

跨界融合有新意 活态传承有妙招 非遗扮靓美好生活

2024 年是中国批准联合国教科文组织《保护非物质文化遗产公约》20 周年。中国第八个文化和自然遗产日前后,各地举办了 1.2 万余场内容丰富、形式多样、参与广泛的非遗特色活动。非遗与科技、文创、旅游等领域的深度融合,让人目不暇接。充满新意的活态传承,为非遗传播普及开辟了新路径,助力非遗扮靓美好生活。

借助新技术传播普及

站在一台 VR 装置前,传播了 800 多年的卢沟桥传说,从民间口传心授的形式转化为虚拟现实画面徐徐展开……这是北京市民在最新揭幕的丰台区非遗展示体验中心感受“非遗+科技”带来的新体验。

北京丰台非遗种类丰富,形式多样,从古老的京剧脸谱到北京剪纸,从技艺高超的飞叉、中幡到喜庆热闹的太平鼓和小车会,每一项都是历史的活化石。在文化和自然遗产日到来之前,丰台区非遗展示体验中心揭幕,作为集保存保护、传承传播、展示展演、研学交流、文体娱乐于一体的综合性公共文化空间,中心巧妙运用“实景+科技”的形式,展现丰台的“历史人文底蕴”。

一进入展厅,15 米长的“数字长卷”格外吸睛,长卷描绘了自古至今丰台民众安居乐业的生活图景,被工作人员称作是丰台非遗的“清明上河图”。展厅内,运用 AI 大模型技术打造的交互式人工智能机器人也投入使用,观众扫码即可进入交互界面,了解更多非遗知识和故事。

今年文化和自然遗产日期间,北京丰台区非遗展示体验中心、天津市西青非遗展示空间、湖南湘西土家族苗族文化生态保护区非遗综合性体验展示馆、青海西宁非遗馆等相继开馆,在这些新揭幕的非遗场馆中,古老非遗充分借助新技术的力量,通过沉浸式、主题化、互动化、特色化的非遗产品和场景化开发,实现供需两旺和可持续发展。

除了线下,线上的非遗传播普及结合直播、短视频等网络视听形式,也开展得如火如荼。在河南郑州,河南博物院洞箫演奏员穆文俊白天在博物馆用现代复制的出土乐器,为参观者演奏音乐;下班回家则化身网络主播,在直播间用洞箫会知音,每场能吸引 1 万余人次观看。“不管是在博物馆里演奏,还是在线上普及相关知识,目的都是吸引更多人认识并喜欢上文物和古乐器。如今‘粉丝’越来越多,我也很开心洞箫这类小众的古乐器,能走进更多人的生活。”穆文俊说。

据了解,从 6 月 7 日起至 6 月 30 日,由文化和旅游部主办的“云游非遗·影像展”在各大网络平台上线,带领用户“云观”非遗。活动由中国演出行业协会与腾讯、爱奇艺、优酷、哔哩哔哩、抖音、快手、微博、酷狗音乐、QQ 音乐、小红书等共同承办。

今年是“云游非遗·影像展”连续举办的第 5 年。除了往年联合各网络平台精选非遗影像片单、限时免费开放以及创建互动话题外,今年的影像展致力于借助新技术带来新体验。酷狗上线了“听见非遗,听见音乐的力量”主题活动,邀请音乐人作为家乡非遗推广者,网友可一键生成家乡非遗海报并分享。QQ 音乐通过用户录制声音,结合算法制作指定非遗音乐,让每个人都成为非遗“传唱人”。

“我们想通过 5 年来积累的非遗影像内容和不断融合、提升的互动方式和新技术,更好实现云端观赏精彩非遗的初心。”中国演出行业协会秘书长潘燕表示,过去 4 年,在文化和自然遗产日期间的精选影像播放量



小朋友在湖北宜昌夷陵区非遗展上观赏版画文创。
张国荣 摄



浙江东阳以共富工坊建设为契机,开展非遗实践课,吸引广大青少年打卡体验。
王鹏翔 摄

累计已超 7.2 亿次。

融合多种业态活态传承

6 月 8 日,在四川成都文殊坊举办的“非遗购物节”上,快闪专柜前人潮如织。专柜里,道明竹编、怀远藤编、枇杷茶、汤麻饼等多项非遗集体亮相,吸引着中外游客的目光。来自乌兹别克斯坦的游客 Aziza 指着衣服上的竹编芙蓉花胸针说:“在这里,我感受到了各种各样的非遗技艺,而这件道明竹编工艺品是我最喜欢的。”

来自崇州的道明竹编是国家级非遗项目。近年来崇州坚持“活态传承、品质提升”理念,引入中央美术学院、澳大利亚竹产业研究院等院所,建成中央美院传统工艺工作站、中英创意设计实验室等平台,与 40 家文创设计机构建立长期合作关系,让历史悠久的竹编文化更加富有创意、美学质感与艺术表现力,吸引了不少海外订单。

“通过这几年的努力,崇州市包括道明竹编在内的多项非遗活化利用成果喜人,不仅吸引了更多年轻传承人加入,非遗文创产品出口量也稳步上升,进入美国、欧洲、中东、日本、韩国等市场,目前订单已有 3000 万元左右。更多人喜欢上中国非遗,享受中国文化、中国技艺带来的美好生活。”崇州市传统工艺促进会会长白静波说。

据了解,今年文化和自然遗产日期间,文旅部广泛发动各地举办“非遗购物节”,结合本地区文化和旅游促消费活动,聚焦培育国货“潮品”等新的消费增长点,推动文旅消费恢复和高质量发展。

集市是当前文旅行业兴起的一种新业态、新场景。许多地方将“非遗购物节”与集市相结合,拓展市民和游客的购物体验。2024 年安徽“非遗购物节”汇集近 3000 件非遗文创产品,以非遗工坊、非遗生产性保护示范基地、中华老字号为重点,依托历史文化街区、景区、商圈等空间,开展主题集市、夜市等活动。同时招募品牌共创合伙人,携手古井贡酒、宣纸宣笔、合肥庐州窑、阜阳首彩陶、徽州雕刻、芜湖铁画等 201 个非遗企业(传承人),推出 231 个促销计划,让老手艺、新时尚更好地走进民众生活。

近年来,非遗和旅游的融合,不仅催生了更多独具文化意蕴的旅游产品,创新了旅游业态,丰富了旅游供给,也激活了数量巨大的非遗文化资源,使非遗文化通过旅游市场走进了千家万户。以非遗体验、古城古镇打卡、博物馆展览和传统服饰打卡等新型文旅体验为特征的“新中式”旅游迎来消费热潮。

6 月 7 日,北京市 2024 文化和自然遗产日非遗宣传展示活动,在北京(通州)大运河文化旅游景区启动。今年 4 月,北京(通州)大运河文化旅游景区揭牌,成为大运河文化带上的一颗璀璨明珠。此次遗产日期间,北京市发布了多条非遗旅游线路,推动非遗有机融入旅游景区、度假区、休闲街区,提升旅游空间的文化内涵和文化底蕴。西城区的“河之端”大运河主题非遗特色游、海淀区的曹雪芹纪念馆(曹雪芹传说)一曹氏风筝工艺坊一稻香湖非遗科学城、顺义区的北京葫芦艺术庄园火绘葫芦体验一牛栏山二锅头文化苑、平谷区的非物质文化遗产展厅一金海湖一丫髻山等旅游路线各具特色。通州区推出的非遗旅游线路以运河非遗传承项目为核心,邀请南来北往的游人感受运河烟火。

6 月 10 日,福建福州市 2024 文化和自然遗产日非遗宣传展示活动在三坊七巷历史文化街区举办,三坊七巷南后街成了非遗展演的大舞台。贯穿街区的实景快闪,以及闽剧、舞狮、舞龙、十二婆姐送平安等表演串连起游览动线,吸引市民游客竞相拍照。江西游客郑女士赞叹:“福州的坊巷游太值得推荐了,可以沉浸式感受非遗文化的活力。”

在江苏苏州拙政园、扬州何园等当地热门景区,延续多年的“夜游”项目已成为知名文旅品牌。无论是昆曲、评弹,还是扬剧、木偶戏,都已融入雅致的园林夜游,实现了非遗与旅游的双向奔赴,彰显了中华传统文化的魅力,受到中外游客的喜爱。

“非遗和旅游结合,诞生了更多时尚的旅游产品和文创产品。”中国旅游研究院战略所副研究员韩元军表示,通过发展旅游,更多拥有非遗技艺的人群提高了收入,从而实现更好保护;旅游也让更多老百姓知道、了解了这些非遗项目,从而提高了非遗保护的参与度;旅游还推动了非遗项目创新,通过市场力量和广大群众参与,让非遗更有生命力。
(郑娜)



诗歌

活着而爱着……

□湖北仙桃 颜芳

人性乃天生,良善与恶凶反向而对立又彼此共存于大道。就像美与丑,美通过丑这一具象而生发出心灵感官的愉悦度。没有丑的基脚,美不过就是俗世间的一粒粒粉尘而已。

我生活的城市,喧闹且宁静,不过是时间的轮回罢了。一直在喧嚣中寻找那份宁静,却又在宁静中返回到喧嚣,生活的日常就是两个极端,感悟不同而已。

常怀有爱人之心,爱视界万物,视每一粒尘埃为知己,交心、交德,视小人为君子,不论良善与恶习的出处。总以为,人心站在某种高度,就不会存在有色体。

窃以为,人人都在平行线上,平等就是道一内的法则,何来道德捆绑的言说。每一个人的心性就是一张白纸,你写什么是你自己的事,你做什么按照本心就够了。

所以,你不能活成别人的样子。这个世界上没有绝对的圣主,每个人都是自己的圣主,格局不同就有了崇上与崇下的分别,都在于自己的选择。

活成什么样子,那是自我的事情。有人从文有人习武,每一种选择重在本心的认可。生活在当下,活着而爱着,爱身边的每一粒尘埃,爱自己,就够了……

杭州立法支持 老字号传承发展

6 月 21 日,浙江省杭州市人大常委会召开《杭州老字号传承与发展条例》(下称《条例》)新闻发布会通报称,该市通过地方立法,明确老字号认定条件、规范认定程序,为杭州老字号传承发展提供制度支撑,培育打造“百年老店”品牌。

作为中国大运河南端城市和商业重镇,杭州集聚了丰富的老字号资源,目前拥有中华老字号品牌 42 个、省级老字号品牌 177 个,其中 53 项入选非遗项目。老字号分布在食品加工、医药保健、餐饮住宿、工艺美术等多个领域。

杭州市人大常委会法工委副主任、一级巡视员汤海庆介绍,《条例》首先厘清了杭州老字号的法律概念,明确老字号主要是创立时间较早、具有鲜明的杭州地域文化特征、得到社会广泛认同并经过规定程序予以认定的市场主体字号。

具体而言,《条例》总结了杭州近年来开展老字号文化传承、推动老字号发展模式创新、企业管理创新、营销模式创新等方面的实践经验,在促进传统技艺传承、历史资料调查整理、知识产权保护等方面作了具体规定,将数字赋能、融合发展、集聚发展等方面实践经验固化提升为法规制度。

如在文化传承方面,杭州鼓励老字号市场主体建立传统技艺传承人、技术骨干人员培养制度,加强知识产权保护,对商标、地名、地理标志等申请注册或登记,对独有配方、工艺、服务等申请专利或者以其他适当方式进行商业秘密保护。

“老字号既要老又要新,《条例》鼓励杭州老字号市场主体将传统经营方式与现代服务手段相结合,创新发展模式,扩大经营规模,拓展国内市场,参与国际竞争。”汤海庆表示。

针对老字号特有的传统技艺,《条例》鼓励在保护和传承传统特色技艺的基础上,运用现代科学技术对生产工艺进行提升改造,提高产品质量和工艺技术水平,并根据市场需求研发新产品。同时支持杭州老字号市场主体开展数字化改造,运用现代信息技术提升发展动能,创新消费业态,实施线上线下融合发展。
(郭其钰)