

商业化视角下东巴纸的传承与发展

□ 张 勤

摘要:东巴纸历史悠久,具有深厚的文化底蕴与独特的实用价值,作为记载东巴文化的重要载体,对其进行传承与发展仍然具有重要意义。考虑到当今文化与经济发展的交互性,文章将从商业化视角出发,探究当前东巴纸传承与发展的现状,针对性地提出了创新发展思维、设计多样化的文创产品,提供资金支持、完善专业化的培养机制,利用现代技术、建立动态化的传播链条,借鉴先进经验、打造特色化的文化品牌等发展路径。

关键词:商业化;东巴纸;传承与发展;文化品牌

东巴纸为纳西族东巴祭司记载东巴经、创作东巴画的专用纸张,是少数民族罕见的手工纸。由于制作材料的特殊性,云南丽江东巴纸具有耐磨、坚韧、防虫蛀等特征,可以长时间保存,被称为手工造纸的“活化石”。东巴纸作为非物质文化遗产,在现代化社会获得良好的传承与发展具有重要意义,是探究纳西族民族文化的重要载体,也是了解当地人民生活的重要渠道。

1 商业化视角下东巴纸传承与发展的现状

近年来,随着丽江旅游业的蓬勃发展,东巴纸依托旅游业产生了新的商业价值。以一家专门从事制作与销售东巴纸衍生品的企业——丽江东巴纸坊为例,这家企业在经营过程中已经逐步探索出东巴纸的商业发展模式,但仍然存在一些问题,主要有以下几点:

(1)创新意识淡薄。东巴纸坊作为文创类企业,其产品融合了东巴纸的民族文化、现代设计理念、科学技术等,且对各因素的融入有着较高要求。但深入研究东巴纸坊的发展,可以看到其在文创产品的设计上多局限于传统的明信片、书签等常见的平面化设计,和其他类型的文创产品相比,同质化设计严重,创新意识不足,在消费者看来只是主题的变更,缺乏新颖性与独特性,未能展现东巴纸文化的独特魅力。

(2)传承力量弱化。随着城市化进程的加快,更多年轻人开始选择前往大城市生活,东巴纸传承人的储备力量严重不足。同时,现代科技生产冲击着传统东巴纸的市场,东巴纸坊面临着较大的生存压力,再加上非遗文化在传承上存在经费不足、收入较低的问题,导致一些年轻人即使对东巴纸的传承有兴趣,但出于对发展前景的担忧而无法从事这一行业。

(3)宣传途径单一。东巴纸坊作为人们了解东巴纸的重要渠道,在宣传推广中仍然局限于本地范围,大多数人只在旅游期间短暂接触了东巴纸文创产品,但并未深入了解其内涵。另外,东巴纸坊虽然开设了线上店铺,但并未借助线上社交平台进行大范围宣传,没有做好系统性的宣传策划方案,导致传播范围有限,难以实现经济与文化的良性循环。

(4)品牌建设不足。作为文化创意企业,东巴纸坊需要积极主动地打造特色化的文化品牌,才能促进东巴纸实现长久性的传承与发展。但当前东巴纸坊尚未认识到品牌建设的重要性,缺乏清晰的品牌定位,更多地是从短期的经济效益出发,缺乏长期的整体规划。

2 商业化视角下东巴纸传承与发展的具体路径

2.1 创新发展思维,设计多样化的文创产品

为了使东巴纸具备更多的衍生价值以适应激烈的市场竞争,相关主体必须创新传承与发展思维,文化创意产品设计便是当前可尝试的最佳路径。①以文创产品作为人们了解东巴纸的新渠道。在创新性的设计思维下,东巴纸以其特殊的材质成为文创产品制作的物质载体,不仅能满足人们的文化需求,还能提升商业价值。一方面,在东巴纸文创产品设计中融入本地特色。以东巴纸为载体,加入富有民族性与区域性的文化元素,例如,将云南当地著名的旅游景点制成富有质感的装饰画;结合云南当地少数民族的花纹图案制成民族纸扇等;另一方面,在东巴纸文创产品中加入互动性元素。东巴纸具有厚重的历史性与文化性,可以设置互动环节使游客亲自参与到文创产品设计中,增强体验感,如制作手绘地图、云南旅游打卡票集等。②实现东巴纸文创产品商业价值与文化价值的统一。对于东巴纸文创产品的设计必然会增加生产成本,但高昂的价格不利于实现东巴纸的大众化传承,因此,一方面应创新制作原料、制作工序等降低生产成本,在保留东巴纸特色的基础上提高性价比;另一方面也要根据消费者的差异,制定不同的产品层次,满足不同人群的需要。

2.2 提供资金支持,完善专业化的培养机制

在商业化与市场化的利益驱使下,与东巴纸相关的商业工坊逐渐陷入模式化生产的困境中。在此情况下,当地政府应从培养专业化的传承人入手,实现东巴纸的活态传承,继而实现商业化视角的良性、可持续传承。首先,为传承人发展提供资金支持。东巴纸传承人流动性大、缺乏年轻力量的主要原因在于行业收入较低,缺乏良好的发展前景。相关政府部门应通过设立专

项基金会、提供商业性质的手工艺展示平台等方式,为东巴纸传承人提供资金支持,促进其可持续发展;其次,丰富传承人培养方式。政府应与学校加强合作,在校园内开展以东巴纸为主题的文化节、讲座等活动,激发年轻人对东巴纸的兴趣。此外,还可以与东巴纸企业共同商定、构建完善的传承人培养机制,政府提供政策与资金支持,企业制定具有商业性质的人才培养道路,共同提高传承人的培养效率;最后,提高东巴纸传承人的社会地位。东巴纸的传承与发展一旦进入商业化视角,就意味着要面对激烈的市场竞争,但目前人们对东巴纸的重视程度不高,不利于促进其传承与发展。为改善当前这一局面,可以从提高传承人地位入手,以最直接的方式使人们认识到传承东巴纸的重要性,主动参与到传承发展进程中。

2.3 利用现代技术,建立动态化的传播链条

目前东巴纸的传播范围大多局限在本地,外来游客只有通过旅游这种方式才能接触到东巴纸,这样小范围的传播难以适应当下快节奏的文化生活。因此,为提高东巴纸的传承效率,相关主体应充分利用现代技术,打造一条范围广、高效率、动态化的传播链条。①在传播源头上,丰富东巴纸的传播载体。除当地著名的东巴纸坊外,还可以通过改造博物馆、文化馆等方式呈现多样化的传播载体。以丽江市博物馆为例,馆藏内与东巴纸有关的多为经书与文字典籍等静态文物遗产,传播效果较差。在信息化时代,馆方可以借助现代科技更新博物馆建设,利用现实虚拟技术动态呈现有关历史发展、制作过程等方面的东巴纸文化,同时建立线上博物馆扩大传播范围;②在传播过程中,扩大东巴纸传播渠道。东巴纸应利用线上线下相结合的方式拓展传播渠道,促进传承与发展。线上,可以通过制作纪录片、短视频等在微博、微信公众号、抖音等社交平台进行宣传推广,使更多的人隔着屏幕了解东巴纸。线下,除基本的文化展览、民俗活动外,还应结合线上传播实地宣传东巴纸,例如,东巴纸传承人可以在全国各地开办系列巡展,使人们在线上了解东巴纸的基础上,真实地接触东巴纸,也可以与所到之处的艺术家、文化企业进行合作,对东巴纸进行创新设计,挖掘东巴纸的文化价值与经济价值。

2.4 借鉴先进经验,打造特色化的文化品牌

目前,东巴纸已逐渐成为当地重要的文化标志,东巴纸坊也在逐渐打造文化品牌。在这一过程中,相关主体应树立开放性思维,在借鉴其他先进经验的基础上,探寻适合东巴纸的文化品牌塑造之路。首先,明确文化

品牌定位。以近年来备受欢迎的故宫文创产品为例,在把握传统文化定位的基础上,注重故事性与传承性,将“高冷”的藏品转化成“接地气”的亲民产品,在提高传承效果的同时,还能够产生商业价值。东巴纸是在人们的生活中逐步诞生的,承载着独特的民族文化历史,因此,东巴纸传承者要明确“民族文化”的品牌定位,把握实用性原则,将东巴纸重新以新的姿态融入到人们的日常生活中去;其次,寻求跨界合作,提高品牌附加值。例如,山西的青花汾酒在包装设计中加入了晋剧元素,促进了人们对晋剧的了解,也提高了汾酒的文化价值。考虑到东巴纸的特殊属性,可以将其与其他领域相结合,如平面设计、书籍设计等,使其以更加日常化的姿态走进大众视野,提高东巴纸的文化附加值;最后,重视专业人才的作用。塑造文化品牌与传承文化不同,不仅需要传承人提供资源,还需要专业的品牌设计、管理、营销和维护等方面的人才,所以应大力挖掘专业化的创新型人才,助力东巴纸文化品牌的建设与长远发展。

3 结语

综上所述,东巴纸作为非物质文化遗产的一种,是当代人认识纳西族文化与历史的重要桥梁。随着现代化生活进程的加快,人们逐步将非遗传承与商业发展相结合,使东巴纸能够以全新姿态适应当下的发展节奏,但在商业化进程中,也会不可避免地遇到一些问题。为了使更多的人了解东巴纸,提高东巴纸的传承效率,准确认识商业化视角下存在的问题,本研究基于问题导向,利用现代科学技术与商业手段,打造特色的民族文化品牌,以期实现东巴纸的可持续传承与创新性发展。

参考文献

- [1]李巧珍,成功.没了东巴纸,哪来东巴经[J].自然与科技,2014(5):42.
- [2]赵胤宏.浅析丽江“东巴纸坊”的品牌塑造策略[J].大众文艺,2017(5):264.
- [3]徐珺,萧俊彬.东巴纸文化创意产品创意创新点陈述[J].牡丹,2018(21):56.
- [4]张倩.传统手工艺的现代生存模式分析——以丽江东巴纸坊为例[J].设计,2018(7):22.

(作者单位:半月谈新媒体科技有限公司)