

融媒体视域下曲艺类非遗的传播策略研究

——以凤阳花鼓为例

史玉平, 黄文龙

滁州学院文学与传媒学院, 安徽 滁州

收稿日期: 2023年5月15日; 录用日期: 2023年6月14日; 发布日期: 2023年6月21日

摘要

文化是一个国家和民族的灵魂, 文化的传播和发展离不开作为传播渠道的媒体。凤阳花鼓作为我国非物质文化遗产之一, 有着突出的文化价值和传承意义。融媒体时代的到来, 给以凤阳花鼓为代表的曲艺类非遗带来了新的传播机遇, 但其在当下的传播和传承, 还面临着传播主体单一、传播环境复杂、渠道整合不足等问题。因此, 只有发挥媒介融合发展的优势, 依托新媒体传播平台, 推进数字化传承, 才能推动凤阳花鼓的传播与发展。

关键词

凤阳花鼓, 融媒体, 非物质文化遗产, 传播策略

Research on Communication Strategy of Folk Art Intangible Cultural Heritage from the Perspective of Convergence Media

—Taking Fengyang Flower Drum as an Example

Yuping Shi, Wenlong Huang

School of Literature and Media, Chuzhou University, Chuzhou Anhui

Received: May 15th, 2023; accepted: Jun. 14th, 2023; published: Jun. 21st, 2023

Abstract

Culture is the essence of a country and nation, and its communication and development cannot be separated from the media as a communication channel. Fengyang Flower Drum, as one of our in-

tangible cultural heritages, has outstanding cultural and inheritable significance. The advent of the financial media era has brought new communication opportunities for the intangible cultural inheritance of folk arts, represented by Fengyang Flower Drum. However, its current communication and inheritance still face challenges such as a singular communication subject, low audience attention, and insufficient channel integration. Therefore, the dissemination and development of Fengyang Flower Drum can only be promoted by leveraging the advantages of media integration and development, relying on new media communication platforms, and promoting digital inheritance.

Keywords

Fengyang Flower Drum, Convergence Media, Intangible Cultural Heritage, Communication Strategy

Copyright © 2023 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

戏曲是一种具有鲜明中华民族特色的文化遗产,是中华文化和中国传统艺术的瑰宝,以其独特的唱腔角色、悠久的历史传统、深厚的文化底蕴成就了其在古典艺术中不可替代的地位。以凤阳花鼓为代表的曲艺类文化作为国家级非物质文化遗产,是一种地域性、民族特色较为鲜明的生产生活方式,在传统的传承中形成了“身口相传”的文化联调模式。伴随着媒体融合的趋势以及社会各个方面的发展,这种文化链条亦受到了其自身传承机理的约束,未能实现与时俱进的变革。为了更好地面对未来,加强自身传播力,凤阳花鼓非遗文化的传承亟待作出改变和调整。而如何让曲艺在融媒体视域下既不失传统又能保持新生命力与时代气息,这是凤阳花鼓在融媒体语境下的传播和传承所面临的重要课题。

2. 凤阳花鼓的传播现状

从凤阳花鼓的传播方式来看,凤阳花鼓的传播平台仍依赖于传统的大众媒介。只有在凤阳花鼓文化旅游节和凤阳花鼓文化展演时,新兴的互联网媒介才会和传统媒介融合构成一张信息传递的大网,播报凤阳花鼓相关的事件和新闻;人际交往传播以及传统的现场表演是凤阳花鼓文化最主要的传播方式,参与表演的凤阳花鼓的传承人、凤阳地区当地居民、观看凤阳花鼓演出的群众和来凤阳地区旅游的外地游客是凤阳花鼓文化最广泛和最密切的亲历者和参与者,也是凤阳花鼓文化人际传播的中坚力量。凤阳花鼓的核心区域的地理环境、历史人文对凤阳花鼓有着十分重要的影响,是形成其非遗地域性特质的重要因素[1]。但由于非遗文化在各地存在着由历史、地域、地缘等因素而造成的区间差异,出现了失衡的区域发展格局,凤阳花鼓不可避免的受此影响,其诞生和传播目前仍主要集中于安徽凤阳地区(今滁州、蚌埠、淮南等地)附近。

3. 融媒体时代凤阳花鼓的传播困境

融媒体时代的到来,给非物质文化遗产的传播带来了诸多机遇。融媒体语境下,传播效果的提升,受到传播过程多种因素的综合影响。对于凤阳花鼓来说,其在当下还面临着传播主体单一,传播渠道狭窄,传播内容分化,专业人才缺乏等亟待打破的困境。融媒体的发展给凤阳花鼓等曲艺类非遗文化提供

了崭新的传承方式, 因此, 积极探索以凤阳花鼓为代表的曲艺类非遗文化在融媒体时代可持续、高效的文化传播路径势在必行, 凤阳花鼓的传承创新任重道远。

3.1. 传播主体单一

凤阳花鼓凭借着悠久的历史沿革和丰厚的文化底蕴, 历来受到地方政府部门的重视, 但综观近年来凤阳花鼓的传播, 可以看到传播主体以地方政府宣传部门和专业化媒体为主, 传播渠道也主要集中于政府官网, 专业媒体的网站以及其他新媒体矩阵等, 在内容生产与传播上呈现出典型的以专业化为主的 PGC (Professional Generated Content) 新闻生产方式。

非遗文化社会影响力的构建, 只靠政府和专业媒体远远不够, 还需要广大市民群体的参与。融媒体时代, 社会公众的发声渠道增多, 传统媒体新闻生产完全依靠专业新闻生产者的局面被打破。手机等移动终端的快速普及, 使得社会大众也可以参与进信息的生产与传播中来。目前有关凤阳花鼓的传播中, UGC (User Generated Content) 为主的生产与传播依然较少, 对于用户生产以及自媒体渠道的重要性重视不足。当下, UGC 模式只是传统 PGC 的一个补充, 并未能充分发挥用户的主体性和创新力。

3.2. 传播渠道狭窄

当前, 凤阳花鼓文化的传播正处于转型的关键期, 但凤阳花鼓的传播和传承总体上还是走传统的传播路径, 传播渠道上依靠传统大众媒体作为传播平台, 主要以文化旅游节、展演和民间演出集会等为主要载体, 这样的传播渠道虽稳定, 但传播的覆盖面和影响力较为有限。在凤阳花鼓的传播中, 新兴媒体的功能和作用并没有得到最大限度的开发, 且在其传播过程中新旧媒体仍是割裂的状态。新的传播媒介例如微信、抖音、快手等移动客户端以及短视频、直播平台的参与度并不理想: 一些凤阳花鼓以及民俗馆的微信公众号中相关推文更新频率低且阅读量少; 短视频平台中对凤阳花鼓的宣传也是短期行为, 新媒体的发展并未给凤阳花鼓的传播带来深刻而持久的影响。

3.3. 传播内容分化

凤阳花鼓作为历史悠久的非物质文化遗产, 在发展的过程中融汇了新一代年轻凤阳花鼓艺人的改良和创新, 年轻传承者的表演围绕国家政策变化、时代改革、创造美好生活为主题, 但这些内容与原生态凤阳花鼓艺人的表演已产生较大分化: 后者的表演大多继承了凤阳花鼓关于荒灾、乞讨、贫苦生活等反映解放前后时期生活的传统内容。

由此一来, 虽为同一种文化表演, 但由于表演内容的分化造成了受众的分化: 原生态凤阳花鼓艺人的表演有着特定的受众群体, 其中大多是中老年人群, 而新一代年轻凤阳花鼓艺人的表演所面向的群体是更为年轻的受众, 两类受众的分化实际上是不利于凤阳花鼓的传播的。

3.4. 专业人才不足

非遗文化的传播, 离不开专业化的传播队伍。融媒体时代的到来, 促使各类传播主体积极融入, 丰富传播形式以提升传播效果。当下, 凤阳花鼓面临着传播和传承两方面专业人才不足的困境, 极大制约了其传播潜力。

一方面, 融媒体时代的到来, 对于传播者的专业技能要求更加多元化、复合化, 不仅要求传播者了解凤阳花鼓的历史沿革与当下的传承价值, 还需要传播者能够选择合适的表现元素, 对文化内涵加以展现, 综合利用多种传播渠道的优势, 提升传播效果。但当下, 凤阳花鼓还是主要依赖于地方政府部门主导下的传播, 政务部门的工作人员在新媒体技术的开发与应用上与专业人士还有一些差距。

另一方面, 凤阳花鼓非遗文化的更好传播, 离不开专业化的传承人。就传播主体而言, 凤阳花鼓的非遗传承人存在断层的风险, 以政府机构为代表的传播主体传播效果欠佳。从事凤阳花鼓相关行业的人员占全国总人口的比例本就极小, 对其感兴趣的年轻血液更是凤毛麟角, 这就使得凤阳花鼓的传承极易出现巨大的断层。

4. 融媒体视域下凤阳花鼓传播与传承的路径探索

习近平总书记在 2022 年 12 月指出要扎实做好非物质文化遗产的系统性保护, 推动中华文化更好走向世界。近年来我国对于非物质文化遗产的重视和保护力度加强, 为非遗文化的传播和传承提供了有利环境。融媒体时代的信息传播不仅仅停留在单一媒介层面, 而是通过新旧媒体进行信息和资源的集中处理与共享, 达到文字、声音、视频等的“协同”传播, 受众获得的是一种立体式和综合性的信息感官体验。融媒体时代传播主体与传播手段的丰富以及多元化, 为凤阳花鼓的传承传播提供了更多的渠道选择。因此, 融媒体视域下凤阳花鼓要顺势而为, 利用多媒体平台构建传播推广路径, 拓展自身传播空间的同时也要更新传播方式, 更好地实现传播范围的扩大和影响力的提升。

4.1. 整合传播力量

非遗文化的传播要发挥政府部门的组织作用, 也需要广播、电视、报纸等传统媒体集中报道, 更需要大力借助自媒体和社交媒体平台的作用, 整合多种传播力量, 才能发挥协同优势。

首先, 政府部门可以牵头组织会展和节庆活动, 吸引社会各种团体和个人参与到活动中, 现场体验凤阳花鼓的演出, 感受非遗魅力; 其次, 通过电视、报纸、杂志等传统媒介, 对凤阳花鼓文化内涵、歌舞表演等活动进行直播和报道, 同时借助人际传播继续宣扬本土优秀传统文化, 激发大众知非遗、学非遗、传非遗的热情; 最后, 通过网络专题、网络直播等搭建起网络交互平台同网民进行现场互动和二次传播, 形成跨界传播的格局, 摆脱单一传播主体的局限性, 拓宽传播的覆盖面, 增强传播的实效性和互动性。此外, 还可以在电子商务平台销售凤阳花鼓非遗产品、衍生品等, 打造个性化 IP, 将传播客体转化为传播主体, 扩大受众群体。

4.2. 拓展传播渠道

我国在 2021 年发布的《“十四五”非物质文化遗产保护规划》中, 提出了“非遗新媒体传播计划”, 要求新媒体应当介入非遗的保护与传承当中, 非遗要顺应媒介融合的不可逆趋势, 利用其扩宽传播渠道, 达到更为深入的传播效果[2]。

新媒体平台是普通大众信息自主生产、分享的平台, 是拉近非遗文化和普罗大众距离的纽带, 据 2021 年《抖音非遗数据报告》, 截至 6 月 10 日, 国家级非遗项目抖音涵盖率达 97.94%, 共有相关视频数量超 1.4 亿, 濒危非遗相关视频在抖音获赞超 1 亿次[3]。可见, 新媒体平台隐藏着非遗传播的巨大潜力, 在凤阳花鼓的传播过程中, 要深化传统媒体和新兴媒体融合的理念, 各类传播主体联动建构信息策划、采编、编辑和发送的整体传播体系, 建设凤阳花鼓传播融媒体矩阵, 实现凤阳花鼓文化全媒体、全方位、全感官和全时化传播[4]。如可以充分利用微信公众号、微博、抖音、快手及各类短视频应用平台将扩大凤阳花鼓的传播影响力, 由政府或相关机构在上述平台中开通官方账号, 通过专业媒体人的运营, 定期发布文字或微视频等内容, 增强非遗产品和用户间的商业黏性以及互动程度。

4.3. 优化传播内容

在凤阳花鼓的传承和发展中, 过分追求“原汁原味”而故步自封不符合受众求新、求异、求变的审美需求, 也无法顺应文化发展的趋势。而如何将凤阳花鼓整旧如新, 寻求既保留传统风味又顺应文化发

展趋势的“平衡点”成为凤阳花鼓优化传播内容的应有之义。

凤阳作为我国农村改革发源地, 如何利用凤阳花鼓等曲艺类作品活化凤阳的红色基因, 生动展现改革的力量, 反应人民心声, 是凤阳花鼓增强时代感、适应性传播的重要创作方向。凤阳花鼓的传播要高度敏感当代社会群众的审美标准和社会风尚, 考虑当下时代的民俗民风并从中获取灵感, 积极探索多元的视觉形态, 对旧版文化的保护和翻新改进双管齐下, 在传统的技艺上不断创新, 以深入浅出的解读方式, 推动凤阳花鼓在社会各个年龄阶段、不同地域的传播, 打破非遗只局限于传承人和传统文化爱好者之间的局面, 为凤阳花鼓的未来保护和传承开拓更广阔的空间。

4.4. 重视人才建设

融媒体时代, “全媒体”已成为衡量人才结构的重要标准, 专业化传播者需要掌握生产、传播、运营、管理等多方面技能。为应对传播主体在新兴技术和生产理念上的不足, 地方政府应组织宣传部门的工作人员参加专题学习和培训, 提高从业人员融合新闻产品制作的能力, 培养他们的新媒体思维, 以重视用户, 重视互动与反馈。

民俗类文化传播所需要的传承人, 可以依托于学校教育或线上开放课程进行培养。可以探索将数字技术与以凤阳花鼓为代表的曲艺类非遗相结合, 将原本口传身授的传播模式逐步向规模化、产业化方向发展。如可开设凤阳花鼓非遗 AR 网络课堂, 运用 AR 技术, 最大限度的还原表演者的动作以及唱腔, 提升凤阳花鼓文化的传播面和传播质量, 为学生带来全新的视觉感受和交互体验, 提升非遗教学效果, 以全新的视角展现传统凤阳花鼓的魅力, 打通凤阳花鼓文化在校园内的传播通道, 助力凤阳花鼓的传播和传承。

5. 结语

凤阳花鼓文化作为凤阳地区的独特文化和民俗资源的价值体现, 是当地人民审美习惯与生活习惯的活态体现, 但其传承模式的局限性、传播模式的单一性等加剧了凤阳花鼓生命力的流失。在融媒体视域下, 以数字网络技术为平台, 融媒体以高效性和交互性、多元性与即时性的传播优势, 将赋予非遗文化更加多元化的传播渠道和更立体化的呈现方式, 以凤阳花鼓为代表的曲艺类非遗文化面临着新机遇、新挑战, 自身创新发展、充分利用传统媒体和新媒体的优势打造传播矩阵、利用数字化技术拓宽传播覆盖面, 使得非遗文化达到传播效果的最优化。立足于新时代, 我们需要竭力保护凤阳花鼓文化动脉, 让凤阳花鼓的传承传播不再局限于凤阳地区, 而是走向全国、走向世界。

基金项目

滁州学院大学生创新创业训练计划资助项目“融媒体视域下非遗文化传播策略研究——以凤阳花鼓为例”(202210377045)的研究成果。

参考文献

- [1] 周熙婷. 非物质文化遗产视域下的凤阳花鼓保护对策研究[J]. 蚌埠学院学报, 2019, 8(3): 111-115.
- [2] 陈晨. 融媒体语境的非遗影像化保护与传承研究[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州民族大学, 2022.
- [3] 张倩. 凤阳花鼓文化传播研究[D]: [硕士学位论文]. 南宁: 广西民族大学, 2021.
- [4] 刘雅, 王平. 媒体融合重构非物质文化遗产传播推广路径[J]. 中国出版, 2020(6): 37-39.