
注意力经济视角下大运河江苏段 传统工艺美术振兴战略研究

徐珊¹

(淮阴师范学院传媒学院, 江苏 淮阴 223300)

【摘要】:《中国传统工艺振兴计划》明确了振兴传统工艺的重要意义、总体要求、主要任务和保障措施。本文通过分析运河沿线传统工艺美术的艺术特点、传承现状及发展困境,探讨传统工艺美术品牌塑造、产业转型、产品研发、传播渠道、传承人培养与注意力经济之间的复杂关联,旨在为提高大运河传统工艺美术竞争力提供理论支持和应用对策。

【关键词】: 注意力经济 传统工艺美术振兴 大运河江苏段

【中图分类号】 F592.7 **【文献标识码】** A

大运河传统工艺美术振兴的研究成果较少,多数成果散见于有关中国传统工艺或非遗的研究成果中,文献约 560 篇,可分为培养继承人角度“非遗触网计划”观点(如陈岸英 2016)、法学角度,有通过知识产权对少数民族传统工艺进行法律保护观点(郑颖捷,张远胜,华慧 2007);可持续发展角度,传统工艺、传统生活方式、地域特色、地方化知识、地域经济和文化资源中汲取的养分,寻求可持续化发展的观点(袁熙旻 2013)、以学历教育保障传统工艺传承观点(吕品田 2016)、传统工艺走产业化道路观点(李涵,李元俊 2010);以及中国传统工艺著作约 420 部。

综上所述,在注意力经济视角下的应用研究极为匮乏。中国学者对大运河非遗的研究关注已久,但针对大运河江苏段工艺美术振兴的研究极少,有关“注意力经济视角下的大运河传统工艺美术振兴”的研究更可谓阙如。

西方学界中西蒙、高德哈伯、达文波特和高斯坦因等人对注意力经济研究较为深入。赫伯特·西蒙在 20 世纪 70 年代提出“信息的丰富导致注意力的贫乏”的概念,他认为“随着信息的发展,有价值的不是信息,而是注意力。”这是注意力经济思想的源头;米切尔·高德哈伯提出“被关注是有价值的”的观点;2001 年,托马斯·达文波特从管理学角度提出注意力经济对产业经济的影响的观点;随后,赛斯·高斯坦在注意力托拉斯网站上发表了《手势的独立宣言》,表达了用户对自己注意力的记录拥有无可争辩的权力的观点;西方学界还有理查德·莱汉姆、乔治·法兰克从文化、艺术及“虚荣市场”角度出发的观点等。综上所述,在西方学界,注意力经济的研究呈现出百花齐放的局面,但系统的理论研究尚未成熟。在我国,有关注意力经济的研究尚处于“发展”态势,离“成熟”的样态还有一段距离。张雷在其《注意力经济学》、《媒介革命:西方注意力经济学派研究》两本著作中,较为详尽地阐述了自己对注意力经济的观点,为本文的研究提供了极有价值的理论依据;云度在《注意力革命:新媒体时代如何捕捉商机》中从粉丝经济、网红经济的角度展开的探讨也为本文的研究提供了思路。

2017 年 3 月 12 日,国务院办公厅发布《中国传统工艺振兴计划》,明确了振兴传统工艺的重要意义、总体要求、主要任务和保障措施,受到艺术界高度关注,有关工艺振兴的应用研究百废待兴。传统工艺美术的课题研究多数从传统经济学、艺术学、

作者简介: 徐珊(1981—),硕士,讲师,研究方向:文化产业、工艺美术。

管理学等角度展开，而本文从注意力经济角度展开讨论，针对产业人才流动、品牌重塑、数字化传播方式等应用研究的环节提出全新的见解。

通过考察运河沿线包括徐州、宿迁、淮安、扬州、镇江、常州、无锡、苏州八座地级市传统工艺美术的艺术特点、传承现状及发展困境，文章希望探讨传统工艺美术品牌塑造、产业转型、产品研发、传播渠道、传承人培养与注意力获取之间的复杂关联，为提高大运河传统工艺美术竞争力提供理论支持和应用对策。

大运河江苏段工艺美术现状。20 世纪前，工业制造的主导地位使中国的“非遗”长期处于弱势地位。然而进入 21 世纪后，随着经济的增长，中国多数地区告别了刚需阶段，产生日益庞大的文化内需，“非遗”连同整个传统文化一起，从无价值走向有价值，《中国传统工艺振兴计划》文件的公布更为工艺振兴带来空前的有利条件和历史时机。江苏是中国工艺美术发展最早的地区之一，大运河江苏段区域工艺美术种类丰富，如徐州剪纸、沛县泥模，淮安撕纸画、蛋雕、邳州年画、蓝印花布、狮子头，车桥剪纸和传统结艺，镇江竹编、扎染画缂、烙铁画，扬州漆器、玉器、剪纸，无锡惠山泥人，常州梳篦、留青竹刻，苏州刺绣、核雕等。大运河民间工艺美术生存面临困境是普遍现状，即使在苏南运河周边区域，也同样存在。大运河江苏段工艺美术主要问题有南段与苏北段发展差异化明显：部分有传承价值的工艺美术后继无人；品牌意识薄弱，产品附加值低；传播及营销方式保守，未能与时俱进；产业化规模整体较弱，产业链不完整。

1 大运河苏南段“民族品牌”向“国际名牌”升级研究

《中国传统工艺振兴计划》指出“培育有民族特色的传统工艺知名品牌。”苏南地区源远流长的吴文化，使苏南地区的人文思想中具有了非常深厚的中庸智慧和务实包容的市场竞争意识，这种思想带动了观念、文化的创新，并带动了该区域民间工艺美术的发展。由于经济基础的雄厚，苏南民间工艺美术产品呈现出重材、重艺、重品的特点，并形成一定的品牌化意识，然而，在信息过剩的时代，在琳琅满目的国际品牌的信息中，谁吸引了消费者谁就是赢家。我省品牌的知名度、美誉度、品牌价值还有极大的提升空间。注意力是新经济时代的稀缺资源，成功的品牌塑造将吸引大量注意力资源，进而转化为注意力资本，形成“赢家通吃”的商业局面。因此，工艺振兴需要通过品牌塑造迅速争夺传承人、投资者、消费者、注意力资源经营产业的目光。从“民间手工”到“民族品牌”、从“小品牌”到“老字号”、从“单一品牌”到“多元品牌”、从“知名品牌”到“国际名牌”将是民族工艺发展的必经之路。

2 大运河苏北段“重工重料”向“重情重艺”的转型研究

《中国传统工艺振兴计划》指出“维护和弘扬传统工艺所蕴含的文化精髓和价值。”苏北作为汉文化的发源地，地域性格雄豪大气，经济形态一直以自然经济为主，观念相对封闭，竞争意识不强，创作观念仍保留在“重工重料”阶段，缺乏与时俱进的眼界，这种相对落后的观念成为苏北运河区域民间工艺美术发展的短板。传统艺术所承载的记忆是“资本化的注意力”，它可以为资本的拥有者带来更多的利润和收益。而在工业设计时代，随着铺天盖地的机制品的涌入，消费者已经渐渐淡忘了这些传统手工艺。而民间工艺品人文情感浓郁，能唤起大众对自然生活的向往，有着很高的文化价值。比如徐州新沂的大柳编文化，以手工制作与原材料的天然性相结合，具实用功能，又具形式美感，既符合当前正在倡导的生态设计理念，又展现出了民间工艺美术的文化情感性。苏北地区应当从产品的研发入手，在保持“本味”的基础之上，提升产品的品质，开发出造型美、材质美、意境美的优质产品，重视“情感性”和“艺术性”的融合，从产品本身抓住消费者目光。从“重工重料”向“重情重艺”的战略方针转变将成为一条合理的生存途径。

3 大运河江苏段“注意力转移”策略研究

《中国传统工艺振兴计划》指出“鼓励拥有较强设计能力的企业、高校和相关单位到传统工艺项目集中地设立工作站，”和“推动传统工艺与旅游市场的结合。”工艺振兴需要注意力，而注意力是可以传递的，这点从名人广告效果可见一斑，观众

关注名人的同时，厂商或产品也吸引了消费者的注意。大运河工艺振兴应当借助大运河文化的名片效应、借助我省传媒、旅游等产业在全国的影响力，借助成熟文化产业园的文化资源，为大运河江苏段传统工艺美术搭建宣传平台；依托高校进行产学研合作，培育产业服务人才；依托成熟园区完善的服务体系，吸引高端人才和返乡就业人才向传统工艺产业流动；依托旅游业进行资源整合，促进金融、传媒、设计、物流、服务行业向传统工艺品产业倾斜，为大运河江苏段传统工艺美术注入活力。

4 大运河江苏段“注意力集聚”策略研究

《中国传统工艺振兴计划》指出“鼓励商业网站与相关专业网站设立网络销售平台，帮助推介传统工艺产品。”江苏运河沿岸有许多传统工艺美观且实用，具有很高的传承价值，然而由于信息传播不畅导致许多传统工艺并没有进入大众的视野。例如，虽然电子商务已经广泛应用到各行业，但在我省传统工艺品市场发展方面运用的信息还远远不够，缺乏适当的信息传递机制。信息不对称使得市场的各种需求信息不能准确、及时、完整地传达到生产企业或消费者，从而使消费者与经营者信息脱钩，进而导致整个市场的萎缩，并由此断送了增进交易双方利益的机会。注意力有易从众的特性，个体之间相互影响、相互交流，能促使注意力往主流、集中的方向集结。全媒体环境下的传播方式更多样化，在传统媒体的广播、电视、报纸传播之外，年轻群体更青睐的 KOL(意见领袖)传播、网红传播、微信公众号传播、APP、微博互动传播、公关活动传播、微电影等新的媒体传播手段具有更快更广的传播效果，新媒体将带动传统工艺美术在新的文化语境中焕发生命力，注意力的易从众性将强化信息的传播效果，从而聚集大量注意力。

5 大运河江苏段传承人“注意力保持”策略研究

《中国传统工艺振兴计划》的主要任务有“扩大非物质文化遗产传承人队伍。”在信息过剩的时代，注意力稀缺，在浩瀚的职位信息浪潮中，我省应当通过多种渠道争夺人才的注意力。例如通过博览会、艺术院校植入式培养、海外留学归国人才招聘等多种渠道吸引人才注意；其次，传承人队伍的扩大不仅需要吸引青年传承人注意力，更需要保持其注意力的持久性。而这需要对传承人投入理解、关怀、支撑和培养，并通过产业链的调整、国家政策的扶持、管理体制的完善、创业环境的改良等宏观调控，满足传承人的生存需要和精神需求，并通过搭建海外交流平台、艺术家跨界合作、推广展销会等方式提高传承人视野，从而保持传承人对传承事业的持久热度。

参考文献:

- [1]张雷.媒介革命：西方注意力经济学派研究[M].中国社会科学出版社,2009.
- [2]张雷.注意力经济学[M].浙江大学出版社,2002.
- [3]厉无畏.创意产业导论[M].学林出版社,2006.
- [4]花建.文化产业集聚发展对新型城市化的贡献[J].上海财经大学学报,2012(04).
- [5]李涵,李元俊.江苏传统工艺美术文化产业发展战略研究[J].江苏大学学报(社会科学版),2010(11).
- [6]徐艺乙.非物质文化遗产的传承与高等教育的使命[J].徐州工程学院学报(社会科学版),2010(01).
- [7]宋本蓉.非物质文化遗产保护视野下的传统手工技艺[D].中国艺术研究院,2010.
- [8]姜照君,顾江.空间生产视角下的文化遗产开发模式研究——以南京民国文化遗产为例[J].现代经济探讨,2014(07).

[9] 李晓岑. 中国手工艺走向复兴?[J]. 自然辩证法通讯, 2013(06).

[10] 吕中泉. 当代西方艺术与手工艺运动的影响与中国当代手工艺的复兴[J]. 当代手工艺, 2014(01).