

选题策划:数字技术与城市形象

基于数字化非物质文化遗产的城市形象传播

陈日红

(湖北美术学院, 武汉 430205)

摘要: **目的** 将数字化的非物质文化遗产作为城市软实力,使其成为城市形象传播的重要载体和途径。**方法** 以恩施为例,将传统音乐、传统舞蹈、民间美术、传统技艺、民俗等非物质文化遗产通过数字化手段形成音视频口述史,建立数字化图形数据库、虚拟工艺流程和演示场景以及数字虚拟博物馆。**结论** 文化是城市竞争的软实力,非物质文化遗产既是城市的文化基因,也是城市形象的文化符号,将其进行数字化处理并结合城市形象展开有效传播,不仅可以宣传城市的人文精神,有助于城市的品牌塑造,也有利于城市文脉的延续。

关键词: 数字化; 非物质文化遗产; 文化基因; 城市形象; 传播

中图分类号: J512 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2015)06-0001-04

The Transmission of City Image Based on the Digitization of Intangible Cultural Heritages

CHEN Ri-hong

(Hubei Institute of Fine Arts, Wuhan 430205, China)

ABSTRACT: It takes the digital intangible cultural heritage as the soft power of a city, making it an important carrier and means of city image communication. Taking Enshi as an example, the intangible cultural heritages such as traditional music, traditional dancing, folk fine art, traditional crafts and folk custom are formed into the audio and video oral history by some methods of digitization to build the digital graphics database, the virtual process and demo scene, and the digital virtual museum. Culture is the soft power of city competition, the intangible cultural heritages are the cultural gene of city, and cultural symbol of city image. If we make the intangible cultural heritages digitalization, and effectively communicate them by combining city image. It not only can declare the humanistic spirit of the city, shape the city brand, but also more conducive to the continuation of the urban context.

KEY WORDS: digitization; intangible cultural heritage; cultural gene; city image; transmission

当下,我国经济正快速发展,由传统的农业文明迈入现代工业文明,逐步向后工业文明时代演进,并逐渐融入国际化大环境中。随着城镇化步伐的不断加快,城市规模的不断扩大,以及城市交流的逐渐增多,各城市间的竞争日渐加剧。如何让城市在竞争中脱颖而出,如何通过城市形象的提升来增强其竞争力以实现可持续发展,成为当下城市管理者绕不过去的

课题。城市形象的塑造和传播,可以在城市本体、政府以及所有社会成员之间架起文化认同和信息流通的桥梁^[1]。

1 文化是城市形象的重要组成部分

何谓城市?在东西方文化中有不同的说法,如

收稿日期: 2014-11-01

基金项目: 2012年度文化部文化艺术科学研究项目(2013B134)

作者简介: 陈日红(1974—),男,湖南安乡人,硕士,湖北美术学院副教授,主要研究方向为视觉传达设计、非物质文化遗产。

《中国大百科全书》将“城市”定义为:“依一定的生产方式和生活方式把一定地域组织起来的居民点,是该地域或更大腹地的经济、政治、文化生活的中心^[2]。”其明确指出城市是“经济、政治、文化生活的中心”,文化是城市的基本功能和特点之一。而在西方,美国社会学家罗伯特·帕克则认为:城市,它是一种心理状态,是各种礼俗和传统构成的整体,是这些礼俗中所包含、并随传统而流传的那些统一思想 and 感情所构成的整体^[3]。此处的“礼俗和传统”其实都是文化的具体体现,因为文化是“一个复合整体,它包含知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗以及作为社会一个成员的人所习得的其他一切能力和习惯^[4]”。而“形象”则是指能够引起人们意念感知的具体形状或姿态。所谓“城市形象”,就是指人们对城市的感知和印象。当然,这种印象和感知是需要具体对象的,是对城市外部形状的印象和对城市内在精神的感知。总的来说,城市形象既包括城市内在文化底蕴和精神内涵在其外部形态上的表现,又包括公众对城市整体印象的基本感受和综合评价,是一个城市的内在人文精神和外部形象特征的综合体现。

内在的文化精神和外在的物质形象构成城市的整体,政治、经济、文化都成为影响城市形象的主要因素。如果说一个国家的软实力是文化的话,那么一个城市的软实力也应该是文化。鉴于城市形象具有相对稳定性、长期性、时代性、特色性、多样性等综合性特征,城市管理者若以文化为切入点来提升城市形象,对扩大城市美誉度,提升城市软实力,将有着非常重要的作用。

2 非物质文化遗产是城市的文化基因

文化有多重属性,既有其时代性和地域性,又有其多样性和民族性。如传统文化和当代文化,北方文化和南方文化,主流文化和草根文化,以及少数民族文化等。国内学术界普遍认为,非物质文化遗产是各族人民世代相传,并视为其文化遗产组成部分的各种传统文化表现形式,以及与传统文化表现形式相关的实物和场所^[5]。其实,它就是一个民族或群体长期以来一直延续着的传统文化。在具体操作中,非物质文化遗产可分为民间文学、民间美术、传统音乐、传统舞蹈、传统戏剧、传统技艺、传统医药、传统体育游艺与杂技、曲艺、民俗等十大类。它们根植于民众的衣、食、住、行、用、娱、祭等民俗生活的方方面面,渗透于不同民族、地域的人们们的精神中。正如我国著名非物

质文化遗产保护专家田青所说:“非物质文化遗产是民族精神文化的重要标识,内含着民族特有的思维方式、想象力和文化意识,是一个国家一个民族文化生命的DNA^[6]。”以此类推,城市既作为国家的一部分,又作为一个地域民族的聚居区,经过历代传承与发展,非物质文化遗产已成为这个城市人文精神的重要标识和城市文化生命的基因。

以恩施为例,恩施地处鄂西武陵山脉的崇山峻岭之中,既是古代巴文化的发祥地和土家文化的诞生地之一,又是中原汉文化的融汇之地,民族文化资源丰富、底蕴深厚、独具特色。经过当地非物质文化遗产工作者近十年的普查、申报和建设,已建立起完备的涵盖国家级、省级、州级和县市级等四级非物质文化遗产代表作名录体系。其中,国家级非物质文化遗产名录有传统音乐类的薅草锣鼓、土家打溜子、江河号子,传统舞蹈类的土家族摆手舞、肉连响,传统戏剧类的恩施灯戏、恩施傩戏、南剧,传统技艺类的土家吊脚楼营造技艺,传统曲艺类的恩施扬琴;还有龙船调、土家族撒叶儿嗬、恩施板凳龙、土家族花鼓、土家女儿会、土家织锦、土家民间历法、傩面具制作技艺等省、州级各类非物质文化遗产名录。这些非物质文化遗产早就融入了鄂西大山深处的恩施土家人丰富多彩的生活中,构成了最具特色的恩施形象;这些由土家人创造并与之历代相伴并传承的传统文化,早已渗入恩施土家人的精神中,成为他们独具特色的文化基因。

3 数字化非物质文化遗产是传播城市形象的重要载体

城市间日渐加剧的竞争,加快了各地在传播城市形象、塑造城市品牌的步伐。从传播学角度来讲,“传播”是指个人或团体主要通过符号向其他个人或团体传递信息、观念、态度或情感^[7]。一般而言,城市形象就是城市内外的人们对一个城市的主观印象,这种印象的形成必须通过个人体验、人际交流、大众传媒等综合因素共同作用。由此可知,城市形象传播可以概括为一个城市通过多种方式使公众对该城市的内在综合实力、外显前进活力和未来发展前景形成具体感知和总体看法^[8]。

城市形象传播的最终目的是通过多途径的传播,使城市在竞争中获得发展优势。美国著名战略学专家迈克尔·波特在论及企业竞争战略时,认为企业可以通过差异化策略来获得竞争优势;并指出如果一个企业能够提供给顾客某种具有独特性的东

西,那么它就具有了有别于其竞争对象的经营歧异性^[8]。迈克尔·波特的企业竞争差异化思想,同样也可应用于城市之间的竞争策略上。在城市规模、经济总量、科技和环境等指标都差不多的情况下,“差异化”策略在城市形象传播策略上未尝不是一种上好的选择。在经济一体化趋势加快的背景下,文化的多样性及其所带来的区域差异性,避免了城市形象的千篇一律和同质化后果。挡住城市形象同质化的防火墙,正是在各地城市传承了千百年的、像空气一样存在于人们周围、且已渗入人们精神中的文化基因——非物质文化遗产。

孕育和传承非物质文化遗产的农耕文明逐渐远去,取而代之的是追求信息快速传递、大数据集成的后工业文明时代。当产生的土壤和生态被严重破坏,其传承方式受到严重威胁时,将这些五彩斑斓的非物质文化遗产以数字化的形式进行记录、整理、复制、保存和演示,将是使其延续的最好方式和归宿。非物质文化遗产数字化就是采用数字采集、数字储存、数字处理、数字展示、数字传播等技术,将非物质文化遗产转换、再现、复原成可共享、可再生的数字形态,并以新的视角加以解读,以新的方式加以保存,以新的需求加以利用^[9]。在数字时代,城市形象的精心塑造和便捷传播获得了诸多有利条件。一直以来,因城市生活节奏的加快,地理交通的阻隔,导致人们很难对一个城市有全面感知和深刻印象,数字传媒的强大传播功能,可以极大地影响人们对城市形象的看法,因此,以数字化形式来展示和传播民族、城市文化基因,能使人们获得对城市人文精神的直观感受和主观印象。

前文论及非物质文化遗产主要包括民间文学、民间美术、传统音乐、传统舞蹈、传统戏剧、传统体育游艺与杂技、传统技艺、传统医药、曲艺、民俗等十大类,涵盖民众生活的方方面面,有的可读,有的可听,有的可视,根据城市形象传播的特点对其进行数字化处理,再进行有效传播。还是以鄂西恩施的各类非物质文化遗产项目为例,适于以形象进行传播的有传统音乐,如宋祖英演唱的“龙船调”和获得过全国青歌赛大奖的“土家族撒叶儿嗬”;传统舞蹈“土家族摆手舞”;传统戏剧“恩施傩戏”;传统技艺“土家吊脚楼营造技艺”、“土家织锦”、“傩面具制作技艺”等,都可以成为恩施形象的文化符号。这些文化符号融入恩施的地理环境,通过有效传播,形成民众对恩施形象的独特感知与印象记忆,从而完成恩施形象的文化品牌塑造和人文精神传播。

4 非物质文化遗产的数字化途径

非物质文化遗产的数字化处理手法和呈现方式有图片、音频、视频、动画、三维模型等,有的是单一方式,有的则可综合处理。数字化录音、摄影、摄像技术主要采用先进的数字化记录设备,如硬盘录音机、数字音频工作站、数字化硬盘摄录机等,与传统的摄录设备相比,数字化设备的拾音效果好,图像更清晰,且记录的数据便于后期处理,更有利于长久储存。

通过数字化手段形成非物质文化遗产的音视频口述史。以传统手工艺为例,先以数字技术对吊脚楼、土家织锦、傩面具、竹编、木雕、石雕和纸扎等项目的原料采集、营造工艺、制作流程以声像形式一一记录,对民间艺人进行采访拍摄,形成每项技艺关于音频和视频的完整口述史。这些数字化的艺人口述史和技艺影像,有利于传播该项传统手工艺的历史和现状,为城市形象增添厚重的历史感,强化城市形象中“人”的因素,因为人是创造城市、传承文化的主体。

通过数字化手段建立数字化图形数据库。将传统手工艺中的土家织锦、傩面具、竹编、刺绣、木雕、石雕等民艺作品所表现的异常丰富而又寓意吉祥的图形和元素,提炼其艺术特征进行精细扫描和重新绘制,形成数字化图形,再分门别类地加以归纳和存储,建成内容丰富、调阅便捷的传统图形数据库^[10]。

通过数字化手段建立虚拟工艺流程和演示场景。现在的数字技术已可以满足人们对影像的任何要求。在当今非物质文化遗产项目生存状态恶化,传承人相继老去,一些古老技艺面临消亡的情况下,以数字技术模拟吊脚楼、土家织锦、傩面具、刺绣、竹编、木雕、石雕等制作过程,演示其工艺技法,形成传承和传播的有效资料,对保护非物质文化遗产、传播城市形象无疑是最好的选择。此外,还可以利用三维动态成像技术和虚拟现实技术,将吊脚楼的实景与幻影相结合,产生逼真的视觉效果,配上声音、灯光、模型等,使人产生栩栩如生、身临其境的感觉。

通过数字化手段建立数字虚拟博物馆。随着社会的发展,作为传统文化的非物质文化遗产不可避免地要进入博物馆。利用数字互动技术,可实现非物质文化遗产的生动完美展示,提高观者的参与感,营造良好的人机互动环境和自然显示效果。此外,在大数据背景下,模拟仿真展览功能,并利用计算机的存储优势和宽带网络的快速传播优势,建立非物质文化遗产的网上数字博物馆,使民众摆脱交通、地域、时间的

限制,实现其远程观展的意愿。此举亦促进城市形象的有效传播,提升城市的文化影响力。

5 结语

目前,我国正完成从传统农耕文明向现代工业文明的演进,处于全面城镇化的起始阶段。城市规模的不断扩大,城市竞争的日渐加剧,城市形象的传播,城市品牌的塑造以及城市实力的提升,成为城市管理者亟待研究的课题。在经济一体化浪潮下,区域、城市间的竞争归根结底是文化的竞争,文化既是国家的软实力,也是一个城市的软实力。非物质文化遗产是一个国家、民族、城市的文化基因,是支撑城市形象的文化基石。在非物质文化遗产的土壤和生态不断恶化的当下,以数字化技术手段记录、保存、复制、演示和传播非物质文化遗产,并结合城市形象的传播,不仅可以传达该城市深厚的人文精神底蕴,有助于打造差异化的城市形象,也有利于城市文脉的延续。

参考文献:

- [1] 寇非.传播战略与城市形象传播[J].新闻战线,2012(5):67—69.
KOU Fei.Communication Strategy and City Image Communication[J].News Front,2012(5):67—69.
- [2] 杜靖.超越村庄:汉人区域社会研究述评[J].民族研究,2012(1):91—102.
DU Jing.Beyond the Village:a Review on the Research of Regional Han Society[J].Ethno-National Studies,2012(1):91—102.
- [3] 帕克·罗伯特.城市社会学:芝加哥学派城市研究[M].北京:商务印书馆,2012.
PARKER R. The Sociology of City:Research on Chicago City School[M].Beijing:Commercial Press,2012.
- [4] 萧俊明.文化的误读:泰勒文化概念和文化科学的重新解读[J].外国社会科学,2012(3):33—46.
XIAO Jun-ming.The Misreading of Culture:Reinterpretation about the Concept of Culture and Scientific Culture of Taylor[J].Social Sciences Abroad,2012(3):33—46.
- [5] 王云霞.文化遗产的概念与分类探析[J].理论月刊,2010(11):5—9.
WANG Yun-xia.The Discussion on Conception and Classification of Cultural Heritage[J].Theory Monthly,2010(11):5—9.
- [6] 田青.捡起金叶:田青“非物质”·“原生态”文论集[M].北京:文化艺术出版社,2010.
TIAN Qing.Pick up the Gold Leaf: the Literary Essays of TIAN Qing about "Intangible" and "the Original Ecological" [M].Beijing:Culture and Art Publishing House,2010.
- [7] 童兵.关于当前新闻传播几个理论问题的思考[J].新闻与传播研究,2013(1):147—150.
TONG Bing.Thinking about Some Problems of the Theory of Current News Communication[J].Journalism & Communication,2013(1):147—150.
- [8] 波特·迈克尔.竞争战略[M].北京:华夏出版社,2005.
PORTER M.The Competition Strategy[M].Beijing:Huaxia Publishing House,2005.
- [9] 黄永林,谈国新.中国非物质文化遗产数字化保护与开发研究[J].华中师范大学学报(人文社会科学版),2012(3):49—55.
HUANG Yong-lin,TAN Guo-xin.Research on the Protection and Development about the Digitization of China Intangible Cultural Heritage[J].Journal of Huazhong Normal University (Humanities and Social Sciences),2012(3):49—55.
- [10] 朱方胜,王玮,殷俊.凤阳凤画的数字化保护与开发[J].包装工程,2014,35(22):89—92.
ZHU Fang-sheng,WANG Wei,YIN Jun.Research on Protection and Development about the Digitization of Fengyang Phoenix Painting[J].Packaging Engineering,2014,35(22):89—92.