

忻州非物质文化遗产的传播策略研究

陈守明, 王明星, 曾书琴
(仲恺农业工程学院, 广州 510225)

摘要: **目的** 考察和分析忻州非物质文化遗产发展现状, 研究忻州非物质文化遗产传承与创新策略。**方法** 运用设计学、传播学、营销学剖析忻州非物质文化遗产的艺术特征, 通过实地调查研究忻州非物质文化遗产的传承策略。**结论** 通过品牌化传播策略, 为忻州发展文化产业和传承、创新本市非物质文化遗产提供理论支持。忻州市政府要完善忻州非物质文化遗产保护的法律法规, 邀请高校科研机构深挖非物质文化遗产的文化价值, 搭建平台, 统筹规划, 提升忻州非物质文化遗产品牌传播效应, 扩大非物质文化遗产的文化价值和经济价值。

关键词: 忻州; 非物质文化遗产; 传承; 传播策略

中图分类号: J504 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2015)06-0133-04

The Communication Strategies of Xinzhou Intangible Cultural Heritage

CHEN Shou-ming, WANG Ming-xing, Zeng Shu-qin
(Zhongkai University of Agriculture and Engineering, Guangzhou 510225, China)

ABSTRACT: It examines and studies the development status, inheritance and innovative strategy of Xinzhou intangible cultural heritage. The artistic feature of Xinzhou intangible cultural heritage is analyzed using design, communication and marketing study and the inheritance strategy is studied through field investigation. It provides the theoretical support for the development of Xinzhou cultural industry, the inheritance and innovation of intangible cultural heritage. First of all, the government should have the overall plans, improve the legislation and regulation, and create platforms for the tradition. Second, invite the college experts to study the cultural value of the intangible cultural heritage deeply. Third, promote the brand communication effect of Xinzhou intangible cultural heritage through the classified protection, integration and utilization, and improve cultural value and economic value of the intangible cultural heritage.

KEY WORDS: Xinzhou; intangible cultural heritage; inheritance; communication strategies

忻州地处山西省中北部,为实现忻州由文化资源大市向文化资源强市的转变,受忻州文化体制改革发展领导小组、市委宣传部的委托,仲恺农业工程学院岭南文化创意产业研发中心对忻州文化发展进行了对策研究。研究团队实地调研考察了忻州非物质文化遗产的发展现状,对忻州非物质文化遗产的传承和创新提供了策略和建议。

1 忻州非物质文化遗产现状

从2006年开始,在国务院办公厅和山西省人民政府的有关文件指导下,根据忻州经济社会发展实际情况,市政府成立了忻州非物质文化遗产保护中心,统筹安排全市非物质文化遗产保护工作。组织相关部

收稿日期: 2014-10-29

作者简介: 陈守明(1981—),男,湖北武汉人,博士,仲恺农业工程学院讲师,主要从事视觉设计、品牌设计、非物质文化遗产的传播策略研究。

门、专家学者、文化企业和非物质文化遗产传承人,积极申报国家、省市非物质文化遗产,让人们了解传统文化的魅力,加强市民保护意识。目前,忻州有14项国家级非物质文化遗产,36项省级非物质文化遗产。忻州每年都设有专项基金来促进非物质文化遗产产业化发展,既保护、传承了非物质文化遗产,又扩大了非物质文化遗产的经济效应。

2 忻州非物质文化遗产的特点

非物质经济又称符号经济,符号经济具有效益惊人、不消耗自然资源和节能、环保等特点^[1]。忻州13个县区市都有各自代表的非物质文化遗产,其中以国家、省级的非物质文化遗产北路梆子、繁峙秧歌戏、河曲二人台最为有名。民间歌舞是忻州老百姓日常生活的生动写照,如平凤秧歌、神池硬架子秧歌、代县峨口挠阁和定襄踩跷子等。忻州还是全国著名的地方歌曲的聚集地,是具有黄土风情文化的典型地域,以国家级非物质文化遗产——河曲民歌和五台山佛教音乐为代表。忻州还有河灯节、挠羊赛等地方民俗节目以及种类繁多的民间工艺美术,如原平炕围画、代县农民画、静乐剪纸、定襄木雕等。

3 忻州非物质文化遗产保护与传承的不足

3.1 协作机制不够完善

2009年,忻州市委宣传部、文广新局和其他相关部门联合制订了《忻州市文化产业发展规划纲要(2009-2015年)》,其中就非物质文化遗产的旅游纪念品开发、建设非物质文化遗产保护中心等方面做了部署。然而经过此次调研发现,可深入分析忻州非物质文化遗产文化价值的文献资料很难被找到。各级政府部门之间自下而上的保护措施不够规范和细致。

3.2 社会效益和经济效益不统一

非物质文化遗产传承之难,归根结底是由于生产方式和生活环境的变化,而维持原有的生产方式、生活方式乃至生存环境的做法是与工业现代化相抵触的^[2]。调查发现,忻州传统戏曲和歌舞在全国有一定的知名度,其社会效益非常不错,而忻州非物质文化遗产发挥的经济效益就不容乐观,很多传统工艺技术,如定襄面塑、木雕、砚台制作、刺绣等都是小规模独立经营的。在五台山、芦芽山等大型景区内缺少与

忻州非物质文化遗产相关的旅游纪念品,这与一个有着丰富自然、人文、历史资源的旅游城市极不相称。

3.3 产业化层次较低

团队考察了忻州比较有代表性的文化企业。部分企业由于有政府的资金补贴,市场观念不强,缺乏竞争和创新意识,靠政府财力不断注入资金的外部力量去维持生产链条的连续,不能算是一个产业^[3]。经营模式大多还是作坊式的个体户,经营者都是非物质文化遗产传承人或艺术大师,没有足够的企业管理经验,很难树立行业品牌意识。截止至2013年,忻州的文化龙头企业仅有12家,省级示范基地才2个。

3.4 品牌传播效应不充分

忻州拥有发展文化产业的优质资源,其中国家级非物质文化遗产传承人14名、省级非物质文化遗产传承人72名、市级非物质文化遗产传承人近300名,但忻州市政府暂时还没有一套整合全市非物质文化遗产和旅游品开发的传播方案,缺乏一批会创意、懂设计、精管理、善营销的专业人才,这导致了忻州非物质文化遗产的品牌影响力不强。

4 忻州非物质文化遗产保护与传承的策略

4.1 政府统筹规划、搭建平台、完善相关法律法规

忻州市政府在尊重非物质文化遗产保护规律的前提下,可以效仿日本政府用法律法规加以约束大众的方法,从而提高大众的保护意识,推动文化遗产和非物质文化遗产的保护进程^[4]。忻州市政府可采取以下手段:(1)通过政策扶持、体制创新、财政补贴等方式,制定相关法律法规保护非物质文化遗产的知识产权;(2)建立传承人保障制度,并通过授予称号、表彰奖励、资助扶持等方式鼓励优秀的传承人(团体)进行传习活动;(3)搭建多方合作的优质平台,有效整合科研能力,提升非物质文化遗产的文化内涵;(4)强化基层组织结构,建立点对点的反馈机制,从抢救性保护、生产性保护、数字化保护、文化生态保护等角度对忻州非物质文化遗产分不同层次的保护和传承。

4.2 高校科研机构挖掘非物质文化遗产的文化价值

科研机构没有对忻州非物质文化遗产进行更深入的挖掘是忻州非物质文化遗产保护工作的软肋。忻州市只有忻州师范学院和忻州职业技术学院两所

院校,学术科研机构的匮乏,使得忻州非物质文化遗产的学术研究相对落后。在确认、立档、整理、研究、保存、修复、收藏、展示、利用、保护、宣传、弘扬、传承等方面基本上只做到了立档和整理部分。本团队在考察代县文庙时发现,由于前期调研和论证的不足,维修过程中对文庙产生了一定的损害,维修后的广场和文庙的风格是不协调的。近200年历史的杨家祠堂也是有种“夕阳近黄昏”的沧桑破败感。每一项非物质文化遗产都是文化的沉淀,内涵式的文化产业才具有持久的生命力。忻州市政府应该统筹本市非物质文化遗产学者和研究人员,同省内外的高校科研机构合作,设立非物质文化遗产保护的相关专业和研究机构。这些专业和机构可负责整理、出版民间美术、戏剧、音乐、曲艺、手工技艺、舞蹈等非物质文化遗产保护专题文献;开展有关非物质文化遗产的展示、培训、交流等活动,为非物质文化遗产的保护、传承和发展创造良好的文化和生态环境;开发非物质文化遗产生产性保护的项目规划,推动优势项目转换为优势文化产业的进程。

4.3 延伸非物质文化遗产的经济价值

非物质文化遗产由于具有原生态的文化特征,因此蕴涵着巨大的经济价值^[5]。从山西文化资源的行政区域分布数量来看,忻州在山西的文化创意产业化发展中占有相当重的分量。在保护和传承非物质文化遗产的过程中,应该区别对待不同类型的非物质文化遗产。像北路梆子、五台山佛教音乐节、风秧歌、河曲民歌等非物质文化遗产,首先要运用文字、录音、录像、数字化多媒体等媒介,以记录式保护来真实、系统和全面地记录这些非物质文化遗产,建立档案和数据库,让非物质文化遗产的资源规模化、系统化、制度化、档案化,并在博物馆设立专门空间进行收藏和展示。其次,根据非物质文化遗产项目的群众根基,在记录型保护后进行活态整体性保护,建立文化生态保护区,例如举办忻州地方戏曲文化节。另外,明确非物质文化遗产的产权关系,授予权利人经济权利,这有利于非物质文化遗产的保存与进一步发展^[6]。一些能够市场化运作的非物质文化遗产,政府应对其进行生产性保护。面对时代的变迁,传统工艺品要改变陈旧的思维模式,与现代商品社会的消费习惯相结合是重要的方式之一^[7]。围绕形象的版权开发、展览,相关衍生品的产品策划设计、授权、制作、营销等,商业开发文物的相关周边产品和服务,逐渐形成非物质文化遗产保护与产业开发的双赢模式,非物质文化遗产生产

性保护结构见图1。政府应组织专家学者团队,把澄泥砚、刺绣、炕围画、葫芦书艺、麦秆贴画等艺术形式进行数字化采集、恢复与转化,以市场需求为导向,开发具有自主知识产权的视觉形象,通过版权授予、设计展示、教育培训等方式实现产业化运作,将非物质文化遗产变成新媒体时代的设计延伸产品,逐步摆脱单纯依赖“门票经济”的发展模式,实现文化产业的可持续发展。



图1 非物质文化遗产生产性保护结构

Fig.1 Structure of intangible cultural heritage protection production

当下是互联网经济时代。非物质文化遗产是“活鱼”,保护方式应以“养”为主,而不是机械地保护“鱼干”^[8]。发展电子商务也是非物质文化遗产生产性保护方式的重要内容。政府要引导民间艺人、企业从手工业作坊转向企业化运作,运用现代互联网营销模式发展电子商务,向全国推广忻州优秀的非物质文化遗产延伸产品。

4.4 提升忻州非物质文化遗产品牌传播效应

受快消费的商品经济和西方现代生活方式的影响,传统工艺的生存空间越来越小。如果对非物质文化遗产的保护还停留在自闭的空间里,不注入现代思维,那么它的普及程度依旧只是小范围的自编自演。建立非物质文化遗产的现代品牌传播概念是摆脱非物质文化遗产现代化保护困境的有效方式^[7]。一方面,非物质文化遗产的品牌传播是文化性的科普知识宣传,例如通过博物馆、美术馆、文化馆等设施,定期开展非物质文化遗产知识普及活动、“文化遗产日”宣传教育活动、非物质文化遗产保护成果展示活动、非物质文化遗产保护论坛、非物质文化遗产专题讲座等,还可以邀请非物质文化遗产传承人走进高校,设立合适的非物质文化遗产专业,并展开学术研究,组织学者编写教材,培养非物质文化遗产接班人。另一方面,配合文化创意产业的发展步伐,用现代市场营

销的手段,挖掘非物质文化遗产的经济价值,从而培育文化产业品牌。在传播方式上发挥当前“全媒体”营销的特点,抓住传统工艺的典型特征,利用广告、海报、包装、型录、网页、移动终端等形式进行多渠道的整合设计,深入挖掘忻州非物质文化遗产的品牌视觉形象,在传统和现代之间找寻平衡点。中央美术学院 Design_Lab 工作室推出的中国古典家具 iPad 版 APP,以圈椅、翘头案、架子床、格架和衣架等 5 款中国古代日常生活中常见的古典家具为对象,通过多媒体互动的图文解析形式来展示这些家具的基本信息、榫卯结构、装饰纹样、上漆工艺和木质材料区别等,它成为苹果应用商店(APP Store)的精品推荐项目,并连续 50 个小时保持苹果 APP 下载排名第一位,为非物质文化遗产数字化传播开辟了新的思路。

5 结语

文化产品不是由单一要素构成的,也不是各种要素资源的简单组合排列,其产品价值的实现如同文化本身所具有的多元化特征,需要创意者和产业参与者的全方位协作^[9]。忻州的非物质文化遗产种类繁多,形式多样,群众基础深厚,具备做大做强先天优势,目前需要的就是一股后天的“东风”,促进非物质文化遗产传承和发展。随着陕西省文化体制改革的不断深入,忻州文化市场需求量的不断提升,这股“东风”正迎面吹来,政府统筹规划,整合各方资源,企业运用创新思维和现代品牌营销策略,忻州非物质文化遗产保护和传承一定会越来越好。

参考文献:

- [1] 刘魁立.论全球化背景下的中国非物质文化遗产保护[J].河南社会科学,2007(1):25—34.
LIU Kui-li.Protection of Chinese Intangible Cultural Heritage under the Background of Globalization[J].Henan Social Sciences,2007(1):25—34.
- [2] 黄永林,谈国新.中国非物质文化遗产数字化保护与开发研究[J].华中师范大学学报,2012(2):49—55.
HUANG Yong-lin,TAN Guo-xin.Study on the Digital Protection and Exploitation of Chinese Intangible Cultural Heritage[J].Huazhong Normal University,2012(2):49—55.
- [3] 张曾芳,张龙平.论文化产业及其运作规律[J].中国社会科学,2002(2):98—106.
ZHANG Zeng-fang,ZHANG Long-ping.The Culture Industry and Its Operation Rules[J].Social Sciences in China,2002(2):98—106.
- [4] 廖明君,周星.非物质文化遗产保护的日本经验[J].江苏社会科学,2014(5):26—35.
LIAO Ming-jun,ZHOU Xing.The Japanese Experience of Protection of Intangible Cultural Heritage[J].Jiangsu Social Sciences,2014(5):26—35.
- [5] 肖刚.非物质文化遗产的旅游价值与开发[J].江西财经大学学报,2008(2):107—111.
XIAO Gang.The Tourism Value and Development of Intangible Cultural Heritage[J].Journal of Jiangxi University of Finance and Economics,2008(2):107—111.
- [6] 黄玉烨.论非物质文化遗产的私权保护[J].中国法学,2008(5):136—145.
HUANG Yu-ye.Private Rights Protection of the Intangible Cultural Heritage[J].China Law,2008(5):136—145.
- [7] 陈守明,王明星.广州非物质文化遗产科普化的视觉设计与传播[J].包装工程,2014,35(7):1—4.
CHEN Shou-ming,WANG Ming-xing.Visual Design and Communication for the Popular Science of Guangzhou Intangible Cultural Heritage[J].Packaging Engineering,2014,35(7):1—4.
- [8] 李菲.身体与传承:非物质文化遗产研究的范式转型[J].思想战线,2014(6):110—116.
LI Fei.Body and Inheritance:the Paradigm Transformation of the Intangible Cultural Heritage[J].Idea Thinking,2014(6):110—116.
- [9] 庄锴,王虹.我国区域文化产业竞争力评价与提升对策[J].山东社会科学,2012(8):154—157.
ZHUANG Kai,WANG Hong.Evaluation and Promotion Countermeasure on the Regional Cultural Industry Competitiveness in China[J].Shandong Social Sciences,2012(8):154—157.