

<https://doi.org/10.52288/mice.27069273.2021.03.04>

探索非物質文化遺產之“虛實相生”新模型 Research on the New Model “Virtual and Real” of Intangible Cultural Heritage

張正澤^{1*} 陳書恒² 劉莉³
Zheng-Ze Zhang Shu-Heng Chen Li Liu

摘要

聯合國教科文組織在《保護非物質文化遺產公約》中提出：“非物質文化遺產指的是被各群體、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”。非物質文化遺產是各族人民世代相承、與群眾生活密切相關的各種傳統文化表現形式和文化空間。它既是歷史發展的見證，又是珍貴的、具有重要價值的文化資源。近年來，隨著科技的不斷發展，新媒體時代的到來，非遺產文化的傳播方式逐漸現代化。新媒體技術衝擊了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動態地展示給人們。本研究的“虛實相生”模型將會以更加新潮的方式，將古老的非遺文化與新媒體大勢相融合，將世界的遺珠以新穎的方式呈現在大眾眼前。

關鍵字：虛實相生、新媒體、非遺文化、模型

Abstract

UNESCO puts forward in the convention for the protection of intangible cultural heritage that “intangible cultural heritage refers to all kinds of practices, performances, forms of expression, knowledge system and skills as well as related tools, objects, handicrafts and cultural sites regarded as their cultural heritage by groups, groups and sometimes individuals.” With the rise of the era of science and technology, the rapid development of new media technology, intangible cultural heritage culture from traditional communication to modern communication has made a great stride forward - from the most primitive oral transmission to today's new media multi-faceted communication. Media technology impacts on the inherent existence form and static exhibition mode of traditional handicraft, so that intangible cultural heritage can be dynamically displayed to people. The model of virtual reality interaction will integrate the ancient intangible cultural heritage culture with the general trend of new media in a more fashionable way, and present the world's relics in a new way.

Keywords: Virtual and Real, New Media, Intangible Culture, Model

¹ 廈門大學嘉庚學院國際商務學院國際商務專業 1301003172@qq.com*通訊作者

² 廈門大學嘉庚學院會計與金融學院金融學專業

³ 廈門大學嘉庚學院國際商務學院副教授

1. 研究背景

1.1 非物質文化遺產及其傳承危機

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的精髓、人類文化的寶藏、人類歷史的見證，是我們文明的重要組成部分。許多發達國家都非常注重文化遺產的數位化保護與傳播，大規模地把文化遺產轉換成數位文化形態逐漸成為世界潮流（彭冬梅等，2006）。就以中國為例，國務院先後於2006年、2008年、2011年和2014年公佈了四批國家級專案名錄（前三批名錄名稱為“國家級非物質文化遺產名錄”，《中華人民共和國非物質文化遺產法》實施後，第四批名錄名稱改為“國家級非物質文化遺產代表性項目名錄”），共計1,372個國家級非物質文化遺產代表性專案（以下簡稱“國家級專案”），按照申報地區或單位進行逐一統計，共計3,145個子項，涉及國家級非物質文化遺產代表性專案保護單位3,154個。這恰恰說明了非物質文化遺產是中國這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。

但隨著社會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，非遺傳承中常見的師徒制，受到了當今工業標準與流水線標準化生產的衝擊，口耳相傳、耳提面命的傳授形式，似乎在資訊高速化發展的今天有些格格不入。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因為不瞭解而難以抱有太多的感情，非遺文化遭遇了傳承與發展的危機。新媒體例如短視頻等自媒體傳播如今十分火爆，在視覺與聽覺藝術的包圍之中，非遺文化的古老技藝如何與現代技術相結合，從而提高尤其是年輕群體的關注度，成為有現實意義的重要課題。

1.2 新媒體技術

新媒體是利用數位技術，通過電腦網路、無線通訊網、衛星等管道，以及電腦、手機、數位電視機等終端，向使用者提供資訊和服務的傳播形態，具有即時性、交互性、社群化與個性化等特性。從發展階段上來看，“新媒體”特指當下與“傳統媒體”相對應的，以數位壓縮和無線網路技術為支撐，利用其大容量、即時性和交互性，可以跨越地理界線最終得以實現全球化的媒體。新媒體是新技術的產物，數位化、多媒體、網路等最新技術均是新媒體出現的必備條件。如果能將這一技術應用到非遺文化的傳承之中，則能將它們的文化價值轉化為經濟價值，促進地方經濟的發展，從而為非遺文化的傳承與保護創造更多的資金，實現非遺文化的可持續性發展（劉麟君與周夏陽，2018；孫克安等，2019）。例如將非物質文化遺產動漫化，這種手段是以新媒體技術為媒介，可以讓非物質文化遺產進行二度創新，使其有更廣泛的受眾群體與傳播熱度（周亞與許鑫，2017）。與此同時，也促進了新媒體文創技術與非物質文化遺產傳承的雙向交流，促進了內容與載體相互更加地融合發展。

1.3 項目意義

聯合國教科文組織在《保護非物質文化遺產公約》有說明：“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。但是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。

本文旨在通過結合中國過去保護、發展非遺文化的經驗，總結出保護、傳承借鑒江西景德鎮、故宮博物院這類文化傳承、發揚、保護新模式，對以前口耳相傳、注重文化環境的傳統非遺傳承方式轉型升級為“虛實相生”的非遺品牌化傳承新模式，總結全世界保護非物質文化遺產的新方式，為實現非遺品牌化、非遺大眾化、非遺年輕化，保護非物質文化遺產、人類精神文明的瑰寶做出貢獻。

2. “虛實相生”的通用新模型

2.1 “虛實相生”釋義

“虛實結合”非遺年輕化模式的核心思想，是通過多種新媒體技術與非遺傳播線上與線下的融合式發展，用虛擬新媒體的“虛”及線下實體的“實”結合，來進行非遺文化的傳承，使非遺的傳播方式更為多樣化、現代化和年輕化，增加年輕群體的認可。這種方式解決了現在非遺文化在年輕人當中的神秘性和遙不可及的感覺，提供一個可給非遺文化更廣泛傳播機會的新途徑。

這裡的“虛”的意涵，主要指新媒體的傳播不同于傳統原子和分子構成的物質世界，而是以比特為載體（比特為信息量單位，在這裡衡量虛擬世界的資料），網路為途徑，通過比特世界的傳播，助力 IP 創造與品牌化建設。“實”則是指在通過現實世界中的物理載體，例如博物館、體驗店、商鋪等實現非遺文化的傳播。

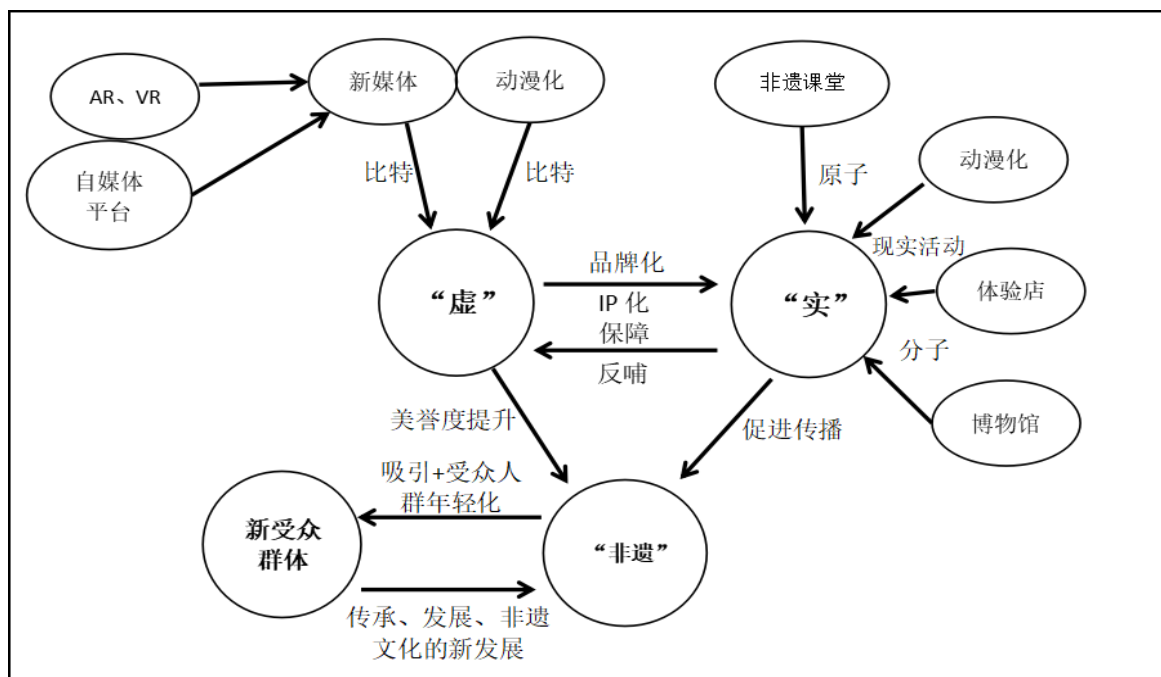
年輕人不瞭解非遺文化，覺得非遺文化就如同蒙上一層面紗，如果我們能將這層面紗揭掉，結合非遺文化歷史傳承人的文化教育，就能更好地進行非遺文化的傳播。不論借助“虛”還是“實”，非遺文化是貫穿其間的核心要素，通過“虛”與“實”結合，促進“虛”與“實”的相互發展，是構建非遺文化年輕化傳播方式的主要目標。

以圖 1 為例，在“虛”線上用以新媒體技術（AR、VR 等）進行非遺文化的品牌化、IP 化，這是非遺文化實體化的必要前提。在“實”的具體方式中，可以運用線下體驗店或博物館，以文創產品或動漫的產品模式，將前面“虛”線建立的品牌和 IP，以實體方式展示出來，這也是能進一步完善“虛”線以及使非遺文化虛實結合自洽的重要保障。通過“虛實相生”模型的打造與應用，使非遺文化以新面貌呈現在年輕受眾的世界中，提高美譽度和傳播度，從而有了萌發新受眾群體的無限可能性。

2.2 “虛實相生”中“虛”的發展方式

在“虛”的線性發展中，希望通過採用新媒體、動漫化來推動非遺 IP 創造、品牌化的有機結合，以虛擬新媒體技術創造新的非遺文化，吸引年輕群體沉浸其中，讓年輕群體的審美與非遺文化的新媒體形象逐步趨同，從而達到非遺文化傳播年輕化的積極效果。

從具體執行流程來看，如圖 1 所示，可以先塑造非遺文化的動漫化形象，作為之後自媒體平臺宣傳，以及“實”線之中的線下售賣的動漫化文創產品的統領。然後將非遺文化的相關文化元素聯繫時代熱點與新聞，以幽默化或者更能讓年輕受眾群體接受的輕鬆休閒的筆觸，展示在微信公眾號等自媒體平臺上。輔以 AR、VR 等時下年輕受眾群體熱愛的新媒體的使用，多種新媒體結合的聯合傳播，構建非遺文化“虛”線傳播的系統。



資料來源：本文自行整理

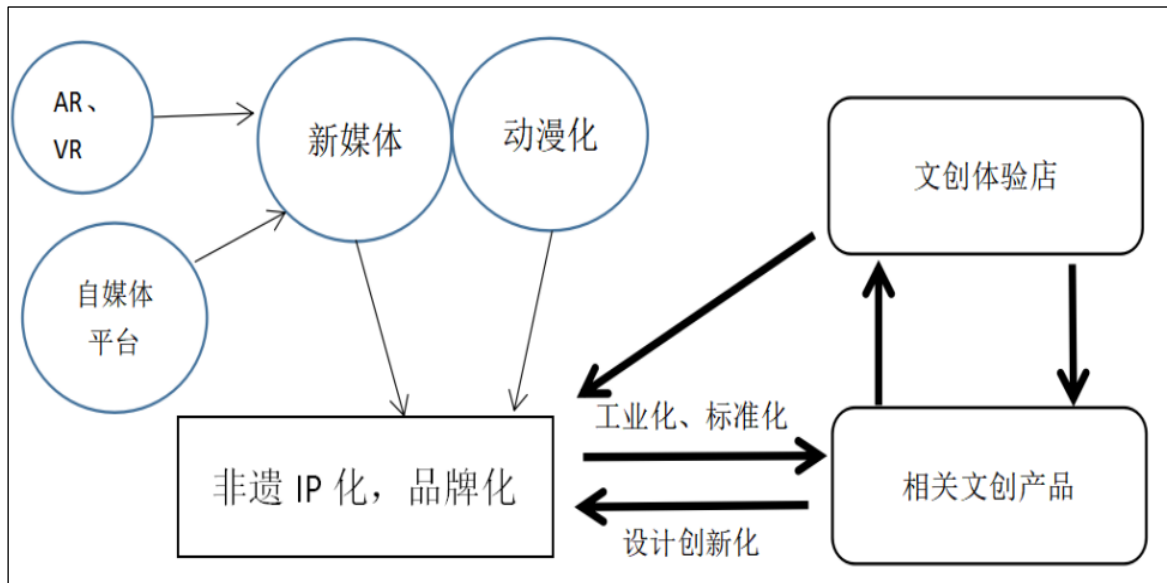
圖 1. 虛實相生的非遺年輕化傳播模式概念圖

2.3 “虛實相生”中“實”的集聚效應

所謂集聚效應是指各種產業和經濟活動，在空間上集中產生的經濟效果，以及吸引經濟活動向一定地區靠近的向心力，是導致城市形成和不斷擴大的基本因素。比如廈門沙坡尾的貓街就是文創產業的集聚地，相互之間的文創技術產生積極的經濟效益，從而凝聚出文創產業在沙坡尾的獨特向心力，並不斷向曾厝垵等鄰近地區擴散，呈現出欣欣向榮的積極態勢。

如何在現實世界的非遺文化傳播中，實現相關產業集聚，達到“以文化人”的目標，是非遺文化在實體傳播上的痛點和難點。波士頓美術館的吉爾曼在一個世紀以前提出了“博物館疲勞”（Museum Fatigue）：在長時間觀看文物以後，遊客會普遍出現精力耗竭、注意力渙散等生理性疲憊，從而產生厭倦。解決“博物館疲勞”的常見方法是將貨物、商品、文化、服務、體驗融合在一起，創造性地將單純的遊客自行參觀升級到融合講文化產業鏈中，例如將博物館與工坊和文化館融合，打造相關產業的集聚。

“虛實相生”中的“實”可以運用集聚效應推動非遺文化的知名度發展，如圖 2 所示，非遺文化的“實”線發展，則是以線下的文創產業聚集地（如沙坡尾藝術西街等）為集聚效應的載體，在其中進行非遺課堂的實操展示，吸引兒童進行互動；並將前期“虛”線中的動漫化的非遺文化做出相關文創周邊，與文創企業進行合作，線下售賣相關產品；與一些線下 DIY 文創體驗館和博物館進行合作，進行非遺的 VR 遊戲和 DIY 製作課程等實際操作，讓受眾群體近距離接觸非遺文化，促進其傳播。文創產品是博物館文化傳播和教育的手段，非遺文化的延續離不開文創產品這一“實”的內容，提供保護，帶來機遇（卜星宇，2017）。



資料來源：本文自行整理

圖 2. 互相反哺發展的“虛”與“實”

2.4 “虛實相生”的互促態勢及意義詮釋

非遺文化的“虛實相生”是呈互哺發展態勢的。“虛”是實現“實”的重要前提，“實”是能讓“虛”持續的必要條件，二者缺一不可。“虛”線傳播中最初可能是未被整合的零散資料，通過多樣化新媒體傳播模式的系統構建，將零散資料系統化、規範化，輔以新媒體技術運用的加持，使原先老舊而神秘的非遺文化，用動漫化的形式重新展現在受眾眼前。“實”線則是以工業化、標準化的文創產品生產線，給予非遺文化動漫化形象實體，讓受眾線上下（文創體驗店、非遺博物館等）可以近距離接觸非遺文化，從而增加推廣力度，產生更多新受眾群體，所以“虛實相生”模型構建起來一個非遺更廣泛傳播的閉環。

“虛實相生”的非遺年輕化新模式，能讓非遺文化在豐富當代年輕人物質與精神文化的同時，在年輕群體身上吸取創意與生命力，發展非遺文化，實現非遺文化的“創造性轉化和創新性發展，與年輕人的文化相容貫通。古老的非遺文化在年輕群體之中的復蘇，恰恰是一個民族文化實力、文化生命、文化自我的不斷崛起的體現。

3. 以漳州窯素三彩為例介紹“虛實結合”模型

3.1 漳州窯素三彩非遺文化和傳承的簡要介紹

陶瓷的英文是：“china”，剛好與“中華”一樣。素三彩，作為眾多瓷器中的一種，具有較強的代表性。素三彩是瓷器釉彩名，是在未上釉的素胎上，施以綠、黃、茄紫三色而燒成。素三彩在明清時期，作為外銷瓷器，大量出口東南亞和日本，代表了中國古代燒制技術的高峰。“漳州窯素三彩”被列入第四批非物質文化遺產之中，是具有代表性的非遺文化，而且在廈漳泉地區，“漳州窯素三彩”保護良好，有一定的發展，擁有其自身的博物館，在漳州地區有漳州窯素三彩進課堂這一促進其發展的實體活動。在當今這個發展迅速、資訊膨脹、創新發展迅猛的時代，素三彩面臨著各式各樣的衝擊，其傳承與發展面臨諸多困難。

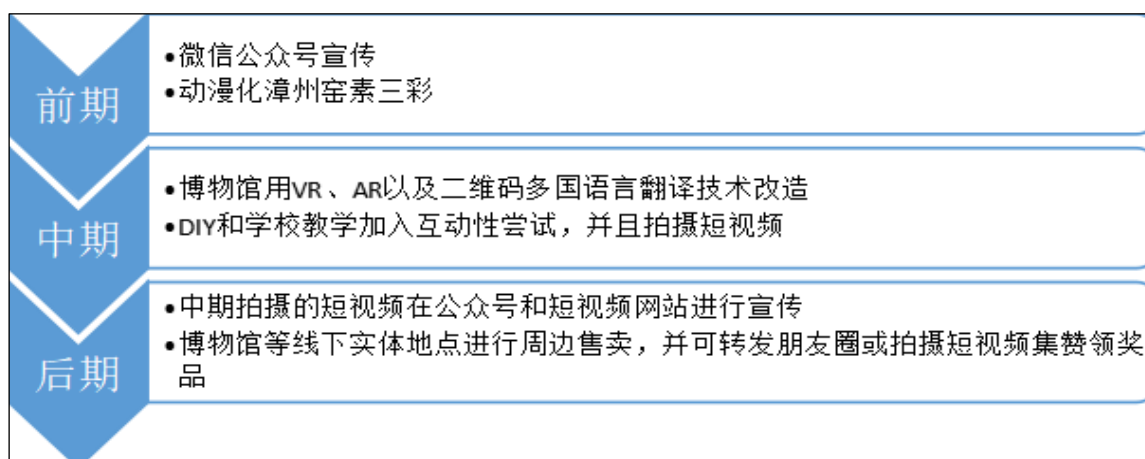
3.2 以漳州窯素三彩為例的“虛實結合”非遺年輕化藍圖

根據前文提出的“虛實相生”的總體思路，對漳州窯素三彩非遺的傳播有如下建議（如圖 3 所示）：

前期針對於漳州窯素三彩的歷史、製作手法、傳承人的專訪以及圖片欣賞等模式進行推文介紹，並且根據近期動漫熱點設計出一個關於漳州窯素三彩的動漫形象，並放在公眾號中，一方面給人熟知，一方面吸引更多受眾群體（喜愛動漫的受眾）。並對於現已有的 DIY 工坊、學校選修技藝課程以及博物館進行活動推送，告知舉辦活動時間地點。

中期針對博物館進行新媒體化改造，在瓷器講解上運用人工講解和二維碼掃碼多國語言講解並行的技術，讓遊客做選擇。在瓷器展覽裡可以加入 AR 技術，運用 QQ 掃碼進行新模式的展出，更加吸引眼球，並在博物館的閒置空間設置 VR 互動式體驗，這種沉浸式體驗可以讓受眾更身臨其境的體驗素三彩的製作過程。在 DIY 和學校教學方面，可以針對孩子進一步用動漫形象進行卡通式教學，而初中生以上就是親自體驗的模式，讓他們感受親自動手的快樂（圖 4）。美國圖書館學家 Gorman 早在 10 年前就曾呼籲美國圖書館界要和檔案館、博物館、美術館、研究機構、表演團體等其他機構開展合作，共同制定文化遺產保護的標準、政策和工作流程等（Gorman, 2007），線下工作的重要性可見一斑。

後期漳州窯素三彩主要發展管道，其一是採用線下售賣與漳州窯素三彩有關的文創產品，輔以集贊兌換相關動漫卡貼，以及筆記本等小禮物的策略，在獲取非遺文化的普及度的同時，又保證了合作店家以及專案本身的收益性，可供項目自洽；其二，漳州窯素三彩也在 QQ、微信、快手等自媒體平臺進行多管道宣傳，定期與線下合作商舉辦聯名活動，使非遺文化真正走入受眾群體的心中。短視頻以及微信公眾號的宣傳中，最好能夠結合當下的一些熱點，以迎合自媒體受眾的需求，讓非遺文化傳播的效率方面更上一層樓。甚至微信公眾號可以專門開啟一個新板塊模式，曬出嘉賓線上下活動中的互動以及一些亮點，吸引更多受眾群體來參觀打卡。



資料來源：本文自行整理

圖 3. “虛實結合”模式適用於漳州窯素三彩的縱向流程圖

漳州窯素三彩的製作技藝通過線上線下的配套推進，落實好線上線下的素三彩手工教學，借助電商平臺也可以將手工藝術成品加以推廣銷售。在充分發揮非遺傳承人及群體作用的基礎上，推動非遺藝術品更多走向市場。經過新媒體和線下集聚

產生的傳播效應，漳州窯素三彩將會衍生出可觀的商業價值，使其更加具有時代感和時尚感。以這樣的新姿態出現在年輕受眾群體眼前，漳州窯素三彩必然會是非遺文化以“虛實相生”模型傳播的一張極具說服力的名片。



資料來源：漳州窯素三彩體驗館

圖 4.“虛實結合”模式下青少年醉心於瓷器製作

4. 結束語

針對於非物質文化遺產面朝年輕人發展，還存在一系列的難題，而“虛實相生”模型存在的意義，就是更多地將非遺文化引入年輕人的世界中，讓更多人可以關注到地球上美好而又正在消失的傳統文化。因此，借助創新的綜合傳播系統的打造，推動非遺的文化性和商業性更有效率地結合，同時打造非遺文化的現代感和時尚感，是非遺文化世代流傳不可或缺的途徑，也是本文下一步將要研究的方向，以商業性融入進“虛實相生”的非遺發展模型，讓非遺自洽，讓文化不絕。

參考文獻

1. 彭冬梅、潘魯生、孫守遷（2006）。數位化保護：非物質文化遺產保護的新手段。中國書畫，4，47-51。
2. 劉麟君、周夏陽（2018）。對非物質文化遺產數位化保護的思考—以長沙火宮殿火神廟會為例。中國民族博覽，10，45-46。
3. 孫克安、葉聰、匡才遠、王紫瓊（2019）。淺議非遺文創產品的創新設計—以南京博物院非遺館為例。輕工科技，35(8)，124-125。
4. 周亞、許鑫（2017）。非物質文化遺產數位化研究述評。圖書情報工作，61(2)，6-15。

5. 卜星宇 (2017)。淺析博物館與非遺項目如何聯合開發文創產品-以成都杜甫草堂博物館為例。藝術科技，30(10)，141-141。
6. Gorman, M. (2007). The wrong path and the right path: The role of libraries in access to, and preservation of, cultural heritage. *New Library World*, 108(11/12), 479-489.

收稿時間：2020-10-04
責任編輯、校對：林雨熙、彭彬悅