

95后大学生致力于推广“指尖上的非遗”

“非遗产品也可以很潮很时髦”

小人物

一想到非遗，可能很多人会将它与“过时、老套”等词汇

联系起来。但95后大学生刘昕昊和他的几位小伙伴却热衷于推广非遗产品，并为它取了一个好听的名字——“指尖非遗”。

本以为推广会一帆风顺，但当看到辛辛苦苦推送的公众号文章阅读量始终徘徊在个位数和两位数之间，刘昕昊知道，自己的非遗推广之路任重而道远。

青年报首席记者 范彦萍

“我们看到的是这些中国传统艺术逐渐式微，慢慢淡出了人们的视野，甚至连传承都无法保证。”“中国有很多传统文化，完全可以作为生活方式。”

1997年出生的刘昕昊是上海财经大学大一学生、创业学院创新创业课程“匡时班”二期学员，从小，他就有点偏科，其他科目都中不溜秋，唯独对古文化感兴趣，这些年来，他关注了不少中国传统文化，甚至还突发奇想，待自己以后事业有成了，就开设一个“非遗学院”，将传统文化发扬光大。

刘昕昊的奶奶酷爱太极拳，总是劝孙子和她一起打拳。在家里，爷爷奶奶会放老家河北梆子和京剧。上大学后，他选修了一堂文化创意产业课，在老师的带领下前往上海博物馆，欣赏陶瓷、中国传统的茶道。

“现在国人的消遣娱乐方式偏西式。说到周末干什么，部分人喜欢听音乐剧、演唱会。但其实中国有很多传统文化，完全可以作为生活方式。”进入大学后刘昕昊一直存了念想，希望做一些推广传统文化的实事。

来到创业班后，他找到了三位志同道合的小伙伴，有两位是自己的系友，还有一位名为郭力戎的女生独自运营一个个人公众号，平时爱写民谣歌手的故事，也喜欢文艺。

“指尖非遗”是刘昕昊和三位小伙伴参加第二届上海大学生“汇创青春”互联网+文创——创新创业大赛的项目名称。刘昕昊表示，起初这个项目只是纸上谈兵的空中阁楼，但渐渐地他们希望让它落地。

“中国上下传承五千年，传统经典不胜枚举，其中又以已经登记在册的非物质文化遗产为传统中国文化的代表。”刘昕昊向记者介绍了中国非物质文化遗产现状：中国是目前世界上非物质文化遗产最多的国家。昆曲、古琴、面塑艺术等都被列为世界非物质文化遗产。“国家积极保护这些艺术，是因为我们看到的是这些中国传统艺术逐渐式微，慢慢淡出了人们的视野，甚至连传承都无法保证。而传统

艺术的衰落也显露着传统文化的疲软。”

刘昕昊介绍说，很多非物质文化遗产都具有比较强的地域性，如山西的面塑艺术等，都只在其发祥地具有一定的知名度。而这些艺术在全国范围内的知名度颇低。这也造成了每种艺术都自成一派，人们对于非物质文化遗产缺乏整体性的认识。这是非物质文化遗产难以在大范围推广的原因之一。此外，很多非物质文化遗产的创作及传承缺乏创新，仍局限于传统框架中，与主流社会缺乏链接，且缺乏与消费者的沟通渠道。

刘昕昊碰到的第一个非遗项目属于近水楼台式的巧遇。有一天，他前往国定东路上的创业实训基地，在那里邂逅了马家面塑传承人戚依平。戚老师捏的面花惟妙惟肖，连裙子上的褶子都清晰可见。

“我们能帮你做推广吗？”看着稚气未脱的小刘，戚依平的第一反应不是拒绝，而是欣然接受。

“爸妈虽然没有反对，但感觉就像看小孩子在扮家家，不觉得这个项目能成功。周围其他同学，对非遗没太多概念，也是抱着观望的态度。”

很快，刘昕昊就邀请有过微信公众号运营经验的郭力戎出马，建设了“指尖非遗”公众号。几位大学生的想法很简单，“这是一款为了唤醒人们对于传统文化的记忆、展销非物质文化遗产名录中的艺术作品为主运营的，集溯源经典、体验经典、传承经典、经典博物馆等功能为一体的平台。通过公众号能将众多非遗项目最有效地集合在一个平台上，也为消费者与非遗传承人提供了便捷有效的交流平台。”

今年3月，几位大学生满心欢喜地为公众号选了好看的头像，设计了“东西”、“体验”、“活动”三个栏目，甚至还想好了非遗推广的渠道：在线上售卖非遗工艺品，也可接受私人订制，线下可以开展小规模的传统课程，进行校园非遗推广。与此同时，通过公众号平台促成消费者与传承人间的交流，在传统的框架



▲刘昕昊想把非遗产品与现代元素结合起来做推广。

▲刘昕昊和他心爱的面塑。

本版摄影 青年报记者 施培琦

播剧《三生三世十里桃花》里人物的形态。”

刘昕昊理想中的推广模式包括，每日好物（精选一个非遗物件的图片进行展示），每日知识（介绍一个关于每日好物中的非遗艺术小知识，如面塑的食用性等，并附上购买链接），每日视频（某种非物质文化遗产的制作，表演过程或是传承人采访，约四分钟左右），每日文章（与现代文化元素设计师或厂家合作，由其制作推送贩卖自己的工艺类商品）。“指尖非遗”除了在线上的发展外，后期将发展线下文化艺术园区。园区内将囊括最少二十家非遗艺术，以实体艺术园区的形式为到访者提供线下的丰富非遗艺术体验平台，是集展示、体验、购买为一体的平台。同时也作为非遗传承人的集中工作室，供不同艺术间彼此促进。”

“现在的年轻人喜欢动漫，我可以把一些传统的东西和现代结合在一起。譬如我在做十二花神系列的时候，就借鉴了热播剧《三生三世十里桃花》里人物的形态。”

对于这位小了自己28岁的“小朋友”，马家面塑的传承人戚依平是格外包容的，“大学生冲劲比较足，知道很多新鲜事物，我们则相对专注于非遗本身。非遗的东西如果能和时尚结合起来，就能很好地传承下去。其实，面塑可以成为一种生活乐趣。没必要像现在那么小众，我希望通过他们的推广，把各种跨界的元素结合起来，让马家面塑走向大众。”

虽然已年过半百，但戚依平却觉得自己依然能接受时尚的东西。“现在的年轻人喜欢动漫，我可以把一些传统的东西和现代结合在一起。譬如我在做十二花神系列的时候，就借鉴了热

播剧《三生三世十里桃花》里人物的形态。”

这样的想法与1998年出生的郭力戎不谋而合。对故宫淘宝情有独钟的她也认同“非遗未必就是过气”的观点。“虽然它和普通人的日常生活不是那么贴切，推广上有难度。很多人一想到非遗就联想到老一套的东西，不会和时尚联系起来。但我认为，非遗未来能在现代生活中占有一席之地。现代人生活节奏太快，如果能静下心来体验非遗，也是对生活的另一种诠释，这代表一种健康的生活态度。倘若在产品中结合现代的元素，以面塑为例，既可以做传统的四大美女、京剧脸谱，也可以做卡通动漫手办、明星面塑等，和当今审美联系起来。”

郭力戎透露说，在遭遇挫折后，她和刘昕昊等人还曾设想过，打造一款非遗礼品自动贩卖机，将其放置在机场，吸引国内外游客。“除了马家面塑外，我们还在通过中间人和草编、景泰蓝等非遗项目洽谈。”

“非遗就和珍稀保护动物一样，不少非遗后继乏人，手艺面临灭绝。现在人们都在提匠人精神，追求手工作品，因为这些作品不光是物，更多的是凝结人的感情。其实，将非遗产品商业化，也是推广的一种方式。这也是我们将这个项目取名‘指尖非遗’的用意，指尖蕴藏手作的含义，能成品的工艺品更容易推广。”郭力戎说。

征集小人物

如果你的身边有绝不渺小的小人物，如果你有不凡的凡人故事想与大家分享，请与本版联系：qnbxiaoren-wu@sohu.com