关资源, 便于信息的管理与查找。其次, 网站页面应该整体简洁、富有新疆特色, 采用动态页面生成静态页面的新技术缩短页面的载入时间。目前的新疆非物质文化遗产网站在页面设计上大多存在的问题是设计比较繁杂, 没有从新疆非物质传统文化遗产中滤出特色设计原色, 形成上层次、有品位的 WEB 页面样式。

2. 准确网站定位, 坚持多元发展原则

新疆是我国的文化大区, 众多资源吸引着世界各地不同层次的读者。目前大多数非物质文化遗产网站所提供内容的面过于宽泛, 看似面面俱到, 信息丰富, 能满足各类受众的需要, 但网站粘性却很低, 留不住用户。我认为应尝试走学术和大众口味相协调的发展之路, 一种文化走不出象牙塔也就不能为世人所知, 非物质文化发源于民间, 也应该受益于民间。各大站点要定期分析社会各界对内容的需求状况。网站的服务对象是网络大众, 所以必须以服务于网络人群为目的。服务要改变以往求大求全的模式, 着力营造个性特色, 把某类专门信息做深、做细、做足, 分类清楚, 及时更新。文化的国际化道路是必由之路, 至少建设中英两种语言文字的切换, 方便国外受众的阅读。

3. 要逐步提高网站的知名度

每个搜索引擎都是一个巨大的网上数据库, 里面存储了丰富的站点信息, 供使用者搜索、查询。通过登记各大搜索引擎, 优化页面代码, 提高网站在搜索引擎检索结果中的排名和收录数量。

在现阶段, 包括报刊、广播、电视、户外广告等传统媒体, 广告依然有很强的宣传力和影响力, 为了扩大网站知名度可在适当媒体上做广告, 可以选择一些访问量较高或与本站内容相近的网站上做必要的网络广告宣传, 这也是提高网站知名度的一条捷径。如, 新疆非物质文化遗产网站可以在新浪等门户的文化频道或是在电脑刊物上刊登广告。其次, 可以通过广告互换来提高网站的注意率, 广告互换方法是国内网站使用较多的宣传方式, 也叫友情链接, 即在自己的网页上宣传别人的站点, 作为交换, 别人

也在他的网页上宣传自己的网站。最后,可以通过文化交流活动来实现网站的宣传,如在国外演出的门票、海报等媒介的显要位置设计有特色的网站的域名,实现跨国界传播,从而可以提高网站的知名度。如果有了自己的国际知名的新疆非物质文化遗产品牌网站,那么对新疆非物质文化遗产的发展将起到巨大的推动作用。

4. 加快新疆非物质文化遗产网络人才的培养

随着新疆非物质文化遗产被越来越多的人关注,新疆非物质文化遗产产业逐渐兴起,新疆非物质文化遗产网络高端人才匮乏,严重制约着我国新疆非遗事业的发展。加快培养一批素质优良的技术技能型、复合技能型和知识技能型的高技能人才,逐步形成与文化发展相适应的比例结构。对以培养人文人才为主要目标的学校和学院,鼓励这些学校深化教学改革,积极运用市场机制开展产学研结合,积极探索培养既懂技术又能搞科研的人才的新路子。

由于新疆非物质文化遗产的专业性较强,为了扩大新疆非物质文化遗产信息的传播面,研究机构 and 高校应为新疆非物质文化遗产学习和科研提供丰富的网络信息资料,管理部门提供宽松自由的学术研究氛围,促进新疆非物质文化遗产研究的发展。

随着全球化趋势的增强,新疆的非物质文化保护工作已经起步。保护,不是时空上凝固不变的保护,不是把它当做遗产、古董,而是要使它活在人们的生活之中。无论

文化遗产的整理,还是文化遗产的传播,都应符合当代人们不断变化的媒介需求。只有抓住吻合了受众的需要,非物质文化遗产才能焕发出无尽的生机和活力。同时,网络信息传播新技术的应用在诸多应用领域里正在挑战传统传媒,同时也将形形色色的新课题摆在我们的面前。■

[注:本文为教育部人文社会科学研究新疆项目阶段性成果 项目批准号:12XJJC860001]

[参考文献]

1. [美] 施拉姆,波特.传播学概论 [M]. 陈亮,周立方,李启译.北京:新华出版社,1984.
2. 吴风.网络传播学:一种形而上的透视 [M]. 北京:中国广播电视出版社,2004.
3. 谢新洲.网络传播理论与实践 [M]. 北京:北京大学出版社,2004.
4. 徐道先.网络时代,你准备好了吗 [M]. 上海:上海三联书店,2005.
5. 殷晓蓉.网络传播文化:历史与未来 [M]. 北京:清华大学出版社,2005.
6. 张咏华.媒介分析:传播技术神化的解读 [M]. 上海:复旦大学出版社,2002.

[作者简介:郇玉金(1973—),男,新疆乌鲁木齐市人,新疆大学新闻与传播学院教师,讲师。研究方向:网络广告。]

(上接第15页)

闻,微信用户“成家立业”也获得了相应的爆料奖金。

其次是欢迎词的设置。当用户关注公众账号后,系统会自动发送一条欢迎词。欢迎词就是用户从公众账号接受到的第一条订阅信息,对建立第一印象非常重要。公众账号可以在微信公众平台上修改欢迎词、进行个性化设置。经笔者统计,55家报纸媒体微信中,有19家未修改欢迎词,保留原封不动的默认设置,占整体比例的34.54%。有5家修改为简单的一句话欢迎词,其中《北京晚报》的欢迎词竟是含义不明的“哈哈”两字。其余31家均采用了较为详细生动的欢迎词,并增加了自我介绍、联系方式、活动推广等内容,甚至编辑一段带有音乐的语音欢迎词。

再次,从自定义答复看,微信具有非常便捷的自定义答复设置功能,当用户向公众账号留言时,可通过系统自动发送答复消息。在55家报纸媒体微信中,有29家报纸媒体微信未进行自动答复设置,当用户留言时只能看到一片空白,这当中有21家还属于未推送过任何消息的休眠账户,两者具有较高的重叠率。其余的26家报纸媒体微信进行了自动答复设置,当用户留言时可以快速地发送一条自动信息。此外,微信还具有自主创建规则、对用户留言进行分类答复的功能。目前来看,只有8家报纸媒体运用了分类答复的设置。例如,《新快报》设定的分类答复规则为,订阅用户留言“01”对应财经新闻、“02”对应广州新闻、“03”对应国内外新闻、“04”对应娱乐资讯、“05”对应当日星座运势等等。这种分类回复有利于用户快速检索和获取新闻资讯,扩大微信平台的信息覆盖面。

三、报纸类媒体微信的前景展望

目前看来,报纸媒体对微信公众平台的使用还处于探索阶段,表现出区域发展不平衡、消息推送滞后不完善、互动性弱等特征。同时,也有不少报纸媒体专注挖掘微信新媒体的传播特征方式,开发出了很多具有创新价值的运营手法。随着微信影响力的进一步扩大,报纸媒体对微信公众平台的运用尚有巨大的潜力,具有可预见的良好发展前景。报纸媒体应抢占先机,立足微信平台从多个方面传播信息和建立品牌:

1. 用微信的用户筛选推送提高传统报纸媒体信息传播的准确度,打造手机上的地方资讯门户或细分行业门户。
2. 用微信的多媒体属性拓展传统报纸媒体的单一信息传播方式。
3. 用微信的互动功能加强传统报纸媒体与受众之间的联络,建立社区情感式的深厚关系。
4. 用微信的实时接收特性加强传统报纸媒体在报道重大事件和突发新闻上的影响力,及时发出权威解读和声音。■

注释:

- 1 来自腾讯微博的微信官方微博 <http://t.qq.com/p/t/121352098154637>
- 2 来自微信公众平台 <http://mp.weixin.qq.com>
- 3 来自新浪微博的投资界官方微博 <http://e.weibo.com/1774800467/z6ybJnEd4>

[作者简介:陈晓华(1978—),女,广东省揭阳市人,复旦大学新闻学院博士研究生,研究方向:国际传播。]