绣品等,并且澄城刺绣这项非贵刺绣技艺在产业化运营中已 经得到实践。但我们仍需认识到澄城刺绣这一传统技艺面临 着保护、传承与发展问题。

首先在社会环境上,随着社会的快速发展,机绣制品层 出不穷,澄城刺绣作为传统的手工艺,耗时长,不仅成本高 且效益低, 其丰富的样式与手工作坊的生产形式难以应对当 今机器生产的冲击。同时由于信息时代的到来,人们的文化 消费观念和价值取向发生了重大的转变,如何进行创新制作 符合大众审美趣味,受大众喜爱的刺绣品是澄城刺绣在发展 过程中面临的重要问题之一。据澄城刺绣代表性传承人王春 莉介绍,在澄城刺绣的销售上,"现在年轻人是市场重要的 组成部分",对刺绣图案的新式设计与开发,并与当下流行 产品的结合,制作符合年轻潮流的刺绣品,是提高当前刺绣 销售量的重要举措。澄城刺绣现如今已在开发图案新样式的 基础上,不断将刺绣图案与其他产品相结合,进行刺绣产品 开发,如将刺绣图案样式运用到耳环、书签、包带、丝巾、 发夹等现代日用物品中。

其次在保护与传承上,澄城刺绣传承人介绍"随着社 会的发展,以前和我一起刺绣的人慢慢都不绣了,年轻人 也没人愿意学",传承人数量的减少,高技能手工艺者的缺 乏,导致当下刺绣产品质量下降,图案缺乏创意,和市场 需求脱轨,不仅使得产品利润较低,直接降低手工艺者的创 作兴趣,而且更使得澄城刺绣产业化之路举步维艰。现阶段 澄城刺绣知名度不高,影响力不足,如何提高澄城刺绣的知 名度,打造澄城县独特的文化名片,"走出澄城,走出陕 西",是依托非遗助力澄城地区乡村振兴待解决的关键问题 之一。

新媒介助力澄城刺绣传播与发展

澄城刺绣作为具有浓郁地方特色的民间刺绣艺术,表 现出了不同于我国其他种类刺绣艺术的审美特征,有其独特 的不可替代的艺术魅力。当下新媒体发展突飞猛进,已经成 为社会信息共享和文化传播的主要渠道和阵地, 借助新媒体 为非遗文化传播拓展渠道,是实现非遗文化呈现形式多元化 的重要举措。数字新媒体为非遗文化传播拓展了媒介渠道, 既有对非遗文化记录的影像记录,也有对非遗文化进行提炼 与创造性加工的微电影,以及当下十分受欢迎的短视频等。 "在新媒体创意环境下,非遗文化的呈现形式主要有非遗原 生态记录、非遗文化符号、作为文化背景等,相比实体非遗 较为单一的展示形式更加多元化。"[3]

近年来,通过影视对澄城刺绣进行记录已经得到了初 步的实践,在2020年由哔哩哔哩和绘梦动画出品的国风动 画《天官赐福》助力非遗文化传承与传播,以最贴近年轻人 的方式讲述了一个个非遗项目的前世今生。其中便有对澄城 刺绣的介绍,澄城刺绣代表性传承人党菊香以精湛的技艺将 "天官赐福"的一副背景图呈现出了比动画图片更富有立体 感和层次感的视觉体验,将动画中的国风古韵体现得细腻而 逼真。既设计出全新的图案样式,实现古老的澄城刺绣与现 代的融合,并通过影视的传播呈现出澄城刺绣的艺术之美, 给观众以全新的认识。由此可见,影视对澄城刺绣传承与传 播发挥了重要的推动作用, 故探索在新媒体环境下如何利用 更多元的方式对澄城刺绣进行传播是关键之举,以下便以纪 录片、地方性题材影视剧、动漫、短视频为例。



《天官赐福》动漫中所呈现的"澄城刺绣"绣品[4]

(一) 纪录片

近年来,在影视行业中形成了"纪录片热",重视以 纪录片的方式对我国人文、自然地理、文化等予以介绍和宣 传, 其受众也成增长趋势。"在新媒体创意环境下, 非遗的 原生态记录以非遗纪录片为主,用镜头语言对非遗文化的本 质特征进行全面记录, 能够更鲜活地展现非遗的原真性, 同 时对隐藏于非遗背后的历史空间信息加以观照, 让非遗文化 得以立体化的呈现。"[5]例如近年来我国相继推出的有关非 物质文化遗产的众多纪录片,《寻找手艺》《寓见·非遗》 《布衣中国》《我在故宫修文物》等非遗主题纪录片共同构 成了当代非遗文化影像志。澄城刺绣当前面临着缺乏知名 度的重要问题,如何走出澄城,走出陕西是拟解决的关键问 题。当下澄城刺绣在影视作品中的呈现缺乏系统性的介绍与 记录,在《师说春秋艺》纪录片第二十八集中对澄城刺绣进 行了简短的介绍与呈现, 其采用直接与澄城刺绣传承人进行 对话的方式介绍澄城刺绣, 但仅从对话中来介绍澄城刺绣, 对澄城刺绣历史、文化内涵、艺术特征等方面的呈现都不够 全面。在利用纪录片的方式介绍并展现澄城刺绣时, 在对其 外在特征的呈现基础上,可以从文化内涵、审美价值、传承 现状等多方面对澄城刺绣作以系统且全面的介绍与传播。

(二)地方性题材影视剧

地方性题材影视剧地域色彩鲜明, 为展示当地的历史、 生活和民俗提供了天然的平台。近年来,非遗与电视剧结合 成为了非遗文化传播"现代化"的新路,例如《延禧攻略》 中的昆曲、刺绣、绒花、缂丝等非物质文化遗产元素,《长 安十二时辰》中展示西安鼓乐、关中木构造技艺、澄城水盆 羊肉等,再到扶贫剧《山海情》中的非遗民歌"花儿",都 使观众在观看影视作品的同时了解到我国的非物质文化遗 产。目前较为成功的电视剧IP生态链有《甄嬛传》中的东阿 阿胶,通过在电视剧中讲解东阿阿胶的功效,不仅推动剧情