

欢迎按以下格式引用:陶丽萍,刘源深.非遗产业化之路:文化赋能的内容与特征[J].长江大学学报(社会科学版),2021,44(4):26-30.

非遗产业化之路:文化赋能的内容与特征

陶丽萍 刘源深

(武汉轻工大学 管理学院,湖北 武汉 430023)

摘要:对非遗进行适度的产业化开发,使其获得新的生产途径和生存方式,是非遗保护和传承的重要途径。树立协同保护与科学开发的思想理念,正确认识非遗产业化的内涵及其特定内容,综合考量其在产品特色打造、组织方式、生产运营、投融资渠道以及销售途径等方面的特征。激活非遗走出传承困境,应科学评估,坚守核心价值,根据消费需求和非遗自身开发价值,进行适度产业化开发,实现其活态传承和可持续发展。

关键词:协同保护;产业化;内容;特征;科学评估

分类号:G127 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-1395(2021)04-0026-05

随着改革开放和全球化的全面深入发展,传统农耕文明赖以生存的文化生态结构在乡村工业化、城镇化迅猛推进的时代潮流中逐渐消解。部分传统文化与民间技艺在丧失原有实用价值的同时,传承人才亦青黄不接。许多传承发展了数百年的非遗项目曾有的荣耀与辉煌一去不返,甚至日渐衰退或消亡。面对数量众多、规模庞大的非物质文化遗产资源,单纯依靠政府投入进行保护,显然难以为继。

只有树立协同保护与科学开发的理念,在科学评估的基础上,借助于适度的产业化开发,我国的非物质文化遗产才能在原有基础上推陈出新,从而获取新的“赏鉴者”的青睐和支持,吸引更多的资源投入到非遗的传播和发展中来。^[1]

一、产业化与非遗产业化

(一)产业化与文化的产业化

“产业化”一词,由“产业”延伸发展而来。在产业经济学家看来,产业是指具有某种同类或类似属性的企业或组织的集合,或者是指以某一标准划分的部分国民经济的总和。^[2]因此,产业是介于微观经济的细胞与宏观经济的单位之间的一个集合概念。

而产业化是指,“要使具有同一属性的企业或组织集合成社会承认的规模程度,以完成从量的集合到质的激变,真正成为国民经济中以某一标准划分的重要组成部分”^[3]。它是一个全面市场化的动态过程,其生产和运营需要坚持以市场为导向,以企业为主体,并满足以下基本条件:以一定标准进行生产并形成一定的发展规模,按照市场化要求进行经营和运作,最大化实现利润效益,具有资本特别是金融资本支持。

文化的产业化,是指有效的文化资源通过一定产业标准的规模化生产成为商品,在遵循市场经济规律的条件下实现生产、流通、交换等一系列过程,使之形成工业化、商业化、市场化、消费化的文化生产和运行方式。^[4]其具体涵纳以下四个方面内容。

第一,产业化的条件。这取决于文化资源的价值及其“可编码化”程度,规模化生产的潜力和相关产业的带动性程度,文化产品的市场化与资本化程度等。

第二,产业化的标准。衡量和评价标准的关键在于,形成以文化资源创意研发为核心,以市场为导向的文化生产、运营和销售的方式,产业发展成为市

收稿日期:2021-04-10

基金项目:湖北省高等学校哲学社会科学研究重大项目“湖北省非物质文化遗产的协同创新保护研究”(18ZD02)

第一作者简介:陶丽萍(1965-),女,湖南浏阳人,教授,博士,主要从事文化遗产保护与利用研究。

场重要主体,在国民经济发展中占据重要的比重。

第三,产业化的内涵特征。它通过规模化生产和市场化交换以实现文化产品的价值和使用价值,是一种具有高效可持续性突出特征的文化生产、传播和流动方式。

第四,产业化的表现形态与发展阶段。文化资源的特点及其产业化方式决定了其产业化表现形态包含显性和隐性两方面,随着市场配置和产业体系的不断优化,其发展将逐步由初级阶段向高级阶段衍化。

(二)非物质文化遗产产业化的内涵

不同于一般意义上的文化遗产,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,以非物质形态存在的传统文化表现形式和文化空间^[2],具有稀缺性、不可复制性和不可再生性等特性。因此,某种程度上,非物质文化遗产的产业化是非物质文化遗产适应当代社会经济发展和文化生态环境变化的一种新的生产与生存方式,是对文化生产力的开发与提升。

关于非遗产业化,有学者认为,它是指把某些过去私相授受、零散学习的民间技艺形式,变成一个完全按照市场规律运作的经济形式,并达到相当规模、规格统一、资源整合、产生利润的过程。也有人指出,非遗产业化就是以文化产品为中心要素,由资本驱动,依照市场规律运行而形成的文化产品生产、传播和流通产业及其机制。它通过市场的运作形式,以盈利为目的,且形成一定规模的以相关产品为中心的产业链的经营模式^[5]。以上诸观点虽然都指出了非遗产业化的主要特质与要求,但是大多偏重于强调市场化的经营规律和运营模式,注重标准化生产的规模效应以及由此产生的非遗的经济价值,却忽略了非遗在历史、教育、科学、艺术等方面的社会文化价值和功能^[5]。

可见,非遗产业化不同于一般物质产品的产业化,需要对其进行综合考量。总体上,非遗产业化是以市场为导向,以非遗文化传统的核心符号体系作为内容或素材,设计、生产和经营非遗产品的一整套市场化运作流程,但其最终目的是非遗保护与传承,要求在实现非遗经济价值的同时,满足人民群众的精神文化需求,促进非遗的传承与传播。

因此,作为非遗生产性保护的一种特殊形式,非遗产业化开发不同于其他手工作坊式生产,有其特质。第一,产业化的对象是地域文化特色鲜明,经济价值较高,具有较广阔的国内外消费市场,以及相对

成熟的产业开发条件的文化项目,大多为传统技艺、民间美术、中医药物炮制技艺以及民间口传文学。第二,产业化的主体是开发商或文化企业,而非传承人。传承人所从事的生产应遵循生产性保护的原则和方法,进行小批量、精品化、定制化生产,主要通过商业性经营获得利润。若传承人掌握的项目具有较高开发价值,则鼓励其通过技术入股或技术转让等方式,参与非遗的产业化开发。第三,产业化的关键在于,以非遗项目的文化价值核心符号为依托,围绕其材质、体积、外观、功能、性质等,进行多层次、多梯度的创意开发,并通过符合市场经济规律的商业运营模式实现其经济价值和社会文化价值。第四,产业化的效应将极大拓展非遗传承的规模化发展、载体形式、传播空间与宣传途径,吸引更加广泛的社会资源和各类资金支持,为推进各区域协调发展提供更多机会和更广阔的空间。

二、非物质文化遗产产业化的内容

非物质文化遗产作为中国优秀传统文化的一部分,在漫长的传承过程中逐步积淀形成了其特有的价值观念、群体意识、气质情感和心理结构等,蕴含着深刻的文化内涵和特定的审美价值,是民族的DNA,因此,不同于一般意义上规模化生产的工业产品,非遗产业化有其特定的内容。

(一)非遗文化价值的核心符号

非遗文化价值的核心符号即非遗自身的文化内涵符号,它要求在细致梳理和深入研究本土非遗文化资源的基础上,提炼具有代表性的符号化非遗组合性元素,通过再设计,打造具有原创性和核心竞争力的IP资源组合,并以此为基础,进行创意研发以及市场化专业运作,开发相关产品和衍生品,实现经济效益和社会效益的共赢。如故宫博物院根据故宫藏品开发的一系列文创产品,基于传统医药配方开发的多种中成药,创新传统非遗玩具,使之成为新型家居工艺品,都是一些成功的尝试。

(二)非遗场境的文化体验

场境体验是服务经济的一种高端商业化形式。它是以非遗项目体验为触发点,使顾客在具体的生活情境中,获得个性化情感体验及思维认同,以吸引顾客参与,并在新的消费场境中赋予商品新的生存价值与空间。如剪纸传人工作坊,不仅可作为产品销售终端,还可作为体验店,供顾客观赏剪纸的精彩表演,现场学习、操练,帮助其深入了解和体会当地剪纸的历史文化与技艺特色。

(三) 非遗存显的特定空间

非遗是特定物质和文化空间自然生成的一种社会文化产物,具有明显的地域性和封闭性。要扩大非遗的影响力,须顺应时代发展需要,运用现代高新技术,借助于文创、旅游、现代传媒技术等文化产业形态,为非遗寻求规模化复制的载体与传播空间,达到拓展非遗的存显空间,重塑主体意识,培育与扩大非遗消费市场的目的。如将神话故事、民间传说或者其内容要素创作或改编成电影、电视、大型实景演出或不同形式的网络文化产品,通过传播载体和空间的创新,可以极大地拓展和提升非遗的传播力和影响力。

(四) 非遗的相关延伸实物载体

根据非遗项目的文化特点,规模化开发与其相关的道具、服装、工具等实物,形成独特的文化价值链,以满足当代人对于多元文化的需求,进而获取规模效益和经济效益。如非遗傩戏,既可进行专业演出,还可对其表演服饰、面具、饰品、道具等实物进行系列化开发,打造特色旅游文化资源,延伸产业价值链。

可见,较之于传统的非遗生产性保护方式,非遗产业化是在保留非遗项目文化价值核心符号的基础上,围绕非遗文化符号、体验、空间及其相关载体进行的多层次、多梯度的创意开发。它要求更加贴近市场需求,生产内容符号化,运营方式IP化,发展路径跨界融合化,传播模式网络+化,以规模化的非遗文化产品消费促进经济提升,从而实现非物质文化遗产文化价值和经济价值的双赢。

三、非物质文化遗产产业化的特征

非遗产业化是依托非遗文化资源进行产业开发与运营的经济活动,具有一般产业化发展的市场化、规模化、品牌化的共性特点;同时,非物质文化遗产具有传承脆弱、表现形式独特、形态流变无形、传播扩散突出地域性等特点。这决定了它不能完全像工业产品一样,简单地进行规模化、标准化和批量化生产^[6],而应在尊重非遗项目自身传承规律和特点的基础上,科学组织和研发,通过一定规模的生产构建生产性保护平台,以深度的非遗产品宣传、消费与体验,为非遗争取更广泛的群众基础,实现非物质文化遗产利用开发与保护传承之间的良性循环。

(一) 规模化

形成规模是非物质文化遗产存续与发展的硬道理,它要求以市场为导向,采用机械化生产和现代企

业管理的方式,优化配置原材料、劳动力、资金、技术、信息等要素,将零散分布在各地的非物质文化遗产资源进行有机整合,统一规范,进而取得规模化生产效益^[7]。批量化生产非遗制成品,降低成本,提高效益,逐渐扩大非遗的社会影响,赋予非遗新的生命和活力。一般来看,规模化实现方式有两种:一是根据产品性质和要求,生产过程的全部或某一阶段采用机器机械化生产;二是增加某一单项非遗从业者的数量,从而形成规模化生产。

(二) 市场化

市场是非物质文化遗产传承在现代社会环境下最重要的载体与传播空间,运用市场化手段实现文化的扩张乃至全球化发展,是当今强势文化发展的不二选择。因此,应确立文化企业的市场主体地位,引入市场机制和产业手段,在确保非遗项目的核心技艺和价值得到完整性保护的前提下,借助生产、流通、销售等市场化运作手段,将非遗及其资源转化为文化产品或服务,最后实现非遗资源的优化配置和生产要素的重组。同时,加大实施非遗产品“走出去”战略,为非物质文化遗产保护与传承提供可持续性内在动力。需特别指出的是,在市场资源配置过程中,通过生产要素的需求—供给分析来判断是否应该产业化,寻找产业化的最佳时机,至关重要。

(三) 本真化

非遗产业化以挖掘非遗文化精髓,保持非遗项目基本性质与特征,弘扬其文化影响力为根本目的,不是纯粹的开发利用。因此,应该对非遗的立体运作体系包括版权、知识产权加以全面的保护,利用现代管理手段延续技艺传承和生产方式,保留非遗项目的完整工艺流程与核心工艺技术。不能毫无节制地产业化或商业化,不能以牺牲其文化内涵的本真性、完整性和固有的文化蕴涵为代价。否则,将会使非遗逐渐陷入庸俗化的泥淖,进而造成非遗特征大量消失的恶劣影响,最终导致民族文化的异化与变迁,阻碍文化产业的健康发展。

(四) 标准化

即以获得企业的最佳生产经营秩序和经济效益为目标,对企业生产经营活动范围内的重复性事物和概念,以制定和实施企业标准,贯彻实施相关的国家、行业、地方标准等为主要内容的过程。^[8] 非遗的标准化生产是企业提高产品质量和生产效益,不断拓展市场的有力保证。非遗文创产品在产品规格、品质等方面实行统一、规范生产,并在加工环节严格进行质量控制,以满足消费者日益增长的对非遗文

化产品和服务的需求。小批量生产的非遗产业化项目依托非遗项目的文化特色,在遵循一定规范,相对统一产品规格、质量的同时,可以适度赋予产品个性化的艺术特色,为特定市场提供产品。^[9]

(五)大众化

大众化是实现规模化、市场化发展的前提和基础。我国很多非物质文化遗产最终减少甚至消亡,很大程度上是缺乏群众根基所致。因此,必须适应大众文化需要,将非遗文化资源与现代文化完美结合,对其中具有文化价值和使用价值双重属性的部分,进行创造性转换和创新性发展,打造多种形式的文化产品或文化服务,进而获得更多人的关注,满足大众文化娱乐需要,真正实现非遗的可持续传承。

(六)品牌化

品牌作为识别产品的特殊标识,其本质是创造差别化的独特文化内涵,不仅有利于提升产品的附加值,更是企业在激烈的市场竞争中立于不败之地的制胜法宝。非物质文化遗产的品牌化需要引入有经验和实力的企业,通过挖掘非遗项目的文化内涵,打造独特的文化品牌形象,并以其独有的竞争优势不断拓展市场。品牌化既是非遗产品赢得市场的有效手段,也是非遗开展保护、管理、传播等系列措施的无形载体,对于非遗的存续与发展具有持久的影响力。

(七)综合化

保留非物质文化遗产的本质特征,发挥其促进区域文化认同、提升区域文化软实力以及民族凝聚力的社会文化功能,是非遗产业化的根本原则和最终归宿。因此,应坚持保护传承与产业化开发协同发展,在开发经济价值的同时,更要发挥其社会文化功能,凸显经济、社会和文化多重效益,否则,不仅会破坏非遗的原真性,影响非遗保护的效果,还将对非遗创意产业的健康发展产生根本性阻碍。

(八)区别化

非遗产业化具有自身的特性,其生产不同于一般工业文化经济或文化产业,需要区别对待。一是平台区别对待,即区别对待非遗产品商业性经营与非遗产业化开发,将前者的保护与后者的开发放置在两个完全不同的平台上,实施异人异地异品生产,以实现保护与开发的双赢。二是政策扶持区别对待,即政府和社会树立市场观念,在产业政策的制定和执行过程中,扶持非遗文化产业。三是开发经营区别运作。非遗的多样性决定了非遗的产业化开发不仅要在开发模式和路径上区别对待,更要在内容

选择、创意设计、产品包装、渠道建设、传播与营销等方面创新,形成个性。不能放弃非遗自身的文化禀赋特色,简单地以机械化生产复制原有非遗产品,固守传统的单一被动的传播与销售方式。

(九)自律化

非遗产业化与保护传承是既对立又统一的矛盾体。作为一种经济行为,非遗产业化与其他产业化生产一样,以追求投资的及时回报以及商业利润的最大化为基本目标。但是,如果企业违反非遗自身特点和文化发展规律,对非遗项目进行简单地规模化开发,势必造成非理性开发,最终给非遗的原真性造成不可逆的负面影响。因此,应引导从业者和生产主体自觉约束自己,坚守非遗核心技术形态、质量和品格。在保留非遗项目文化价值内涵原真性的前提下,借助于创意研发,生产更符合当代人审美需求的非遗文创产品。

四、非物质文化遗产产业化需要注意的问题

(一)正确认识,辩证对待

毫无疑问,有着鲜明地域特色和文化特色的非遗文化资源,蕴藏着丰富的文化创意符号和元素,有效挖掘和利用这些创意符号和元素,对发展特色文化产业,大力推进非遗文化创意产业的供给侧改革,加快产业转型升级,促进新时期区域经济发展,特别是乡村振兴战略的实施,具有重要的价值和意义。但是,并非所有的非遗资源都适合产业化。产业化是一柄双刃剑,它要求在进行非遗产业化发展之前,做好非物质文化遗产资源的价值评估,在科学论证的基础上有选择、有限度地开发。因此,既要了解非物质文化遗产资源的价值,还需结合非遗项目内在的特点和规律,进行不同项目资源的价值比较,以便有选择性地产业化,实现择优发展。

(二)科学评估,分类管理

坚持保护性开发导向,建立健全非遗项目评估、监测管理机制,按类别统筹规划,根据评估情况,选取最易产业化、市场化的非遗项目进行重点开发,不能急于求成,搞文化冒进式运动。同时,还要对开发过程中所有可能影响或改变这些遗产文化价值的问题进行评估和监测,并制定出相应的规范机制以约束过度的开发行为^[10],妥善处理非遗保护传承与利用发展之间的关系。

(三)划清边界,坚守核心

文化价值是文化遗产的精髓。提炼和包装文化

遗产的文化价值是非遗产业化开发成功的保证,也是保护与传承非遗的文化价值,保持其旺盛生命力和强大影响力的最好途径。^[11]目前,非物质文化遗产开发存在着简单化、庸俗化、雷同化的倾向,市场上充斥着诸多低层次、简单复制的非遗产品,对非遗的传承发展危害极大。应划清创新与保护的边界,坚守非遗文化项目中的核心价值内涵,打造具有原创知识产权的IP产品,不断提升产品的市场竞争力。

(四) 提高品质, 打造品牌

作为产品核心竞争力和可持续发展的第一驱动力,品牌培育是第一要务。必须整合资源,将“革命性技术与营销结合”,迅速建立一套全新的品牌设计开发、维护与推广系统,构建独特的产品特色和品牌形象,打造非遗知名品牌,以品牌效应作为无形资产价值,实现产品品牌、企业品牌向区域品牌、产业品牌的转变。

五、结语

可持续发展是非遗产业化利用的核心与关键。在现代社会中应以尊重文化传统为根本,结合非遗文化项目实际,推动其合理适度利用。应整合文化环境、生产者、传播者、消费者等要素,通过科技和创意的双轮驱动,跨界构建文化立体生态布局,催生非

遗文化创意的新业态、新工艺和新产品,从而促进非遗文化创新,实现非遗活态传承。

参考文献:

- [1]房勇,周圆.论我国文化资源的产业化开发[J].山东社会科学,2016(11).
- [2]周高亮,吕军.吉林省非物质文化遗产保护产业化战略思考[J].东北史地,2012(7).
- [3]刘伟校.我国体育舞蹈产业化发展分析[J].文体用品与科技,2018(1).
- [4]江林波.关于推进热贡文化产业化的对策研究[D].天津师范大学,2012.
- [5]陈兴贵.少数民族非物质文化遗产产业化探讨[J].黑龙江民族丛刊,2016(2).
- [6]杨亚庚,陈亮,等.论宜产型非物质文化遗产的产业化[J].河南社会科学,2014(1).
- [7]张魏,李瑞光.基于系统动力学的非物质文化遗产产业化保护体系研究[J].广西民族研究,2013(6).
- [8]匡冀云.非物质文化遗产的产业化发展模式探讨[J].经济研究导刊,2015(25).
- [9]陶丽萍,李枝文,等.乡村振兴背景下湖北非遗文化产品创新开发研究[J].湖北民族学院学报(哲学社会科学版),2019(2).
- [10]王文仙.非物质文化遗产产业化保护研究[J].当代经济,2012(1).
- [11]郝文军.文化遗产保护与文化遗产产业化共赢模式研究——以辽西非物质文化遗产为例[J].环渤海经济瞭望,2014(5).

特约编辑 桑俊

责任编辑 叶利荣 E-mail:yelirong@126.com

The Road to Industrialization of Intangible Cultural Heritage: Contents and Characteristics of Cultural Empowerment

Tao Liping Liu Yuanshen

(School of Management, Wuhan Polytechnic University, Wuhan 430023, Hubei)

Abstract: Appropriate industrialization development of the intangible cultural heritage, so as to obtain a new way of production and survival, is an important way to protect and inherit the intangible cultural heritage. It is necessary to establish the idea of collaborative protection and scientific development, correctly understand the connotation and specific content of the industrialization of intangible cultural heritage, and comprehensively consider its features in product characteristic building, organizational mode, production operation, investment and financing channels, sales channels and other aspects. To activate intangible cultural heritage to get out of the inheritance dilemma, it is also necessary to make scientific evaluation, stick to the core value, and carry out appropriate industrialization development according to consumer demand and the development value of intangible cultural heritage so as to realize its living inheritance and sustainable development.

Key words: collaborative protection; industrialization; content; characteristic; scientific evaluation