非物质文化遗产传承中的地方电视传媒作为

——以河南长垣二月十九庙会为例

尚 丹
（郑州大学，河南郑州，450000）

[摘 要] 就电视传媒在非物质文化传承中应担负的使命为着眼点，以长垣二月十九庙会为例，分析其背景、现状以及遇到的问题，探讨地方电视传媒的应有作为，从而促进地方非物质文化遗产保护、延续和发展。

[关键词] 非物质文化遗产；庙会；电视；传承
[中图分类号] G22 [文献标识码] A

[作者简介] 尚丹（1989-），女，硕士研究生，研究方向为新闻业务。

当今世界已经成为一个“地球村”，传播技术的飞速发展为文化的传承渠道、结构和方式带来了巨大变化，其中电视传媒以其可视性、现场性、影像记录和传送化优势，对原生态的非物质文化遗产具有极强的再现、记录和展示功能。中国传统的庙会文化主要是在人们的现场性活动中展现其文化内涵，在这方面，电视传媒的传播优势尤其明显。本文以长垣二月十九庙会为例，分析地方电视传媒在文化传承中的作为。

一、非物质文化遗产的长垣庙会与电视传播

“非物质文化遗产”即“指被各群体、团体，有时为个人视为其文化遗产的各种实践、表演、表现形式、知识和技能及其有关的工具、事物、工艺品和文化场所。他们是来自某一文化社区的全部创作，这些创作以传统为依据，由某一群体或一些个体所表达并被认为是符合社区期望的作为其文化和社会特征的表达形式；其准则和价值通过模仿或其他方式口头相传”。[1]庙会属于人类的非物质文化遗产之一。2011年2月，我国《非物质文化遗产法》颁布，这是继《文物保护法》颁布近30年来文化领域的又一部重要法律，其中对民间工艺、民俗风情等传统的非物质文化遗产进行了列举并对其保护、传承和利用提出了法律保护。庙会是具有中国特色的民间活动和民俗风情，是非物质文化遗产传播的主要内容。

长垣二月十九庙会起源于明代万历年间，距今已有四百多年的历史。我国农历二月十九日乃观世音菩萨圣诞，一般寺院均举行有关观世音菩萨雕塑、画像展等修持、纪念活动。由于这些活动具有公众的聚集性，便与民间的赶集需求结合在一起，逐步演变成为宗教活动和民间的商品交易、娱乐融合在一起，形成中国独有的一种以文化为主体的民俗。这在全国各地都有表现，长垣庙会是一个突出的样本：每年农历二月十九开始，持续一周左右，已经成为一个集商贸、娱乐、杂耍、戏曲歌舞的平台。①其在发展的过程中基本上没有发生断层，但是随着市场经济的发展，庙会的规模和内容都在不断发展变化，宗教意味越来越淡，而娱乐和商业气息越来越浓。

非物质文化遗产的传承主要依赖于人际传播（口耳相传、师傅带徒弟）和群体传播。随着传播技术的发展，传媒在发展文化的过程中起着重要的作用。虽然传统媒体与新兴媒体呈现多元发展与融合的形态，但据近年的调查显示，全国有99%的受众半年内看过电视，电视的日使用指数达到89.4%，两项指标数均超过其他媒体，电视传媒以其最多的受众群、不需要识字能力、声像结合、具有强烈的冲击感和现场感、能够实现历史保存等特点仍然占据着主导地位。具体数字参看表1。

由于庙会文化的载体和实体的流动性和无体性（即庙会结束，其最主要的载体人群的散开，就不存在其文化内涵和韵味，它甚至与民间工艺不同，没有一个固定结构和物质标志物），人际传播与群体传播的方式存在诸多限制，电视传媒在呈现、保存庙会方面具有着巨大的优势。

二、庙会文化传承的瓶颈与地方电视传播的缺位

改革开放以来，当地政府已经把对庙会的组织性保护、开展和公开传播作为庙会活动的组成部分，对大众媒体也有所运用。但是，由于观念的制约和对非物质文化遗产的内涵理解不深，在运用电视等大众媒体对长垣庙会的传播、记录和文化内涵挖掘、复原和再现方面，力度不够。同时由于历

表1

	电视	报纸	互联网	广播	杂志	车载	户外/楼宇	手机电视
受众半年内接触媒体比例	99.0	40.3	28.8	23.0	26.8	21.5	21.8	1.8
媒体日使用指数	89.4	43.9	54.5	43.9	13.1	11.2	8.7	11.1

资料来源：CSM2010年媒介研究

①长垣县人民政府网，http://www.changyuan.gov.cn/zhengwu/html/?7154.html

史原因，我国相关政府部门和学界对这种传统民俗文化不重视，甚至将其视为低级的、边缘的、与主流文化相对立的民间文化，对庙会文化中的经济性功能单一性理解，从而导致庙会文化的变形。因此，庙会这类非物质文化遗产面临消亡的危险，从长垣庙会近年的运作和传播走向看，其保护和发展中遇到的瓶颈有以下四方面：

（一）文化传播力度薄弱

改革开放以来，长垣庙会恢复了具有相当规模的公开的、集体的活动，由于当时庙会的传承人都还健在，所以庙会具有原生态性，其文化、娱乐和商品交易活动还保留着原汁原味的古意，主要依靠人际传播和群体性的口耳相传的文化记忆，所以其相对纯正的文化意味和文化影像缺乏记录，也缺乏大众性的传播和传承，主要还是限制在亲历者和组织者的圈子里。随着老一辈庙会传承人不断去世，庙会历史遗传的根脉面临危机。从笔者的观察和相关的资料表明，长垣参加庙会的人口大多数是中老年人，中青年所占比例很小。长垣电视台和长垣县人民政府网对于庙会花费极少的篇幅去宣传，很多外出打工的年轻人甚至不知道二月十九庙会的存在，更不要提庙会所包含的文化内涵了。

（二）缺乏独有的文化韵味

今天的长垣庙会更像是一个以古代文化名号为由头搭建起来的大型商场，庙会上吃喝玩乐一应俱全，内容没有特色，一些独有的仪式和活动都消失了，庙会的各类文化设置、几百年传承下来的庙会运作流程都一下子抹平，全部变成单一的叫卖，讨价还价声热闹非凡，而那些具有特色的杂耍、豫剧表演、捏糖人等传统民俗节目散乱而边缘化地淹没在熙熙攘攘的人流中。

（三）虚假伪劣商品泛滥

庙会上卖的东西有些粗制滥造，很多从外地批购的“三无”产品进入到庙会市场，本地的土特产品和文化产品稀缺，这些小商品民众随时可以在商业发达的任何市场买到。这些产品极易让人产生一种刻板印象，即从庙会上买来的东西没有质量保证，都是次品。这与庙会文化中独有的商业文化理念（在佛门前不相欺）是不相容的，如果民众一旦产生这种印象，那么改变停留在民众脑海中的偏见需要付出更多的时间，这对庙会的发展是一种极大的打击，久而久之就危及到庙会的延续与生存。

（四）媒体对庙会文化的挖掘和记录缺位

庙会每年都举办，但是对于庙会每年举办的盛况缺少系统的保存与分析，甚至这两年庙会从开始到结束，长垣县电视台自始至终保持“沉默”，既没有前期的宣传，也没有后期报道，更谈不上对庙会文化的内涵挖掘，尤其是缺乏对一些不断去世的民间庙会老人和文化艺人的技艺的抢救性收集和保护。网上关于庙会的视频基本上都是由网友自发拍摄的，这其中受到技术条件的诸多限制，并不能作为历史资料流传下去。[2]

三、非物质文化传承中的地方电视媒介作为

电视传媒作为一种集图像、声音、文字、符号相结合的现代声像技术媒介，具有传播速度广泛、更能贴近群众、更易保存的特点。[3]因此，在庙会这类非物质文化遗产中应当承担起责任与使命。就长垣庙会来说，当地电视媒体乃至河南电视媒体应该在下列四个方面有所作为。

（一）对庙会文化的宣传与传承是其最基础的作为

当地电视传媒要把庙会文化作为地域文化传播的重要内容，作为地方电视传媒的文化特色，对庙会传统活动的现代性转化做好引导，扩大庙会的知名度和影响力，同时，促进地方政府和公众加强对庙会活动的组织和展开，特别要对庙会文化的内涵做好普及性解读和专题性传播。比如：长垣县政府2011年公布的关于收集长垣县志等资料的通知中提到庙会、集市等资料的收集，长垣县电视台可以以此为依托，开辟专题栏目，普及二月十九庙会渊源、内涵等相关知识，使更多的民众能够了解、参与到庙会文化内涵的发掘和维护工作中，以庙会文化宣传为契机，培养地域文化的认同感，恢复庙会中的文化精粹，促使当地公众协助政府在庙会中注入被遗失的文化含量，以影像发掘和记录庙会的地方文化特色。

（二）加强庙会的文化创意传播

在对庙会进行宣传报道的同时，要以庙会为平台，推陈出新，突出特色。通常电视节目多是突出活动中的吃喝玩耍等内容，而对庙会的历史变迁，发展变化等内容报道的较少。长垣庙会已有四百多年历史，其中包含着丰富的历史典故和人文信息，文化价值不言而喻。当地电视传媒如果能依据这些故事开发电视节目，对庙会文化的传播也是创新和发展。

（三）加强对庙会文化开展的引导与监督

当地电视媒体应利用自身品牌优势，吸引民间艺术专家资源，引导本地公众，恢复和加大其中的文化分量，以庙会的文化底蕴为立足点，加强对庙会活动开展的监督。庙会上“三无”产品肆虐，民众又缺乏必要的鉴别知识，长而久之会造成庙会档次不断下降。电视传媒应该发挥其监督使命，通过开设“曝光台”等栏目，曝光“三无”产品，并请相关人士为民众讲授如何辨别真假伪劣，同时大力推介与庙会相关的地方特色产品，为庙会的发展起到保驾护航的作用。

（四）加强对庙会文化的记录和传播

二月十九庙会的文化资料多出自网友之手，电视并没有发挥应有的作用。长垣电视台可以利用先进的传播技术手段，制作专题节目，约请文化传承人访谈或者实地拍摄，从而实现文化的传递。制作高质量的专题节目成为保护非物质文化遗产的逻辑起点，当地电视传媒可以通过开播文化传承人访谈节目、拍摄非遗类节目及纪录片等深入挖掘庙会文化内涵，拉近具有意识形态的非物质文化遗产与普通民众之间的距离，从而实现文化的保存与传承。[4]

笔者认为，在信息全球化的浪潮下，非物质文化遗产的保护不仅面临着机遇，同时也面临着巨大的挑战，而电视传媒以其先进的技术及传播方式毫无疑问地成为文化传承的传播者。如何在挖掘保护我国非物质文化遗产时，不拘泥于短期利益，使之成为一个长久产业，已成为我们目前亟需思考和解决的问题。电视传媒要发挥优势，承担起相应的使命与责任，为我国的非物质文化遗产发展有所作为。

参考文献：

[1] 万建中.中国民间文化[M].北京师范大学出版社，2012：16–17.

[2] 刘彤，高焕章.北京庙会的现状、问题与对策分析[J].北京印刷学院学报，2010(5)：41.

[3] 郭庆光.传播学教程[M].北京：中国人民大学出版社，2010：110–124.

[4] 陈卫民，蔡毅.县级广播电视台在非物质文化遗产传承中使命和责任[J].视听纵横，2009(2)：52.