

3秒就有一条非遗短视频上传,超1500万个非遗创作者活跃在短视频平台上——

非遗+短视频,让传统老手艺“破圈”

你会到偏僻的小山村观看一位花甲老人编竹筐吗?你会去遥远的古镇欣赏一位姑娘在院子里染花布吗?或许不会,可当这些“身怀绝技”的手艺人拿起手机,走进屏幕,却吸引了成千上万的网友在短视频平台观看和点赞。

互联网大潮下,短视频平台把那些与我们日常生活渐行渐远的传统手工艺再次拉回到了大众的视线中。当传统文化遇上新媒体技术,古老而低调的非遗老手艺被注入了新的生机与活力。如何抓住机遇传承创新,增强非遗项目的自我生存和发展能力,让传统文化“活”起来,是传统老手艺的传播者和传承人面临的崭新课题。



新华社发
商海春
作

转变——老手艺“抖”出新花样

【案例】乔雪是非遗乔家手工皮艺传承人。2020年,乔雪和团队在抖音平台做了200多场直播,一场直播最多同时在线人数过万,累计卖货近300万元。目前,乔雪的抖音账号已经吸引了57.1万粉丝,获赞298.7万。她还创立了自己的皮艺制品公司,并打造了属于自己的品牌“乔师傅”。

制作手工皮艺制品是一件耗时又耗精力的事情。一件手工皮艺制品的打造,需经过绘图72个小时,雕刻10万刀、敲击60万次、上色3360分钟,共计126项工艺流程。自从学习手工皮艺开始,乔雪便坚定地坚持手工技艺的打磨。“手工缝线形成的纹理,是现在最先进的仪器都达不到的。”乔雪说,让年轻人把传统手艺“背”在身上,才是真正的传承。

随着新媒体的快速发展,越来越多非遗传承人的生活状态被一点一滴地改变,如今只要拥有一台智能手机,就可以记录和传播非遗老手艺。富含古典之美的非遗文化产品和精益求精的工匠精神得到了更多人的认可,新的文化体验方式也让众多非遗传承人打开了新的创作思路。

江西新余洞村竹编非遗传承人李年根从9岁开始学习竹编,今年他已61岁。四五十年前,手艺精湛、效率极高的李师傅闻名乡里,大家都喜欢买他的竹制品。但随着时代发展,制作周期极短的工业化产品严重冲击了传统手工艺品的生存空间,李师傅从事的竹编行业也备受影响,他的同门师兄弟和徒弟们纷纷转行。

坚守非遗竹编技艺52年的李师傅始终不肯放弃,凭着一股“倔劲儿”,开始尝试寻找新出路。终于,短视频让这门竹编手艺“走红”网络。李师傅还将竹编玩出了不一样的花样,能扫描的竹编二维码以及众多有趣的物件吸引了不少年轻人的关注和喜爱。

短视频的表现形式多样,视觉冲击力突出,在短短十几秒内,就能把非遗老手艺最美、最真实、最吸引人的一面展现出来。古老的非遗文化在新技术、新载体的助力下传播开来,让越来越多的人领略到传统手工艺的魅力。

在社会经济发展、人民生活富裕的今天,许多年轻人都有能力选择,培养自己的爱好,开始追求心灵的抚慰与自身价值的实现。北京师范大学中国社会管理研究院/社会学院人类学民俗学系主任萧放认为,传统老手艺需要安静的场景与心境,以慢工、细活的方式进行创作,不但制成的作品工艺精良,在手工制作工艺品的过程中还可获得难得的精神放松与价值实现,因此众多“90后”“00后”自然会为老手艺人所吸引。

近日,中共中央办公厅、国务院办公厅联合印发的《关于进一步加强非物质文化遗产保护的若干意见》中提出,适应媒体深度融合趋势,丰富传播手段,拓展传播渠道,鼓励新闻媒体设立非物质文化遗产专题、专栏等,支持加强相关题材纪录片创作,办好有关优秀节目,鼓励各类新媒体平台做好相关传播工作。

传播——让传统技艺“活”在当下

【数据】据统计,在快手短视频平台,每3秒钟就有一条非遗视频产生,有超1500万个非遗内容创作者在快手上生产非遗相关内容的视频,他们一起创造了超2245亿的视频播放量,获得超67亿点赞,创收超15亿元;平均每个视频至少被6263个人看过,被187个人赞过。《抖音非遗数据报告》显示:截至2021年6月10日,抖音平台上国家级非遗项目相关视频数量超1.4亿,1557个国家级非遗项目中,抖音涵盖率达97.94%;濒危非遗相关视频在抖音获赞超1亿次。

非遗技艺是人类宝贵的历史财富,有着丰富的文化内涵与历史记忆。非遗与短视频的结合,使其再次成功进入大众视野中,获得了更多的曝光度与关注度,为非遗“活”在当下,实现长足发展提供了有利条件。

2020年10月23日,抖音面向全国手艺人、手艺商家的“看见手艺”计划正式开启,这项计划通过流量扶持、费用优惠、官方培训等多项举措,发挥视频直播、电商作用,助力传统手工艺被更多人看见。2020年,包括10位非遗传承人在内的85位手艺人通过电商实现年收入过百万元。今年非遗传承人带货成交总额较去年增长15倍,新媒体为众多老字号打开了新销路。

吴罗织造技艺非遗传承人朱立群把织布机搬到抖音平台,吸引了近10万年轻人围观。在年轻人喜欢的平台上,朱立群化身“朱伯伯”,科普服饰制式、推广织罗技艺,仅半年时间就吸引了近10万粉丝,收获130多万点赞。其中,人气最高的一条短视频获赞14万。网友纷纷为“朱伯伯”精湛的传统技艺所折服。

通过电商平台的推广,朱立群在年轻人聚集的地方,开辟出属于手艺人的一席之地。“2015年以前的丝织品订单中,出口占到八成,现在这个比例倒过来了,主要都靠国内。”朱立群说,过去基本不抱希望的散客订单,竟也渐渐成了工厂销量的重要部分。

销量仅仅是一方面,更重要的是,朱立群看到了属于传统手艺的“未来”。墙内开花墙内也香,他希望通过电商让更多人看到、买到好的丝织品,让越来越多的国人,尤其是年轻人喜欢上这项传承数千年的传统技艺。

在非遗传承过程中,这样的故事还有很多。苏绣传承人、“90后”女孩杨雪为了学习苏绣技艺,跨越千里,扎根苏州镇湖。经过十年潜心学习,她成为苏绣青年传承人中的翘楚。从荆楚大地到江南水乡,从线下工作室到线上平台,杨雪编织着她和苏绣的未来。

2018年,杨雪在抖音免费教了一整年苏绣,创下一节课超百万点赞、近千万人观看的纪录。为了不让更多屏幕中的绣品色彩失真,她的教学视频从不关美颜,镜头也经常对着手部拍特写,一场直播下来,观众甚至见不到她几面。用她的话说,“苏绣比我的脸重要”。

即使不露脸,网友们的参与度也超乎杨雪的想象。她曾经办过一场8小时的直播,有粉丝从头跟到尾。更多人表示想购买她的刺绣,催促她上架新产品。有网友留言说:“这样的手艺人值得花钱保护!”她惊喜于粉丝对苏绣的热情,表示未来也将在商品橱窗上架更多创意产品,让更多人领略苏绣的魅力。

传承——非遗需要更多年轻人“接棒”

【思考】许多非遗传统手艺脱离了现在的百姓生活,成为专门传习的技艺,一些小众且地处偏远的非遗文化渐渐被大众遗忘,绚烂的非遗文化与现代生活渐行渐远,非遗项目的传承愈显艰难。从业人员年龄结构老化、后继无人,非遗产品产业化程度低、价格高、竞争力不强。非遗产品销量不畅,极大地影响了非遗技艺的传承。互联网大潮中,非遗如何传承创新,不仅是非遗传承人面临的崭新课题,也是迫切需要回答的时代之问。

作为江西吉安第四批非遗项目代表性传承人,吉安薄酥饼制作工艺传承人肖承勇对非遗传承充满忧虑。薄酥饼好吃,接班人却寥寥无几。“做薄酥饼这么多年,最大的问题,就是没人来学,特别是没有年轻人愿意学。”肖承勇说,做薄酥饼整天跟油、面等“打交道”,工作环境不够“体面”。

时代进步,许多传统技艺的手工制作环节被机器替代,但不变的是肖承勇身上传承这项技艺的赤诚之心。肖承勇从17岁开始当学徒,至今已潜心研究这项技艺26年。现在,他在吉安吉州区绿色食品产业园建有一万多平方米的薄酥饼生产车间,身边带的一批徒弟,也基本已经出师。肖承勇希望尽自己所能擦亮这张美食名片,让传统技艺永远地传承下去,也让这份美丽“乡愁”愈发浓郁,回味无穷。

新的媒介技术与自媒体传播方式,为深藏民间或者偏僻乡村的老手艺打开了天地,传说中的“天工巧手”居然存在世间。手艺人不需要环节论证,也不需要“传承人”头衔,鲜活地走到世人面前,分享他们开物成器的巧艺智慧与幸福快乐,同时也让自己的手艺获得欣赏的粉丝与消费群体,可谓一举多得。

萧放指出,抖音、快手等作为广为大众熟悉的自媒体平台,具有直观快捷的传播特点,在展示、传播传统手工艺方面有特殊优势。它通过自媒体的方式直接联通了手艺人、欣赏者、消费者,将传统手工艺直接推到年轻人面前,让传统手工艺以其特有的艺术魅力,打动一批批年轻人的心。这些年轻人的加入,将老传统变成了新时尚,对非遗手工艺重回日常生活起到了重要促进作用。

“在历史悠久、人口众多、需求多样的中国社会,我们不缺文化欣赏者、文化消费者与忠实的文化传承者,缺的是将他们联系起来的桥梁。”萧放说,非遗传播与非遗传承二者有着密切的关系,特别是在今天,以传播促传承尤为重要。对于老手艺,年轻人只有了解、理解之后,才会有兴趣、有热情去享受它、传承它。消费与欣赏会促成一种以传统为时尚的国潮。国潮之下,老手艺也就获得生存空间,而且也让传承人获得文化自信,由此为非遗传承带来动力与活力。

(据《光明日报》)