



非遗手作的实践途径与社会美育价值分析

The Value Analysis on the Practical Approach and Social Aesthetic Education of Intangible Cultural Heritage Works

1. PLAY!MUSUEM父母和孩子们在做着关于“表情”的艺术创作

何佳 He Jia

摘要：非遗手作来源于传统手工艺，它是手工艺的现代形态和都市转化。本文基于案例调研，梳理和分析了非遗手作在公共文化机构、手工艺文化企业/村落、手作坊和文创市集以及自媒体和数字化应用的四种实践途径。一方面希望可以帮助传承人、民间手艺人或文旅机构寻找盈利模式，挖掘非遗手作在文创服务和审美创意经济方面的潜力；另一方面尝试从“社会美育”的视角重构非遗手工艺文化，力图发掘非遗手作服务美育建设的社会价值，形成具有时代特点和中国特色社会主义美育，同时响应国家提升“文化自信”的时代命题。

关键词：非遗手作，传统手工艺，社会美育，价值

Abstract: Intangible cultural heritage is derived from traditional handicrafts, which is the modern form and urban transformation of handicrafts. Based on case studies, this paper sorts out and analyzes four practical ways of intangible cultural heritage in public cultural institutions, handicraft cultural enterprises/villages, handicraft workshops, cultural and creative markets, we-media, as well as digital applications. On the one hand, I hope to help inheritors, folk artisans or cultural tourism organizations to find profit models and tap the potential of intangible cultural heritage in cultural and creative services and the development of aesthetic & creative economy. On the other hand, this paper tries to reconstruct the intangible cultural heritage handicraft culture from the perspective of "social aesthetic education", trying to explore the social value of intangible cultural heritage handicraft to serve the construction of aesthetic education, form social aesthetic education with the characteristics of the times and Chinese characteristics, and respond to the proposition of the times to enhance the "cultural confidence" of the country.

Keywords: intangible cultural heritage, traditional handicraft, social aesthetic education, value

新时代党中央高度重视美育工作，并于国家十四五规划中进一步提升了美育的重要性，它是现代国家治理体系中体现国家文化意识形态建设衍生的一个重要维度。“社会美育”是美育的次一级概念，由近代教育家蔡元培倡导，属于公共艺术教育的范畴。然而相较于学校美育，一直以来我国对社会美育缺乏重视，这与全面提高国人艺术素养的目标形成差距。另一方面，传统手工艺作为一种文化资源进入当下文化空间，但一直被当作一种纯粹的传统技艺进行传播，而很少涉及手工艺的审美教育，这与新时代公众对传统文化日益高涨的热情以及对社会美育新形式、新产品上的需求形成背离。基于以上两方面的现实问题，本文以“非遗手作”这种新型实践方式为研究对象，探讨其在新时代社会美育建设中的价值与实践途径。关注的核心问题是：与日常生活结合，非遗手作的实践途径有哪些？这些实践在社会美育建设中有何价值？

一、非遗手作：一种利用传统手工艺资源拓展公众参与体系的新渠道

手作，即“手工劳作”。李砚祖率先对手作定义，指出手作设计是一种自发设计，并认为“在非物质文化遗产保护的视野下，手作研究将成为显学”。^[1]非遗手作，脱胎于传统非遗手工艺，更因其具有文化性、体验性、易学性和审美性的特征，成为当代公众接受传统文化教育和艺术熏陶的理想途径。狭义的非遗手作则仅是其中获得非物质文化遗产认证的部分传统手工艺，广义上包含所有的传统手工艺：如陶瓷、景泰蓝等传统的经典工艺美术，以及如刺绣、编织等仍活跃于民间的传统工艺。本文取后者之义。值得注意的是，在设计力和社会美育需求共同提升的当代背景下，越来越多的新生代手艺人/设计师倾向于从传统手工艺中汲取养分，并加以设计创新与应用——不仅是产品、工艺的创新，更有应用于普通公众手工作实践的模式创新。这使非遗手作的实践主体从原本专业的手艺人扩展为更广泛的普通公众，也降低了手工艺的技术壁垒，创造了另一类更具可操作性、设计美感和体验性的实践途径。因此，本文视野中的“非遗手作”就成为一种利用传统手工艺资源拓展公众参与体系的新渠道。

二、非遗手作的实践途径

（一）公共文化机构：开设互动性的非遗手作公教活动

过去，公共文化机构主要承担传统的“展示、保存、研究”的功能，这些机构给公众的印象普遍是静态的、不可侵犯的、贵重的，使参观者感受到压力及与艺术品的距离。在经历参观人数剧减的境遇后，“参观者研究（visitor study）逐渐成为公共文化机构企图从公众的反应中理解自身的功能与价值的显学”。^[2]他们开始思考如何从以“展示”为主的经营提升质量，开辟“教育”的第四大功能，打破以“物”为主体来传递知识的定律。在“学习者为中心”的“建构式”思路下，公共文化机构也渐渐明白“去中心化（decentralization）”的必要性。“去中心化”的意义在于“必须从学习对象（观众）的角色与获取知识的过程来界定公共文化机构的美育功能”。^[3]与此同时，观众也从“接受者”的被动角色转换为“参与者”的主动角色。于是，公共文化机构尝试着将知识通过体验式的展示设计传达出来，鼓励参观者通过动手操作，寓教于乐地进行沉浸式学习，兼具参与的乐趣与实践的启发。

最初这种互动体验式的展示多为儿童或是视障群体，最典型的范例是芝加哥美术馆的儿童体验展厅：孩子们不仅可以由浅入深地理解各种形式的艺术文物，还会配合展品设计引导教学的体验活动。国内的公共文化机构经过十多年的学习和探索，也已经逐步通过深化体验式教育理念、拓展跨界联合教育平台等措施，构建了社会美育的新模式。典型代表有杭州手工艺活态馆和湖北美术馆，前者以“展示——体验——销售”为经营思路，后者则更注重艺术教育功能。作为中国刀剪剑博物馆、中国扇博物馆、中国伞博物馆的分馆，杭州手工艺活态馆是对三大博物馆基本静态陈列的补充。场馆中不仅展现了以刀剪、油纸伞和绸伞、扇子等传统手工艺生产环节的作坊式场景，还增加如竹、木、布等主题的手作体验。参观者可以在休闲之余做一把紫砂壶，体验一下杭绣，或是做一把杭州的西湖纸伞，通过手工跟场景结合的展示空间，实现了传统文化生活化的延展，也使这里成为浙江省最大的手工艺项目展示体验和销售平台。在体验过程中，

劳动不再是简单的体力支出，而是成为自我实现和创造体验的机会，在此过程中，手工艺无形的文化价值也得到了充分展现。湖北美术馆在2017年推出“美在民间——民·艺·坊”志愿者服务公共教育项目，借助志愿者的力量，研发相关的美术教育课程，以艺术体验课为主要活动形式，内容包括面塑、漆艺、鲁班锁等湖北传统手工艺。从看、听、动、说四个角度出发，规划了一套完整的学习系统，并邀请专家教师团队、民间艺人以及非遗传承人对志愿者展开培训。课程不仅在美术馆开展，还送至社区、学校、企业机构、基层单位，并带进河南美术馆、小学、乡村留守儿童学校等。^[4]湖北美术馆从社会教育的角度促进美育教学开展，使美术馆逐渐成为社会美育的大课堂。

如杭州手工艺活态馆和湖北美术馆这般，充分结合自身的资源特色开展公教活动已成为多数公共文化机构的共识。这些资源有的是根据馆藏的专项特色而定的，如杨柳青年画博物馆的津沽印吧长期开展年画的手作体验，主要有印版和手绘年画两种项目；天津古文化街五号院则以扇面绘制、彩塑绘制为主要手作体验项目。而多数公共文化机构会根据阶段性的特展策划相应的配套活动。如2019年8月，湖北美术馆在敦煌市博物馆开展了楚式漆艺、面塑制作等非遗手作艺术课程。将艺术作品通过互动体验式课程实施开展：在木质小马上绘出八瓣莲花纹；将漆器打磨出牵驼俑的形象；用面团捏出镇墓兽等。这些既有湖北非遗传承，又与敦煌特色相关的手作艺术课，展现出不同地域文化背景下古老技艺的融合与创新，为公众带来了全新的文化体验。^[5]

值得注意的还有2022年新建成的“山东手造展示体验中心”，不同于前两类以馆藏或项目为导向，这里是集山东16地市的特色手造精品为一体的研学空间，以“手造研学”和手造国际学术交流中心为主题，通过开设丰富的手造研学体验项目来传承山东手造文化，课程包含非遗传承、美食文化、国学文化、泉水文化等十大板块。近百门课程以手造内容生活化为主旨进行设计，让参与者通过亲身体验爱上手造产品及工匠精神。^[6]这是山东省委宣传部率先打造的传统手工艺区域公用品牌，在助推传统手工艺产业升级的同时，也是真正做到将中华传



2. 芝加哥美术馆的儿童体验展厅



3. “手造巡游”展，南京

统美学教育渗透在日常研学活动中的典范。

中华文化积淀着最深沉的民族精神，加强对优秀传统文化的挖掘与传承，离不开公共文化机构在社会美育方面的推动和引领作用。而面向博物馆、美术馆、艺术中心、非遗传习所、社区等公共文化机构的非遗手作课程是推动社会美育实践、传统文化传播与艺术教育发展的最广泛且最有效的路径。

（二）手工艺文化企业/村落：发展体验型的非遗手作文旅产业

当前，有一部分传统手工艺的非遗保护企业将生产园区做成体验型的非遗手作文旅产业，“即以传统手工艺生产线和老厂区为核心，打造文化观光体验区，走产销一体化和体验经济的路线”。^[7]这些受保护的项目或古老的技艺有它独特的故事、历史价值和人文精神，这就使企业的生产场地、原材料、工具、遗迹、产品等都具有了可追寻的文化属性。企业充分利用这些资源，设计形成一个集自然风光、传习所、手作坊、博物馆展示、购物中心等要素为一体的文旅综合体，尤其发挥其传统技艺等非物质文化的核心竞争力，将手工艺生产中的每一道工序真实、完整地展示出来，以动静结合的方式合理地组成文化观光体验线路，就可以使参观者领略生产过程中的“劳动的文化”以及体现于其中的人的智慧和创造力。以此促进文化传播，并通过设置手作活动鼓励参观者

人人动手，就可以实现促进文化的价值共享和物态化产品的文化附加值。正如有学者认为：“非遗保护工作可以在体验型手工艺文化产业的发展中找到位置，甚至可以把它当作落实各项保护工作的重要平台”。^[8]

体验型手工艺文化产业相互间比的是文化高度和文化独特性，手工艺文化企业要合理利用非遗资源，也要充分重视“体验”这种分享文化价值的重要方式，才能把它转化为企业的一条可持续发展之路：形成手工艺产业链和生态圈，并助力地方成为产业兴旺、生活富裕的宜居、宜业、宜游之地。

当下中国已有数十家生产性保护非遗的示范基地都把体验型手工艺文化产业做得风生水起，例如南京云锦研究所、苏州刺绣研究所、扬州玉器厂等。此外，还有一些村落，也将特色手工艺资源融入文旅产业发展中。如云南大理古城周城村的“璞真染坊”，依托白族扎染这项国家级非遗项目，建立了扎染博物馆，并设计展开扎染手工体验课。不仅以寓教于乐的方式帮助游客领略传统工艺背后的历史文化底蕴，还带动了扎染作坊从第二产业向第三产业转型，获得了更大发展，年收益增长了一倍以上。还有云南鹤庆新华银匠村，依托银器手工艺产业为基础，将研发、加工、销售和文化体验、文化交流、休闲旅游深度融合，打造银匠村特色小镇，不仅提高了新华银器的品牌影响力，也提升了当地旅游的文化特色和文化

品位。^[9]

可见，非遗手作正是找准了非遗手工艺资源和游客文旅消费新需求这个连接点，它在满足游客对旅游、文化、产品、体验、服务的多样化消费需求的同时，也为手工艺文化企业或村落发展特色产业、振兴区域经济提供了重要资源，成为重要的引擎。在新的时代环境下，非遗手作也因其对游客的文化吸引力和影响力成为发展乡村文旅、赋能乡村振兴的无形资产，并在提升文化自信、增强国家文化软实力等方面发挥着重要作用。

（三）手作坊和文创市集：引领“都市生活美学”的休闲风尚

近些年，活跃在都市中的手作坊和文创市集是手作实践最为丰富的一个方向，虽然其中一部分并非围绕非遗项目展开，但客观上提供了最为多样性的公共艺术教育内容和途径，尤其是其积累的商业运营模式是值得参考的。

手作在都市的流行有以下三点原因：其一，国家政府对非遗文化和文化创意产业的重视和引导，鼓励个人、企业和社会组织积极参与非物质文化遗产生产性保护。在此背景下，民间地方上出现越来越多的商业活动结合非遗文化内容的现象。越来越多年轻设计师/手艺人团体建立了文化自信，转向非遗文化和手工艺汲取灵感和养分。客观上就使手作较传统手工艺更具有创新性、时尚

性和多样性特征，从而吸引到了更多的都市消费者。其二，手作自身的“动手实践”属性是对抗后现代社会人被机器和科技产品“异化”的有效途径。公众可以借助手作来“对抗现实生活中的生存压力、技术控制和文化霸权，以泛文化倾向实现新型的审美解放和意义创造。”^[10]手作是一种需要手、眼、脑、心共同协调参与的技艺，尤其讲究亲自动手实践，具有较强的介入性、鲜活性、生成性，显示出一种开放性结构，召唤着人的介入与体验。^[11]这种体验意味着将个人的“意向性”生命体验灌注于物之中，由此实现“审美现实的‘同一性’与体验维度的‘差异性’”。^[12]对参与手作活动的人而言，“过程”甚至比“结果”更重要。其三，受文化资本和社交媒体的强势介入，手作成为一种“社交货币”，参与手作活动也成为都市中产和文艺青年展示生活美学的途径之一。换句话说，他们正通过手作这种既费时费钱又看似“无用”的消费方式建构自我与社会、文化与身份的认同，从而建立起阶层之间的边界。正如美国学者约翰·R·凯里（John R.Kelly）所说，“休闲意味着人们以彰显个人兴趣和价值观念的方式来实现对生活某些领域的把握，也反映出人们对自我与社会文化规范关系的理解和行动。”^[13]后现代社会，消费文化已改写了公众的日常生活状态，深刻影响时代的审美风尚，并借助如火如荼的文化产业形成了当代“消费美学”，它通过提供成就感的标准，拥有了改造社会的力量。

由此，敏锐的经营者嗅到了商机，以手作坊的形式传授手作技术并收取课时费便成为最常规的收益方式，它促使消费方式逐渐从单个产品本身转向生成实践过程的消费，消费体验甚至比消费本身更重要。在大理白族扎染村，传承人段树坤夫妇于2015年建起了白族扎染生产性保护示范基地，开设扎染体验课程的收入甚至超过了扎染产品的销售收入。^[14]在北京杨梅竹斜街里的老北京兔儿爷体验店里，非遗传承人张忠强开设了做“兔儿爷”的手作课，一方面可依靠课时费获取额外的收益；另一方面，也可以让更多的人深入了解“兔儿爷”的工艺，并传播传统文化，这是店主所看重的文化价值，这样的价值会为他们带来更加长远的收益。

此外，还有一部分非遗手作也活跃于都

市文创市集集中。从2004年起，国家提出了“创意中国”的口号，已经将文化创意产业放在文化创新的高度进行了整体布局。^[15]文创市集源于欧美的跳蚤市场，2005年被引入国内，为创意产业发展提供了自下而上的、平民化的新兴模式。它组织规模较小、形式灵活——可以依附于大型艺术节举办，也可以单独举办，很快便引发了各城市年轻人组织文创市集的热潮。在文创市集，手作活动的设置是丰富市集内容的有效策略，即为参观者提供一个可看、可买、可体验的多元化消费空间。以南京的“手造巡游”市集为例，在坚持“原创手工”的初衷下，策展人尝试从不同角度来推广手工文化，其中手作体验是重要的内容。每次市集集中都会设置手作体验区域，如泥塑、绳结、雕版印刷、剪纸、竹编等，此类手作体验不同于系统正规的手工艺学习，所以通常会使用简单易操作的材质替代原本的材料，甚至在工艺流程上也尽量简化，或者跳过某些复杂步骤，或者以半成品加工替代完整的流程。其目的是降低观众学习的门槛，使参与者可以在短时间内了解和掌握基本的工艺流程，并完成自己的作品，从而使参与者以想象的方式体验到“观念消费”的满足感。这种做法虽然存在对工艺“本真性”的缺失，但却是以创意的内容体验和效率提升公众普及面的方法。

（四）自媒体和数字化应用：通过内容创意和交互技术的传播新途径

区别于以上三种线下实践途径，依靠互联网媒介是当下非遗手作传播的新途径，具体还可分为两类：一类是通过内容创意制作短视频，在社交媒体发布展示非遗手作的制作过程；另一类是运用交互技术，实现线上手作体验。

目前已有越来越多的手艺人加入了抖音、快手等短视频平台，甚至不乏非遗传承人。据快手内容报告显示，截至2020年12月31日，快手上国家级非遗代表性项目覆盖率为96.3%，1372项国家级非遗项目中快手涵盖1321项。^[16]大多数手艺人会通过短视频或在线直播的方式展示手作过程和作品，但在内容创意上会呈现差异。有的手艺人以展示精湛的制作技艺吸引观众，如擅长复刻传统服饰的手博主郑烟染、用竹签纸皮制作精致国风古建筑的“天亮手工”张圭

景、擅长用非遗手工艺制作国风首饰的“缩影阁主小师傅”石子银等；有的手艺人以创新性的作品吸引观众，如擅长削木头制作可爱玩偶的B站手工区up主“Kevin的木头”；有的手艺人以唯美的视频拍摄画面吸引观众，如知名的东方田园生活美学博主“李子柒”、拥有数百万粉丝的手作博主“九月江寻干”；还有的手艺人以文化内容和工艺的教学讲解吸引观众，如女红手作博主“穿越来的女红先生”。这些“80后、90后”新生代手艺人很多因爱好而投身于某项手作，又凭借各自的才智找到该领域的“缺口”，得益于短视频的传播媒介而获得大量关注。自媒体具有创作内容的自主性、呈现形式的多样性、互动性以及传播的广泛性等优势，为各类型有才华的民间手艺人脱颖而出提供了机会，也为非遗手工艺的社会化传播提供了条件。

以笔者曾做过个案研究的“李子柒”和“穿越来的女红先生”为例。李子柒将各类手作的过程用摄像的方式记录下来，结合后期剪辑制作成短视频，展示了一幅幅日渐离我们久远的田园牧歌式的生活景象：从采桃花开始到酿一坛桃花美酒；从种蓝蓼染色到制一件蜀绣汉服；从种棉花开始到做一床暖和的棉花被；从砍竹子开始到编篾丝灯……还有养蚕、缂丝、刺绣、做汉服、竹艺、木工、制毛笔、制墨、造纸、制砚台等。她把生活过成了诗，无论是衣、食、住，她似乎无所不能，都可以通过一双手完成。再加上选景、配色、配乐等精心的拍摄技巧和精美的画面制作，将东方生活美学潜移默化地传递给观众，成为很多人心之所向的世外桃源。^[17]

“穿越来的女红先生”博主的个人IP最初就定位走文化路线，视频内容不仅包括讲解诸如刺绣技法、染织、制作配饰等这些具体技法，传统工艺与现代服饰的设计创新，完整成衣的制作方法等，更重要的是她会以“文化中介（culture brokers）”的身份与观众分享工艺史或相关的传统文化知识。这就为观众提供了与文化品位相关的想象，也彰显着一种有关历史知识、文化眼界相关的身份认同。由此其短视频形成了技艺知识分享与手作品销售相互支撑的良性发展局面。这一发展经验说明，线上自媒体能够成为推动非遗手作发展的重要传播途径，也能以其

影响力发挥社会美育的作用。

另一类线上手作体验需要依靠数字交互技术实现，这类实践因技术条件和开发成本等原因，目前在国内还在探索阶段，少部分应用于非遗类APP和一些博物馆等文化机构数字展厅的互动体验区，且大多数的交互设计较为简单。如一款名为《锦色》的国风涂色类APP，用户可以选择喜爱的颜色为民间年画、青铜器、京剧脸谱、敦煌壁画等传统图案填色，也可以点击“版画工具”体验将作品瞬间变木版年画的新风格。另一款名为《紫禁城祥瑞》的APP，提供用户创造个性化的祥瑞形象的互动游戏，如用拼贴的方式对麒麟的形象重新创作。与这两款APP不同的是，十竹斋尝试用微信小程序这种轻量化的媒介来设计、展示和推广《十竹斋笺谱》文化。^[18]在交互功能设计上有特色的是：用户可以从《十竹斋笺谱》中选出自己喜欢的一张笺谱图案作为信纸，通过手机编辑文字来传情达意，并可在微信朋友圈分享。该小程序还解决了竖版文字输入的难题，并提供了手写、键盘打字和模板筛选等多种形式，供用户体验古代传统的书写方式。此外，在技艺展示模块中，用户还可以通过交互来体验十竹斋版画中的选刀、雕刻、磨颜料、上色、印刷等各环节的工艺流程。

另有两例值得赞誉的创新性探索，一例是由东极六感团队开发的《匠木》APP，不同于以上科普类的APP，这是一款以木作美学为基础创作的益智手游。该款游戏设置了大量有趣的谜题、严丝合缝的空间挑战、寓教于乐的知识科普，玩家们不仅可以在游戏中锻炼空间想象能力，也可以加深对传统木作的理解和认知，既是游戏也是科普的文化传承。另一例是天津泥人张美术馆与科技公司合作研发的VR体验项目。体验者可以在虚拟空间——泥人张美术馆的场景中，沉浸式体验关公的彩塑制作活动。该项目一方面借助手柄让体验者亲自操作各种工具，体验和泥、打坯、捏制、上色的完整过程，从视觉和触觉两方面体验泥塑的过程；另一方面还在体验过程中穿插问答关卡，帮助体验者了解彩塑制作的物料物性、工序要求等技艺知识和制作原理，在虚拟场景中实现了制作体验和知识学习的深度融合。^[19]虽然该VR项目尚不成熟，技术和体验感也有待加

强，但值得肯定的是，它为数字化技术推动非遗手作体验提供了有益的探索。

通过线上自媒体和数字应用传播非遗手作，改变了过去用户接受非遗文化的被动地位，使他们能以体验的形式去主动获取信息，实现了在精神和思维上的参与。这种信息获取方式极大地提高了受众接受度和传播面，以多维度的非遗文化内容满足不同层次公众的文化认知需求，对非遗文化的传播是非常有利的，尤其是利用短视频的传播媒介，往往可以收到一带十、十带百的效果。

三、非遗手作的社会美育价值

为实现“文化强国”的目标，在中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》，提出主要目标：“到2025年……人民群众对非物质文化遗产的参与感、获得感、认同感显著增强，非物质文化遗产服务当代、造福人民的作用进一步发挥。”从上文对非遗手作的实践途径的梳理可知：非遗手作继承了传统手工艺的“文化性”和“技艺性”特点，但又具有不同于传统手工艺的“体验性”特征，不但可以激发公众提升文化修养与文化自信，更能提升公众的艺术修养和审美鉴赏能力。这与实现社会美育价值的理想状态是一致的，即：提高国人的艺术素养，以“人的全面发展”为优先目的；吸引广泛的参与主体，增强公众对非遗传承的自觉性和对民族文化的认同感；挖掘传统文化中具有现代生命力的因素，实现“文化强国”的目标。因此，非遗手作作为当代社会传播非遗文化的重要渠道之一，其社会美育价值应该得到重视和认可。

（一）通过传授非遗知识提升公众文化修养与文化自信

非遗手作中的历史及知识层面蕴涵着丰富的中华民族传统文化，尤其是技艺相关的知识是长期优秀历史经验的总结，其本身就蕴含着意义与价值，公众的手作参与过程实际上就是对这种经验、文化、意义的吸收与体悟，从这个意义上看，手作在提升公众文化修养与文化自信方面具有较强的优势。习近平总书记指出：“文化自信，是更基础、更广泛、更深厚的自信，是更基本、更深沉、更持久的力量。”而涵养文化修养、建立文化自信的源泉正是中国优秀的传统文

化。非遗手作虽是一种因新时代公众需求而生的现代产业模式，但从根本上是与传统手工艺一脉相承的，蕴含着中华民族传统文化的价值观念、思想智慧和实践经验，因此也在一定程度上承担起将传播和弘扬传统文化的社会使命。

从上文的案例分析中可知，无论是文博机构、手工艺文化企业或是商业性手工作坊等，非遗文化知识都是其最重要的资源，也是公众在参观和体验过程中最为看重的。一方面，机构方通过“非遗知识”的讲解和传授可以起到传播文化的作用，商业机构还可积累自身的“文化资本”，并为参与者提供“观念消费”的可能性；另一方面，参与者也通过学习增长知识，同时体验到一种与有关历史知识、文化眼界的文化身份的梦想。

除此之外，在参与手作体验的过程中接受非遗知识，最大的优势是可以使公众由既往教育中被动、浅表的“知识接受”状态，过渡至更加深入的价值体认和主动的“意义建构”层面。换言之，在手作参与中，公众对知识文化性、境域性、价值性等意义属性是主动建构的，通过身体力行的体验可以超越对非遗文化知识表层的理解，并可根据自身的理解与迁移而对非遗知识的创生与建构。更进一步地，还可通过非遗知识学习实现公众文化修养全面发展的目标。

（二）通过展示非遗技艺提升公众审美鉴赏与工匠精神

传统手艺人以其精湛的“技艺”和独具的“匠心”作为安身立命之根本，这是手工艺价值内涵的直接体现。在当下这个新时代，指数级增长的信息以及快速、高效、同质化的产品充斥着大众的生活，人心也随之越来越浮躁。在快节奏的社会环境中，公众是很难看见精雕细琢的技艺之美的，也很难体会手艺人慢下来时的“匠心”。因此，新时代我们仍然需要提倡工匠精神，它是一种在追求精益求精的目标指引下专注敬业、务实创新的新时代价值观导向。这不仅是当代社会对劳动精神和产品质量提出的一种追求和标准，也体现了劳动者对精益求精价值观的一种认同和向往。非遗手作模式的出现就为公众体验手工艺人的“精工”和“匠心”提供了最佳途径，是治愈当代人“急功近利”“浮躁”的时代病的一剂良药，也是传承与弘

扬“工匠精神”最具感染力的方式。

过去，公众大多接触到的是一件件精美的手工艺品，尤其在“非遗”的光环之下而更使其与公众产生距离，成为架上的艺术品，有了神秘感，而非遗手作则为公众打开了一扇展示制作过程的大门。不论是文博机构里手工艺人的展示示范，还是互联网上博主制作的视频，公众能直观地看到手艺人制作的全过程，甚至对原材料、工具及每一个工艺细节都一目了然。这无疑是一个让非遗手工艺“祛魅”的过程，也是更亲近大众的过程——公众不仅能通过对工艺过程的了解而加深对手作品的审美鉴赏，还能因手工艺人的技艺和匠心加深对作品的好感度，更能在亲手体验后生发出对手艺人及其作品的崇敬之情。

（三）通过参与非遗体验提升公众创造力与获得感

非遗手作强调亲身体验，其本质上是一种呈现在手工艺制作实践中的具身化知识，旨在通过切身的制作体验，让消费者感受传统工艺的独特文化魅力。这与美育强调通过在艺术实践中锻炼并获得属于自己的、个性化的独特感受，保持由感受激发出来的最朴素生命力是相一致的。

在非遗手作的体验过程中，公众既是产品的消费者，同时也充当着生产者，他们以自己的双手来连接材料和工具进行创造性的活动，整个过程需要手、脑和眼的共同参与，也要求主体长时间地投入注意力、体力及动作技巧。一方面“能够激活身体沉浸于劳动过程之后所产生的心流（flow）体验”^[20]；另一方面还“能唤起主体在身体与社会方面的参与性”，^[21]因为物对于人的重要意义往往不在于其有用性，正如美国技术哲学家伯格曼所说：“关于物的经验，总是既包含与该物之世界在物体上的参与，又包含社会的参与”。手作成为人与世界交往的物证和实质性的产出，也是人证明自身价值的渠道，它为公众在可感知的现实里找到归宿。更进一步，还能带来“为自己的工作感到骄傲”的情感回报。由此可见，手作具有多重体验与情感唤醒功能，这也是它受到公众欢迎的原因所在，也是其能够提升公众创造力与获得感的原因所在。

结语

非遗手作来源于传统手工艺，它是手工艺的形态和都市转化。本文通过对非遗手作四种实践途径的梳理和分析，一方面希望可以帮助传承人、民间手艺人或文旅机构寻找盈利模式，挖掘非遗手作在文创服务和发展审美创意经济方面的潜力，打造体验型非遗手作文化产业，提高其对文化产业乃至国民经济增长的贡献率。另一方面希望可以帮助从“社会美育”的视角重构非遗手工艺文化，力图发掘非遗手作服务美育建设的社会价值。即以“提升公众文化修养与文化自信、提升公众审美鉴赏与工匠精神、提升公众创造力与获得感”为其价值目标。最终实现引领新时代的公众树立良好的审美情趣、价值引导和文化追求，形成具有时代特点和特色的社会美育，同时响应国家提升“文化自信”的时代命题。

目前学界关于非遗手作的研究还处于起步阶段，通过非遗手作实践来服务于社会美育建设的可行性和重要性更是缺乏实证调查与理论建构。这远远不能满足当下日益高涨的社会美育需求，也不能满足当前文化遗产传承利用的需要，笔者以此文抛砖引玉，希望获得学界更多的理论支撑和智力支持。

本文为 2021 教育部人文社科项目《社会美育需求下的当代非遗手作实践价值与途径研究》阶段性成果，项目编号：21YJC760027。

作者简介：何佳，南京林业大学艺术设计学院，文学博士，设计学博士后，副教授，硕士生导师。研究方向：民艺、艺术人类学。

注释：

- [1] 李砚祖：《设计与手作——手作的社会学与哲学分析》，《南京艺术学院学报（美术与设计）》，2015年第6期，第1—5、237页。
- [2] 陈怡倩：《从“参观”到“参与”：谈西方公共艺术教育》，《贵州大学学报（艺术版）》，2018年第1期，第73—80、108页。
- [3] 同[2]。
- [4] 《湖北美术馆打造社会美育新风向》，《中国文化报》，2019年8月20日。
- [5] 同[4]。
- [6] 《“手造研学”心手相传，融学于趣，让更多人爱上手造文化》，人民网-山东频道，2022年9月10日。
- [7] 邱春林：《非遗保护如何介入体验型手工艺文化产业》，《中国文化报》，2014年7月2日。
- [8] 邱春林：《非遗保护如何介入体验型手工业》，《中华手工》，2014年第11期，第

- 97页。
- [9] 崔现芳：《“能工巧匠”指尖”拨动富民文化产业》，《农民日报》，2022年7月21日。
- [10] 傅守祥：《泛审美时代的快感体验——从经典艺术到公众文化的审美趣味转向》，《现代传播》，2004年第3期，第61期。
- [11] 张娜：《后工业时代手工艺文化的审美重构及其实践路径》，《江苏社会科学》，2020年第5期，第159—168、239页。
- [12] 同[11]。
- [13] 约翰·R·凯里：《解读休闲：身份与交际》，译者：曹志建、李奉栖，重庆：重庆大学出版社，2011年，第116页。
- [14] 陈岸瑛：《激活传统文化，满足人民美好生活需求》，《东岳论丛》，2018年第1期，第70页。
- [15] 据《商学院》杂志报道，“故宫淘宝”网店早在2008年就注册成立，转变源自2013年，当时台北故宫博物院推出了大受欢迎的“朕知道了”纸胶带，这让北京故宫博物院院长单霁翔认识到了文创产品的庞大市场。
- [16] 2020快手内容报告，[EB/OL]. 中国新闻网：http://www.zyjjw.cn/https://baijiahao.baidu.com/s?id=1691925539094794440&wfr=spider&for=pc
- [17] 何佳、李雯露：《民间手作之美的当代建构——李子柒现象的艺术人类学视角》，《装饰》，2020年第9期，第112—115页。
- [18] 由南京艺术学院工业设计学院团队完成，参见王文聪、柏雷：《江苏非遗文化产品线上线下传播体验设计研究》，《大众文艺》，2019年第20期，第45—46页。
- [19] 王明月、李修远：《道器并举理念下传统工艺的数字化文创设计》，《艺术评论》，2020年第12期，第139—150页。
- [20] 张黎：《个人想象与集体认同：手作设计的当代意涵》，《装饰》，2016年第2期，第86—88页。
- [21] 同[20]。