

□张爱红

## 素人化

传统民间艺人通常有明确的师承谱系,掌握了相对稳定的技艺和程式。相比较而言,新大众民间艺术的素人创作者大多没有明确的师承谱系,他们可能是返乡的年轻人、忙碌的务工者、巧手的家庭主妇,或是在集市摆摊的商贩,凭借爱好或者增加收入的想法自主创作。

在个人精神需求层面,新大众民间艺术创作者多通过作品进行自我表达。如B站UP主“归乡人山白”通过视频剪辑,用安静的镜头再现了西兰卡普、龙泉青瓷、建盏等数十种传统工艺生产过程。这些视频没有华丽的解说,却唤醒了观者对慢节奏、原生态生活方式的强烈向往,龙泉青瓷工艺的视频,更是引发千万人次围观评论,播放量累计达1149.4万,获赞230万。

在社会价值层面,新大众民间艺术的素人创作是实现文化认同的方式之一。公众号“了不起的匠人”在全国各地发掘、记录、传播民间艺术,其团队成员多数没有经过专门的民间艺术训练,基于与民间艺人的合作生产,以更适合当下日常生活审美化需求为目的,在功能规划、形式创新、产品叙事等方面进行再创作,在传统民间艺术与现代消费需求之间架起了文化传承的桥梁。

经济利润的实现也是素人创作的重要驱动力。山东滨州博兴县的草柳编产业集群,即是此类新大众民间艺术创新的典型代表。博兴县多个村庄以草编工作室、企业、直销店铺为依托,整合了包括编结艺人、设计师、物流电商等在内的全产业链资源。当地村民作为创作主体提供工艺支持,设计师负责传统草编向现代产品的创新,物流电商则通过直播卖货、线上销售等方式让艺术产品走入市场。

## 网络化

新大众民间艺术的蓬勃发展,离不开互联网和数字技术的强力支撑。传统地方民间艺术,如舞蹈、戏曲或手工艺,传播范围受区域范围的明显限制。如今,一根网线、一部手机,就能让它们走出地方、走向全国,打破了传统民间艺术传播的空间限制,建构了新大众民间艺术即时传播的全新文化网络。

湖南炭花舞是湖南隆回的传统民间表演艺术,因技艺传承人年迈、后继乏人,曾一度无人问津。短视频创作者“南翔不爱吃饭”师从传承人,以短视频记录炭花舞的展演场景,吸引了众多粉丝关注,使其重新走进了大众视野,并在安徽齐云山景区演出时引发了网络热议,短时间内在相关平台获赞387万余次。

网络使民间艺术创作不再局限于个体创作,创作者与观众之间通过即时互动,形成了多方共创的新模式。通过直播间弹幕的实时交流与短视频评论区中的及时反馈,受众得以直接参与创作过程。UP主“psycholiu”复刻某手机游戏的武器“玉壶青冰”的过程,充分体现了多方共创的有效性。该博主通过网络平台同步分享设计方案与制作进程,引发了游戏爱好者的广泛关注、积极评论以及强烈的消费意愿。凭借广大素人主体的评论参与及使用反馈,“玉壶青冰”引起游戏官方的关注,“psycholiu”也因此获得了游戏部分周边产品的授权。这种创作主体与受众之间的多向互动,正在逐步构建着新大众民间艺术的开放式创作生态。

## 新故事

新大众民间艺术在表达内容上实现了从传统程式向现实表达的转变,将传统民间艺术形式与现代生活内容进行了创造性融合。传统民间艺术的表达内容多集中于神话传说、历史故事、农耕生活等传统叙事

# 新大众民间艺术 要讲好新故事

相较于传统民间艺术,“新大众民间艺术”在创作主体、传播方式、价值实现等方面表现出显著的时代特征。“新大众民间艺术”之“新”,一是创作群体的素人化,越来越多素人不再仅是民间艺术的观看者,而成为了创作、生产和传播者。二是数字技术在民间艺术传承、传播和再创作过程中的高度介入,重塑了其“去空间”化的文化生态。



范畴,形成了相对固定的表现模式和审美范式。新大众民间艺术创作更加关注当代社会和文化景观的阐述,强调与日常生活的高度关联。

农民画在传统生产模式下,受众多以当地民众为主,但在数字平台的技术支持下,其创作可即时传播到全国甚至世界各地。“堆满玉米的晒场”等画面,经由短视频平台传播,唤醒了当代社会的群体乡愁。线上客户留言订制家乡的老房子、陪伴多年的物件等,并对画作的基本语言、需表达的情感等作进一步要求,创作者则根据对方提供的照片、创作要求等作针对性创作。在这场跨空间的艺术共创中,山东日照、上海金山、陕西户县等传统农民画从村里的墙画变成了更多人的情感载体,带着土味的传统民间艺术重新融入了当代人的日常生活。

## “去空间”化

新大众民间艺术的即时传播模式,形成“去空间”化的文化共享格局,极大地扩展了社会影响力。“山东省大学生短视频大赛”2025年面向全网发起作品征集,主题包

括“一段民俗记忆”“一番非遗传承”等。在现有参赛作品中,呈现山东各地民间艺术的作品占有较大比重。大学生群体以其青年视角、创意化表达,剥离了传统民间艺术语言的程式化桎梏,以潮流重新诠释传统。

伴随数字经济与文化创意产业的深度链接,直播打赏、IP文创开发、付费课程等多元经济转化路径,为新大众民间艺术提供了可持续收入的基础。面对河南浚县皮老虎技艺濒临灭绝、经济价值难以释放的困境,公众号“了不起的匠人”团队,从皮老虎文化价值发掘入手,借助短视频,围绕工匠生存状态、技艺工序流程,展开设计叙事,强化皮老虎技艺的文化内涵及其与当代人的情感连接。同时,团队从功能拓展角度进行产品创新,以首饰、挂饰、摆件等新产品形态,打破传统皮老虎单一的玩具属性。经过文化赋能与产品升级的皮老虎,年销售额从原来的数百元跃升至20余万元,老艺人的生产模式也从糊口式散做零卖转变为批量的订单加工,为传统工艺的活态传承与可持续发展提供了实践范本。这种从文化价值向经济价值的高效转化,形成文化传承与经济发展的良性循环。

## 困境

通过素人化创作、数字传播、现实表达与价值转化的多维创新,新大众民间艺术构建了一个更加开放互动的图景,但繁荣背后并存诸多隐忧。

部分素人创作者因缺乏对传统艺术精髓的系统学习与深度理解,为快速获取流量及时变现,粗暴套用或模仿热点,缺少对现实生活的深刻观察与艺术提炼,将民间艺术简化为缺乏文化深度的标签。当热点效应消退后,多数爆火的素人创作者因可持续发展能力的缺失归于沉寂,这从根本上制约了新大众民间艺术的长远发展。

数字技术空前扩张的当下,海量免费共享的数字资源为传统民间艺术的二次创作提供了便捷条件,AI一次生成的影像,更使观者真假难辨。新大众民间艺术的素人创作群体,专业素质良莠不齐,抄袭他人创作成果、盗用原创设计等侵权行为不时发生。同时,创作者多为分散的个体从业者,普遍存在版权意识薄弱、专业法律支持匮乏等现实难题,维权时间成本与经济成本高、难度大,多数维权案例最终不了了之。如南京绒花制作代表性传承人赵树宪,他创作的“福寿三多”绒花被多部古装剧采用,在广受关注的同时也遭遇了大规模侵权仿制。虽然在律师指导下版权诉讼案件胜诉,但被告公司对涉诉作品进行局部细节调整后仍继续公开销售。

数字技术带来了民间艺术销售、消费、体验、展演的多种审美可能性。大众的审美行为不再被空间、时间、场地等情境局限,几乎所有民艺展演、手工艺品都可能成为审美客体。在这种便捷的虚拟场景、图片、视频对象切换中,民间艺术的审美被切割为快速习得的碎片化知识。为了满足大众快节奏的审美需求,新大众民间艺术创作随之出现以强烈感官刺激为目的的风格化、符号化不良倾向,将传统民间艺术审美中主客体和谐的理想审美状态,扁平压缩为对主体感官刺激的屈从,使诉诸视、听感官的愉悦价值被过度强调,而诉诸意识、反思等理性思考的深层审美价值被遮蔽。

正视新大众民间艺术的特点与不足,对其发展中存在的创作可持续性不足、知识产权保护难、审美扁平化等问题加以合理引导,将使传统民间艺术在新大众文艺的语境中绽放出更加夺目的光彩。

(作者为山东工艺美术学院人文艺术学院教授、山东省签约艺术评论家)