

大数据时代网络文化建设和管理研究

刘 玥, 孟祥君, 刘 丹, 董树宇

(唐山学院 教务处, 河北 唐山 063000)

摘要: 目前我国的网络文化建设与管理还存在诸如信息安全、网络文化主体等方面的问题。因此, 我们应该培养各类专业技术人才, 加快大数据技术的研发与应用, 创新知识产权保护, 政府、网站、企业多方合作, 加大对文化产业的投入力度, 同时建立健全各种法律法规, 探索一套适合中国国情的、又兼具中华文化特色的网络文化建设和管理模式。

关键词: 大数据时代; 网络文化; 建设和管理模式

中图分类号: G112 **文献标志码:** A **文章编号:** 1672-349X(2018)05-0052-07

DOI: 10.16160/j.cnki.tsxyxb.2018.05.008

Research on the Cyberculture Construction and Management in the Age of Big Data

LIU Yue, MENG Xiang-jun, LIU Dan, DONG Shu-yu

(Teaching Affair Office, Tangshan University, Tangshan 063000, China)

Abstract: At present, there are still some problems in the cyberculture construction and management in China, such as information security, cyberculture, etc. Therefore, we should train various professional and technical personnel, accelerate the development and application of big data technology, innovate and protect intellectual property rights, and improve the cooperation among the government, the website and the cultural enterprises, increase the investment in the cultural industry. Meanwhile, we should also establish and improve all kinds of laws and regulations, explore a set of cyberculture construction and management mode that is suitable for China's national conditions and has China's cultural characteristics.

Key Words: big data; cyberculture; construction and management model

2015 年 12 月, 国务院印发了《关于促进大数据发展的行动纲要》, 将大数据纳入国家核心战略。大数据以其 volume(海量)、variety(多样)、veracity(精确)、velocity(时效)的特点开始引领新一轮科技革命创新。网络文化是以网络信息技术为基础, 在网络空间形成的文化活动、文化方式、文化产品、文化观念的集合。它是现实社会文化的延伸和多样化的展现, 同时

也形成了自身独特的文化行为特征、文化产品特色、价值观念和思维方式的特点。网络文化依托互联网技术、数字技术和通信技术, 借助大数据能更好地整合网络文化资源, 提升网络传播的效率, 必将成为文化创新的新动力。

党的十八大以来, 习近平总书记深刻把握网络文化发展趋势, 就如何构建网络主流文化提出了一系列新论述。习近平指出, 建设文化

基金项目: 2017 年度河北省社会科学发展研究课题(201704120105)

作者简介: 刘玥(1982—), 女, 河北唐山人, 馆员, 硕士, 主要从事信息管理研究。

强国必须立足于中国优秀传统文化的根基,汲取营养,获取力量,赋予时代精神。要发挥互联网传播平台的优势,让各国人民了解中华优秀传统文化。中国网络文化软实力在国家综合国力中的地位日渐突出。《2006—2020 年国家信息化发展战略》中明确提到“建设先进网络文化”,十八届三中全会《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》明确提出:“加强和改进网络文化建设和管理,加强网上舆论引导,实施网络内容建设工程……”可见网络文化的建设和管理工作已经被提上党和国家工作日程。

一、大数据对网络文化建设与管理的影响

(一)大数据对网络文化传播的影响

从广义上说,网络文化包括网络文化产品、网络文化行为、网络文化事件、网络文化现象、网络文化精神等不同层面,但网络文化产品最为集中地体现了网络文化所具有的开放性、多元性、参与性等特质^[1]。网络文化产品根植于传统文化,但不拘泥于传统文化。今年两会文化自信成为热议的焦点,有关专家学者也对我国优秀文化进行了进一步解读。中华民族的传统文化是根,优秀的革命文化是筋骨,社会主义先进文化是魂。网络文化产品依托新技术、新应用催生出新型网络文化产品,因此其传播方式也有了全新的特点。

1. 网络文化产品的多样性与开放性

网络文化产品的生产既包括博物馆里的文物、图书馆里的图书、各种艺术品、电影、电视、报刊杂志等传统文化的上线,又包含网络音乐、网络美术、网络动漫、网络游戏、网络文学、手机微博、手机微信等新型网络文化产品。因此网络文化产品呈现出多样性、开放性的特点。

2. 网络文化的大众性与参与性

随着手机移动网络技术的更新,数据流量使用费用的降低,手机成为人们日常生活必不可少的工具。人们从手机上可以获取信息、上网查阅资料、沟通交流,也可以将自己所见所闻所感随时发布到网络中。手机各种视频软件、

交友软件为此提供了各种便利。因此,手机文化又被称之为“草根文化”,很多网络大 V、网红、网络歌手纷纷通过手机网络进入人们的视野中。同时人们也可以通过网络去寻找快乐、缓解紧张情绪等。

3. 网络文化的补偿性与极端性

网络文化产品是一把“双刃剑”。随着人们生活节奏的加快,网络的开放性与虚拟化使得人们可以卸下工作与生活中的面具,在网络中寻找或填补心情的空白。他们更愿意通过游戏、交友网站、各种贴吧等虚拟空间去宣泄情绪、放飞“自我”,也极易受到网络中一些群体事件的影响,产生群体极化现象,将“丑恶”推向极端,亦可将“善”无限放大。

基于上述网络文化的特点,人们获取的信息往往是杂乱无章的。大数据给网络文化的整合和传播带来了新的契机。借助大数据工具,可将网络文化资源按照一定规律整合、配置、重组,从而使网络文化资源的价值得到进一步增殖。另外,大数据可以精准分析、预测消费者的需求,通过精准推送等服务,有针对性地为用户提供有效信息,节省人们查找信息的时间。例如,人们通过手机微信朋友圈发布信息,这些数据可以被微信后台数据库利用,通过大数据分析后,向用户推荐感兴趣的公众号等服务;用户通过某些音乐软件查找自己喜欢的音乐,一段时间后,每次登录该音乐软件,软件本身就会将用户喜爱、感兴趣的歌曲按照类型推送至首页(尤其是当网络新歌出现时),这极大地缩短了用户查找的时间。

(二)大数据对网络文化产业的影响

截至 2017 年 6 月,我国网民规模达到 7.51 亿,半年共计新增网民 1 992 万人。互联网普及率为 54.3%,较 2016 年底提升 1.1 个百分点(见图 1)。其中,我国手机网民规模达 7.24 亿,较 2016 年底增加 2 830 万人。网民使用手机上网的比例由 2016 年底的 95.1% 提升至 96.3%(见图 2)^[2]。

互联网与移动互联网发展态势良好,使得网络文化产业不断壮大。目前,我国网络文化产业可以分为网站、手机媒体、网络出版物、网

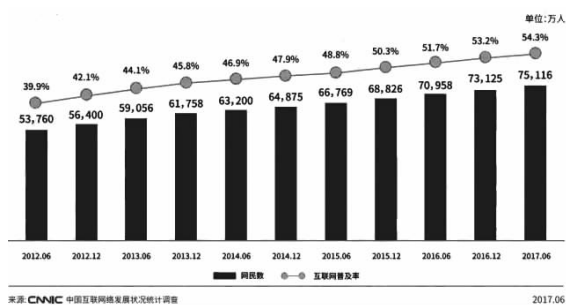


图 1 中国网民规模与互联网普及率

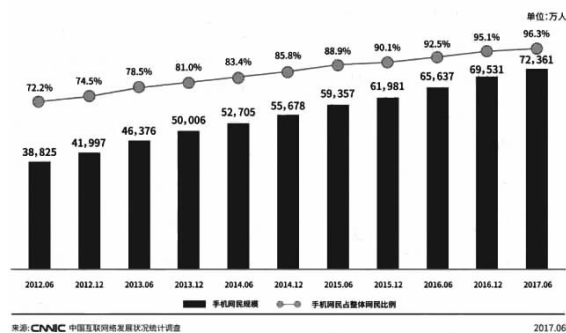


图 2 中国手机网民规模及其占网民比例

络电影电视、网络游戏、网络音乐等。各大知名网站,如搜狐视频、当当书城、盛大网游、腾讯、唯品会、酷狗音乐等,包含的网络文化内容丰富,产业规模发展成熟,且得到了国家及当地政府的有关政策支持。同时,他们在原有网站的基础上开发了各种手机 APP,为人们提供各种便捷的综合性服务,如民生、交通、金融、交友、通信、购物等。各大网企依托大数据平台,分析用户的上网行为习惯,整合资源,能准确地为用户提供感兴趣的链接,解决了各种网络资源繁杂,查找浪费时间的问题。

同时,网络媒体和手机媒体已经逐步从边缘走向了主流媒体,国家和各地政府也纷纷整合资源,将传统媒体数字化、网络化。如四川新闻网于 1999 年开通运营后,整合了四川省内上百家媒体的内容资源,开创了媒体集中上网模式的先河。2005 年,由华西都市报和四川移动联合打造的中国西部地区第一份手机报——华西手机报问世^[3]。各种用于网络文化服务的大数据平台纷纷建成。如 2017 年 11 月,“苏州文化消费大数据平台”启动上线。该平台主要有三大功能,一是可以实时获取文化消费数据,二是实现信

息汇总梳理,三是精准分析数据,为文化消费政策制定、产品设计、活动推广、宣传推介提供依据^[4]。

大数据还催生了文化创意产业的发展,如阿里巴巴推出的“娱乐宝”,用户出资 100 元即可投资热门影视剧作品,预期年化收益为 7% 左右。同时“投资者”还享有剧组探班,参加明星见面会等权益。

(三)大数据对网络文化中核心主义价值观的影响

我国的网络文化一直受到西方资本主义、自由主义、宪政主义等政治思潮的影响,西方资本主义国家企图借助他们的文化产品,颠覆我国的社会主义核心价值观,降低民众对国家意识和主流文化的凝聚力。2015 年,国家“十三五”规划和《促进大数据发展行动纲要》明确指出,要健全大数据安全保障体系,强化安全支撑,维护国家安全,有效提升国家竞争力。网络文化可以借助大数据平台,在我国核心价值观的指导下,为民众提供适应中国国情的文化产品和网络文化产品,同时也能预防和警惕某些不良意识形态的影响。

2018 年两会期间,借助大数据对主流媒体的分析,我们可以看到,2017 年底推出的多部电影作品,如《战狼 II》《红海行动》《厉害了我的国》等,从某种程度上反映了我国文化的核心价值,借助流量 IP 输出了我国的核心主义价值观。通过各大官微网站的热词榜单,我们也看到了中国文化、中国的文化产品越来越多地影响着国人,甚至已经走出国门,影响全世界。如沉睡了千年的故宫博物院近年来成为网红,它将文化融入到当代生活中,推出了故宫白皮书、故宫地图丝巾、故宫领带等文化产品,让中华民族传统文化得到了进一步地传承和发扬,更加彰显了我们的文化自信。据外文局《中国话语海外认知度调研报告》中统计,越来越多的外国友人向往来到中国,希望来体验乘坐中国的高铁、品尝中国的美食、游览中国的名胜古迹;而新“四大发明”、“一带一路”、孔子学院等让中华民族的文化理念走出国门,让文化自身说话,使其成为不同语种、不同地域、不同国家和平交流沟通的媒介,践行文化自

信,让中华文化走向世界。

二、大数据时代网络文化建设与管理中存在的问题

(一)信息孤岛与数字鸿沟问题

2014年我国首次将大数据写入《政府工作报告》,2016年3月公布的国家《“十三五”规划纲要》中提出了“大数据战略及行动计划”。大数据要想成为引领网络文化发展的主力军,还需要进一步解决网络文化资源分配不均,信息孤岛与数字鸿沟的问题。每个人的生活都离不开文化,同样文化也影响人们的生活。网络时代,每个人都是文化产品的受众,也是文化产品的生产与传播者。网络文化已经不再单单借助主流媒体生产和传播,海量的数据充斥各种网络平台,信息重复率高,呈现出多样化的特点。各大网站、网企也都是各自占有一方资源。而大数据的应用前提就是要将这些杂乱的数据资源进行整合,跨越各种数字鸿沟,实现资源共享。如何将我国优秀的文化资源进行深度整合和利用,将资源优势转化为产业优势,形成完整的产业链条,使文化资源产生规模效应是目前亟待解决的问题。

(二)网络文化安全问题

网络文化安全是指一个国家民族的网络文化系统正常运转并免受不良侵害,能够为民族、国家的文化价值体系的持续发展提供持续动力、为国家文化利益提供正向作用的状态^[5],是国家文化安全的重要范畴,是安全在文化领域的具体反映^[6]。2003年,世界经济合作与发展组织(OECD)实施了“文化安全”指导方案,在其30个成员国中建立高优先级的安全规划与管理制度,以解决成员国对网络风险暴露和对信息系统威胁的担忧。我国出台了《计算机信息网络国际联网安全保护管理办法》《互联网文化管理暂行规定》等30部法律法规和管理制度。但与我国目前网络文化的发展速度相比,这些规定和制度仍然稍显滞后^[7]。

在技术层面上,我国操作系统、芯片、数据库等技术开发相对落后,还需要从国外购买相

关的技术产品;各大网络文化企业也都有外资企业参股或控股。技术上的瓶颈导致我国在网络文化信息安全方面面临严峻的考验。在内容方面,对于网络文化知识产权的界定和保护尚不完善,网络游戏、影视剧作品先后出现了各种抄袭现象。另外,个人隐私的保护机制也不完善,对网络用户的监管也不到位,等等。我国发布的《2006—2020年国家信息化发展战略》将“建设先进网络文化”作为战略目标,并明确提出要加强网络文化安全全方位的管理能力,但在具体实施过程中仍有很多方面需要加强。

(三)网络文化主体存在的问题

网络文化的主体可以分为个人主体与群体主体。个人主体通常包含一般网民(网络日常用户)和网络文化的缔造者,如从事文化生产和传播的人。群体主体包含党和政府有关部门(如国家宣传部、文化部、广电总局等)以及各类网络文化企业。我国网络文化丰富多彩离不开网络个人与群体的贡献,但是这些主体本身也存在一定问题。

一是网民自控能力较差。例如“艳照门”“兽兽门”等事件出现后,网民迅速转发相关视频和图片,有关部门却没有对相关责任人及时问责。对网络文化个性化、怪异化的追求使得网络语言粗俗化、不规范化。如SB、神马等网络词语被人们广泛认同并使用。部分网民受利益的驱使,盗用、出卖用户信息,非法获取他人账号和资金等欺诈行为屡见不鲜。

二是网络文化企业追逐商业利益,使得部分网络文化呈现媚俗化、泛娱乐化。

三是文化部门监管缺位。网络游戏中存在色情、暴力等不良文化,尤其给中小学生的身心健康带来极大不良影响。网络文学、网络影视剧作品盗版现象严重,如“好声音”侵权案等,直接损害了文化消费者的利益^[8]。

三、对策研究

(一)依托大数据技术的研发,完善网络文化共享平台

美国的大数据技术和平台的应用有着很长的历史。从1965年的“中央数据银行”方案到

2014 年的“大数据”白皮书,美国政府都矢志不渝地推动大数据技术的发展和运用。2009 年以来,美国开始依托大数据致力于“智慧城市”建设和电子地图研发,既为本国网络文化治理创造了硬件条件,又为防范非主导意识形态冲击奠定了数字化基础^[9]。

中华民族的文化博大精深,应该在大数据等高科技手段的助推下,搭建一个政府、企业和

用户共建共享的网络文化资源管理服务平台,将中华民族优秀文化传播到世界的各个角落,让世界人民真正了解中国、喜欢中国。同时加强文化产业各行业间的沟通,搭建行业交流合作平台。目前国内各省市纷纷建立具有独特文化资源的网站,用以宣传和共享本地优秀的网络文化资源。如四川省将其拥有的文化资源数字化,形成了四川特有的网络文化资源(见表 1)。

表 1 四川特有的网络文化资源^[3]

文化资源类别	主要代表
生态文化资源	九寨沟、峨眉山、青城山、乐山大佛、蜀南竹海、贡嘎山、海螺沟、泸沽湖
民族文化资源	彝族火舞、藏族卡斯达温舞、羌笛
历史文化资源	古蜀文化、三国文化(武侯祠)、诗歌文化(李白、杜甫)、古镇文化(黄龙溪古镇、安岳古镇)、盐文化
红色文化资源	长征丰碑、将帅故里、川陕苏区
民俗文化资源	餐饮文化(川菜、白酒、禅茶)、宗教文化(道教、佛教)、川剧(变脸、喷火)、节庆、民间传说、休闲娱乐
其他文化资源	创意文化(文博)、科技文化(天府软件园、国际科技产业文化园)

网络文化共享平台应该成为世界了解中国的窗口,网络文化资源的整合,有利于国内外网民更加系统、详尽地了解中华文化,更能激发国民的民族自豪感和强烈的民族自信。如《我在故宫修文物》《中华诗词大会》《国家宝藏》等传统文化综艺节目的热播,2018 年春晚各国友人纷纷登台献艺,等等。文化的交流与融合让世界看到了不一样的中国。

(二)通过技术、信息立法等手段加强网络文化的安全

在全球数字化背景下,保障网络文化的安全,保护消费者隐私不被侵害,已经日益成为各国工作的重点。

首先是技术保证,我国在数据库应用、数据产业等方面的技术发展落后于西方发达国家,需要进一步研发各种核心技术,减少对国外技术的依赖。

其次,从立法方面保证各项信息安全。俄罗斯、美国等国家很早就有关于信息安全和数据保护方面的法律政策,对于各种侵权行为,公民可以拿起法律的武器保护个人隐私。同时,事后问责制度使得公民个人、企业、网站都对数据使用和处理承担责任^[10]。韩国在对个人信息领域限制进行修订的同时,不断修缮个人信息保护的数据共享标准;日本在发展匿名化技

术和大数据规则之余,加强了《个人信息保护法》的修改和完善^[9]。我国政府有关部门在借鉴国外经验的基础上,积极推进大数据的技术研发和各种知识产权的申请与保护,在技术领域防范西方敌对势力对网络信息与大数据技术的干扰和遏制。

最后,国家还可以通过网络安全教育等手段,规范个人行为,在意识形态领域提升网络安全。

(三)政府、网站、企业多方合作,加大对文化产业的投入力度

《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》中就明确指出:加大政府投入力度,建立健全同国力相匹配、同人民群众文化需求相适应的政府投入保障机制。转变投入方式,通过政府购买服务、项目补贴、以奖代补等方式,鼓励和引导社会力量提供公共文化产品和服务,促进文化产业发展,增加文化遗产保护经费投入,支持政府间文化交流和中华文化走出去。

中华五千多年的文明史,如今更是用我们的实力向世界展现了一个不一样的中国。中国文化的传承和发扬中从不缺匠人,缺的是大师。换句话说,我们文化产业开发从不缺产品,缺的是精品。在弘扬社会主义核心价值观的同时,我们更希望通过技术创新与应用,创造出更多

拥有自主知识产权和具备中华元素的网络文化产品。正如学者所概括的那样:“发展网络文化产业,用优秀文化占领网络阵地,要做到以先进文化引领网络文化,必须以强大的民族网络文化产业为支撑,不断提高优秀网络文化产品和服务的供给能力。要以市场为依托,不断提高网络文化产业的规模化、专业化、国际化水平,努力形成一批‘立足中国、放眼世界’、社会责任感强的网络文化骨干企业;要以产品为基础,不断增强我国网络文化产业的自主创新能力,努力推动网络文化产品的创作和生产向原创为主转型升级;要以中华文化为重点,创新文化服务方式,大力加强数字图书馆、博物馆、文化馆、艺术馆建设,努力形成一批具有中国气派、体现时代精神、品位高雅的网络文化品牌;要加强战略研究,制订产业发展中长期规划,建立网络文化

产业协调机制,优化网络文化企业发展的基础环境,指导规范网络文化产业健康发展;要建立网络文化产业高端交流平台,展示、交流网络文化产业新进展新成就,提高网上公共文化服务水平,引领网络文化产业良性运行。”^[11]

(四)通过舆情监测,引导和规范网络文化的核心价值观

互联网与手机成为人们获取信息最常用也是最直接的途径,亦成为人们对各种重大事件、公共突发事件舆情发声、发酵、放大的主阵地。徐强等人所在的国家社科基金项目“中国网络文化软实力研究”课题组,通过调查了解了网民对网络舆论的关注度情况(见表2)^[12]。通过该表我们可以看到,如何提升网民对官网发布信息的可信度,通过舆情监测,进行网络话语权阵地建设等成为迫切需要解决的问题。

表2 网民对网络舆论关注度情况

网络舆论状况	关注度(%)	网络重大事件	关注度(%)
网络主流舆论占主导	60	香港占中事件	68
网络低俗媚俗庸俗现象普遍	74	谷歌退出中国事件	45
网络谣言、网络抹黑、网络攻击、网络人肉搜索等现象时有发生	68	斯诺登事件	56
意见领袖、网络大V、网络推手、网络明星爆料盛行	36	乌克兰事件	41
网络不文明行为、不规范用语比比皆是	54	阿拉伯之春	10
网络群体事件、网络突发事件频发	61	茉莉花革命	8
网络暴力、网络欺诈等现象屡禁不止	70	王伟光现象	6

注:资料来源于中国网络文化软实力课题组

习近平关于网络空间新闻舆论工作的论述非常多。他指出,很多人大部分信息都从网上获取,必须正视这个事实,加大力量投入,尽快掌握这个舆论战场上的主动权,不能被边缘化了。他强调,要加快提高网络管理水平。要把网上舆论工作作为宣传思想工作的重中之重来抓。要传播正能量,提升传播力和引导力。要发挥网络传播互动、体验、分享的优势,听民意、惠民生、解民忧、凝聚社会共识^[13]。

国家和政府应该利用大数据的信息收集、整理、分析、预测能力,进行社会主义核心价值观的网络话语权阵地建设。规范“网络领袖”在网络文化中“正本清源”的作用,通过他们讲好中国故事、传播好中国声音。利用大数据的共享优势,减轻民众对舆情的不确定认识,提升官

网发布信息的可信度。同时利用大数据的预测能力,建立分析与预警机制、建立健全网络舆情监控机制等。

(五)探寻适合中国国情的网络文化管理模式

十八大以来,习近平深刻把握网络文化发展趋势,就如何构建网络主流文化提出了一系列新论述。他深刻指出,建设网络强国,要有繁荣发展的网络文化;要培育积极健康、向上向善的网络文化。我们可以借鉴发达国家网络文化管理的成功经验,探索一套适合我国国情的网络文化管理模式。

美国实行以“自由”之名,强调自律的网络文化管理模式,在政府监管、法律约束的情况下,积极倡导自律;英国则采取公益组织监管的

网络文化管理模式;韩国采用实名制,培养网民的自律意识;日本实行网络提供商责任制;法国则重点加强对未成年人的网络过滤管理^[14]。

我国网民受众众多,在对网络文化管理过程中应借鉴国外的成功经验,以引导网民自律为主,同时政府加大政策性引导。建立健全网络文化各项法律法规,做到有法可依、有法必依,对网络中出现的各种问题设立专门的部门和人员进行监管和问责。国家要加大对大数据技术平台建设的投入力度,从人力、物力、财力上加以保障。创新开发各种大数据应用技术,申报和保护知识产权,从技术上对网络文化的管理加以控制。依托大数据资源的整合和共享平台,为网民提供体现社会主义核心价值观、民众喜闻乐见的网络文化产品。建立一套“政府立法监管,网民、网企自律,技术手段控制”的适合中国国情的网络文化管理模式。

参考文献:

- [1] 网络文化走向成熟需要实现三个转变[EB/OL]. (2017-09-10). <http://tech.sina.com.cn/i/2017-09-10/doc-ifykuffc4734619.shtml>.
- [2] 网民数据 I《2017 中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. (2017-08-05). http://www.sohu.com/a/162404995_790657.
- [3] 眭海霞,李金兆,陈俊江,等. 四川网络文化资源整合与传播研究——基于大数据视角[J]. 西南交通大学学报, 2017(1): 122 - 127.
- [4] 大数据引领文化发展[EB/OL]. (2017-11-22). <http://baijiahao.baidu.com/s?id=1584744419476902923&wfr=spider&for=pc>.
- [5] 丁烈云,赵刚. 网络文化安全及其监管关键技术研究[J]. 理论探讨, 2007(10): 28 - 30.
- [6] 徐龙福,邓永发. 社会信息化发展的网络文化安全[J]. 江汉论坛, 2010(11): 17 - 21.
- [7] 宋红岩,汪向红. 近十年国内外网络文化安全研究的评述与展望[J]. 中州学刊, 2016(6): 168 - 172.
- [8] 陈实. 构建诚信和谐网络文化的主体要求[J]. 黑龙江生态工程职业学院学报, 2016, 29(6): 62 - 63.
- [9] 赵建超. 社会主义核心价值观融入网络文化治理的大数据策略探究[J]. 毛泽东思想研究, 2017(6): 105 - 110.
- [10] 李明. “大数据时代”的美国隐私权保护制度[EB/OL]. (2016-05-29). <http://chuan song.me/n/351924551951>.
- [11] 罗志荣. 对加强网络文化建设的三点思考[J]. 企业文明, 2015(7): 28 - 31.
- [12] 徐强. 关于提升中国网络文化软实力的思考[J]. 文化软实力, 2016(4): 42 - 45.
- [13] 黄庭满. 学习习近平关于网络文化空间的新思想[J]. 北京观察, 2016(11): 34 - 37.
- [14] 陈华栋,于朝阳,胡薇薇. 国内外网络文化建设管理模式比较分析与借鉴思考[J]. 辅导员工作研究, 2010(17): 83 - 87.

(责任编辑:夏玉玲)