

12月4日,我国申报的“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”,列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。春节所蕴含的和平、和睦、和谐的文化精神,对全世界的影响越来越大。

11月15日,2023“中国非遗年度人物”推选结果在京揭晓,国家级非遗代表性项目峨眉武术市级代表性传承人马赵凌云入选。2020年,凌云因下楼扔垃圾顺手耍剑的一条视频受到广泛关注,现在她通过短视频平台分享峨眉派武术行云流水般的一招一式,粉丝超过1300万。

11月12日,传统文化视频创作者李子柒悄然恢复更新,两天3条视频,展示了雕漆隐花、桑蚕丝织、植物染色、蜀锦织造、绒花制作等多项非物质文化遗产技艺,画面美好而静谧,每一帧都是对生活的热爱。首发不到6小时,播放量突破了1亿人次。“李子柒非遗工作站”随后也官宣成立。

不仅仅是李子柒、凌云,越来越多的非遗内容在短视频平台上被看见、被喜爱。“中华战舞”英歌舞、福建泉州“簪花围”、山西晋城“打铁花”表演……与非遗有关的视频动辄数万点赞,极大提升了大众对传统技艺的关注度。

学者看到的是传统文化传播和传承的更多可能。中国人民大学创意产业技术研究院副院长宋洋洋强调,现阶段的文化发展已经从自我领域的文化圈层,向服务经济社会发展的社会圈层迈进,如何打破非遗传统发展的壁垒,将非遗置于一个更加开放、多元的发展环境中,同样是这个时代对非遗的重要诉求。

非遗

发出更多光亮 在更广大的世界里

“非遗赛道”创作者层出不穷

割漆、木材打磨、底漆处理、雕漆,历经从小暑、秋分到立冬、大寒的半年岁月,直至一条熠熠生辉的麒麟从柜面上浮现。我们在感受李子柒坚韧劳作的同时,也为“雕漆隐花”这项非遗技艺而惊叹感动……李子柒回归首秀,一出手就是精心打磨的一部非遗大作。这三年里她走访了20多个省份,拜访100多名非遗传承人 and 文化工作者,找到了以后的方向。

实际上,在李子柒一路走来的过程中,非遗传承一直是一条创作主轴。#东方非遗传承#系列视频获得了超4亿的播放量,其中关于笔墨纸砚的视频突破两百万点赞。

李子柒的成功,也鼓舞了更多的创作者。她停更这三年,“非遗赛道”创作者层出不穷,他们像李子柒一样,把镜头对准非遗工艺、传统美食和田园耕作。在集体合力之下,非遗作品近年来在短视频平台蔚然成风。

“制作羽毛风筝的老师离世了,没有留下传人,很多网友感到惋惜,这么精美的风筝,不该让它消失。”在一段视频中,传统文化创作者@南翔不爱吃饭讲述了带着网友的心愿,花费六个月,辗转浙江、山东各地,拜访多位非遗传承人,最终挽救了这门一度失传的技艺,复原出了老鹰形状的羽毛风筝,这段视频获得超180万次点赞。国家级非遗项目北京面人郎第三代传承人、95后@郎佳子彧毕业于北京大学,他用面塑还原宫崎骏动画、冰墩墩,让年轻人感受非遗的潮酷。在“汪氏皮影”第五代传承人@汪氏皮影·确实牛皮手中,皮影跳起了迈克尔·杰克逊的标志性

舞步,与篮球明星打球、高歌一曲《忐忑》……这些紧贴当下、脑洞大开的现代演绎,让网友着迷。中央财经大学文化经济研究院院长、文化和旅游部“十四五”规划专家委员会委员魏鹏举教授透露,自己这半年在网络平台关注了一个叫“二饼胡拉”的直播,直播间多的时候有十来万人,带动了二胡的传播、销售,甚至二胡的周边销售都非常惊人。他深有体会地表示,非遗不应该是遗产的一部分,而应该是生活的一部分,非遗的可持续发展,必须融入现代生活。

新媒体正成为非遗内容的新“传播场”。有数据统计,目前在1557项国家级非遗代表性项目中,有超99%的项目都拥有了持续在运营的新媒体账号和内容。《2024抖音非遗数据报告》显示,仅在抖音上,就活跃着1428名非遗传承人,通过短视频和直播传播非遗技艺。过去一年,共有1379万网友在抖音分享非遗体验,传统文化视频播放量达4299亿。“唢呐一响 燃爆全场”“请你看浪漫的打铁花”“马头琴奏出了无奈与遗憾”“当新年遇上非遗”“骨与木拼成了精巧的非遗”登上非遗话题榜前五位。“传统文化不断地被看见和被喜欢。这是整个社会参与的结果。我希望朝着这个方向走的人越来越多。”这也是李子柒乐见。

非遗从历史深处走来,与现代社会交相辉映,在短视频平台上重新焕发光彩。复旦大学新闻学院研究员姜华认为,非遗短视频的出圈来源于“以细微的视角亲近自然生活,以真挚之情观照中国文化,以亲身体验激发情感共鸣”。

一袭黑衣,登台后向观众施以抱拳礼,完全一副“女侠范儿”,当选2023“中国非遗年度人物”的马赵凌云的确是一位“峨眉女侠”。凌云是一名“95后”,10岁开始专攻峨眉武术。峨眉武术2008年被列入第二批国家级非遗,与少林、武当并称中国三大武术流派。今年4月底,“大师姐”凌云与8名“00后”师妹共同组成的“峨眉派女子功夫团”正式成团,她们身穿飘逸的水墨绿衣,功夫了得,腾身、出拳、舞扇、劈枪、挥剑、转刺……,十八般武艺借助一条条舞美出彩、创意独特的短视频,频频登上热搜,半年多的时间里,全网粉丝数超200万。

今年7月,法国巴黎街头,首次走出国门的功夫团与古筝博主彭静旋合作共创短视频《绽放巴黎:当中华武术邂逅浪漫之都》,将传统文化“玩”出了新高度,在凯旋门前,随着古筝琴音的响起,凌云利用武术中的轻功和腾挪技巧,巧妙地演绎出跨栏的意象化表达。刚柔并济,表达各类运动既相似相通,又和而不同的理念,博得中外观众一片喝彩。

几年前,凌云拍摄短视频只为让更多人知道,武术并不只存在于武侠小说,而是可以融入生活。几年来,凌云的全网粉丝已超过3500



漫天大雪中,身着中式棉袄小背心的女子与婆婆一起趴在窗台赏雪——这是李子柒时隔三年后发布的新作中的一个画面。

“非遗+”“+非遗”融入现代生活

万,视频播放量超过24亿。“至少有上千万网友知道峨眉武术并不是玄幻。”凌云说,“从武术出发,去创新、去跨界,这条路有起点,但是没有终点。”

年轻一代以独特的方式“焕新”非遗。四川省文化和旅游厅发布的2024年度四川非遗保护传承优秀案例中,“非遗+旅游”模式令蒲江县甘溪镇尝到甜头,明月村等乡村旅游项目典范呈现出“1+1>2”的产业效应。今年以来,广东佛山赛龙舟、福建泉州簪花围、广西壮族三月三等非遗相关内容的视频热度也实现数十倍增长,吸引了大量游客前往目的地旅游。

今年8月,国产游戏《黑神话:悟空》在全球范围内引起了热烈反响,游戏携中国神话的壮阔故事和陕北说书的非遗文化之声,通过实景技术重现多处历史遗址,以独特的视角展现中华文明的深厚底蕴,受到如潮好评,游戏中多处历史景点被深度种草。这一游戏+非遗的成功案例,给非遗带来了全新的价值示范。

中国人民大学创意产业技术研究院副院长宋洋洋强调,非遗如何走出来打开自己的屋顶,“非遗+”如何与相关场景空间结合,理念创新特别重要,“传统意义上非遗的文创开发、生产性保护和产业化拓展

等,场景依赖性的特征很大,但是产业规模很小,现在引导‘+非遗’就是跟实体经济融合,以服务和应用属性为主。”

数据显示,国内现有非遗保护相关企业12.66万家,有近七成的企业成立于近三年。许多非遗传承人、商家都迎来增量生意的机会。来自《2023非物质文化遗产电商消费报告》的数据显示了非遗的经济效应:2023年,淘宝、天猫两大电商平台,非遗商品年成交额首次突破千亿元大关,达1073.2亿元,同比增长37.7%,是同期社会消费品零售总额增速的五倍多。今年“双11”,淘宝天猫非遗消费整体成交额继续保持高位增长,人均消费额同比去年增长超过10%。《2023抖音电商助力非遗发展数据报告》显示,平台上非遗传承人带货成交额同比增长194%,货架场景带动非遗产品成交额同比增长370%。

如今的非遗保护深入人心,老一辈手艺人“守”着非遗,新一代传承人“传”着非遗,非遗正通过更新的表达,充盈在人们生活的方方面面。期待非遗创作者,继续深挖传统文化内容、精雕细琢,在内容、形式和传播渠道上有更大的创新,在商业化运作和品牌建设上有所突破,把握每个“即时”与“刚刚”,在更广大的世界里,发出更多光亮!



新质生产力 重构非遗+

11月22日,第三届非遗数字论坛在杭州举行,非遗数字传播的绝佳范式“李子柒”和非遗数字运用的成功案例《黑神话:悟空》成为高频词。

当非遗遇到人工智能会碰撞出怎样的火花?11月13日,在四川“焕新非遗·天府之夜”上公布的2024年四川非遗保护传承优秀案例中,四川蜀菁文化传播有限公司的“AI新锦绣及创新应用”入选,“AI新锦绣”这一工艺模式,通过与国家级非遗代表性传承人合作,创作出更具视觉冲击力的AI新锦绣系列作品。用新形式赋予传统工艺制作新诠释。该公司还将基于四川旅游热点等开发更多实用产品和小饰品,让蜀锦、蜀绣在大众生活中焕发新生。无独有偶,旨在用数字化手段为锦绣发展赋能增效,同时增强青年学子、设计师、从业者的锦绣创作能力的2024年成都锦绣技能大赛成功举办,涌现出众多优秀作品。优秀作品不仅有有望亮相国际舞台,还将以IP授权、合作分成等方式进行市场转化。

AI、AR、VR、裸眼3D等“数智”技术的加入,使非遗有了更新的表达。在10月中旬举行的第八届中国非物质文化遗产博览会上,人们可以通过裸眼3D的方式体验非遗技艺景泰蓝制作的全流程;在大屏幕上沉浸式感受“蝴蝶女变装”;在百度百科AI非遗博物馆个人照片上传至智能体,即可一键获取京剧装扮……中国非物质文化遗产保护协会会长王晓峰指出,数字技术在非遗保护传承中的作用日益凸显。一方面,短视频、直播等新的数字传播方式,有效拓展了非遗传播的渠道,丰富了非遗传播的类型,网络直播带货成为非遗商品的重要销售渠道,该方式使得非遗传承人、非遗商家与十亿量级消费者实现直接连接。另一方面,借助数字技术对非遗项目的数据采集、加工,实现云看展、线上直播、数字博物馆、元宇宙展厅的沉浸式互动体验,让用户足不出户即可领略非遗风采。

数字浪潮下,非遗搭上数智技术的快车,涌现出“非遗+NFT”“非遗+数字人”“非遗+虚拟现实”“非遗+短视频”“非遗+直播”等诸多探索方式。王晓峰建议在利用数字化手段记录和保护非遗的同时,要积极运用大数据、云计算、人工智能、量子信息、虚拟现实等新兴技术,推进非遗数字化、智能化、网络化传播;持续开展线上活动,利用数字平台的社群属性,增强非遗传播效果。西安外国语大学新闻与传播学院王秀丽教授表示,在新质生产力的推动下,非遗的传统生态圈得到了一定程度的修正和增益,为其发展提供了新的传播场域,这种改变是自内向外式的,有利于非遗价值的重新确认,有益于优秀传统文化的复兴重建。随着数智田野中更多富有激情和创造力的探索出现,践行创造性转化和创新性发展时代主旋律的新的非遗数字共同体指日可待。



《黑神话:悟空》海报 图据新华社

作者:高鹏
本版稿件未经授权严禁转载

专家观点

“传统文化视频为何越来越受欢迎?一个重要原因是——好看。”黄海贝娓娓道来:上海博物馆今年举办的“星耀中国:三星堆·金沙古蜀文明展”现场,观众们看到了一张黄金面具的复制品。这张完整的黄金面具,出自UP主“才疏学浅的才浅”之手,他花了15天的时间,用了500克黄金,敲数万锤“复原”了三星堆出土的黄金面具,并把过程拍成了视频。在B站(哔哩哔哩),这条视频位列“人站必刷”的“历史经典”,受到大量观众的追捧,播放量已超过1850万、点赞数超过260万。

已在国内外各大社交媒体平台上积累了数百万海内外粉丝的自得琴社,是一个已成立10年的国风乐团。打开他们的视频,犹如打开了一幅活动的古代画卷:乐师们身着汉唐服饰,盘着发髻,或轻抚古琴,或拨弄琵琶,或敲响鼓点……这样的演奏视频,总播放量已破3亿。

“国风变装达人”朱铁雄和他的团队,则以“国风+叙事+特效变装”的形式,塑造中国的“超级英雄”。他的第一条短视频,就是讲了一个关于孙悟空的故事,视频发布当天点击量就超过了500万。网

近年来,演绎非遗工艺、传统戏曲、国风音乐的短视频迅速崛起,破壁出圈,不断制造出一个又一个热点。中国艺术研究院电影电视研究所副研究员黄海贝认为,传统文化视频屡出“爆款”,正是得益于创作者们能够不断从中汲取养分,不断拓展形式、创新手段,对传统文化主题和元素进行合理有效的提炼、转化、再创造。“而往根源处探寻,传统文化视频的愈加火热,是因为它们在更深层次上与观众产生了共鸣共情,在更广范围里激发了大众的文化认同感与民族自豪感。”

友对朱铁雄的视频的评价是——“太燃了!”“细节充实、制作精良、故事感人……”

“这样的例子还有很多很多。以传统文化为根基,以视频为载体,

以创意为纽带,一个又一个形式新颖、制作精良的视频,好看、好玩、好新鲜。一方面,中华优秀传统文化以更加具象、清晰的面貌呈现在大众眼前;另一方面,短视频也让一些



当中华功夫遇上巴黎,塞纳河畔,古筝为伴,峨眉女团首次海外亮相,带来一场非遗武术大秀!以青春热力,传递奥运精神。中国体育代表团已就位,为健儿们加油! 收起