

探析新媒体语境下手工艺类非物质文化遗产的数字化传播

——以山西面花艺术为例

武卓欣 刘宁

(四川音乐学院 四川 成都 610021)

[摘要]文化的传承与发展离不开传播。传播是手工艺类非物质文化遗产保护与传承的重要一环,当今时代是媒介技术快速发展的互联网时代,手工艺类非遗面临着极好的传播机遇。因此本文以山西面花艺术为研究对象来探析手工艺类非遗运用新媒体技术来进行数字化保护的意义以及如何运用新媒体的传播方式来让手工艺类的非遗在现代社会“活”起来。

[关键词]手工艺类非遗;数字化保护;传播;山西面花艺术

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.11.025

手工艺类的非物质文化遗产是所有非物质文化遗产里最具有物质形态的一种类型,这种类型的非物质文化遗产既具备艺术性,又有着生产性的特点,既带有文化属性,又具备经济属性。例如山西面花艺术就是手工类的非物质文化遗产,它于2008年被列入第二批国家级非物质文化遗产名录。面花,也称为“花馍”、“糕花”、“贡馍”等^[1],是一种民间手工技艺。山西面花艺术按照造型主要可以分为两类,仿生形和立体形。仿生形,是指以简化夸张的方式控制自然中各种物象的形状,把所捏好的形状,如虎形、鱼形、兔形等作为花馍的主体,放入笼中蒸熟,并在出笼后进行上色和插制各式各样、造型夸张的面花。另一种则是以立体形为主要造型的山西面花艺术。立体形的面花一般是由四层组成,这种立体形的面花一般称为“花糕”,属于花馍里等级最高的面花艺术,题材来源于中国传统文化中的传统动物花卉、神话传说、戏曲故事等,如龙凤糕、上梁糕、九狮(世)同菊(居)糕、五虎照太阳、状元游街糕等。选择哪种题材控制的面花造型取决于花糕所使用的场所,不同节日或人生不同的礼仪活动中,使用的花糕的样子也会不同。这些花糕上插制的各种题材的面花造型,不是单纯的只是个样子,而是以中国古代历史文化和文学艺术为大的内容背景,蕴藏着深刻的情感和寓意,传递着民众的祝福与对美好生活的向往之情。参与面花的制作来凸显“礼物”所代表的心意,因此山西面花艺术同时还蕴含了人们的风俗习惯、大众认同感以及精神寄托等方面的内容,也有着很高的历史文化传播价值。

但随着现在经济的快速发展,生产力的提高也使得生产效率不断提高,现代工业化的进程猛烈冲击着传统的手工业,使得传统手工艺生产关系的生存环境极具变化,手工艺类的非物质文化遗产其生产形式大多都是个人或小型作坊或家庭的形式,例如山西面花艺术一般就是以家庭或小型作坊进行生产。而这种传统手工艺的生产特点也导致了其生产的周期更长、效率较低,相应地劳动力的成本也比工业化机器生产高,因此工业化的批量生产直接威胁到了手工艺类的非

物质文化遗产,使得手工艺类原来拥有的市场被逐渐挤占,甚至有些手工艺类非物质文化遗产面临失传的窘境,取而代之的是工厂大批量生产的式样化工业产品。^[2]除此之外,由于我国非物质文化遗产具备明显的地域特色,并且在传播范围方面也存在着一一定的限制性,所以会导致一些非物质文化遗产伴随时间的不断流逝而渐渐减少。但随着移动互联网技术的飞速发展以及当今多元媒介环境的影响下,手工艺类非遗面临着极好的传播机遇,运用社交平台(如微信公众号、微信视频号、微博)、短视频平台(如抖音、快手、哔哩哔哩)、直播等媒介进行传播,让手工艺类的非遗在现代社会“活”起来。传统的传播方式大多是以实物传播的形式和口传心授的方式进行传承,局限于了时空的限制,传播传承的范围较小,很多人仍不了解更不会感兴趣这一种手艺,因此还是面临着传承人才缺乏的问题。在以前,山西很多地区尤其是晋南晋北地区,面花艺术是民俗生活的一种载体,被广泛地应用在了各种岁时节令以及人的重要日子里。但在当今快节奏的时代里,年轻人们的生活观讲究的是快捷、方便,因此很多传统仪式、旧习俗也被我们由繁到简、渐渐淡化,春节我们更多简化成煮饺子、贴对联这样简单的仪式,结婚也更多被西方所影响,采用西式礼仪,也就只有老一辈的人还会坚持在各个节日里去制作或购买面花来庆祝、祝福,因此它的需求在大幅度的减少,经济市场价值也不断下降。因此光靠政府的力量是不够的。只有让更多的人了解、喜欢这个手工艺艺术品,知道它背后所蕴含的价值,才会有更多的需求去购买它,也才会有更多的人愿意去学习它。而这就需要在传统保护传播方式基础上广泛运用新媒体技术,运用社交平台(如微信公众号、微信视频号、微博)、短视频平台(如抖音、快手、哔哩哔哩)、直播等媒介进行传播,让手工艺类的非遗在现代社会“活”起来。除此之外,手工艺类的非遗还存在着无法长时间保存其作品的问题。例如山西面花艺术它就存在制作出来的作品难以长时间保存的问题,它是由面粉为材料进行制作的,而这会使得做好的作品在长时

间的放置下出现裂开、发霉等问题。但运用这些新的传播方式还可以更好的保护其作品，通过运用新媒体这种数字化的方式可以以视频还有图片的形式更好将其保存下来。并且综合利用传统还有新媒体的传播方式，可以形成巨大的传播合力，可以跨越时间空间的限制，让更多的人可以看到、了解从而感兴趣这个手艺，从而促进手工艺类非物质文化遗产的更好传播。因此传播是手工艺类非物质文化遗产保护与传承的重要一环，是其得以在时间中得到保存和穿越空间传递的重要手段。而非遗的广泛传播还是依靠着媒介的发展进步。如今的新媒体时代使得人们从原来传统的小范围交流转变成了可以通过媒介实现人人互通有无的状况，我们可以更加迅速便捷的获取到外界的各种信息，降低传播活动参与的成本，突破时间与地域的限制，延伸手工艺类非物质文化遗产的传播时空与受众群体，放大非遗传承的声音，动员更广泛的民众参与到非遗的传承与传播当中来。例如社交媒体、虚拟社区、移动应用、互动直播等媒介形式的发展给手工艺类非遗的数字化保护与传播提供着前所未有的机遇。媒介形式的多元化丰富了其传播渠道和内容呈现方式。

互动直播是传播非遗的一个很好的形式，它不仅可以通过更好的宣传非遗文化，更重要的是可以通过带货的方式促进非遗的产业发展，给非遗带来经济效益。如山西面花艺术一直更多的是采用在文化节、展演活动进行传播但这种形式受到地域和时间的限制没有办法让更多的人知道这个活动，也使得这样的传播效果较慢，成效并不大。但如果在参加艺术节或展演活动的同时开通互动直播一起让全国甚至是其他国家的人一起来观看所做好的面花艺术作品，这样也就跨越了时间和空间的限制，让更多的人看到、了解这门手工艺。

微信、微博等公众号、由于有着众多微信、微博用户群体作为支撑，可以通过图文并茂的形式进行分众化传播。微信、微博公众号具有互动性、社交性的特点。手工艺类的非遗传播者可以在微信公众号、微博平台上通过发文章、图片、视频等形式让用户了解其信息，用户同时也可以通过这两个平台与传播主体进行交流，便利了非遗与受众之间的信息传递，也让非遗手工艺的形象更加深入人心。因此山西面花艺术要想更好的传播传承仍需在其内容、服务进行创新深化。短视频的迅速兴起和发展同样也为手工艺类非物质文化遗产的传播打开了新的局面，让众多传统手工艺焕发新的生命力。

除此之外，短视频平台也是现在非遗传播的重要的方式。短视频用户体量庞大，据第46次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2020年12月，我国短视频用户规模为8.7亿，较2020年3月增长约1亿用户，占网民整体的88.30%。相

比于文字、图片这样静态化信息的呈现方式，短视频传播影像内容，对受众的知识水平、媒介素养要求较低，受众群体也更加广泛，以用户生产内容为主，涵盖的信息、场景丰富多元。短视频符合人们对新技术的认知特征，短视频应用起来简便、容易融入人们生活、相对于传统媒体具有各方面的优越性，因而迅速在各个群体中普及。用户基于短视频平台进行个性化内容生产，经过一段时间的传播，短视频的用户群体逐渐从年轻一代扩散到各个年龄段的不同职业群体。^[7]

文化的传承与发展离不开传播。如今是媒介技术不断发展的互联网时代，因此山西面花艺术已经不能只依靠政府相关部门组织推应以及传统媒体的方式去传承传播了，而是需要在传统方式上充分借助新媒体传播媒介，让非遗传承人主动参与宣传，非遗传播主体日趋扩大，从而实现更为广泛的传播，取得良好的传播、保护效果。

参考文献

- [1] 高瑞欣、罗岱.《山西闻喜面花艺术的古往今昔》[J]《现代装饰》，2013年04期
- [2] 宋新娟.《民间面塑艺术文化内涵之研究》，页53，[J]《文化天地》，2002年第五期。
- [3] 赵建民.《中华礼馍刍议》，页50，[J]《民俗研究》，1997年第2期
- [4] 王江.《中国民间面塑艺术研究》[D]河北师范大学，2006年
- [5] 余颖.《村庄·民俗·民间艺术》[D]中央美术学院，2010年
- [6] 王云植.《浅析山西民间面花艺术》[J].《美术大观》，2012年12期
- [7] 王树平.手工艺类非物质文化遗产传播研究[D].山东大学，2021
- [8] 潘茜.新媒体时代非物质文化遗产传播策略探究[J].新闻研究导刊，2021，12（24）：238-240.
- [9] 刘安琪.关于非物质文化遗产传播途径研究[J].艺术品鉴，2021（35）：59-61.
- [10] 谢佳.非物质文化遗产传播路径创新研究[J].新闻爱好者，2021（10）：61-63.
- [11] 中华.新媒体平台助力非物质文化遗产传播研究[J].营销界，2020（48）
- [12] 叶丹，戴旸.以网络直播为途径的非物质文化遗产传播研究[J].黄山学院学报，2020，22（02）：80-83.
- [13] 赵梓汐，吴思娴，胡蕴文.新媒体语境下非物质文化遗产传播策略探究——以安徽省马派皮影戏为例[J].新媒体研究，2020，6（07）：27-28.