

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

探索非物质文化遗产之“虚实相生”新模型 Research on the New Model “Virtual and Real” of Intangible Cultural Heritage

张正泽^{1*} 陈书恒² 刘莉³
Zheng-Ze Zhang Shu-Heng Chen Li Liu

摘要

联合国教科文组织在《保护非物质文化遗产公约》中提出：“非物质文化遗产指的是被各群体、团体、有时为个人所视为其文化遗产的各种实践、表演、表现形式、知识体系和技能及其有关的工具、实物、工艺品和文化场所”。非物质文化遗产是各族人民世代相承、与群众生活密切相关的各种传统文化表现形式和文化空间。它既是历史发展的见证，又是珍贵的、具有重要价值的文化资源。近年来，随着科技的不断发展，新媒体时代的到来，非遗文化的传播方式逐渐现代化。新媒体技术冲击了传统手工艺固有的存在形态和静态展出模式，使非物质文化遗产可以动态地展示给人们。本研究的“虚实相生”模型将会以更加新潮的方式，将古老的非遗文化与新媒体大势相融合，将世界的遗珠以新颖的方式呈现在受众眼前。

关键词：虚实相生、新媒体、非遗文化、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 厦门大学嘉庚学院国际商务学院国际商务专业 1301003172@qq.com*通讯作者

² 厦门大学嘉庚学院会计与金融学院金融学专业

³ 厦门大学嘉庚学院国际商务学院副教授

1. 研究背景

1.1 非物质文化遗产及其传承危机

非物质文化遗产是在滚滚的历史长河中，被时光所沉淀的人类文明的精髓、人类文化的宝藏、人类历史的见证，是我们文明的重要组成部分。许多发达国家都非常注重文化遗产的数字化保护与传播，大规模地把文化遗产转换成数字文化形态逐渐成为世界潮流（彭冬梅等，2006）。就以中国为例，国务院先后于2006年、2008年、2011年和2014年公布了四批国家级项目名录（前三批名录名称为“国家级非物质文化遗产名录”，《中华人民共和国非物质文化遗产法》实施后，第四批名录名称改为“国家级非物质文化遗产代表性项目名录”），共计1,372个国家级非物质文化遗产代表性项目（以下简称“国家级项目”），按照申报地区或单位进行逐一统计，共计3,145个子项，涉及国家级非物质文化遗产代表性项目保护单位3,154个。这恰恰说明了非物质文化遗产是中国这5,000年历史中长期的生产、生活中经验积累、文化创造的产物，是中华文明的瑰宝，代表了那段时期的科技发展水平和文化繁荣水平。

但随着社会进步与生产力的不断发展，人们的思想观念发生了翻天覆地的改变，非遗传承中常见的师徒制，受到了当今工业标准与流水线标准化生产的冲击，口耳相传、耳提面命的传授形式，似乎在信息高速化发展的今天有些格格不入。除了部分对非遗有着深厚感情的中老年人外，当下年轻人对非遗文化因为不了解而难以抱有太多的感情，非遗文化遭遇了传承与发展的危机。新媒体例如短视频等自媒体传播如今十分火爆，在视觉与听觉艺术的包围之中，非遗文化的古老技艺如何与现代技术相结合，从而提高尤其是年轻群体的关注度，成为有现实意义的重要课题。

1.2 新媒体技术

新媒体是利用数字技术，通过计算机网络、无线通信网、卫星等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和服务的传播形态，具有即时性、交互性、社群化与个性化等特性。从发展阶段上来看，“新媒体”特指当下与“传统媒体”相对应的，以数字压缩和无线网络技术为支撑，利用其大容量、实时性和交互性，可以跨越地理界线最终得以实现全球化的媒体。新媒体是新技术的产物，数字化、多媒体、网络等最新技术均是新媒体出现的必备条件。如果能将这一技术应用到非遗文化的传承之中，则能将它们的文化价值转化为经济价值，促进地方经济的发展，从而为非遗文化的传承与保护创造更多的资金，实现非遗文化的可持续性发展（刘麟君与周夏阳，2018；孙克安等，2019）。例如将非物质文化遗产动漫化，这种手段是以新媒体技术为媒介，可以让非物质文化遗产进行二度创新，使其有更广泛的受众群体与传播热度（周亚与许鑫，2017）。与此同时，也促进了新媒体文创技术与非物质文化遗产传承的双向交流，促进了内容与载体相互更加地融合发展。

1.3 项目意义

联合国教科文组织在《保护非物质文化遗产公约》有说明：“考虑到必须提高人民，尤其是年轻一代对非物质文化遗产及其保护的重要意义的认识”，“认为非物质文化遗产是密切人与人之间的关系，以及他们之间进行交流和了解的要素，它的作用是不可估量的”。非物质文化遗产传承到今天，除了本身的生命力之外，也在进行着不断地继承与发展。但是现今大多数的年轻人对非物质物化遗产既无了解，又不感兴趣，非物质文化遗产的传承、保护、发展成为了一个亟待解决的问题。非物质文化遗产亟需找到一个属于他自己的、不断吸取新鲜血液、适合年轻人、可持续发展的新模

式。

本文旨在通过结合中国过去保护、发展非遗文化的经验，总结出保护、传承借鉴江西景德镇、故宫博物院这类文化传承、发扬、保护新模式，对以前口耳相传、注重文化环境的传统非遗传承方式转型升级为“虚实相生”的非遗品牌化传承新模式，总结全世界保护非物质文化遗产的新方式，为实现非遗品牌化、非遗大众化、非遗年轻化，保护非物质文化遗产、人类精神文明的瑰宝做出贡献。

2. “虚实相生”的通用新模型

2.1 “虚实相生”释义

“虚实结合”非遗年轻化模式的核心思想，是通过多种新媒体技术与非遗传播在线上与线下的融合式发展，用虚拟新媒体的“虚”及线下实体的“实”结合，来进行非遗文化的传承，使非遗的传播方式更为多样化、现代化和年轻化，增加年轻群体的认可。这种方式解决了现在非遗文化在年轻人当中的神秘性和遥不可及的感觉，提供一个可给非遗文化更广泛传播机会的新途径。

这里的“虚”的意涵，主要指新媒体的传播不同于传统原子和分子构成的物质世界，而是以比特为载体（比特为信息量单位，在这里衡量虚拟世界的的数据），网络为途径，通过比特世界的传播，助力 IP 创造与品牌化建设。“实”则是指在通过现实世界中的物理载体，例如博物馆、体验店、商铺等实现非遗文化的传播。

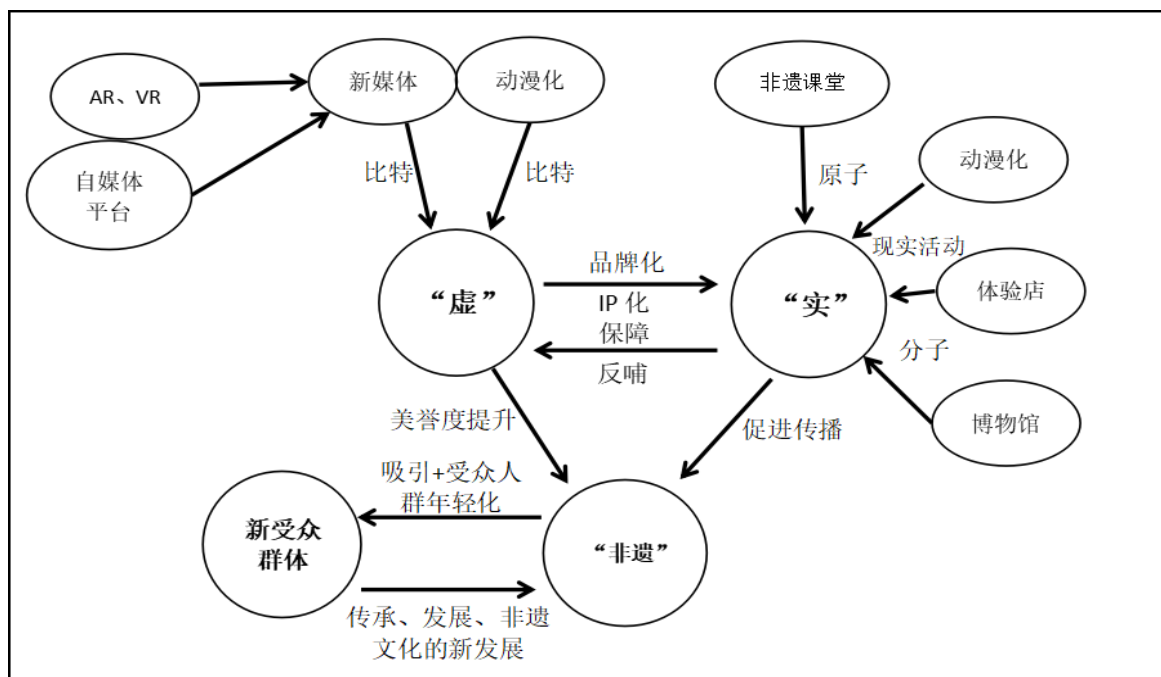
年轻人不了解非遗文化，觉得非遗文化就如同蒙上一层面纱，如果我们能将这层面纱揭掉，结合非遗文化历史传承人的文化教育，就能更好地进行非遗文化的传播。不论借助“虚”还是“实”，非遗文化是贯穿其间的核心要素，通过“虚”与“实”结合，促进“虚”与“实”的相互发展，是构建非遗文化年轻化传播方式的主要目标。

以图 1 为例，在“虚”线上用以新媒体技术（AR、VR 等）进行非遗文化的品牌化、IP 化，这是非遗文化实体化的必要前提。在“实”的具体方式中，可以运用线下体验店或博物馆，以文创产品或动漫的产品模式，将前面“虚”线建立的品牌和 IP，以实体方式展示出来，这也是能进一步完善“虚”线以及使非遗文化虚实结合自洽的重要保障。通过“虚实相生”模型的打造与应用，使非遗文化以新面貌呈现在年轻受众的世界中，提高美誉度和传播度，从而有了萌发新受众群体的无限可能性。

2.2 “虚实相生”中“虚”的发展方式

在“虚”的线性发展中，希望通过采用新媒体、动漫化来推动非遗 IP 创造、品牌化的有机结合，以虚拟新媒体技术创造新的非遗文化，吸引年轻群体沉浸其中，让年轻群体的审美与非遗文化的新媒体形象逐步趋同，从而达到非遗文化传播年轻化的积极效果。

从具体执行流程来看，如图 1 所示，可以先塑造非遗文化的动漫化形象，作为之后自媒体平台宣传，以及“实”线之中的线下售卖的动漫化文创产品的统领。然后将非遗文化的相关文化元素联系时代热点与新闻，以幽默化或者更能让年轻受众群体接受的轻松休闲的笔触，展示在微信公众号等自媒体平台上。辅以 AR、VR 等时下年轻受众群体热爱的新媒体的使用，多种新媒体联合的传播，构建非遗文化“虚”线传播的系统。



资料来源：本文自行整理

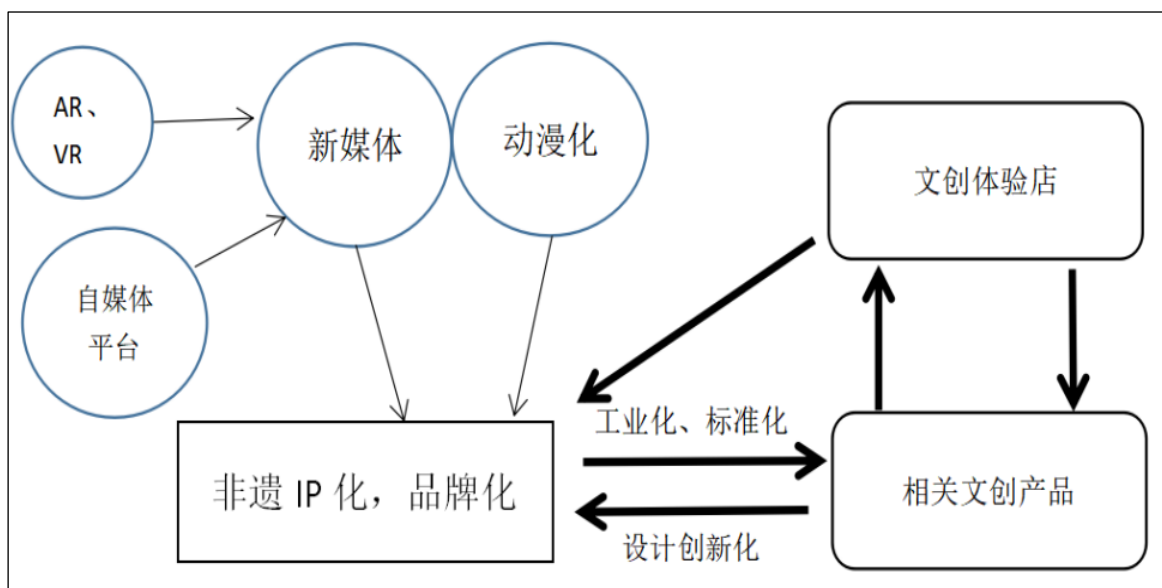
图 1. 虚实相生的非遗年轻化传播模式概念图

2.3 “虚实相生”中“实”的集聚效应

所谓集聚效应是指各种产业和经济活动，在空间上集中产生的经济效果，以及吸引经济活动向一定地区靠近的向心力，是导致城市形成和不断扩大的基本因素。比如厦门沙坡尾的猫街就是文创产业的集聚地，相互之间的文创技术产生积极的经济效益，从而凝聚出文创产业在沙坡尾的独特向心力，并不断向曾厝垵等邻近地区扩散，呈现出欣欣向荣的积极态势。

如何在现实世界的非遗文化传播中，实现相关产业集聚，达到“以文化人”的目标，是非遗文化在实体传播上的痛点和难点。波士顿美术馆的吉尔曼在一个世纪以前提出了“博物馆疲劳”（Museum Fatigue）：在长时间观看文物以后，游客会普遍出现精力耗竭、注意力涣散等生理性疲惫，从而产生厌倦。解决“博物馆疲劳”的常见方法是将货物、商品、文化、服务、体验融合在一起，创造性地将单纯的游客自行参观升级到融合讲文化产业链中，例如将博物馆与工坊和文化馆融合，打造相关产业的集聚。

“虚实相生”中的“实”可以运用集聚效应推动非遗文化的知名度发展，如图 2 所示，非遗文化的“实”线发展，则是以线下的文创产业聚集地（如沙坡尾艺术西街等）为集聚效应的载体，在其中进行非遗课堂的实操展示，吸引儿童进行互动；并将前期“虚”线中的动漫化的非遗文化做出相关文创周边，与文创企业进行合作，线下售卖相关产品；与一些线下 DIY 文创体验馆和博物馆进行合作，进行非遗的 VR 游戏和 DIY 制作课程等实际操作，让受众群体近距离接触非遗文化，促进其传播。文创产品是博物馆文化传播和教育的手段，非遗文化的延续离不开文创产品这一“实”的内容，提供保护，带来机遇（卜星宇，2017）。



资料来源：本文自行整理

图 2. 互相反哺发展的“虚”与“实”

2.4 “虚实相生”的互促态势及意义诠释

非遗文化的“虚实相生”是呈互哺发展态势的。“虚”是实现“实”的重要前提，“实”是能让“虚”持续的必要条件，二者缺一不可。“虚”线传播中最初可能是未被整合的零散数据，通过多样化新媒体传播模式的系统构建，将零散数据系统化、规范化，辅以新媒体技术运用的加持，使原先老旧而神秘的非遗文化，用动漫化的形式重新展现在受众眼前。“实”线则是以工业化、标准化的文创产品生产链，给予非遗文化动漫化形象实体，让受众在线下（文创体验店、非遗博物馆等）可以近距离接触非遗文化，从而增加推广力度，产生更多新受众群体，所以“虚实相生”模型构建起来一个非遗更广泛传播的闭环。

“虚实相生”的非遗年轻化新模式，能让非遗文化在丰富当代年轻人物质与精神文化的同时，在年轻群体身上吸取创意与生命力，发展非遗文化，实现非遗文化的“创造性转化和创新性发展，与年轻人的文化相容贯通。古老的非遗文化在年轻群体之中的复苏，恰恰是一个民族文化实力、文化生命、文化自我的不断崛起的体现。

3. 以漳州窑素三彩为例介绍“虚实结合”模型

3.1 漳州窑素三彩非遗文化和传承的简要介绍

陶瓷的英文是：“china”，刚好与“中华”一样。素三彩，作为众多瓷器中的一种，具有较强的代表性。素三彩是瓷器釉彩名，是在未上釉的素胎上，施以绿、黄、茄紫三色而烧成。素三彩在明清时期，作为外销瓷器，大量出口东南亚和日本，代表了中国古代烧制技术的高峰。“漳州窑素三彩”被列入第四批非物质文化遗产之中，是具有代表性的非遗文化，而且在厦漳泉地区，“漳州窑素三彩”保护良好，有一定的发展，拥有其自身的博物馆，在漳州地区有漳州窑素三彩进课堂这一促进其发展的实体活动。在当今这个发展迅速、信息膨胀、创新发展迅猛的时代，素三彩面临着各式各样的冲击，其传承与发展面临诸多困难。

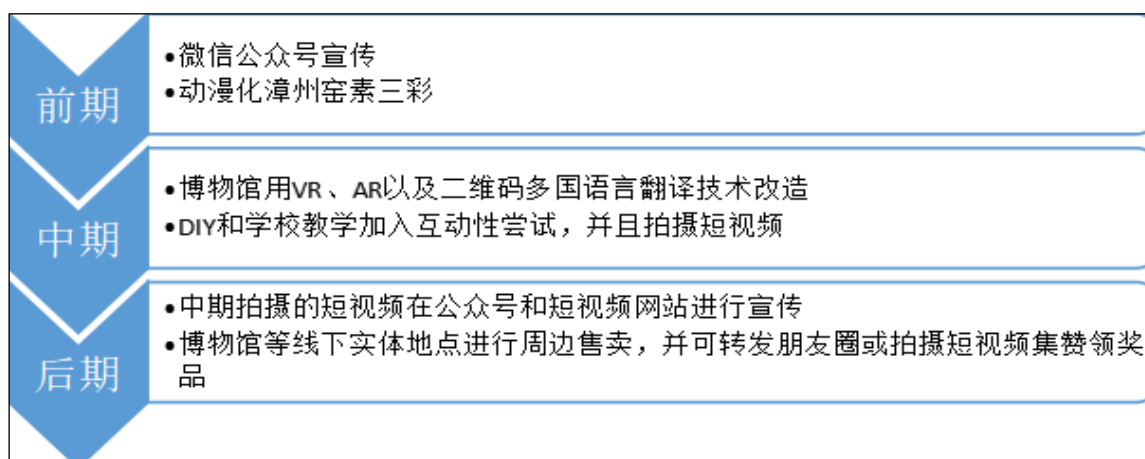
3.2 以漳州窑素三彩为例的“虚实结合”非遗年轻化蓝图

根据前文提出的“虚实相生”的总体思路，对漳州窑素三彩非遗的传播有如下建议（如图3所示）：

前期针对于漳州窑素三彩的历史、制作手法、传承人的专访以及图片欣赏等模式进行推文介绍，并且根据近期动漫热点设计出一个关于漳州窑素三彩的动漫形象，并放在公众号中，一方面给人熟知，一方面吸引更多受众群体（喜爱动漫的受众）。并对于现已有的DIY工坊、学校选修技艺课程以及博物馆进行活动推送，告知举办活动时间地点。

中期针对博物馆进行新媒体化改造，在瓷器讲解上运用人工讲解和二维码扫码多国语言讲解并行的技术，让游客做选择。在瓷器展览里可以加入AR技术，运用QQ扫码进行新模式的展出，更加吸引眼球，并在博物馆的闲置空间设置VR互动式体验，这种沉浸式体验可以让受众更身临其境的体验素三彩的制作过程。在DIY和学校教学方面，可以针对孩子进一步用动漫形象进行卡通式教学，而初中生以上就是亲自体验的模式，让他们感受亲自动手的快乐（图4）。美国图书馆学家Gorman早在10年前就曾呼吁美国图书馆界要和档案馆、博物馆、美术馆、研究机构、表演团体等其他机构开展合作，共同制定文化遗产保护的标准、政策和工作流程等（Gorman, 2007），线下工作的重要性可见一斑。

后期漳州窑素三彩主要发展渠道，其一是采用线下售卖与漳州窑素三彩有关的文创产品，辅以集赞兑换相关动漫卡贴，以及笔记本等小礼物的策略，在获取非遗文化的普及度的同时，又保证了合作店家以及项目本身的收益性，可供项目自洽；其二，漳州窑素三彩也在QQ、微信、快手等自媒体平台进行多渠道宣传，定期与线下合作商举办联名活动，使非遗文化真正走入受众群体的心中。短视频以及微信公众号的宣传中，最好能够结合当下的一些热点，以迎合自媒体受众的需求，让非遗文化传播的效率方面更上一层楼。甚至微信公众号可以专门开启一个新板块模式，晒出嘉宾在线下活动中的互动以及一些亮点，吸引更多受众群体来参观打卡。



资料来源：本文自行整理

图3. “虚实结合”模式适用于漳州窑素三彩的纵向流程图

漳州窑素三彩的制作技艺通过线上线下的配套推进，落实好线上线下的素三彩手工教学，借助电商平台也可以将手工艺术成品加以推广销售。在充分发挥非遗传承人及群体作用的基础上，推动非遗艺术品更多走向市场。经过新媒体和线下集聚

产生的传播效应，漳州窑素三彩将会衍生出可观的商业价值，使其更加具有时代感和时尚感。以这样的新姿态出现在年轻受众群体眼前，漳州窑素三彩必然会是非遗文化以“虚实相生”模型传播的一张极具说服力的名片。



资料来源：漳州窑素三彩体验馆

图 4.“虚实结合”模式下青少年醉心于瓷器制作

4. 结束语

针对于非物质文化遗产面朝年轻人发展，还存在一系列的难题，而“虚实相生”模型存在的意义，就是更多地非遗文化引入年轻人的世界中，让更多人可以关注到地球上美好而又正在消失的传统文化。因此，借助创新的综合传播系统的打造，推动非遗的文化性和商业性更有效率地结合，同时打造非遗文化的现代感和时尚感，是非遗文化世代流传不可或缺的途径，也是本文下一步将要研究的方向，以商业性融入进“虚实相生”的非遗发展模型，让非遗自洽，让文化不绝。

参考文献

1. 彭冬梅、潘鲁生、孙守迁（2006）。数字化保护：非物质文化遗产保护的新手段。中国书画，4，47-51。
2. 刘麟君、周夏阳（2018）。对非物质文化遗产数字化保护的思考-以长沙火宫殿火神庙会为例。中国民族博览，10，45-46。
3. 孙克安、叶聪、匡才远、王紫琼（2019）。浅议非遗文创产品的创新设计-以南京博物院非遗馆为例。轻工科技，35(8)，124-125。
4. 周亚、许鑫（2017）。非物质文化遗产数字化研究述评。图书情报工作，61(2)，6-15。

5. 卜星宇 (2017)。浅析博物馆与非遗项目如何联合开发文创产品-以成都杜甫草堂博物馆为例。艺术科技, 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.

收稿时间: 2020-10-04
责任编辑、校对: 林雨熙、彭彬悦