

数字媒介时代传统文化产业的发展研究

于庆伟¹ 杨珉²

(1.新疆理工学院 新疆阿克苏 843000; 2.中共阿克苏地委党校 新疆阿克苏 843000)

【摘要】民间传统文化产业,包括民间工艺、饮食、技艺等与中华优秀传统文化息息相关的产业,如年画、舞狮、皮影戏、刺绣等,是中华优秀传统文化的重要组成部分,而大部分民间传统文化产业,从非物质文化遗产中脱颖而出,非物质文化遗产不是博物馆珍藏的文物,它与物质性文化遗产的不同在于它是活态文化,既有历史积淀下的特定“文化基因”,也反映现代生活的动态发展和变革。随着民间传统文化走上产业化的道路,民间传统文化面临着后继无人、技艺失传的困境,随着媒介数字化与信息化的发展,如何在数字化时代更好地传承、保护、传播民间传统文化产业已成为社会面临的重要课题。数字媒介的发展为民间传统文化产业提供了机遇,利用数字技术开发民间传统文化产业,促进传统文化的创造性转化、创新性发展。

【关键词】数字媒介; 传统文化; 民间; 传播

DOI: 10.18686/jyyxx.v4i1.70603

1 数字媒介对传统文化产业的影响

1.1 提供技术条件

数字媒介的发展为传统文化产业提供了有力的传播技术条件,不断扩大文化产业的传播声量与影响力。在数字媒介时代,新媒体传播技术得到不断革新,越来越注重互动性与个性化,关注人与产业如何相协调而共生。直播技术的发展催生了直播带货模式,产业链条从“后台”走到“前台”,更加公开、透明地展现民间工艺产品,也让受众覆盖范围从局部的线下观众转变为全国各地的线上观众;利用VR、AR等技术,观众能够身临其境地体验民间工艺,观摩精细技术的全过程,通过具有互动性的操作体验,观众能够远程参与到民间工艺的创作当中,成为民间工艺“守护人”之一;利用新媒体交互装置艺术的设计,能够使技术为艺术助力,远程技术能够让不在场的艺术“到场”,利用光影能够为“皮影戏”营造更为绚丽夺目的环境,技术与艺术交相辉映;福建省对大运河沿线文物点的数字化保护,综合运用了三维地理信息系统以及仿真模拟等技术对珍贵的文物资料进行了3D扫描建模与立体摄影,使濒临消亡的文物得以留下原本的风貌。数字媒介为民间传统文化提供了更具养分的土壤,促进民间传统文化产业在困境中破茧而出、得到重生与发展。由此可见,传统文化重新绽放光彩并得以长久留存需要利用新媒体技术。

1.2 整合文化资源

数字媒介的另一优势在于整合海量的数据,将跨界的传统文化资源整合,进而优化民间传统文化产业资源的利用方式。随着社会生产力的不断提高,科学技术得到了飞速发展,传统的传播方式不能满足飞速发展的社会需要与产业竞争的需求,新媒体传播手段得到极大革新与发展。

“即时”“海量”成为当下数字媒介传播的两大重要特征,在互联网时代下,新媒体技术为文化传播带来了许多优势,如传播速度快、渠道广等,为将这些优势充分凸显出来,应探究传统文化产业与其契合点,与媒体优势相互结

合。“大数据”是数字媒介时代信息的重要体现,对于大数据的利用与分析是掌握核心资源、优化与重置资源结构的重要方式。因而,利用数字媒介可以有效整合数字文化资源,建立大数据资源库,及时对反馈进行分析处理。

1.3 助力品牌传播

民间传统文化产业既具有文化领域具有的独特性、传承性、稳定性,又兼具产业所具备的商业化性质。民间传统文化通过产业化道路来传承与发展中华优秀传统文化,就要建立起相应的品牌传播策略,即相应的“IP”策略。近年来,故宫文创运用数字化媒介传播策略,成功打造“故宫文创”IP,推出了一系列具有强烈反差的人物形象,如“萌萌哒”的皇帝、“傲娇”的故宫的猫等,掀起一阵故宫潮流。凭借着数字化虚拟形象的打造、具有互动性的媒介传播,故宫文创轻易便撬动了“出圈”的密码,让数字传播媒介助力文化产业道路不断创新,让文化产品更加“接地气”,成为深受大众喜闻乐见的产品。借助数字化媒介,民间传统文化得以以另一种创新的、颠覆的形式呈现在大众面前,助力打造产业独特IP,走产业品牌化道路。

2 数字媒介思维引领传统文化产业发展

2.1 “互联网+”思维

在互联网时代,民间传统文化产业需要具备“互联网”思维,利用网络特性助力产业发展,让传统文化“活”起来,成为信息时代的源头。互联网思维,首先要求要有综合联系的能力,将一切线下服务搬到线上,用技术和媒介解决现有的产业困境。民间传统文化产业强调“工匠精神”“精益求精”,往往打造了许多精品,但受众范围却不广,以至于精品文化未能走入年轻人的眼中;其次是观念的更新与作品的创新能力未能赶上时代,以至于未能吸引大众的目光。而恰当运用数字化媒介,宣传和整合传统文化资源,就能将文化产业产品以崭新的形式重新“包装”,以符合时代潮流与主流核心价值观的形式推广给受众。挖掘出土的三星堆文物则是恰当地运用了“互联网+”的思维,

将传播形式网络化呈现,用一曲说唱撬动了年轻人的心。通过有趣的说词和技术加工后的画面,呈现出电子风、赛博朋克风的三星堆文物以亮眼的形式走到了大众面前,更是不断延伸出新的文化产品:三星堆雪糕、三星堆手工等。

2.2 内容运营思维

内容运营思维不仅强调传统文化产业要懂得运用互联网进行文化产品的包装,更意味着文化产业要懂得传播规律、懂得内容的运营与创新。在数字媒介时代,“内容”“渠道”“流量”是民间传统文化产业破圈的三把钥匙,而其中最为重要的便是“内容为王”这一原则,这要求传统文化产业要不断创作出符合受众品味的精品内容。好的内容,应当是能够引起当下观众的共鸣、吸引观众的兴趣,并在一定程度上做到创新。视频网站B站up主“卢正义的雕刻时光”是一位年老的民间工艺人,他擅长木雕、手工艺精湛,从他手中雕刻出的木雕栩栩如生。但其创作并没有止步于传统的人偶,又或是孙悟空、刘关张等传统人物形象,而是迎合当下二次元动漫爱好者的潮流,雕刻出如“安琪拉”“御坂美琴”等经典的二次元动漫形象。富有节奏的雕刻过程配合以音乐剪辑,短视频呈现出令人大吃一惊的雕刻技巧以及富有美感的观看体验。

3 民间传统文化产业发展方向

3.1 文创产品的开发

传统的民间文化产业生产的仍然是较为经典、较为古老的人物形象,其包装设计、产品理念等均未能跟上时代的步伐。在数字媒介时代,文化产品的开发应当更加“接地气”,赋予其人物角色和形象,让文化产品“活”起来,创造崭新的人物形象。其次,产品开发越来越注重互动。从“AR互动”到“大唐不夜城盲盒”到“考古挖掘套装”,文创产品越来越抓住受众的好奇与互动心理,产品与人的互动本质上是人与文化的交流,不断开发出具有互动特质的文创产品,赋予消费者“生产”与“创造”的角色。在“内容为王”的时代,只有生产出受大众喜闻乐见的文化产品,展现中华优秀传统文化,用年轻化的手段呈现历史的沉淀,才能够让民间传统文化在产业的道路上越走越远。

3.2 运用数字化传播模式

相比于传统的图像,视频传播是视觉与听觉的综合运用,加之“弹幕”等互动技术的加持,视频具有无可比拟的动态性与互动性的呈现,是民间传统产业可以借助的有力工具之一。运用影视化传播技术,不仅可以呈现民间传统文化精益求精的工艺部分,将作为中华优秀传统文化的精髓呈现,更可以利用后期加工、音乐视觉等技术打造符合当下年轻人审美思潮的文化视觉精品,做到传播性与艺

术性的兼具。《国家宝藏》便是在影视化潮流之下被打造出的一档文化精品类节目,节目每一期都讲述一件博物馆珍藏文物的“前世今生”,通过演员讲述文物的“前世”,通过普通人的经历来讲述文物的今生故事,节目中无论是文物本身的精美、演员的演绎、还是普通人的故事,都让无数观众为之动容。影视化传播富有多种多样的形式,如文化综艺、纪录片、微电影等,在影视化传播广受关注之下,民间传统文化产业与影视化的合作无疑是一条可走的出路。

相较于影视化传播的大成本、大制作,数字化传播制作成本更低,互动性更强,文化产业可通过图片、视频、音乐等影像方式呈现数字化文化资源,如“中国非遗网”“中国传统村落网”以及国际非遗博览园网站等。一是利用图文形式进行数字化传播,如全景图、H5、小程序等数字化展示形式,这类形式具有强烈的互动性与传播性,能够迅速在社交媒体中形成传播链条,通过熟人社交圈层式的传播模式扩散开来,更为精准地触及受众;二是可以借鉴公共文化服务平台中的展示技术,借助全息投影、3D、AR等互动设备,使观众进行简单的文化互动体验,增强对文化资源的了解。但数字化传播不能与产品相脱离,否则就不能真正起到推动产业发展的作用。以故宫博物院为例,虚拟与增强现实的技术增强了受众的参与感,激发观众的购买欲望。

在互联网时代的快节奏、海量信息中,短视频作为成长的风口迅速崛起,成为大多数用户浏览最多的视频模式。相较于影视化传播,短视频制作成本更低、效率更高;而相较于数字化传播,短视频生产技术含量较低、触及受众更广,因此,短视频逐渐成为个人及自媒体采用的产出形式。

3 结语

随着互联网技术的发展与文化自信的建立,越来越多中华优秀传统文化被呈现在大众的面前并受到喜爱。在文化产业飞速发展的今天,应当如何让民间传统文化产业搭乘上“数字媒介”的快车,创造出更多具有民族特色、民族风范的精品值得我们深思。而握住互联网的钥匙,运用互联网思维、借助互联网记录、传播的手段,是当下民间传统文化产业的重要发展方向。

作者简介: 于庆伟(1987.9—),男,河南南阳人,硕士研究生,讲师,研究方向:翻译理论与实践,汉维双语教育;杨珉(1989.12—),女,山东平度人,硕士研究生,讲师,研究方向:思想政治教育,国际政治。

【参考文献】

- [1] 孙茂华.传统文化产业如何搭乘新媒体快车[J].人民论坛,2017(31):234-235.
- [2] 杨懿.互联网时代文化产业发展方向[J].中国民族博览,2019(4):74-75.