

“互联网+”时代下陕西民俗艺术的保护传承与开发

张浩

(西安美术学院, 西安 710065)

摘要: **目的** 用当代互联网思维以及生活、文化新理念的植入对陕西民俗艺术进行保护传承与开发, 实现民俗艺术与现代文化创意设计产业的对接, 为具有特色的地方民俗文化提供新的生存与发展新思路。**方法** 以陕西民俗艺术进入国家非遗保护名录的艺术种类为例, 进行调研与分析, 通过策划包装与视觉设计等手段建立陕西民俗艺术大数据系统, 打造陕西民俗艺术数字化推广平台, 最终提出构建陕西民俗艺术在互联网+时代的新生存方式。**结论** 通过运用互联网思维对陕西民俗艺术进行创新性的保护与开发, 以民俗文化创意产品设计开发与民俗品牌形象设计为突破口, 将民俗艺术与当代社会生活方式融合, 借助移动互联数字技术, 开展民俗艺术的推广与创新, 对地方民俗艺术文化品牌进行塑造, 促进地方民俗艺术的发展, 让人们了解民俗艺术, 看到乡愁之美。

关键词: 陕西; 民俗艺术; 互联网+; 保护传承; 开发

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)18-0030-05

Protection Heritage and Development of Shaanxi Folk Art in the Era of "Internet +"

ZHANG Hao

(Xi'an Academy of Fine Arts, Xi'an 710065, China)

ABSTRACT: The protection, heritage and development of Shaanxi folk art is implanted with contemporary internet thinking, life, culture, new ideas to realize the docking of folk art and modern cultural creative design industry, provide new ideas of survival and development for the local folk culture with characteristics. In Shaanxi folk art into the list of national intangible protection types, for example, the research and analysis, through the packaging and visual design and planning means to build Shaanxi folk art big data system, build Shaanxi folk art digital marketing platform, finally put forward to build Shaanxi folk art in the age of internet + new way of life. By using Internet thinking of Shaanxi folk art protection and development of innovative, creative product design development and folk culture as the breakthrough point, folk art is incorporated into contemporary social life style, with the help of a mobile digital technology. The promotion and innovation of folk art is carried on to shape local folk art culture brand, promote the development of local folk art, let people know, folk art, and see the beauty of homesickness.

KEY WORDS: Shaanxi; folk art; internet +; protection and heritage; development

中国是一个农耕文化影响下的国家, 民俗艺术是中国传统文化的基因。民俗艺术在中国分布地域广阔, 涉及的人口众多, 形式丰富多样, 表现出的

民族性与审美特征极其鲜明。民俗艺术是一个国家、民族、地域中老百姓在生活过程中传承的文化, 是为了有序生活和追求精神上的满足而形成的。陕

收稿日期: 2016-05-19

基金项目: 2016 年陕西省教育厅专项科研计划项目 (16JK1590)

作者简介: 张浩 (1971—), 男, 陕西人, 硕士, 西安美术学院副教授, 主要研究方向为品牌视觉形象设计与推广、现代商业广告设计。

西作为中国地域的中心,是中华民族和中华文明的重要发祥地之一,也是中国传统文化的核心区域,在中国的各个历史时期都发挥过重要的作用。新中国成立前,由于西北地区相对封闭,使得陕西民俗艺术保存了极为古老的原始文化艺术形态。改革开放初期,东部经济文化相对于西部发展迅猛,市场化以及外来文化对陕西民俗艺术影响还不大。进入到 21 世纪,经济与科技的发展进入到互联网时代,人们的生活方式发生了改变,对民俗艺术的生存带来了毁灭性的冲击,陕西民俗艺术也受到了严重影响。众多的民俗艺术由于缺乏生存发展的条件,先后进入到国家非物质文化遗产保护名录中。在这个互联网+时代,如何做好民俗艺术的传承以及发展,成为关注和研究的课题^[1]。

1 陕西民俗艺术的传承与发展现状

1.1 陕西民俗艺术的类别

陕西由关中平原、陕北高原、陕南盆地三大风俗地区组成,民风古朴,民俗艺术种类丰富。陕北的黄土风情、西安一带的关中文化和陕南风俗各具特色。

陕西省级非物质文化遗产保护名录中收录了散布在各个地市、县共 74 项民俗艺术,这些民俗艺术包括民俗活动礼仪节庆、民间表演艺术、口头传统、传统手工艺技能、有关自然界和宇宙的民间传统知识和实践等。影响较大的有例如安塞腰鼓、陕北秧歌、户县农民画、西府民间工艺、华阴老腔、蒲城焰火、民间剪纸等。陕西省众多民俗艺术中被列入国家级非物质文化遗产保护名录的民间美术类有:塑类的“凤翔泥塑”,民间绣活的“西秦刺绣”、“澄城刺绣”,剪纸艺术的“安塞剪纸”、“延川剪纸”和“旬邑彩贴剪纸”,木版年画的“凤翔木版年画”,面花的“黄陵面花”,建筑彩绘的“陕北艺匠丹青”。

1.2 陕西民俗艺术的生存现状

科技的进步,交通和通讯工具的发展使得人类全球化进程不断加快,相对封闭、原始的生活逐渐被打破,外来文化不断入侵本土文化,导致传统民俗艺术与生活方式逐渐被改变,民俗艺术存在的社会土壤日渐贫瘠,生存遇到了前所未有的危机。当下,中国各地农村面临社会转型过程,国家提出了

建设新型城镇化的要求,对中国传统的民俗文化 with 艺术带来了巨大的冲击。新型城镇化建设带来了乡村向城镇转变,造成农民的生活方式彻底改变,从而失去了民俗文化 with 艺术存在的必要土壤。单从陕西省非物质文化遗产保护名录中收录的陕西民俗艺术种类名单,已经清晰地传达出民俗艺术面临的难以生存这一现状。以安塞剪纸艺术为例。剪纸是流淌在民族血液中的根性文化,是一项老百姓生活中不可或缺、喜闻乐见的传统民俗艺术。随着农村城镇化建设,人们的居住房屋结构发生了改变,老百姓生活方式也发生了改变。现代知识、现代生活技能的普及学习,导致剪纸技艺的主力军农村妇女对于传统剪纸技艺缺乏传承。经济大发展对于农耕文化模式的打破,传统的民俗讲究再次被淡化,人们更加追求经济利益,忽视精神文化需求。受现代文化影响,中青年普遍在审美观上更接受现代写实风格,对于传统剪纸的造型观念和文化内涵及民俗习惯不再了解。这些原因使得这项传承了千百年的民俗艺术彻底走向凋零。现在已经很难看到农家窗棂上的剪纸窗花,洞房的剪纸喜花也已经被印刷品和现代工艺品取代^[2]。

陕西民俗艺术在各种冲击下举步维艰,在市场经济的大环境下,这些民俗艺术都或多或少地进入到消费市场,有些成为一种民俗文化行业。政府通过出台保护政策或提供资金自助等形式对民俗艺术进行保护与扶持,但是制定政策不全面,执行不到位,自助资金不足等问题使得这种保护是杯水车薪式的,对民俗艺术的传承与发展作用微乎其微。

2 互联网思维下的民俗艺术生态环境

进入 21 世纪,我国社会、经济、文化飞速发展,人们对文化尤其是传统文化的认同感、关注度有所提升,越来越多的群体和个人意识到传统文化流失的严重性,开始对传统文化尤其是传统民俗艺术加以保护,先后将其列入到国家或省一级非物质文化遗产保护名录中,并取得了较大的成效。

2.1 互联网思维的作用

科技水平的提升,世界迅速进入到移动互联网时代。互联网思维概念被百度创始人李彦宏提出来。就是在(移动)互联网+、大数据、云计算等科技不断发展的背景下,对市场、用户、产品、企

业价值链乃至对整个商业生态进行重新审视的思考方式。2012年11月于扬在易观第五届移动互联网博览会的发言,首次提出了“互联网+”理念。“互联网+”就是“互联网+各个传统行业”,是利用信息通信技术以及互联网平台,让互联网与传统行业进行深度融合,创造新的发展生态。移动互联网传播手段是当下最有力量的传播方式,作为民俗艺术活动的推广渠道,受众广泛且信息获取方便有效^[3]。

做好陕西民俗艺术的传承保护与开发,必须要具有互联网思维。新型城镇化建设快速推进,乡村与城镇差别越来越小。现代化通讯及移动互联网进入千家万户,对乡村百姓的影响更加具有颠覆性。形成于乡村中的民俗艺术在经济环境下的生存也受到影响,既需面临来自生活方式改变所带来的冲击,又有借助互联网思维所带来的发展机遇。

2.2 互联网思维带来民俗艺术演变

陕西民俗艺术的传承保护在不同的角度有不同的方法。传统意义的保护与传承希望尽量不干预生活环境与生存秩序,也就是生活方式保持传统。提出建立传统文化保护区,控制城镇化进度、适度保护乡村,支持保持稳定、宽容、和睦的地域面貌等办法^[4]。当下互联网思维下的保护与传承,则是运用互联网带来的新生活方式来改变民俗艺术的发展,将更多的现代因素注入到民俗艺术中从而带来更多的活力。这两种观点既有对立又互为借鉴,传统上的保护与传承需要政府文化部门的制度化管理和扶持引导,适用于原生态的艺术形式保留(例如凤翔木版年画、泥塑)以及民俗文化空间的打造(例如关中、渭北民间迎春社火等),是一种被动式的保护。互联网思维下的保护手段则是主动式的,主动适应互联网时代城镇化发展对民俗艺术的影响。充分利用互联网思维对陕西民俗艺术与现代生活方式进行融合,使得陕西民俗艺术在艺术表现形式上融入更多的现代因素,从而得到发展。这些民俗艺术借助互联网平台进行文化推广形成社会价值链,甚至形成民俗艺术产业链,成为城镇化乡村一种民俗艺术新生活方式^[5]。

2.3 互联网思维下民俗艺术的保护手段

对民俗艺术的继承和弘扬就是为当代文明的创造提供文化基因,保护民俗艺术就是留存华夏民

族的文化记忆,就是留住乡愁。互联网时代下,运用互联网思维来传承与保护民俗艺术至关重要。城镇化的快速发展势必对广泛存在于乡村的民俗艺术带来影响,运用移动互联网的技术平台,广泛宣传推广民俗艺术的相关知识和保护政策,做到深入人心,唤醒民众的文化自觉,民众的自愿、自尊、自动才是传统民俗艺术发展的原点。建立民俗艺术互联网站,设计相关网页、专业电子刊物,策划运用智能手机 APP 技术与民俗艺术消费群体建立互动,运用 VR 技术对民俗艺术活动进行视觉呈现,建立微信、微博互动营销模式等。将传统文化与本地现代民众生活气息、节奏及兴奋点链接,将现代主流文化因素植入到乡村民众的生活中。这些互联网技术手段在一个完善的推广策划下发挥作用,最终形成一个民俗艺术存在与发展的新生态环境。

3 陕西民俗艺术的品牌化开发

陕西民俗艺术种类繁多,在当下城镇化发展难以逆转。尽管这些民俗艺术在传承保护甚至商业开发上各有行动,但缺乏整体布局思路。一方面地方政府职能部门要对民俗艺术的传承与保护进行科学引导,投入保护性经费,另一方面要运用互联网思维,指导对民俗艺术品牌化的管理。整合种类众多的民俗艺术形式,构建良好的视觉形象,以整体的形象获得更好的宣传效果。保留民俗艺术中的精华,有所创新,运用设计的手段进行文创产品开发,使其满足当代的审美需求,从而起到自觉推广的作用^[6]。

3.1 构建陕西民俗艺术的数字化传播平台

陕西民俗艺术大多被列入到国家、陕西省非物质文化遗产保护名录中,大多数民众对于这些民俗艺术是知道但不了解,喜欢却不爱。运用现代移动互联网数字技术的手段,依据不同艺术种类和地域分布,对陕西民俗艺术加大在民众中的推广和传播显得极为重要。数字化推广平台的搭建就是构建一个将民俗艺术形式、民俗艺术空间、传承人、民间技艺、衍生文创产品以及受众和消费者,转化为虚拟数字物象而形成的生态系统,环环相扣,共生共赢。在互联网大数据支持下,设计出供受众在 PC 端掌握与了解民俗艺术信息的互联网站。移动端上线与

受众消费者互动交流的智能手机 APP,运用增强现实 VR 技术,对民俗艺术中的技艺、物品、艺术空间进行再现等^[7]。数字化平台的搭建既可以对民俗艺术的一个种类,又可以按照地方区域涵盖的民俗艺术的多个种类进行整合推广。

3.2 打造陕西民俗艺术的品牌

陕西省级非物质文化遗产保护名录中收录了共 74 项民俗艺术,这些民俗艺术在形式和内容上具有极强的差异化,这也是将其打造成为品牌需要满足的一个条件。例如,华县皮影、安塞剪纸、凤翔木版年画、黄陵面花等,这些民俗艺术在地域文化影响上具有知名度、美誉度和普及度,具备品牌的自我价值要素^[8]。由于管理者、传承人缺乏品牌建设的意识,这些民俗艺术在保护、传承以及开发上面临很多问题。以安塞剪纸为例,作为安塞地区的一种民间艺术种类,在剪纸艺术风格上具有地方特征,区别于延川剪纸或别的省份的剪纸风格。这一风格的形成是一个群体共同构建的,这一群体由众多民间剪纸艺人组成。安塞剪纸作为民间艺术品在成为艺术商品的过程中,民间艺人个体与安塞剪纸整体之间缺乏品牌的支撑。品牌的建立需要政府职能部门统筹规划,设计统一规范的安塞剪纸品牌视觉形象与产品包装,策划出整体的推广方案。在安塞剪纸品牌下打造民间艺人个体子品牌,激发艺人的品牌竞争意识,提高创作水准^[9]。

这些陕西民俗艺术一旦形成品牌系统,那么对于自身的保护、传承、推广以及开发就轻而易举了。品牌的创建需要良好的业绩作为继续发展的保障。以保护陕西民俗艺术为导向的品牌也不例外,品牌的建立既要寻找符合大众的需求又要紧跟趋势、及时察觉民众的需求。事实上多数成功的品牌都能抓住消费者的需求。

3.3 开发陕西民俗艺术的文创产品

发掘陕西民俗艺术资源,推动文化创意产品开发,对弘扬优秀民俗艺术,传承中华文明,推进民俗艺术的发展,意义重大。以陕西民俗艺术为基础,发挥创意力去设计和研发包含民俗艺术元素的文创产品。这些民俗艺术用电影、电视、动漫、出版、游戏、卡通形象等当代艺术形式,来作为文创产品的开发手段,将文化创意产品高附加值的特点释放

出来。借助这个载体,主动地将民俗文化的信息融入到民众的日常生活中,引起民众的关注^[10]。

在陕西民俗艺术中选择适合开发的种类,在确保不从根本上改变民俗艺术的本质的前提下,依托政府部门、设计院校、相关企业等,采取合作、授权、独立开发等方式,开发文化创意产品。培养地方政府文化管理部门以及陕西民俗艺术传承人的创意研发和营销推广意识。优秀的陕西民俗艺术文化资源与创意设计、旅游业等跨界融合,与新型城镇化紧密结合,更多融入民众的公共空间,丰富城乡文化内涵,将民俗艺术与生活紧密联系。

4 结语

民俗艺术作为传统文化的一部分和物种进化的原则相当,它们都会在适合的环境中生存,当环境改变无法适应时走向消亡变成历史是必然的。运用数字技术对民俗艺术做精准记录,用互联网思维对民俗艺术做创新开发有着同等重要的意义。移动互联网数字平台传播和建立新生活方式是根据现代人的生活习惯和生活状态,让民俗艺术回归大众视野的最好办法,随着科技的发展,信息传播的方式必定会改变,民俗艺术的保护手段与理念也需要时时更新。新型城镇化发展的今天,陕西民俗艺术的保护工作越发困难,建立陕西民俗艺术品牌,运用移动互联网数字新技术手段来传播推广民俗艺术,在保留民俗艺术精华的基础上进行文化创意产品的开发,才是最终能留住民俗艺术、留住乡愁的正确办法。

参考文献:

- [1] 王文章. 非物质文化遗产保护研究[M]. 北京: 文化艺术出版社, 2013.
WANG Wen-zhang. The Protection of Non-material Cultural Heritage Research[M]. Beijing: Culture and Art Publishing House, 2013.
- [2] 陈山桥. 激活剪纸民俗 延续剪纸血脉——论民间剪纸的保护与传承[C]. 陕西省非物质文化遗产保护高峰论坛, 2008.
CHEN Shan-qiao. Activate the Paper-cut Folk Continuation of Folk Paper-cut Paper-cutting Veins: Theory of Protection and Inheritance[C]. Shaanxi Province Non-material Cultural Heritage Protection Peak BBS, 2008.
- [3] 房莹莹, 张肖童. 移动互联网时代下的品牌推广应

- 用设计[J]. 艺术与设计(理论版), 2013(8): 119—121.
- FANG Ying-ying, ZHANG Xiao-tong. Brand Promotion Application Design in Mobile Internet Age[J]. Art and Design(Theory Edition), 2013(8): 119—121.
- [4] 王宁宇. 传统民俗文化空间的查勘与保护[C]. 陕西省非物质文化遗产保护高峰论坛论, 2008.
- WANG Ning-yu. The Survey and Protection of the Traditional Folk Cultural Space[C]. Shaanxi Province Non-material Cultural Heritage Protection Peak BBS, 2008.
- [5] 彭迪. 建言民间艺术的活态保护[J]. 美术观察, 2007(11): 4—7.
- PENG Di. Suggestions on Folk Art Living Protection [J]. Art Observation, 2007(11): 4—7.
- [6] 张苇, 杨雪睿. 论数字时代背景下的品牌形象数字化设计表达[J]. 包装工程, 2015, 36(6): 55—58.
- ZHANG Wei, YANG Xue-rui. Discussion on Brand Image Digitalization Design Expression under Digital Times Background[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(6): 55—58.
- [7] 谭必勇, 张莹. 中外非物质文化遗产数字化保护研究[J]. 图书与情报, 2001(4).
- TAN Bi-yong, ZHANG Ying. The Chinese and Foreign Intangible Cultural Heritage Protection Digital Research[J]. Journal of Library and Intelligence, 2001(4).
- [8] 张明立, 冯宁. 品牌管理[M]. 北京: 清华大学出版社, 2010.
- ZHANG Ming-li, FENG Ning. Brand Management[M]. Beijing: Tsinghua University Press, 2010.
- [9] 涂子沛. 大数据[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2013.
- TU Zi-pei. Big Data[M]. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2013.
- [10] 曹伟. 现代设计对民间艺术的善用与创新[D]. 西安: 西安美术学院, 2007.
- CAO Wei. Rational Usage and Innovation of Modern Design on Folk Art[D]. Xi'an: Xi'an Academy of Fine Arts, 2007.