

凤翔泥塑的传承保护探析

裴梦斐

(西北大学文化遗产学院 陕西西安 710069)

【摘要】 本文概述了凤翔泥塑传承与保护现状,分析了存在的问题,提出了协同治理、数字化保护和产业化保护三种方式,加强对凤翔泥塑的传承与保护。

【关键词】 非物质文化遗产;凤翔泥塑;传承保护

非物质文化遗产最早由日本提出,2003年联合国教科文组织通过了《保护非物质文化遗产公约》。《公约》中对“非物质文化遗产”做了定义:“指被各群体、团体、有时为个人视为其文化遗产的各种实践、表演、表现形式、知识和技能及其有关的工具、实物、工艺品和文化场所。”同时,《公约》还对非物质文化遗产的“保护”进行了阐述,认为“保护”就是为了确保非物质文化遗产的生命力采取的种种措施,传承也包含在保护之中。^[1] 本文认为,传承和保护不应该是包含的关系,传承更注重的应该是传承人及其手工技艺,而保护更应是外界对该项遗产的推动。

一、凤翔泥塑的起源及工艺

凤翔泥塑是陕西省宝鸡市凤翔县的一种民间美术,又称彩绘泥塑、彩绘泥偶。凤翔泥塑造型夸张、丰满圆滑、稚拙古朴,并且采用墨线勾勒、绘彩,形成了对比强烈、色彩艳丽的独有风格。由于其独特的造型和传承人精湛的技艺,在2006年被列入我国第一批国家级非物质文化遗产保护名录中。凤翔泥塑的生产制作主要集中在凤翔县六营村。

凤翔泥塑历史悠久,起源已无法考证,学界对此众说纷纭。凤翔县当地有相关传说,传说认为凤翔泥塑起源于明朝初年,有一部分会做陶瓷品的江西籍士兵在凤翔安营扎寨,用凤翔当地的“板板土”和成泥巴,并捏成泥人等在集市上进行售卖,并相传至今。这个传说在很长时间内被认为是凤翔泥塑的起源。然而根据近年来的考古发现,许多专家学者对这个传说提出了质疑,并提出了新的观点,认为凤翔泥塑起源于春秋战国时期,最早的功能应该是代替人殉的殉葬品。凤翔在先秦时期为秦国都城雍城,在秦雍城豆腐村战国制陶作坊遗址中出土了3件陶俑、15件陶器和7件陶器,^[2] 更有力的佐证了凤翔泥塑并非来源于江西、而是土生土长的观点。

1、凤翔泥塑的类别

凤翔泥塑的分类多种多样,主要依据制作手法、用途、作品形态和色彩这四个方面进行分类。

根据制作手法,凤翔泥塑可分为圆雕和浮雕两大类。圆雕类泥塑较多,而浮雕类泥塑只有挂片和灯曲罐两种。

根据用途可将凤翔泥塑分为四类。一是用具类,这类泥塑主要用于实际使用;二是装饰、壁挂类,这类作品也是现代泥塑艺人制作的主要产品,用途主要为镇宅辟邪、招福纳祥;三是玩具类;四是供奉神造像。

凤翔泥塑主要有五类形态,分别是坐像、挂片、立人、杂货和小货,其中小货和杂货主要从工艺和形体上进行区分,小货较杂活更小、制作也更为简练。

凤翔泥塑的色彩主要有两种,一种是彩绘,一种是白描。彩绘更注重颜色的对比,而白描更注重墨线的勾勒。从技艺上来说,白描作品更能代表艺人的技艺水平。

2、凤翔泥塑的技艺

凤翔泥塑的制作工艺极为复杂、繁琐,一般来说,制作一件凤翔泥塑需要八道工序,即采土、砸泥、造型、制模、翻坯、合坯、粉洗、彩绘。其中最重要也是最需要艺人想象力的就是“造型”步骤,由于近几年凤翔泥塑的销售量直线上升,所以现代模具以石膏为主,并且统一生产制作。近年来,泥塑艺人胡新民在传统技艺的基础上进行了创新,在砸泥的过程中加入棉花等,使得凤翔泥塑更易保存、不易损伤,同时改进颜料中各化学成分的配比,使得颜色更为鲜亮、不易褪色。

二、凤翔泥塑的传承保护现状

1、家庭作坊式传承

凤翔泥塑主要以家庭作坊的形式进行生产、销售,以家庭为单位世代传承,这种方式在一定程度上保持了凤翔泥塑的技艺连贯性和作品原真性,但是对凤翔泥塑的制约也是显而易见的。虽然六营村成立了新民民俗文化传承有限公司以及西府巧女手工艺品专业合作社,但是大多数村民仍然保持着家庭传承的方式,尤其是老一辈的手艺人。在笔者的走访调查中发现,六营村内大多数老手艺人并不愿意将自己的技艺外传,公开教学中也只会教授一些不涉及核心技艺的简单技能。

2、手艺人年龄偏高

在笔者的走访调查中发现,凤翔泥塑手工艺人的年龄大多在50岁以上,国家级第一批非物质文化遗产项目代表性传承人胡深先生已85岁高龄,而较年轻的陕西省第一批非物质文化遗产项目代表性传承人胡新民先生也已51岁。由于凤翔泥塑的售价较低,销售量也不大,但制作过程又较为复杂,耗时耗力,导致青年大多不愿从事凤翔泥塑的制作。

3、宣传、保护手法单一

在宣传、保护手段上,凤翔县文化馆成立了民间美术展览室,将凤翔泥塑制作的全过程进行展览,并辅以数字化的手段。但相对来说,手段仍然较为单一。在宣传方面,主要还是以参加展览会为主,影响范围较小。在保护手段上,主要是以单纯的展览和录制凤翔泥塑制作影像为主,并没有实现全方位的保护。

4、泥塑质量下降

传统的凤翔泥塑一般是由家庭生产,模具的制作也较为精致。由于近几年凤翔泥塑的需求量变大,手艺人又在不断减少,导致了模具批量生产和售卖,导致凤翔泥塑的独创性逐渐消失,取而代之的是批量生产、毫无特色的商品。并且一些较有名气的手艺人开始收购村内闲散手工艺人的成品或委托他人进行代生产,成品质量参差不齐。

三、凤翔泥塑的传承保护方式建议

1、多方合作,协同治理

凤翔泥塑要实现世代传承,不仅仅需要内部力量(即传承人自身),同时也需要依靠外部力量(例如:政府、组织、企业、群众等)。^[3] 首先,传承人是传承的主体,也是传承的实现者,传承人自身需要正视凤翔泥塑传承,主动研习、创新相关技能,并且公开教授相关技能,培养传承人;其次,作为政府应该加大对凤翔泥塑传承保护的资金投入,同时建立对凤翔泥塑的管理体制,保证凤翔泥塑传承保护的流畅;对于社会组织和媒体而言,可以加大对凤翔泥塑的宣传力度,扩大凤翔泥塑的影响力;对于企业来说,可以在保证传承的基础上,对凤翔泥塑进行适当地商业化运营,为凤翔泥塑的传承保护提供更多的资金支持。

2、数字化保护

1992年,世界教科文组织在全世界范围内推动了“世界的记忆”项目,旨在推动文化遗产的数字化保护。凤翔泥塑也可以借此东风,展开数字化保护的旅程。数字化保护不仅仅是用数字和媒体手段对凤翔泥塑及其制作过程进行简单的录影和建库,更重要的是对凤翔泥塑各个符号背后的文化内涵进行分析,并运用数字化手段建立素材库,并构建多媒体平台,对凤翔泥塑进行数字化创新应用。^[4]

对凤翔泥塑的创新可以利用已有的技术和经验(下转第34页)

政、司法手段是不够的,还需要结合其他的方法。例如经济手段、道德约束等、文化引导等。通过协商、对话这些方法,

(4) 坚持源头治理。《决定》指出,坚持标本兼治、重在治本,以网格化管理、社会化服务为方向,健全基层综合服务管理平台,及时反映和解决人民群众各方面各层次利益诉求。

3、引导社会组织发展,激发社会活力

(1) 要营造有利于社会组织发展的舆论和政策环境。社会治理的主体是多元的,在舆论上要宣传社会组织在社会治理中的重要作用,尊重社会组织的平等地位。

(2) 加强对社会组织的监督管理。在社会治理中,政府的作用主要是监督,社会组织依法展开活动。如果社会组织内部出现了不法行为,政府需要及时的纠正处理。

(3) 培育引导社会组织的发展。放宽社会组织的准入条件,使社会组织的数量得到一定的发展。

四、网格化管理在社区实践中尚需完善

网格化管理是社会治理模式中的一个创新。

首先,它将运用网络的优势将过去被动解决问题改为主动发现问题。

其次,它通过数字手段,保证处理对象、过程、评价的有效、及时性。

最后,通过封闭的科学管理环路,它将过去传统、被动、定性的问题转变为现代、主动、定量的管理。可以有效的实现社区各个单元的联动,居民和相关部门的互动。大大的提升治理水平。

但是在笔者对桂林市的调研中发现,现在网格化建设面临着一些问题亟待完善。

1、资金问题

资金不足是一些小区没法建立网格化管理的主要因素。一般来说社会组织的资金主要是政府拨款、经营性服务收费、社会捐款

三种。而一些小区网格化建设得到的政府拨款几乎为零;由于网格化本身是服务性质不会有经营性服务收费;而小区的居民由于不了解网格化的作用对此热情不高。这三点使得一些小区根本没有建立网格的资金。

2、人员问题

网格化管理需要专门的人员收集、处理、上报信息。而一些小区的工作人员捉襟见肘,他们虽然很赞同网格化的模式但是由于人手不够,到现在都没法真正落实。例如桂林市某小区内11个单元,按照一个单元(网格)2个人的安排,这小区就需要22个网格员。然而现在该小区的工作人员仅仅有6人,这与需求的数量有较大差距。

3、思想意识问题

网格化管理现在仅仅是一个开始,很多的社区工作人员特别是一些基层领导对此不太了解。在工作中更习惯以前的方式、流程。还是各一摊、层层上报,出现问题往往得不到及时解决。

从上面出现的问题可以看出,桂林市一些社区的网格化管理还有很长的路要走。在以后的工作中应该加大宣传,增进居民对网格化管理的认同度。政府需要加大对建设网格化管理的支持力度,增加资金的投入和人员的补充。社区自身也要加强自身建设,依据本小区实际情况创新工作思路和方法,加快本小区的网格建设。

【参考文献】

吕耀怀,罗晓莉.我国社区管理的模式及其优化[J].长沙航空职业技术学院学报,2007(01).

【作者简介】

莫力,讲师,现供职于桂林市委党校党史党建教研室。

(上接第49页)

进行APP开发。“let's pottery!”是一个较为成功的案例,该APP将陶瓷的制作过程分开,让用户感受陶瓷制作的过程,并且制作出自己喜爱的形制和花纹,感受陶瓷制作的快乐。凤翔泥塑也可以模仿该APP制作出凤翔泥塑相关的APP,在这方面,已有学者进行尝试,陕西科技大学的牛文清在其硕士毕业设计中通过对凤翔泥塑进行色彩与纹样的提取,以及对凤翔泥塑实体的3DSS三维扫描,最终设计出基于用户体验的凤翔泥塑APP。^[5]

3、产业化保护

(1) 品牌化战略。凤翔泥塑一直都是以家庭作坊为主进行销售,生产量和销售量都非常小,“单打独斗”也使得凤翔泥塑无法进一步扩大市场。虽然胡新民先生对凤翔泥塑的品牌化作出了尝试,但是由于种种原因,尤其是未能整合六营村资源并且设立统一标准,使得凤翔泥塑的影响力仍然只限于陕西省内。品牌化战略就是将六营村甚至凤翔县的泥塑资源,形成产业链,提炼品牌符号,设立统一的生产标准,保证泥塑品质,提高凤翔泥塑的影响力。

(2) 移动互联网平台。随着互联网的不断发展,移动互联网传播也逐渐成为一种主流的传播方式。凤翔泥塑可借助移动互联网来推广自身。^[6]首先,利用“淘宝”等网络销售平台对凤翔泥塑进行销售,扩大凤翔泥塑的市场;其次,可以利用“微信”、“微博”等公众平台建立公众号和官方微博对凤翔泥塑进行宣传,扩大凤翔泥塑的知名度。

凤翔泥塑作为我国第一批国家级非物质文化遗产,有很高的文化价值和艺术价值。对凤翔泥塑的传承与保护,需要从多方面协作,

改变以往单一的保护模式,多角度、多方位的进行保护。加强对凤翔泥塑的传承与保护,可以发扬本土文化,增强民族认同感。同时,凤翔泥塑的保护需要学术界继续研究,不断提出新的方法和思路,使得更多的人参与到非物质文化遗产的保护中来。

【参考文献】

[1] 王文章.非物质文化遗产概论[M].教育科学出版社,2013.

[2] 田亚岐,王保平,陈钢等.秦雍城豆腐村制陶作坊遗址发掘简报[J].考古与文物,2011(4)002.

[3] 孙雅坤.河北省非物质文化遗产传承发展研究[D].河北经贸大学,2014.

[4] 丁卓,刘颖,王硕.陕西凤翔泥塑艺术的数字化保护与开发[J].西北工业大学学报(社会科学版),2014(4)77-81.

[5] 牛文清.基于用户体验的凤翔泥塑数字化保护与创新研究[D].陕西科技大学,2014.

[6] 彭绮梦.基于移动互联网平台的无锡惠山泥人营销传播研究[D].江南大学,2014.

【作者简介】

裴梦斐,西北大学文化遗产学院考古学(文化遗产管理方向)学生。