

乡村文化建设中的非遗战略及其传播现象*

匡 卉 郑 欣

摘要：目前乡村振兴战略在实施中对非物质文化遗产的关注囿于应用策略，忽视了对非遗本体的关注与讨论。本文基于对江浙皖地区部分美丽乡村建设示范村的实地调研，分析当下乡村非遗面临的三对矛盾，解读乡村非遗在新时代发展中的传承与传播状况，并引入主体视角解读乡村文化建设中的非遗战略。研究发现，当下非遗的阐释者与持有者相互分离，立场和诉求的分歧使双方对待非遗的态度难以达成统一，而原本作为非遗拥护者的村民，如今也在商业驱使下文化认同感不断消解，由此造成非遗文化在乡村脱域的现象；媒介技术环境催化了这种文化原真性的衰减，导致乡村内外陷入对非遗文化理解与认同的双重迷失；“被想象的遗产”作为消费社会的文化产品在乡村建设中大行其道，精心设计的非遗景观遮蔽了朴实厚重的乡土文明，这与乡村文化建设的初衷相背离。

关键词：乡村振兴 传播现象 文化建设 非物质文化遗产

中图分类号：G206 **文献标识码：**A

一、引言

自中共十九大报告中提出乡村振兴战略起，新一轮乡村建设成为社会关注焦点，《中共中央 国务院关于实施乡村振兴战略的意见》《国家乡村振兴战略规划（2018~2022年）》等政策相继出台，助力乡村振兴稳步推进。

乡村振兴既是塑形工程，又是铸魂工程。面对乡村发展机遇，部分乡村暴露出文化建设短板。由于决策者对乡土文化价值认识的缺位、错位、不到位，在推进城乡融合发展、加快推进农业农村现代化进程中，乡土文化可能面临被破坏、被畸形，甚至被消失的危险（索晓霞，2018）。与此同时，中国大量非物质文化遗产（以下简称“非遗”）发展坎坷，作为珍贵的民族文化资源，其内涵的文化价值在新时代缺乏充分调动和弘扬，而这正是在乡村振兴战略时期有待挖掘的精神宝库。已有地方将非遗应用于乡村文化建设进行多种模式探索，以求兼顾保护非遗与推动乡村文化发展，这是一种积极尝试。

如今乡村振兴战略已取得一定进展，全国各村镇在建设中不同程度地积累了经验和阶段性成果，但也相应暴露出存在的难点和不足，比如集中重视经济价值对非遗的保护工作产生了诸多不利的影响（李占伟，2013），“保护一处破坏一处”成为不争的事实（沙垚，2017）。基于此，在当下乡村文化建

*本文是南京大学双一流建设“百层次”科研项目“乡村振兴战略中的文化建设与传播研究”阶段性成果。

设的研究中纳入非遗视角具有现实意义。

近代中国全面引入现代性观念，导致乡村文化在很长时间里被视为愚昧落后的迷信文化，与现代社会的先进科学相背离。“文”和“野”在宇宙观观念上的区分，被直接转化成为城市与乡村在文化发展进程上的对立与差异，尽管在乡村蕴涵着丰富的民俗文化，但它们是旧时代的“遗存”，是最需要加以改造的地方（赵旭东，2007）。直到1983年，钟敬文提出重视民间文化的观点，寄希望于民间文化鼓舞人民群众的热情与意志去创造新的历史和文化，从而推动社会主义文化进程（钟敬文，1983）。此后，人们逐渐认识到乡村文化对社会良性发展起到重要作用。费孝通（2008）提出“差序格局”^①概念解释中国乡村的社会关系，为解读中国社会基本特性提供了重要的理论参考。目前学界关于乡村文化已积累诸多论著，主要将研究视角集中于内部文化引导与外部文化传播两个维度，从经济学、教育学、社会学等领域对转型中的乡村文化建设提出反思和路径探究，其中不乏乡村公共空间萎缩、乡村公共文化内卷化等值得继续讨论的话题。纵观相关研究可以发现，虽然乡村文化的价值逐渐得到社会认可，但由于城乡之间的社会区隔客观存在，不少学者在研究中仍或多或少地带入先验的视角，将乡村视为需要“被拯救”和“被教化”的对象（沙垚，2016），要帮助乡村适应现代化的生产生活。

2006年起，随着非遗保护从呼吁进入执行层面，农村与生产生活相关的文化形态，如铁艺、草编、戏曲等，几乎全部被纳入非遗序列，“非遗”逐渐取代“民间文化”或“农民文化”，成为农村文化传播的主流话语（沙垚，2017）。非遗保护政策的相继出台使非遗及非遗研究迎来“大发展大繁荣”时期，社会各界共同探索当代非遗保护的途径，形成诸多有针对性的建设性意见。在乡村振兴的背景下，乡村非遗研究多选择将非遗文化保护与乡村旅游进行关联，提出将非遗保护与乡村旅游适度融合的观点（田茂军、张湘华，2015）。“文化搭台，经济唱戏”，吴亮（2012）认为应深入挖掘非遗的价值，把乡村的文化优势迅速转化为经济优势。乡村非遗文化与现代都市文化形成强烈反差，具有巨大差异性的文化元素刺激着人们的消费欲望（刘晓春，2008），因此，先以非遗文化建设推动经济发展，再用经济发展反哺非遗文化建设的观念被学界广泛认可，并在部分调研中得到证实。

然而在乡村非遗文化蓬勃发展的背后，潜藏着深层危机。当前文化与旅游融合（以下简称“文旅融合”）模式得到普遍认可，但由于非遗生存环境的变迁，不少民俗学者表达出对非遗保护与传承的担忧。非遗保护促进了村落的文化客体化（陈志勤，2019），保护非遗意在使其在现代社会中更好传承，然而它们一旦被确认为“非遗”后，反而加快了它们的“变异”（王德刚，2018）。非遗顺应时代发展不断演进无可厚非，值得关注的是，当下非遗的“变异”受到哪些力量的作用？它们“变异”成了什么形态？谁能够从中获得利益？这些行为又如何利用传播取信于大众？

为解答上述诸多疑问，本研究基于调研地非遗类型与建设进度综合考量，选定十二个位于江苏、安徽、浙江三省正在建设的村庄为调研对象，其中徐福乡、长江渔村、观音殿村、开弦弓村、舟山核雕村、西河古镇和双塘村为重点调研乡村，于2018年11月至2019年8月展开实地调研，观察乡村文化建设进展并访谈各级政府工作人员、企业相关负责人、非遗传承人和村民，获得详实的一手资料，

^① “差序格局”概念出自《乡土中国》一书，《乡土中国》首次出版于1948年。

并尝试在交流互动的过程中客观解读当下乡村文化建设中的非遗战略，反思乡村文化建设中对以非遗为代表的传统文化的利用问题，助力乡村文化振兴。

二、被展示的文化：传承危机下的非遗战略

调研发现，在以非遗为文化建设核心的村落中普遍存在相似的建设思路与传播现象，本部分将以非遗面临危机、如何传递、使用状况为线索，尝试回答非遗在村中谁在传、怎么传、如何用的问题，描绘当下乡村的非遗战略。

虽然非遗的保护工作已得到有关部门重视，但其始终被传承危机笼罩。将非遗投入乡村文化建设并没有解除传承危机，反而在一定程度上加剧了三对原有矛盾。

首先是创新与守旧的矛盾。不少乡村在活化非遗的过程中，尝试跟进时代发展做出创新，效果却适得其反。部分传承人力图在非遗项目里融入时下流行文化来迎合年轻一代的审美意趣，促进非遗在青年群体中传播，比如打造以喜羊羊为主人公的木偶昆曲和偏向流行内容的河阳山歌，然而实际应用中，为青年研制的创新内容并不被年轻人买账。这类非遗在乡村建设中缺乏对自身的清晰定位，在“接地气”与“端架子”间摇摆不定，使它们的传承与传播遇到困难。

其次是积淀与速成之间的矛盾。乡村振兴战略被大力推动至今不到两年，一些地区为了在尚未被全面开发的乡村旅游领域抢占先机，在内部设施尚未完善的情况下仓促开张营业，导致村内环境虚有其表，笔者在实地调研中多次遇到设备失灵、道路难行、气味刺鼻等问题。此外，乡村基础设施建设可以速成，孕育乡土文化却需要时间积淀。有的特色小镇县级以下认定级别的非遗项目林立、质量鱼龙混杂，在过度立项的同时缺乏对技艺传承者的人文关怀，制度建设的不规范导致乱象频出。

最后是传统与现代的矛盾。传统技艺的产生主要源自劳动人民生活生活的需要，如今这种需求日益下降。一方面，机械化生产的普及凸显出传统技艺制作的劳动产品品质难以把控、生产周期长、耗费人力大等问题；另一方面，随着掌握现代农业生产技能的新型职业农民诞生，耙、镰、犁等以往必需的劳动工具在生产实践中逐渐失去使用价值。传统技艺类非遗大多正在现代化冲击下艰难转型，以铁艺为代表的非遗由于难以提炼出可广泛传播的观赏价值和文化内涵，在乡村旅游搭建的景区内备受冷遇，类似的状况令不少地区在推进本土非遗文化建设时感到棘手。

在打造特色乡村浪潮的推动下，三对原有矛盾进一步深化又衍生出新的现实问题，如外地非遗技艺学习者与本土文化脱节、村民在非遗保护中缺乏话语权等，这令乡村非遗所处形势愈加复杂。

乡村文化建设中的非遗面临诸多困境，而旅游业本身根植了现代性对传统文化的损害，此时非遗如何传承与传播的问题便格外突出。“传承”与“传播”概念相近，实则不同。传播是长期过程中的瞬间和广泛集合体的片段，而这个广泛的集合体被称为传承（雷吉斯·德布雷，2014）。当下的乡村文化建设将非遗呈现在社会关注之下，其传承与传播增添了展示的意味。

非遗“传承”延续的是关于非遗的集体记忆，师徒传承、政府培养、个人志趣是乡村非遗主要的传承方式。师徒传承是非遗发展历程中最正统、认可度最高的传承方式，比如舟山核雕尤其注重师出名门，近年来师徒传承的马太效应愈发显著。政府培养指政府对濒危非遗进行抢救性保护，包括为濒

临失传的非遗项目招募并培养传承人，目前洪福木偶昆曲的三位传人均来自政府的招募与联合培养。非遗源自劳动人民的创作，有些非遗没有系统体系也没有特定职业，仅依靠村民的个人志趣代代传承，如河阳山歌被当地人作为劳动号子世代传唱。乡村文化建设为此类非遗提供了更多的展示平台，以吸引潜在爱好者。三种主要传承方式中，师徒传承最传统、当前仍处于主流；依靠个人志趣传承的非遗，爱好者老龄化趋势明显；政府培养是新出现的，有组织地为部分濒临失传的非遗提供保障。

非遗“传播”表现为一定时间内非遗信息的流通，新旧媒体的宣传、行业竞赛、演出活动是乡村非遗主要的传播方式。非遗的横向传播离不开新旧媒体的宣传，除了报纸电视等传统媒体平台，近年来各类网络平台成为宣传展示的新途径，有的非遗项目甚至拥有大量网络直播账号进行介绍、展示和销售。技艺类非遗常通过行业组织举办竞赛，通过吸引游客参观提高非遗项目及传承人的知名度，同时在交流与切磋中提升技艺的专业性。奔赴各地进行演出活动则是曲艺类非遗的主要传播方式，包括晚会庆典等仪式性场合演出以及送戏下乡等文化普及活动，一些非遗传承人甚至受邀赴海外表演。非遗属性不同，横向传播途径各异。目前有组织地通过媒体宣传依然是乡村非遗的主要传播路径，在文化振兴的目标下，更加注重对外界的传播是乡村非遗的共同特点。

在以非遗为文化建设对象的村庄内，政府、企业、非遗传承人、普通村民都不同程度地参与非遗的传承与传播，各主体对非遗的占有和使用体现出主体间不平等的权力关系。

政府将非遗应用于乡村旅游建设。乡村振兴背景下，乡村旅游概念的兴起赋予乡土文化多元的建设思路。中国近几年形成大量服务于旅游的非遗特色文化村落，如红杨镇在“全域旅游”概念下着手打造河西古镇。在文化建设中，政府建造了一批以非遗纪念馆、展示厅为代表的标志性建筑，主要用于承办相关文化活动，如赣榆区建设潜园并举办非遗大展，通过建造非遗景观促进非遗文化的传播。

企业将非遗应用于经济利益攫取。在特色乡村建设的过程中，企业常通过招商引资的途径参与非遗旅游项目开发。由于企业对非遗的传播建立在自身获得经济利益的基础之上，它们在传播过程中注重产品与市场的贴合，如肖家巷地区的建设思路倾向于搭建平台给非遗衍生产品展示与销售，包括非遗技艺制造的物品、相关文创产品及配套食宿服务等。

传承人将非遗应用于自身职业发展。对传承人来说，非遗的传承与传播是他们的职业也是使命。政府和企业传播方面已进行诸多铺垫，传承人们更注重技艺的打磨与传承，通过不断提高自身专业水平获得职业发展，如木偶昆曲传承人积极参与行业内的各种演出、竞赛和教学活动，在传播非遗文化的同时提高自身的专业权威。

就非遗的特性而言，乡村非遗应依托于村民的文化认同而存在。但在现实情况中，非遗建设与村民的生产生活存在较为严重的脱节现象，非遗在乡村建设中的应用主要是向外来游客展示，缺乏与本土村民的互动。

总的来说，面对传承危机下的诸多矛盾，乡村非遗文化建设开始向村外寻求突破，非遗传承与传播的展示性不断增强，但忽视了在村民日常文化生活中的应用。伴随非遗战略的逐步落实，非遗的阐释者与展示对象均发生了主体转移，非遗的归属问题愈发凸显。

三、精英化的价值：主体视角下的权力转移

在乡村非遗文化建设中，参与主体基于自身立场对非遗有着不同的解读，而不同主体对非遗阐释与使用的背后伴随着利益和权力的争夺。尽管各乡村的非遗特性、建设思路和建设进度不尽相同，但村内普遍存在非遗价值精英化的现象：本应由乡村共同体共享的利益向相关企业或少数的资源持有者倾斜，传承人只能分得少数，村民几乎被隔离在非遗文化红利之外。

将乡村非遗文化与旅游业结合，利用特色文化促进旅游业发展，旅游创收亦可反哺非遗文化保护。非遗的民族特性在旅游中能够担负起文化教育功能，提升民族文化认同感。近几年非遗民俗旅游得到各级政府空前重视，各地非遗地标性建筑相继施工落地，非遗节庆活动更是举办得如火如荼。

然而，地方政府面对上级经济指标和地方社会全面发展的双重任务，在旅游开发时往往更多地考虑经济高增长率而轻视或者牺牲社会、文化和生态目标的实现（甘代军、钟宝云，2009）。乡村传统文化资源的挖掘不够深入、盲目建设的地标性建筑难以为大众所用、地域文化特色不够鲜明等在建设过程中被不同程度悬置的问题开始暴露，如赣榆区非物质文化遗产展示馆建成后几乎无人问津，这样的乡村文化建设产物不在少数。

官员们令已经消失了的“祖先的权力”演化出新的文化机制，以遗产的方式建立起与国家意识形态的联系，并借此重新建立社会秩序与文化规范（刘志伟，2013），新旧秩序交接的过程中伴随着阵痛。为在建设浪潮中抢占先机，部分村庄建设进度过快，建设用地占用农耕土地、成果在短期难以显现、补贴难以达成共识等现实问题令世代耕种的村民对未来感到担忧，“一旦旅游没有搞起来，农民就走投无路喝西北风”类似的观念在部分非遗旅游乡村里屡见不鲜。

《促进乡村旅游发展提质升级行动方案（2018年~2020年）》中提出“鼓励引导社会资本参与乡村旅游发展建设”，并加大对乡村旅游发展的配套政策支持。社会资本主要通过招商引资的途径入驻乡村，企业大多租用房屋开设店铺，有的会通过竞标承包整个乡村的旅游建设。企业进入乡村后成了非遗的代理人，为游客提供旅游期间的服务、出售衍生产品来获得经济利益，可以说企业是非遗红利的最直接获得者，也是非遗在商品化、工业化道路上的主要推动者。

但这种企业入驻的方式几乎不能为当地村民提供文化价值，进入乡村的多为成熟连锁企业，它们的搭建和运行有一套既定的路径模式，店铺内部装饰、产品种类、店员数量等多有明确规范。企业的介入不仅使非遗被物化，连非遗战略乡村都几乎被批量包装生产，出现产品雷同缺少地域特色、建筑景观千篇一律等问题。由于网红经济兴起，部分乡村打造“非遗民俗乡村市集”的设想让渡给网红产业，地域文化特色被进一步减弱。

非遗传承人看似非遗效益的生产者和直接获得者，但实地走访发现，大批非遗传承人的工作情况并不乐观。以往乡村非遗需要在代代相传中获得“权威”，而今天的非遗权威话语强调精英社会群体的体验和价值，排除其他群体的历史、文化和社会体验，尤其是地方社区的切实经历（孙九霞、许泳霞，2018），这使乡村非遗传承人的话语权遭到削弱，在市场中处于较为被动的地位。

具有表演性质的非遗项目传承人目前多在相关组织部门工作，被定期安排进行演出活动，有些技

艺类非遗传承人拥有个人工作室，其制作的产品多数由企业收购并二次出售，仅少数传承人能够直接与市场对接，因此非遗传承人生产效益遭到盘剥的现象普遍存在，比如舟山核雕村的核雕销售被微商垄断，“自己不会卖了没办法，做就赚点苦工钱”。“工资太少，补贴不够”导致走访到的传承人普遍经营副业，如木偶昆曲传人经营饭店、黄梅戏传人做起微商，有的非遗项目出现传人流失的现象。

成为非遗代表性项目的传承人须符合“长期从事该项非物质文化遗产传承实践，熟练掌握其传承的非物质文化遗产；在特定领域内具有代表性，并在一定区域内具有较大影响；在该项非物质文化遗产的传承中具有重要作用，积极开展传承活动，培养后继人才；爱岗敬业，遵纪守法，德艺双馨”^①四项条件，目前非遗旅游乡村里真正的非遗传承人实际数量并不多，绝大多数村内的非遗从业者对相关非遗了解也不够深入。同时，有些非遗传承人对政策保护的依赖较强，使相关非遗在传承上仅依靠政府部门的文化抢救措施，难以引发公众自发性传播。

20世纪50年代以来，中国农村文化传统与社会主义文艺互动，农民开始以文化主体的地位登上历史舞台，获得文化主体性（沙垚，2017）。然而当下村民总体对乡村非遗文化建设比较冷漠，认为与自身利益无关。他们本应是非遗的使用者和拥护者，如今成了乡村文化建设的旁观者——村民在乡村文化建设中的被动隔离与媒介环境作用下的主动远离，造成了这一尴尬的文化现象。

一方面，以旅游为导向的民俗文化村落将村民隔离在非遗项目的展演之外。村民如游客般只能见到非遗展示的表象，世代积淀的认同感被消磨，难以激发传承非遗的参与感与使命感，如双塘村村民提到当地国家级非遗河阳山歌时表示“这都是给来玩的人看的”“真正的本地人不会去看”。与此同时，大量仿古建筑的堆砌侵蚀了当地原有的生活样貌，亦有村民向笔者表达出他们对此现象的担忧。

另一方面，村民自身已与农村传统的生产生活方式渐行渐远。新颖的文化形式通过大众媒介进入乡村，其趣味性强、内容博杂的特性暗合现代社会的生活节奏，导致传统文化相较之下难以吸引年轻一代。村民倾向于选择更便捷的生活和娱乐方式，接触非遗的时间与旨趣日益减少，比如核雕村有上百家核雕手工作坊及四百余名核雕手艺人，但不从事相关职业的普通村民对核雕文化缺乏认同感。

在非遗的归属问题上，随着传承人及村民对非遗阐释话语的让渡，乡村共同体的文化认同遭到消解，外来企业在乡村文化建设中非遗代理人的地位逐渐稳固。地方政府对政绩的需要与企业的发展路径不谋而合，企业自始至终强调自己的正统性和合法性，却不需要对当下非遗面临的危机负责，甚至对文化重构不以为意（孙九霞、许泳霞，2018）。村民在非遗表达中话语权的丢失，使乡村非遗遭遇主体性危机，沦为被代言、被表达的文化符号。

四、被建构的非遗：符号消费下的传播现象

非遗价值在乡村文化建设中被部分主体占有，沦为精英化的价值，难以被乡村共同体享有。由此不禁追问，如此“遗产”是否仍称得上非遗？本部分将解读乡村旅游中构建的非遗文化符号，并探讨

^①摘自2019年11月12日文化和旅游部部务会议审议通过的《国家级非物质文化遗产代表性传承人认定与管理办法》，由中华人民共和国文化和旅游部于2019年11月29日发布，2020年3月1日起施行。

媒介技术环境如何促发非遗被想象的传播。

（一）从遗产到资本背后的文化脱域

工业生产给社会带来现代文明的高效和便利，传统技艺、曲艺类非遗的生存空间遭到挤压，此类非遗不得不考虑由实用导向转化为观赏导向的价值转型。布尔迪厄（1997）富有洞见地提出“文化资本”概念，旅游使非遗在一定时空内成为可供消费的对象，这是文化的资本化过程（蒂莫西·博伊德，2007），因此可以将乡村非遗旅游建设的过程视作文化遗产向文化资本转型的过程。

作为文化资本的非遗在资本运作中丧失了民俗学意义上的存在基础与价值。《中华人民共和国非物质文化遗产法》中将非遗定义为：“各族人民世代相传并视为其文化遗产组成部分的各种传统文化表现形式，以及与传统文化表现形式相关的实物和场所。”从中可以看出，乡土文化成为非遗的两个必要条件，即“世代相传”与“人民视为其文化遗产组成部分”，可从这两方面考察实施非遗战略乡村内的“非遗”究竟是否属于非物质文化遗产。

在传承性上，非遗旅游村内少有非遗项目真正做到世代传承，建设思路多采用“非遗杂烩”和“非遗嫁接”模式。“非遗杂烩”将各地非遗资源集中展示以营造非遗文化氛围，对非遗传承来讲意义不大。“非遗嫁接”直接由外地引入非遗资源用于乡村建设，短期看动摇了非遗传承的根基，至于能否达到本土化发展的长期效果并不明晰。在村民态度上，亦远达不到“视为其文化遗产组成部分”——即使是村内老人对于本土非遗文化也知之甚少。

吉登斯用“脱域”概念阐释现代社会中社会关系的变革，他认为脱域指的是社会关系在彼此互动的地域性关联中，通过对不确定的时间的无限穿越而从被重构的关联中脱离出来（安东尼·吉登斯，2000）。目前，乡村非遗旅游中的“非物质文化遗产”保留着文化形式，实则已经脱离乡土生活脉络，笔者认为可将此原真性缺失的现象视作非遗旅游打造中的文化脱域。

非遗旅游获得经济效益需游客参与，无论是“非遗杂烩”“非遗嫁接”还是原生非遗的村庄，都希望以特色文化吸引大众。发展非遗旅游的乡村有的直接以非遗民俗旅游为主打，如肖家巷汇集镇上十四项市级非遗，建设非遗的集中展示厅与主题销售中心；有的村内非遗产销已成工业，但仍将非遗旅游作为发展的重要部分，如政府对舟山核雕村翻修并修建游客中心、核雕博物馆。无论采取何种策略，都说明乡村正积极寻求与村外的互动，这是对中国传统乡村社会运行模式的突破。

值得一提的是，游客在非遗旅游中存在对文化真实性的诉求，相关讨论却难以对“文化真实”作出回应，如河阳山歌本为当地人民的劳动号子，现今变成对游客开放的表演项目，即便演出者可以在舞台给观众带来同样的声韵，也难免存在原真性缺失的尴尬。非遗正在从村民持有使用的对象转变为游客玩赏体验的景观。而在“追寻真实性”出游动机的推动下，旅游服务者惯于呈现一些符合游客想象的“真实”之物（朱煜杰等，2014），比如民俗文化展中身着唐装的剪纸艺人与穿旗袍的绣娘。

基于此，本文提出“被想象的遗产”概念来解释乡村非遗文化建设中存在的文化脱域现象。在非遗代理人的阐释下，民俗学意义上的非遗在乡村旅游建设中沦为被工业化和精英化裹挟的文化产品。乡村文化建设借助非遗的文化属性构建出可供消费的丧失原真性的非遗符号。乡村构建“被想象的遗产”的目标并不是再现一种文化，而是表达消费时代权力政治与资本的文化“理想”（宗晓莲，2002）。

（二）媒介技术环境带来的双重迷失

非遗本身并不是旅游资源，它们只是被人为建构成旅游资源（张朝枝、李文静，2016）。“被想象的遗产”不仅是非遗代理人搭建的文化温泉，还是游客非遗想象反作用的产物，媒介技术环境从中起着不可估量的催化作用。

一方面，媒介技术环境导致“村外人”的迷失。厄里（2008）在《游客凝视》中写道，公众越来越多地生活在“三分钟文化”里，人们在几分钟内不断地转换电视频道，却不能集中于任何一个主题。为了在短暂注意时间内最大限度地吸引游客，非遗代理人在宣传的时候，倾向于将非遗与享受、特色、趣味等词汇关联，强调非遗作为文化资本的消费属性，于是，文化属性在公众认知中逐渐消解。与此同时，媒介技术环境加深了公众对非遗的刻板印象，大量浅层夸张的阐述看似进行了传播，实则无益于对非遗文化的深度挖掘，对乡村文化内涵的保留与传承也无益处。正如施倩然指出的，乡村文化的建设应保持内外兼修，大众传媒应透过表面印象，认识到大众文化与乡村文化在历史性和现实性当中的辩证统一（施倩然，2019）。乡村非遗文化与现代都市文化形成强烈反差，这种与日常生活形成巨大差异的文化元素刺激着人们的消费欲望。当游客沉浸在媒介环境建构的非遗想象时，鲜少质疑其真实性。出行前获取的媒介信息已经令游客先入为主地产生印象，阻碍其思考该项非遗与村庄、村民之间具有怎样的深层关联。旅途虽身在村内实则难以接触当地村民、了解当地本土风貌，依旧被媒介建构的信息网络操纵，迷失在“被想象的遗产”中。

另一方面，媒介技术环境也导致“村内人”的迷失。媒介环境带来的游客凝视使非遗被文化工业裹挟，不再是“自由的精神生产”，而是可以量身定做、机械复制、批量生产的产物。文化是融合了创作者思想、才能、志趣的综合表达，“被想象的遗产”作为标准化、批量化的文化产出，无形中导致非遗传承人在文化创作上停滞不前，比如核雕村内的核雕师普遍不愿做内容创新，认为“互相抄别抄得太明显就行”，这使得“村里基本上就那几个样子，雕得大同小异”。经济利益驱动下，媒介技术直接作用于部分非遗产业的生产和销售环节，打破原有的产销模式，给整个行业带来巨大变革，以至有的非遗村落呈现出经济效益提高但行业整体萎缩的怪象。核雕村工作人员称“只做雕刻赚不到钱，得学会用网络”，因为村里线上销售做得好的一家核雕店在“双十一”^①一天，仅快递费就达八万元。几家较早尝试线上销售的核雕店几乎垄断村内对外界的市场，加上机械核雕与手工核雕难以区分，线上销售给商家更大的以次充好的空间，“这两年搞核雕的人走了有三分之一”，也有核雕师认为“三分之一不止”。媒介技术一定程度上起到消除乡村文化与城市文化隔阂的作用，随之带来村民的文化迷失。互联网下乡为村民提供了多元的消费娱乐选择，传统民俗活动在新时代难以维持原有的吸引力。城市文化的涌入使村民开始摒弃安土重迁的思想，大量青壮年选择进城务工，成为新生代农民工。以往地域差异造就各具特色的人文景观，如今媒介环境带来村民在思想文化上的同一性，这将导致非遗后续的发展乏力。此外，新媒介环境中“村”“土味”等字词带有对农村生活状态戏谑嘲讽的意味，当乡土文化不断遭到外界贬损，村民对乡村非遗的认同感也就逐渐降低。

^① “双十一”，即双十一购物狂欢节，指每年11月11日的网络促销日。

如今“被想象的遗产”在乡村文化建设中大行其道，缺乏活力与个性的文化产品在媒介技术环境的潜移默化中将导致游客、传承人及村民在审美情趣上的消亡，购买者的审美旨趣被文化工业所麻痹、操控，将导致整个社会审美力的平庸（宁威，2019）。促成非遗被想象的传播是部分乡村文化建设中非遗战略的目的，但不是乡村文化建设的使命。乡村文化建设的目标在于乡村文化复兴，旨在实现乡土文明的价值重构，这种价值重构是为中华文明的崛起输血，使之更加昂扬、内敛和包容，更加具有文化的韧性（刘诗林，2011）。当前中国乡村文化发展依然任重道远，为此，需要重视非遗在乡村旅游中的文化价值，只有充分认识当下乡村文化建设对非遗可能带来的侵蚀与异化，减少被想象的传播带来的文化误读，才能真正促进乡村非遗的内生性发展。

五、结语

当下乡村非遗面临着传承危机，暴露出传统与现代、创新与守旧、积淀与速成这三对难以化解的矛盾。为此，乡村文化建设普遍向村外寻求突破，如发展非遗旅游产业，以求达到促进乡村振兴与保护非遗的双赢局面，但也带来诸多现实问题。

非遗传承表现的是关于非遗的集体记忆，非遗传播则表现在一定时间内非遗信息的流通。由于长期处于被参观展示的位置，不少非遗的传承与传播路径悄然改变，主要表现在忽视非遗在村民文化生活中的应用。

乡村文化旅游建设背后是不同主体的权力争夺。在非遗使用方面，政府将非遗应用于乡村旅游建设，相关企业则将非遗应用于经济利益攫取，传承人将非遗应用于自身职业发展，村民普遍持冷漠态度，主体间并无明显冲突。在非遗的归属问题上，政府对政绩的需要与外来企业对经济利益的需要达成共识，伴随非遗传承人和村民对非遗阐释话语的让渡，外来企业作为非遗代理人的地位日益稳固。非遗产生的价值也在权力转移中出现精英化现象：本应由乡村共同体享有的利益向相关企业或少数的资源持有者倾斜，传承人只能分得少数，村民更是几乎被隔离在非遗文化红利之外。

旅游使乡村非遗在一定时空内成为可供消费的对象，非遗从文化遗产向文化资本转型，由村民持有使用的对象转变为游客玩赏体验的景观。在游客追寻“真实性”的期待下，企业打造出符合游客想象的“非遗”，所呈现的样貌虽然表层仍保留民族特色文化的形式，实质已经脱离乡土生活脉络，这可视为乡村非遗旅游中的文化脱域。

本文提出“被想象的遗产”概念，以解释当下乡村非遗文化建设中普遍存在的文化脱域现象。民俗学意义上的非遗在乡村文化旅游建设中沦为被工业化和精英化裹挟的文化资本，游客所追求的地域特色文化成为被精心设计的商品。打造“被想象的遗产”试图达到的目标不是保留乡土文化的原真性，而是塑造消费社会中政治与资本所需要的文化，其内容和表现形式交由市场的取向偏好决定，人民在劳动中进行文化创造的自主权丧失。需要警惕的是，缺乏活力与自主性的“被想象的遗产”可能导致大众文化创新能力和审美情趣消亡的风险。

媒介技术环境在构建“被想象的遗产”中起着不可估量的催化作用。一方面，大众媒介强调非遗作为文化资本的消费属性，加剧其应用于休闲娱乐的刻板印象，非遗的文化属性在公众认知中逐渐消

解，造成村外人的非遗迷失；另一方面，媒介技术与非遗工业配合，腐化非遗传承人的专业态度，削弱村民的文化认同感，造成村内人的非遗迷失。最终，非遗在资本驱动下被便于产生经济效益的“被想象的遗产”取代。

发展乡村旅游为中国乡村振兴带来新的建设思路。“被想象的遗产”是部分乡村非遗战略的产物，不是乡村文化建设和非遗文化建设的使命。目前，活化乡土文明、实现乡村文化复兴依然任重道远，不可因噎废食止步不前。正确理解与感受非遗文化需要减少被想象的传播带来的文化误读，这是“村外人”在文化交流实践中需要跨越的障碍。

那么，在“被想象的遗产”遮蔽之下，村民话语在当下社会销声匿迹了吗？或许没有。对村民而言，他们难以与精英阶层在新媒体平台中争夺话语权，并不意味着乡村文化在现代社会的失声。倘若以新媒体上的表达程度为向度来衡量村民的话语表达能力，可能仍会落于“乡村亟需被现代化拯救”的观念窠臼。然而，村民的信息获取与表达具有乡土性和实践性，这是一种鲜活的表达方式，在此基础上演进的文明不可套用现代城市语境下的判断标准。那么，基于村民中心视角，乡村文化是否也在实践中形成了新的表达形式？这也许可以成为进一步探讨的问题。

参考文献

1. 安东尼·吉登斯, 2000: 《现代性的后果》, 田禾译, 南京: 译林出版社。
2. 布尔迪厄, 1997: 《文化资本与社会炼金术》, 包亚明译, 上海: 上海人民出版社。
3. 陈志勤, 2017: 《村落环境治理的传统机制缺失——来自美丽乡村建设的思考》, 《民间文化论坛》第6期。
4. 蒂莫西·博伊德, 2007: 《遗产旅游》, 程尽能译, 北京: 旅游教育出版社。
5. 厄里, 2008: 《游客凝视》, 杨慧、赵玉中、王庆玲、刘永青译, 广西: 广西师范大学出版社。
6. 费孝通, 2008: 《乡土中国》, 北京: 人民出版社。
7. 甘代军、钟宝云, 2009: 《旅游场域的权力谱系及其异化属性》, 《云南师范大学学报(哲学社会科学版)》第1期。
8. 李红艳、谢咏才、谭英, 2005: 《构建中国乡村传播学的基本思路——传播学本土化的一种探索》, 《中国农业大学学报(社会科学版)》第2期。
9. 李红艳, 2008: 《乡村传播学概念解析——兼论乡村传播学与发展传播学之异同》, 《新闻界》第6期。
10. 李占伟, 2013: 《非物质文化遗产的当代道德价值探究》, 《民俗研究》第5期。
11. 雷吉斯·德布雷, 2014: 《媒介学引论》, 刘文玲译, 北京: 中国传媒大学出版社。
12. 刘晓春, 2008: 《谁的原生态? 为何本真性——非物质文化遗产语境下的原生态现象分析》, 《学术研究》第2期。
13. 刘志伟, 2013: 《“遗产”的现代性——〈文与物: 国保单位佛山东华里的构建〉序》, 《开放时代》第5期。
14. 宁威, 2019: 《传播的异化: 国内乡村民俗文化旅游常态分析》, 《九江学院学报(社会科学版)》第1期。
15. 施倩然, 2019: 《大众传媒与当代乡村文化的表征重构》, 《岭南师范学院学报》第2期。
16. 孙九霞、许泳霞, 2018: 《文化资本化视角下“非遗”的表述与重构——以丽江纳西刺绣为例》, 《思想战线》第3期。
17. 索晓霞, 2018: 《乡村振兴战略下的乡土文化价值再认识》, 《贵州社会科学》第1期。

- 18.沙垚, 2016:《乡村文化传播的内生性视角:“文化下乡”的困境与出路》,《现代传播》第6期。
- 19.沙垚, 2017:《吾土吾民》,北京:中国社会科学出版社。
- 20.田茂军,张湘华, 2015:《“非遗”保护与乡村旅游适度融合研究——以湖南省湘西州为例》,《原生态民族文化学刊》第4期。
- 21.王德刚, 2018:《民俗学的当下意义——中国当代民俗学者民俗价值观研究》,山东大学博士学位论文。
- 22.吴亮, 2012:《社会主义新农村文化建设视阈下非物质文化遗产的开发与利用》,《江苏农业科学》第10期。
- 23.张朝枝、李文静, 2016:《遗产旅游研究:从遗产地的旅游到遗产旅游》,《旅游科学》第1期。
- 24.赵旭东, 2007:《文化认同的危机与身份界定的政治学——乡村文化复兴的二律背反》,《社会科学》第1期。
- 25.钟敬文, 1983:《民俗学与民间文学》,《江苏社联通讯》,第S1期。
- 26.朱煜杰、努尔·撒拉萨、杨璨、白晗, 2014:《全球化语境下的遗产旅游研究及其反思》,《西南民族大学学报(人文社会科学版)》第7期。
- 27.宗晓莲, 2002:《布迪厄文化再生产理论对文化变迁研究的意义——以旅游开发背景下的民族文化变迁研究为例》,《广西民族大学学报(哲学社会科学版)》第2期。

(作者单位: 南京大学新闻传播学院)

(责任编辑: 小 秦)

Intangible Cultural Heritage Strategy and its Communication Phenomenon in Rural Cultural Construction

KUANG Hui ZHENG Xin

Abstract: At present, the focus on intangible cultural heritage in the implementation of rural revitalization strategy is largely limited to the discussion of the application strategy, while the inheritance and development of intangible cultural heritage ontology are ignored. Based on a field investigation of some beautiful rural construction demonstration villages in Jiangsu, Zhejiang and Anhui, this article analyzes three pairs of contradictions that rural intangible cultural heritage is facing. It introduces a subjective perspective to interpret the strategy of intangible cultural heritage in rural cultural construction. The study finds that the current interpreters and holders of intangible cultural heritage are separated from each other, and the differences of their positions and demands make it difficult for both sides to reach a unified attitude towards intangible cultural heritage. The media technology environment has caused the decline of cultural authenticity, and an "imagined heritage" as a cultural product in the consumer society has become popular in rural construction. The well-designed intangible heritage landscape obscures profound rural civilization, which is contrary to the original intention of rural cultural construction.

Keywords: Rural Revitalization; Communication phenomenon; Cultural Construction; Intangible Cultural Heritage