

<https://doi.org/10.52288/jbi.26636204.2020.04.15>

新媒體為非遺文化年輕化發展帶來新機遇 New Opportunities for the Rejuvenation of Intangible Cultural Heritage by New Media

陳瑩^{1*} 劉莉²
Ying-Chen Li Liu

摘要³

作為中華文化瑰寶的非遺文化，古往今來凝聚了無數中華兒女的汗水與心血，它們是中華文化之魂，更是一個國家軟實力的重要組成部分。但近年來非遺文化的傳承與發展不斷受阻，傳統的方式已不再適應當下資訊高速發展，以年輕人為主導的現代化社會。追根溯源，無非是傳統非遺文化與年輕人之間的脫軌，也是年輕人與非遺文化之間的文化斷層。面對非遺文化傳承持續老化，年輕受眾群體少這一嚴峻的形勢，新媒體的崛起無非為非遺文化帶來了重煥生機，繼而持續發展的機會。將新媒體技術與非遺文化相結合，為非遺披上新時代潮流的外衣，藉以創新型平臺加以傳播，由此讓非遺文化更快更好更有效地走進年輕人視線，把握非遺年輕化發展新機遇，實現“質”的飛躍。

關鍵字：非遺文化遺產、新媒體、創新發展、年輕化

Abstract

As a treasure of Chinese culture, intangible cultural heritage embodies the efforts of countless Chinese people throughout the ages. It is the soul of Chinese culture and an important part of a country's soft power. However, the inheritance and development of intangible cultural heritage have been constantly hindered in recent years, and the traditional way is no longer suitable for the modern society with the rapid development of information and the leading role of young people. Tracing back to the reasons, it is the digression between the young and the traditional intangible cultural heritages, as well as the cultural dislocation between them. Based on the continuous aging of intangible cultural heritage and the lack of young audience, the rise of new media really brings intangible cultural heritage the precious opportunities to make it reinvigorated and even keep on developing. There is no doubt that intangible cultural heritage should be combined with the new media technology. Only in this way can it make the intangible culture grab the attention of young people more effectively, grasp the new opportunities for the development of intangible cultural heritage in a younger age, and finally achieve the aim of "quality".

Keywords: Intangible Cultural Heritages, New Media, Innovation and Development, Rejuvenation

¹ 廈門大學嘉庚學院國際商務學院本科生 cy18965701889@126.com*通訊作者

² 廈門大學嘉庚學院國際商務院副教授

³ 本研究為廈門大學嘉庚學院大學生創新創業訓練計畫項目(專案序號 37)之部份成果

1. 研究背景

聯合國教科文組織在《保護非物質文化遺產公約》中提出：“非物質文化遺產指被各群體、團體、有時為個人所視為其文化遺產的各種實踐、表演、表現形式、知識體系和技能及其有關的工具、實物、工藝品和文化場所。”由此可以看出，非物質文化遺產是在滾滾的歷史長河中，被時光所沉澱的人類文明精髓、人類文化寶藏與人類歷史見證，是我們文明的重要組成部分。以中國為例，僅僅是到2014年第四批非物質文化遺產就共有3,154種，恰恰說明了非物質文化遺產是我們在這5,000年歷史中長期的生產、生活中經驗積累、文化創造的產物，是中華文明的瑰寶，代表了那段時期的科技發展水準和文化繁榮水準⁴。

2. 研究意義和目的

聯合國教科文組織在《保護非物質文化遺產公約》說明：“考慮到必須提高人民，尤其是年輕一代對非物質文化遺產及其保護的重要意義的認識”，“認為非物質文化遺產是密切人與人之間的關係以及他們之間進行交流和瞭解的要素，它的作用是不可估量的。”非物質文化遺產傳承到今天，除了本身的生命力之外，也在進行著不斷地繼承與發展。

非物質文化遺產作為人類文明的瑰寶，需要保護與傳承。但現今大多數的年輕人對非物質文化遺產既無瞭解又不感興趣，非物質文化遺產的傳承、保護、發展成為了一個亟待解決的問題。非物質文化遺產亟需找到一個屬於他自己的、不斷吸取新鮮血液、適合年輕人、可持續發展的新模式；與此同時，年輕人作為社會的主體和消費的主力，對非遺文化的傳播和傳承具有重要的意義，只有年輕人認識非遺、瞭解非遺、喜愛上非遺，非遺文化才能更好的傳承與發展下去。本文探究的非遺文化年輕化，不僅指的是非遺文化的受眾年輕化，還有非遺文化本身在吸取了大量年輕血液之後，在新時代的新發展。

3. 非遺現狀：非遺文化多而豐，但傳統方式下非遺發展傳承受阻

中國作為非遺文化的泱泱大國，五千年歲月的洗禮、五千年情感的積澱、五千年智慧的凝聚、五千年文明聖火薪傳百代，在漫漫歷史長河裡留下了無數珍貴的非遺文化遺產。但隨著社會的進步與生產力的不斷發展，人們的思想觀念發生了翻天覆地的改變，代表著古老技藝的傳統師徒制，也受到了當今工業標準與流水線標準化生產的衝擊，古老而又傳統的口耳相傳、耳提面命的形式，已經不適合非遺文化在資訊高速化的今天發展；除了部分對非遺有著深厚感情的中、老年人外，當下年輕人對非遺文化並沒有抱有太多的感情，非遺文化遭遇了傳承與發展的危機。

一方面，地方和中央政府對非物質文化遺產有大量的政策保護和扶植，非遺有著屬於他們的文化區域、文化博物館和文化課堂；另一方面，新媒體平臺因為操作性強、開放性高、內容豐富、形式自由，為傳承非遺文化提供了更為迅捷、便利和全面的發展機遇，創造了多元化的宣傳推廣模式。非遺文化動漫形象化大受當代年輕人的歡迎，也為非遺文化的傳承和傳播提供了一條新的有效途徑。

⁴ 中國非物質文化遺產網 (<http://www.ihchina.cn/>)

4. 新媒體與非遺文化傳播發展歷程

隨著現代通訊與新媒體技術的飛速發展，非遺文化由傳統傳播向現代化傳播邁進了一大步。最原始的非遺文化，在一些實質物質基礎上，由老一輩進行口頭傳承，民俗表演也在禮儀及特殊時刻的出現進行傳播；但這種方式傳播範圍小、速度慢、資訊不完全。在改革開放後，由於經濟的飛速發展與電視機逐漸走入家家戶戶，出現了一些節目或者公益性廣告，以經典的內容介紹非遺文化；但這些節目在數量不小的非遺數目下，傳播及傳承效果依然顯得乏力。在科技越發進步的時代，出現了大量新型傳播方式：微信公眾號、抖音短視頻、新浪微博及文化類網路綜藝等，這些是新媒體時代現代技術的發展的結果，媒體的運用可使聽覺、視覺融合為一體。

互聯網的發展同時也為建立非遺文化的數字平臺提供了條件，如中國非物質文化遺產網，其中收納了各地的非遺名錄並有相關介紹，對於非遺的政策與動態及時更新，方便大眾的查閱也保存了非遺的相關寶貴資料；技術的發展在還原殘缺模糊非遺資料上也起了很大作用。近年，AR與VR技術的發展，更能使大眾生動的體驗與瞭解非遺文化，這種新奇的方式激發了人們瞭解非遺文化的興趣。總而言之，隨著現代技術的發展，媒體的運用可使聽覺、視覺融合為一體。媒體技術衝擊傳統手工藝固有的存在形態和靜態展出模式，使非物質文化遺產可以通過新媒體以影像、AR、交互感應等方式，動態地展示全方位、立體式非遺文化的美，引起人們的關注，從而開啟現代化的生存格局。新媒體互動強、傳播迅速和大容量等特徵，使其彌補了傳統媒體的劣勢，超越其局限，打破了時空限制，給非遺文化的保護傳承與傳播帶來新契機。

5. 非遺發展機會：與新媒體相結合，迎來非遺文化發展的春天

5.1 互聯網思維和非遺文化的結合

過去中非遺的傳承和傳播往往是靠著“口碑”、“招牌”、“字型大小”等，靠著好名聲和公信力來進行著代代的傳承，而對於身處互聯網時代的年輕人們來說，這種傳播方式明顯受到了地域性與時效性的限制。現今人們獲取資訊的方式多種多樣，效率轉化能力隨著新媒體平臺的興起而不斷地加強，以微信、微博為代表的社交平臺加速了人們的交流，縮短了人們之間的距離；而以抖音為代表的15秒短視頻平臺的興起，表達了人們快速獲取資訊的需求與能力，使每個人都能隨時隨地參與互聯網平臺的交流與討論之中。身處於網路媒體高度發展的當今社會，非遺文化要想生存發展勢必需順勢而為；只有賦予非遺文化新時代的內涵，融合新元素，借用互聯網時代的新媒體傳播手段，才能將曾經的“文化遺產”變為年輕人心中的“文化財產”。

5.2 數位技術為非遺文化的受眾群體加入新鮮血液

用數位技術的方式打開非遺文化，使其表達方式更具多樣性，擺脫傳統的舊式思維，為非遺的發展帶來無限可能。數位技術最大的好處是突破時空和物理界限制，通過採集文物展品的數位圖像資訊等，輔以線上APP觀摩方式，打造數位化虛擬博物館，使觀眾做到足不出戶便可遊覽天下，讓更多的年輕人參與其中；此外，隨著未來AR/VR等虛擬實境技術的進一步發展，還可以深度融合人類的視覺、聽覺乃至觸覺等多種感官，讓非遺更加完整而真實地呈現給大眾，實現全方位、沉浸式、交互性的參觀方式。虛擬實境技術在非遺上的廣泛應用，將使得一些實地非遺參觀的方式變成可替代選擇，顯而易見，這將進一步擴大非遺文化的受眾群體，吸引更多年輕人的眼球。

數位技術與非遺結合，在給觀眾帶來良好體驗感的同時，另一方面還有助於提升博物館等非遺文化場所的管理和服務水準，做到從觀眾中來，到觀眾中去。何為“從觀眾中來，到觀眾中去”呢？這就不得不提到觀眾行為資料的收集了。在各類非遺博物館的展廳裡設置感測器，通過收集觀眾的行為資料，如觀眾的停留時間、是否拍照以及觀眾的基本性別年齡辨別等，以此作為分析洞察非遺文化受眾群體的特徵；再通過大資料分析、推薦演算法，為不同的人群提供各自專屬服務，合理安排博物館的空間佈局，為治理館內擁堵提供方案依據。

5.3 用短視頻的內容創作“活化”非遺新時代內涵

非遺的發展與年輕化，除了借助數位技術，更要在保證自身精神內核不變的前提下，不斷注入新時代的內涵，與時俱進，將古代傳統非遺文化與現代文化相融，用現代人的思維方式去打開古老的文化智慧；而現下風靡國民娛樂的短視頻行業，則是非遺與現代文化生活相融合的一個切入口。

“撐著油紙傘，獨自彷徨在悠長、悠長又寂寥的雨巷。”江南的詩情畫意便躍然紙上，而傳統的油紙傘卻漸漸在消失，成為了機械化生產下的粗製濫造。抖音中一條傳統油紙傘製造的視頻，將這個瀕危的“老人”拉回了大眾視線。年輕人們迅速被這個富有韻味的非遺傳統手藝吸引，許多年輕人表示希望能學習這項技藝，並將其傳承下去。截至2019年4月，國內1,372項國家級非遺代表專案中，有1,214項在抖音有內容傳播，覆蓋率超88%，共產生超2,400萬條視頻和1,065億次播放⁵；在平臺的支持和政府的引導下，抖音成為了目前全國最大的非遺文化傳播平臺，越來越多的來自各地的非遺創作者“組團”入駐，非遺MCN雨後春筍般崛起。非遺文化與抖音碰撞間，年輕人與老一輩手藝人相互影響，傳統文化與現代思維、藝術和商業相互融合，形成奇妙的化學反應，讓傳統印象中“只可遠觀不可褻玩”的非遺文化，在“接地氣”中煥發出新的生命力。

5.4 非遺IP動漫化，構建強大的年輕粉絲群體

以動漫形象塑造非遺IP，是在創新非遺文化傳承手法上的一種嘗試，更是迎合時代發展需求，與年輕人接軌的一種非遺創新表達。二次元的注入改變非遺過去“老齡化”的印象，拉動青少年受眾的“眼球經濟”；此外，非遺IP所塑造出的動漫形象，在有了一定的年輕粉絲基礎後，不應就此停住腳步，相反地更需要抓住時機，乘勝追擊。在擁有非遺IP動漫形象的基礎上，結合影視產業，娛樂產業等年輕人的常駐區，進一步進軍年輕人的圈子，培養自己的粉絲群體與粉絲忠實度，增加用戶粘性。除此之外，非遺IP的動漫形象一旦形成，還將衍生出與此相關的一系列非遺周邊文創產品，帶動非遺動漫遊戲等相關產業的發展，形成粉絲經濟，帶來巨大的經濟效益；而經濟效益又會反哺非遺IP動漫形象的創新創作，形成良性迴圈。

6. 總結

非遺要想在後流量時代脫穎而出，必須抓住社會核心人群的真正需求，在恰當的時間、找對的人、用正確的方式表達；而所謂正確的表達方式，無非是借助新媒體創新思維、非遺數位化、動漫化、系列短片出街、短視頻流量加持等年輕人喜聞樂見的方式來展現。一份古老藝術的傳承延續歷經千辛萬苦，其中不只是需要傳承人的堅

⁵ 中國日報網。抖音“非遺合夥人”計畫上線，全國招募50名傳承人。2019/04/17。

(<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1631025373409700280&wfr=spider&for=pc>)

守，更需要傳承人的智慧與勇氣；一種文化得以持續而穩定發展的關鍵，更需要依託於一代又一代的年輕人來接力，一旦出現際代斷裂，文化就消失了；而那些失去了年輕人的文化，便如同失去了活力，終將埋沒於時代。文物與非遺文化，唯有“進駐”現代新媒體世界裡，才能贏得青年人，讓歷史延伸到更遠的未來。

收稿時間：2020-02-13
責任編輯、校對：嚴佳怡、劉舒霖