

传统工艺的跨媒体发展策略探析

王慧娟¹ 廖夏妍²

1. 四川文化艺术学院, 中国·四川 成都 610000

2. 乐山师范学院, 中国·四川 乐山 614000

【摘要】随着我国数字媒介技术与互联网技术的快速发展,传统工艺需紧跟时代步伐,在虚拟环境中创造一个新的知识空间和传播空间,从产品到文化,提升全民对传统工艺的认知。建立传统工艺品牌,促进行业跨界合作,实现线上线下经济利益的兑换与市场空间的发展,有效推动传统工艺的振兴与中华文化的传播。

【关键词】传统工艺; 跨媒体; 文化; 传播

传统工艺作为中华民族文明发展的智慧结晶,具有鲜明的民族风格和地方特色,其工艺品种和技艺通常具有百年以上的历史和完整的工艺流程。传统工艺门类众多,涉及衣食住行,是中国传统造物体系、造型体系、观念体系的集成。随着工业化、城镇化、市场化的快速发展,在低下的社会生产效率和财富高度集中的社会制度下诞生的传统工艺,面临着巨大的冲击,许多具有民族或地方特色的工艺品因找不到走向大众的途径而流失。同时,进入近代工业化时代后,品质不一,效率低下,价格昂贵的手工艺品似乎与当下人民的审美和生活并不协调,也使其沦为小众文化。在这种形势下,抢救和保护具有历史民族文化特色的传统工艺,成为国家文化政策的组成部分。

1 传统工艺新组织与结构

随着我国数字媒介技术与互联网技术的快速发展,传统工艺可以通过数字化途径进行展示和传播,在虚拟的网络环境中创造一个新的知识空间和传播空间,形成传统工艺的线上组织与结构。“这一空间使人们脱离了原有的,线性的,等级的和僵化的本土知识形态和关系,形成了一种离散的、复杂的和灵活的知识体验。”^[1]在传统工艺的发展进程中,主要体现为师徒传承和家族传承,通过合理的内部运作组织和分工,将成品或手工艺品以展览的形式展示给观众。由于时间与空间的限制,成品和手工艺品的受众范围和展示时间有限,传播覆盖率低。而如今,传统工艺通过抖音、头条等网络传播媒介以图片、视频、文字等多种形式展现,使更多的人能随时随地了解过去及现在、周围及外部世界。2020年8月故宫博物院“数字故宫”小程序上线,将非物质文化遗产传承人三年来参与的科技技术与传统技艺结合保护修复的成果的图片、三维模型、音视频素材、VR展览全景等数字资源,通过小程序平台与观众分享,为人们的文化生活带来丰富的知识体验与美的享受。同时数据显示,这样的数字产品吸引了更多的青年群体的关注,构建了一个线上线下互联互通的新组织与结构,也为传统工艺的传承与发展注入了新的活力。

2 传统工艺文化的传播路径

2.1 跨媒体文化传播

跨媒体通常被视为一种创新的方式使用传统媒体。在当前的媒体环境中,消费者控制着媒体的使用,他们决定何时何地访问特定的媒体和内容。传统工艺要走出传播困境,需要借助新型传播方式跨越媒介和平台,将文本、图像、音频、视频等高度交互融合,通过网络媒介的新技术手段和新技术装置去传达传统工艺的文化和价值。当下,围绕着传统工艺衍生的故事进行叙事的影像传播已有呈现,这种叙事结构更能体现主体创作者的主观感受,给观众带来更强的感官刺激,极大地增强了观众的代入感。

2.2 文化传播形式

主体的真实形象也可以以匿名的方式,掩藏在形形色色的技术形态当中。比如短视频、Flash动画、在线游戏、动态相册,以及QQ、微信、微博等。其中动画的呈现形式可以极大的降低真实空间与时间的限制,将传统工艺进行再创作,更接近现代人的审美体验,更有利于知识的普及与广泛传播。

3 传统工艺的发展策略

3.1 品牌建立

传统工艺品是以文化为介质的产品,是传统文化的物质形态,是民族文化的高度凝练。^[3]品牌就是体现文化身份的一种物质性标志,传统工艺品在保留传统技艺的基础上,进行创新,通过赋予传统工艺品以时代价值,塑造品牌形象。品牌的建立不仅要靠优质的产品,也离不开积极主动的宣传推广。举办活动,独立展览,在一线城市建立推广平台和销售渠道是当下传统工艺企业品牌宣传的主要方式,但随着影视剧的热播,也为传统工艺品牌提供了更多的跨介宣传途径。比如,“汝醉”一个初创品牌,将汝瓷酒具软植入于影视剧《清平乐》中,通过影视剧的热播流量来获得更多人的关注,为新品牌助力。同时,高附加值的品牌也可助力新品牌的传播。从丰富的传统工艺技艺和品种中,培育知名的中国品牌,是实现传统工艺振兴的建设之路。

3.2 行业跨界合作

目前传统工艺跨界合作较多的领域,依次为教育、文博文创、旅游、地产建筑家居和服装饰品行业。^[4]传统工艺的传承与发展不仅仅是“技”与“道”的传承,还需要实现经济效益和拥有市场空间才能使传统工艺传承发展。在国家大力扶持下,一些地区依据当地特色,开展非物质文化遗产保护和传统工艺振兴融合模式的旅游线路,将大众休闲体验项目嫁接到文化旅游项目中,带动传统工艺产业的发展。许多传统工艺已成为当地的文化名片,如景德镇陶瓷、苏州刺绣、南京云锦、北京景泰蓝、宜兴紫砂、东阳木雕、福州漆器等。但在新媒体的社会结构下,人们对所处环境的认知状态和掌握信息程度有所差异,传统工艺的未来需从专业生产向用户参与的路径发展,如能将互联网、媒体企业与传统工艺主导区域特色产业有机结合,通过跨媒体传播方式实现传统工艺的品牌形象塑造,把旅游、休闲、购物、传统工艺品融合,将会为传统工艺振兴提供更大的市场发展空间。

4 结语

传统工艺承载着中华民族的文化与内涵,传承和发展中华优秀传统文化是当代人民应当肩负的责任和使命。我们应当充分利用深厚的东方文化底蕴,创造传统工艺的中国品牌,打破传统发展与传播思维,通过不同的传播渠道与世界对话,宣传中华优秀传统文化,使观众采取积极主动的方式参与传统工艺的保护、传承及发展,促进中国传统工艺转型升级与创新,推动中国传统工艺早日振兴。

参考文献:

- [1] Robins K. 新媒体新在哪里[J]. 新媒体与社会, 1999.
- [2] 潘鲁生. 保护·传承·创新·衍生——传统工艺保护与发展路径[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计), 2018(02): 46-52.
- [3] 李晓岑, 朱霞. 传统工艺与中国品牌[J]. 自然辩证法研究, 2017, 33(02): 98-104.
- [4] 陈岸瑛, 高登科. 中国传统工艺品牌发展报告[J]. 美术大观, 2020(07): 38-40.