

基于受众角度看民间美术的记忆功能的衰落

——以凤翔泥塑为中心

侯小春

(西安外国语大学 艺术学院,陕西 西安 710128)

摘要:随着民间美术的记忆功能的丧失,民间艺术呈衰落之势。通过对消费者年龄与消费动机的研究,探寻现代社会语境下的民间艺术的出路。

关键词:消费者;记忆功能;凤翔泥塑

非物质文化遗产中的“非物质”主要指的是中国文化的文化内涵,但它是物质的形式呈现在观者面前的,民间美术就是非物质文化遗产中最具体的一个门类,虽然越来越受到社会的关注,但是总体来说还是呈衰落的势头。其原因是民间美术的记忆功能的丧失与社会语境的改变。只有让记忆重归于民间美术的本体,才能延续其生命。

1 民间美术的记忆功能探究

我们现在所关注的民间美术的物质形态,多形成于宋元,成熟于明清,并以民间的玩具与节庆用品居多。相比民间口头文学,民间美术的生命力是基于其物质性产生的,这种物质载体具有特殊的记忆功能。法国历史学家皮埃尔·诺阿说道:“记忆与历史远非同义,其实是背道而驰。记忆是生命,由活着的社会产生,而社会也因记忆之名而建立。记忆永恒演变,受制于铭记与以往的辩证关系,无法意识到自己主次的蜕变,易受操纵侵犯,并容易长期沉眠,定期复苏。而历史则永远是对似水流年的重构,既是疑惑重重又总是挂一漏万。”^[1]每一件民间艺术品的历史是从它被制作而成的那一刻开始计算的,但是当它完成了从手艺人到买家的交易时,它便开始具有了记忆的功能。

凤翔泥塑的记忆功能是通过其实用性来实现的。凤翔泥塑的实用性首先来自于人们的把玩,其次是用于装饰性质的摆设。所以凤翔泥塑的本质并不完全是一件装饰品,而是一件普通的玩具。塑相当于“录像带”,它起到保管记忆的作用。而记忆功能不是所有艺术形式都具备的。具备记忆功能的艺术形式要满足几个条件,一是能够大量的复制。二是形成固定的图式与风格,三是具有很强的复原能力。四是具有私密性。我们说凤翔泥塑具有这种记忆功能。但是像张晓刚借鉴黑白照片所创作的大家庭系列油画,虽然能够让人们回忆起那个年代发生的故事,但是这种回忆属于集体的回忆,不是个人的、私密的记忆,并且材质与图式已经发生了较大变化,由于架上绘画的展示形式还与人们产生了很大的隔阂;宫廷艺术也不具有记忆功能,宫廷艺术不能遵循某一图式大量复制,长期放置于宫中秘藏,并且也只限于记录皇帝的部分记忆,并且随着帝制的终结彻底结束。

目前人们购买凤翔泥塑的目的是装饰。因为泥塑保存的情况较好,很少有人会经常购买泥塑作品。泥塑艺人之所以能够苦苦坚守制作泥塑的技艺,就是出自于儿时所养成的对泥塑艺术的热爱。而这份热爱,源自于幼时和各式各样的泥塑的接触。但是现在,凤翔泥塑被当作非物质文化遗产而登上了大雅之堂,泥塑对于人们来说已经变成了带有装饰意味的“摆设”,而不是给人们带来快乐的玩具了,泥塑的实际语境已经发生了嬗变,所以泥塑的记忆功能也几乎丧失了。

2 基于受众变化的凤翔泥塑研究

可以说目前凤翔泥塑是以消费者为主导的生产经营模式。这种变化的原因可以从两个角度来说:从泥塑的制造者来说,他们生产泥塑的目的就是为了获取经济利益,能够让越来越多的人喜爱凤翔泥塑,从而扩大销量,形成了以经济利益驱动的手工艺生产的循环模式。订货商和消费者的需求自然就成为影响泥塑艺人制作的重要因素。例如,制作精细、层次丰富的虎头挂片无疑是最好卖的品类,那么泥塑艺人的重心就放在了制作虎头挂片上;大型的泥塑比较好卖,就把泥塑做得尽量大一些。所以,目前凤翔泥塑的制作主要满足装饰的需求,而不是满足把玩的需求。泥塑艺人的生产不再引导消费者,而是被消费者引导,所以导致很多人认为民间艺术的作用就是装饰厅堂居室,上面的图案花纹就是为了平安吉祥。

从消费者的角度来说,购买凤翔泥塑的多为30~50岁左右的人,除了本地的年轻人以外,购买传统泥塑的年轻人总体较少。老人给孙辈的儿童买来泥塑常常被父母很好地保管起来,一是害怕孩子不小心失手打碎,觉得以孩子的审美不会接受这些“老掉牙”的东西。二是现在网络和电子产品、电视节目的飞速发展,几乎吸引了孩子的绝大部分精力。我们再也看不到孩子放学了三五成群地滚铁环、斗蛐蛐、捉蝌蚪了,毕竟那是物质资料匮乏的年代孩子们的游戏;现在的孩子放学回家写完作业就是看电视、上网、玩ipad。各种网游与手机App占领了孩子们的精神世界。凤翔泥塑既不能动也不能发光,也不能联网,所以对现在的孩子没有什么吸引力。而这种趋势是很难逆转的。

3 信息时代的民间美术出路

民间艺术的实用性与记忆功能的衰弱不仅是凤翔泥塑面临的问题,而且是所有中国民间艺术共同面临的问题。纵观近百年的中国美术史,民间美术一直处于艺术的边缘,只有极少数的泥人、剪纸、年画与皮影能够突出重围,引起人们的关注。就像俄罗斯的卡冈所说的一样:“社会存在和社会意识的不断变化不仅引起了对艺术掌握世界的新方式的需求,而且使过去曾经很重要的某些艺术形式、品种、种类和体裁失去了社会价值。”^[2]民间美术的价值日益衰落是一种必然,因为社会形态已经发生了很大变化,但是我们还是要对这一曾经重要的艺术形式加以保护与宣传。在信息技术快速发展的今天,我们应该转变思维,不能把现代科技、材料与传统完全对立起来,既要关注民间艺人的传承与生存状况,同时也要关注消费者的消费心理与习惯养成。要多方面探索民间艺术的宣传策略,发挥民间艺术的美育作用。

首先,扩大宣传,注重交互功能的研究。近年来中宣部在城市中投放的以“中国梦”为主题的民间美术宣传海报,使人们更多地了解了民间艺术的品类,引起了社会对民间美术的广泛关注。并且还在地铁电视、公交电视等电视媒体上投放了相关的短片,片中的泥塑女孩和农民画都“活”了起来,具有很强的吸引力与趣味性。前几年还有运用皮影艺术制作的遵守城市交通规则的宣传片,这些都是宣传民间美术的有益尝试。宣传中还要注重交互功能的实现,以凤翔泥塑为例,我们可以在相关艺术机构设置一个流动的风翔泥塑展览或者举办民间美术文化周活动,在相关展览中规划制作凤翔泥塑的区域,引导青少年参与到泥塑的制作中。还可以开发泥塑DIY套装,只要通过简单的网上购买就可以自己在家动手完成。这样做才能增加民间美术与现代社会的接触,增加人们对于民间艺术的了解。其次,要积极运用新媒体,大力开发相关软件。从近几年受到人们好评的榫卯App以及故宫开发的几款App来看,民间传统文化还是受到人们关注的,对于凤翔泥塑来说,我们可以制作凤翔泥塑的App,这款软件可以按照一定的步骤自己制作泥塑,分享在微信、微博等自媒体平台上,能够激起人们对民间艺术的兴趣。

参考文献:

- [1] 巫鸿(美). 废墟的故事[M]. 肖铁,译. 上海:上海人民出版社, 2015:35.
- [2] 卡冈(俄). 艺术形态学[M]. 凌继尧,金亚娜,译. 学林出版社, 2008:249.
- [3] 陶思炎. 应用民俗学[M]. 南京:江苏教育出版社, 2001.
- [4] 代玉梅. 自媒体的传播学解读[J]. 新闻与传播研究, 2011(05).
- [5] 陶思炎. 民俗艺术传承的调查与研究[M]. 南京:江苏凤凰文艺出版社, 2015.

作者简介:侯小春(1973—),女,陕西西安人,博士研究生,副教授,研究方向:民间美术,纤维艺术,绘画。