

大数据技术在非物质文化遗产营销领域中的运用

段丹丽 霍耀超 钟树欣 吴燕

(贵州航空职业技术学院 550000)

摘要: 必须要承认的是非物质文化遗产在当前的受众是相对比较小的, 很多人对于其品质与价值并不了解, 因此在面对现代文化以及商品冲击的过程中, 非物质文化遗产的竞争力是比较小的。这对于其传播, 传承与保护会带去极大的负面影响。因此需要借助于当前的一些科学技术手段, 如大数据技术来帮助进行非物质文化遗产的营销, 带动消费者对于非遗文化的探索与消费欲望, 帮助其得到更好地发展与传承。

关键词: 非物质文化遗产; 大数据技术; 营销领域; 技术运用

引言

非物质文化遗产是中华民族文化与身份的一种象征, 也是独属于中华儿女的一笔宝贵财富, 在不断发展的现代社会过程中我们也需要对非遗文化进行传承与发扬, 随着现代科技的发展, 我们可以借助更加现代化的一些营销策略来帮助非遗文化成为一种可以被普通人使用的商品走入千家万户, 让更多人了解它, 使用它, 如此才能更好地将其传播下去。但面对现代社会种类丰富的商品, 要帮助非遗文化产品在市场竞争中有更大的优势还需要对其进行有效营销, 才能使其获得更多消费者的青睐。

一、非物质文化遗产传承与发扬的主要方式

(一) 图书馆以及博物馆保存展示

与非物质文化遗产相关的主要信息有很多是记录在书籍以及卷册中的, 这些与非物质文化相关的资料被整理成册存放在图书馆中, 既是对非遗文化的一种保护, 也是帮助其面向更多社会群体进行展示, 从而帮助非遗文化被更多人了解。除此之外还有一些关于非遗文化的物品是以展示品的形式存放在博物馆中的, 消费者通过博物馆参观的方式就能够对这些馆藏物品进行近距离观赏, 有更加具象化的观感。

(二) 通过学校教育的方式来进行非遗文化传承

学校在传播现代知识的过程中会在一定程度上引入一些与非遗文化相关的介绍来帮助祖国下一代可以对非物质文化遗产有一定的了解, 进而希望有一些同学可以对其产生探索兴趣, 在课外书籍以及其他资料中寻找更多与之相关的信息, 进行了解学习。比如说高中英语课本中就有一篇文章是对非物质文化遗产进行简单介绍的^[1]。除此之外, 很多高校中也专门开设了相关的专业课程来对非物质文化遗产有一定兴趣的学生可以接受到与之相关的更专业的教学。

(三) 专业传承人对非物质文化遗产进行传承

我国当前还存在一批非物质文化遗产传承人, 他们是进行非遗文化传承的主要群体, 通过语言, 手工艺, 民间表演等形式来进行非遗文化的传播。这种传播过程一方面是他们作为传播者向其他社会群体进行文化传播, 另一方面他们也是被传播者, 通过比较传统的师傅带徒弟的方式由上一任的非遗传承人将相应的手艺, 知识教授给下一任传播者。但这种传播形式是极为脆弱了, 尤其是现代社会中并没有太多年轻人愿意去成为非遗传承人。

(四) 对非遗文化进行营销传承

目前还有一种相对广泛的非遗文化传承方式就是通过一定的营销方式来帮助非遗文化在为传播者带来利益的同时, 使其被更多人了解热爱。比如说苏绣, 有企业将苏绣的制作方式以及所需要的丝线, 布料等设计成 DIY 材料包的形式进行售卖, 企业本身获得经济利益的同时, 购买者在进行 DIY 创作的过程中也对其有了更多的了解。再者苏绣的原产地也建立了相应的成品以及制作过程展示点, 将其作为旅游点, 在创收的同时也不断进行苏绣相关文化, 知识, 技能的传播。这也是当前比较高效且普遍的非遗文化传播方式。

二、大数据技术进行非遗文化营销的措施

(一) 建立与非物质文化相关的数据库

我国拥有的非物质文化遗产是非常多的, 比如说川剧变脸、滩

头年画、江永女书、南京云锦、西安古乐、南音、青浦田歌, 皮影, 剪纸艺术等等。要对这么多的非物质文化遗产进行营销必须先对每一种非遗文化的特性, 受众, 价值等进行分析归纳, 才能根据社会群体的喜好来帮助设计更加有效的营销手段^[2]。因此在借助于大数据技术来帮助进行非遗文化营销的过程中需要构建与非遗文化相关的数据库, 对所有当前已经被审定非遗文化的传统艺术进行档案建立, 完善与非遗文化相关的资料, 以便于后续营销可以更加顺利地展开。

(二) 创新非物质遗产的呈现方式

在借助于大数据技术进行非遗文化营销的过程中可以将技术与非遗文化结合起来帮助非遗文化的呈现方式得到创新。譬如说, 很多非遗文化艺术都是通过传承人的声音, 形体表演来完成的, 那么在进行该类型非遗文化营销的过程中就可以将其表演与不同的场景结合起来, 帮助非遗表演更完整, 成效更精彩, 也受到更多人的喜爱。再者还可以利用大数据技术将非遗表演者的表演全方位记录下来, 形成 3D 立体的影像资料, 为其建立专用的网络宣传平台, 使用这些资料对该项非物质遗产进行更便捷的营销传播。

(三) 构建非遗文化品牌

营销者在进行非物质文化遗产营销的过程中还可以借助于大数据技术来帮助构建非物质文化遗产相关的品牌, 借助于品牌效益去吸引更多的社会群体。比如说剪纸艺术, 我国很多地区其实都存在剪纸艺术, 甚至会因为地域的不同产生不同风格的剪纸作品^[3]。在借助于大数据技术进行剪纸艺术营销的过程中就可以先根据互联网受众的喜好筛选出对某一地区剪纸艺术有好感, 或者对于该产品有好感的用户, 进行定向性的该地区剪纸艺术宣传, 在这些用户心中建立起关于该地区剪纸艺术的品牌, 使其在今后一旦想起剪纸就能想起该地区, 想起该地区也能想起剪纸艺术, 借助于二者的相互加成, 帮助剪纸这项非遗文化被更多人了解。

三、结束语

大数据技术在数据处理上有着极大的优势, 而在进行数据处理的过程中又能够获得非常多的信息去帮助进行非物质文化遗产的营销。因此将大数据技术应用在非物质文化遗产营销领域是极为明智的选择。可以借助大数据技术建立与非物质文化遗产相关的数据库, 对每一项非遗文化的特性, 内容以及可能性受众等进行分析, 再针对性的制定营销策略, 如非遗表演影像投放, 非遗工艺品制作等来帮助更多人都能够对非遗文化更了解, 从而被其魅力所倾倒, 愿意在非物质文化遗产方面有更多的投入。

参考文献:

[1] 黄永林, 余欢. 智能媒体技术在非物质文化遗产传播中的运用[J]. 2021(2019-6):122-129.

[2] 施丽红. 大数据技术在电商领域的应用[J]. 电子世界, 2020, No.590(08):173-174.

[3] 王东. 大数据技术在精准化营销中的应用[J]. 2021(2014-7):90-93.

作者简介: 段丹丽, 女, 汉, 1991.05.14, 山西省晋城市, 硕士, 讲师, 研究方向, 非物质文化遗产, 视觉传达