

2022.3.25

实习编辑：贾淘文

传承和传播“两翼齐飞” “互联网+”激活非遗生命力



图为黄杨伟(左)和外婆一起织黎锦。(新华社)

24岁的黄杨伟是海南一名大学生,也是一名创业者。他在五指山区开了一家非遗黎锦服饰店,除了卖黎族服饰,还会不定期线上直播讲解黎锦制品和黎族文化。

视频平台上,刺绣、漆艺、剪纸、油纸伞等非遗工艺品搭配生动的画面与音乐,很快“圈粉”,吸引不少网友拜师学艺、下单购买。专家认为,互联网和数字技术为非遗传承人搭建了走进千家万户的舞台,让更多人可以看非遗直播、赏非遗技艺、购非遗产品,为非遗的保护传承和发展创新拓宽了路径。

传承人“圈粉”不少

“看了刘老师的直播,学到很多,老师讲得太好了,耐心细致,通俗易懂。”“潍坊风筝太漂亮了,自己学了也可以动手做了,期待下次直播!”……潍坊风筝传承人刘志江的一次风筝扎制技艺直播,吸引众多风筝爱好者观看学习。

国家级非遗项目苏绣代表性传承人姚惠芬从2020年10月起在抖音上开设个人账号,目前已有15万粉丝,一条介绍“双面三异绣”的短视频收获140多点赞量,网友在评论区赞叹:“苏绣真是精细、精巧、精妙!”姚惠芬说,自从她在视频平台分享苏绣后,全国各地的网友都给她留言评论,希望学习刺绣。

专家认为,视频的表现形式多样、视觉冲击力突出,能在短时间内把非遗老手艺最美、最吸引人的一面展现出来。非遗文化在新技术、新载体的助力下传播开来,让更多人领略到传统手工艺的魅力。

中共中央办公厅、国务院办公厅去年联合印发《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》,提出促进广泛传播,适度媒体深度融合趋势,丰富传播手段,拓展传播渠道,鼓励新

接受记者采访时说,在非遗文化的保护传承和发展创新过程中,利用互联网和数字技术是大势所趋,既能满足人们日益增长的精神文化消费需求,也能够让非遗项目“活起来”,让非遗传承人“富起来”。

拓宽非遗发展创新空间

目前,不少短视频平台、电商平台等意识到非遗的巨大潜力,正充分运用技术和创意为传统文化赋能,让更多人了解非遗、走进非遗、爱上非遗。

据统计,截至2021年6月,中国的国家级非物质文化遗产代表性项目达1557项。为帮助发掘非遗文化和市场价值,助力非遗传播,抖音平台发起“非遗合伙人”“看见手艺”等计划,通过加强流量扶持、官方培训、直播基地服务等,让非遗被更多人看见的同时,为非遗传承人带来更多就业机会,创造更多收入。

刘魁立认为,广大非遗人应与时俱进,充分运用电商平台,推动非遗更好融入当代生活,让更多人关注和消费非遗产品,尊重传承人的智慧和技艺,并从中感受非遗之美。

“非遗的保护传承和发展创新需要并重。”四川大学文学与新闻学院教授王炎龙接受本报记者采访说,非遗文化的生命力表现在传承和创新,做好价值挖掘和增值拓展很重要。互联网和数字技术的融合,给非遗文化带来更多发展的可能。新媒介技术的融合进一步拓宽了非遗传承发展空间,非遗保护要实现可持续发展,需要借助互联网和数字技术的优势。

未来如何进一步挖掘非遗的数字化潜力?殷俊建议,加快促进非遗品牌化战略,实现非遗的长久发展;合力搭建非遗全媒体展示传播平台,聚合各类优秀的非遗项目、非遗传承人,提高非遗影响力,有效提升传播质量和影响力。

(人民日报)

傅

傅”,通过短视频和直播展示手艺。据悉,乔雪已开展上百场直播,累计通过直播卖出超过300万元的皮艺制品。

贵州80后苗族织锦技艺传承人甘小芝创作的短视频深受年轻人大喜欢。2019年,她开始录制教学视频,分享织锦知识,把独具特色的苗族传统服饰和玲珑精致的手包通过视频呈现在网友面前,一下子打开了新销路。

目前,一批新兴非遗品牌崛起,不少非遗传承人纷纷转型线上拓展市场。互联网拉近了非遗作品与消费者之间的距离,让非遗技艺摘下“神秘面纱”,走进普通人的生活。借助互联网平台,可充分展示非遗文化与技艺,有助于非遗作品销售,让非遗品牌符合当下多样化、个性化、定制化的消费趋势和潮流,实现生产与消费的良性循环。业内人士指出,直播缩短了非遗产品与用户之间的距离,也让非遗产品自我迭代加快,能及时知道用户喜欢什么、需要什么。

乔雪是宁夏银川市非物质文化遗产名录拓展项目“乔家手工皮艺”的传承人。她开设了账号“皮雕大师乔师傅”,通过短视频和直播展示手艺。据悉,乔雪已开展上百场直播,累计通过直播卖出超过300万元的皮艺制品。

重庆工商大学艺术学院院长殷俊

傅

傅指出,非遗保护传承,重在融入现代生活、展现当代价值。非遗不是躺在橱窗里的展品,也并非束之高阁的技艺绝活,而是促进增收致富的“金钥匙”。

乔雪是宁夏银川市非物质文化遗产名录拓展项目“乔家手工皮艺”的传承人。她开设了账号“