

“新媒体”何以装“旧文化”？ ——“上海非遗青年”的媒介策展实践研究

孟筱筱 李耘耕

（上海交通大学媒体与传播学院）

[摘要]近年来，非物质文化遗产成为文化传播的热点。文章使用深度访谈和辅助文本资料分析法考察“上海非遗青年”这一学生团体的媒介策展实践机制及其制度性动因。研究发现，自童年时代形成的文化记忆与品位和被升学制度承认的文化实践是“非遗青年”开展媒介策展实践的重要动因，媒介策展实践又使他们的原本不可见的文化记忆与品位转化为可见的文化资本。具体来说，“非遗青年”在童年时期通过家庭习得、培养原初审美品位，形成文化记忆；这些积累的文化记忆和步入高中后学校的文化承认分别作为内部和外部要素，激发他们创立非遗社团并利用社交媒介、公共空间策展实践传播非遗文化；这些媒介策展实践既不断激活和再现他们关于非遗的文化记忆，得到以学校为代表的教育体系的认可。

[关键词]非遗青年；媒介策展实践；文化资本；非物质文化遗产

[中图分类号] G206 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1006-1789 (2022) 05-0032-10

一、研究缘起

非物质文化遗产（以下简称非遗）指组成文化遗产的各种社会实践、观念表述、表现形式、知识、技能以及相关的工具、实物、手工艺品和文化场所等。非遗作为人类文明发展的瑰宝和财富，常常与“传统”“古旧”“老年”和“文物”等关键词相关联，然而在上海，一个因共同兴趣、信仰和认同而自发建立的青少年社团却试图赋予非遗以“现代”“新颖”“年轻”与“新技术”等内涵和标识。这一团体自称“上海非遗青年”（简称“非遗青年”），是一个以高中生为主体的文化社团。作为热爱中国传统文化的青少年群体缩影，他们认为自己与喜欢玩游戏、刷动漫以及喜欢“新潮”和时代性产物的

[收稿日期] 2022-03-30

[基金项目] 本文系国家留学基金委2020年国家建设高水平大学公派研究生项目“联合培养博士”的阶段性成果，项目编号：202006230194；上海市社会科学规划青年课题“上海青少年‘二次元’网络亚文化传播与引导机制研究”的阶段性成果，项目编号：2018EXW004。

[作者简介] 孟筱筱，上海交通大学媒体与传播学院，主要研究方向为政治传播、数字网络文化、平台隐私；李耘耕，上海交通大学媒体与传播学院，副教授，博士，主要研究方向为健康传播、数字治理以及数字网络文化。

“00后”同龄人有着明显不同的“趣味”。他们基于趣缘而开展的媒介策展实践既不同于政府主导的强调权威性和严肃性的官方路径，也不同于企业主导的奉行盈利导向的商业路径，在非遗传播中扮演了特殊的角色。

“非遗青年”通过实地走访非遗手工艺人、采访非遗专业老师等方式了解非遗现状，通过调查“学生眼中的大世界”、征求网民意见“学生元素如何融入大世界”等方式了解学生群体对非遗文化的需求，策划策展实践方案。他们在校园中策展泥塑、面人、绒绣等非遗物质载体，也策展沪剧、滑稽戏等非遗技艺；在微信公众号上策展城隍庙和豫园里的非遗美食，也展示非遗传承人及其作品。那么这样的“新”青年如何与“旧”文化结合？如何利用媒介策展实践复活传统文化？

“非遗青年”如何利用新媒体技术传播非遗文化，从而使传统文化变得可见？本研究正是从这样一个趣缘团体的媒介实践出发，探究“非遗青年”如何在童年通过家庭习得文化品位、形成文化记忆，进而将这些文化记忆与新的媒介技术相结合传播与推广“非遗文化”（媒介策展）；并试图发现促使他们在高中繁重的学业之外开展非遗媒介实践的动因以及文化意涵。这是本文核心的研究问题。

本研究结合媒介策展和文化资本的理论视角，试图通过“上海非遗青年”的案例在两个理论视角之间搭建一个逻辑桥梁，即媒介（技术）策展是如何将不可见的文化记忆（或品位）转化为可见的文化符号与策展实践，从而在一定的制度和社会结构框架下赋予策展者（媒介主体）相应的文化资本。这是本文核心的理论问题。

二、文献回顾

（一）“新媒体”何以装“旧文化”：媒介策展实践的理论视角

从词源上讲，策展（Curation）一词来源拉丁文“Curatio”，基本意思是处理、管理、照顾。它最早应用于多种语境，如政治领域（注：罗马的Curators策展人或公务员行政人员），医疗领域（注：法语Curacion意为疾病治疗）和宗教学（注：教堂的Curate指守护人心灵的牧师）。^[1]在当代背景下，专业策展通常定位于对文物的获取和照管，其中包括如何保存旧的或易碎物品的知识和技能。^[2]

学术界对策展理论和实践的研究主要可以归纳为几个方面：一是指美术馆、博物馆等文化遗产空间对展品的策划、展览。^[3]这类研究取向将艺术策展馆看作自我表达和生成文化意义的重要场所，文化在策展的过程中通过与公众和策展环境的共同作用而“活起来”，^[4]而策展人也从策展的制造者变成了“文化传播者”^[5]。二是随着数字技术的发展，出现了数据/数字策展（Data/Digital Curation）的概念与实践，为了让科学数据持续利用、长期保存、共享和增值，^[6]数据资料管理人员需要对数字资料生命周期进行管理^[7]。这里的策展对象既可以是数据库也可以指文化藏品，重在强调策展过程中对策展物增加的附加价值和知识。^[8]内容策展与数据/数字策展都强调数据的利用和共享，但是内容策展更关注特定主题，内容策展者针对特定主题搜集、筛选，再将策展的成果呈现给内容消费者。^[9]内容策展的探索实践可以应用于多个领域，如新闻传播学使用“新闻策展”来解释专业新闻人士运用新闻专业素养筛选、整合有价值的信息。^[10]随着社交平台的迅速崛起，再加之内容策展更强调内容的再次创造，降低了普通人针对某一特定主题搜集、重组和再传播的门槛。策展本身正在变得去专业化（De-professionalizing），以前由专业中介机构履行的职能，越来越由一系列不同的行为者如发起实践的业余爱好者或非专业参与者（Non-professional Participants）来履行。^{[11][12]}不同于组织化的新闻生产，协作性新闻策展（Collaborative News Curation）具有去组织化和去科层化的特点，^[13]强调网络用户的深度参与^[14]。也有研究者直接用公民策展（Citizen Curation）指非专业参与者对信息和信息源的主观收集、评估和批评，^[15]或用公共策展（Public Curation）指普通公众而非网络发布者自身对内容进行标记、组织并与他人分享的过程。可以看出，策展文化从专业的、官方的角度不断拓展到非专业的、民间的研究视野，媒介策展主要指涉普通人的媒介参与活动，这些普通人是建立在共同兴趣爱好、价值取向的趣缘关系基础上的社会群体。^[16]

以上关于策展的理论和实践研究呈现四个特点：首先，从专业策展到强调业余策展。过去的策展实践一般由专业的策展人员实施，随着媒介技术的不断赋权，技术允许个人在比以前更大的范围内收集信息、共享文化，策展开始更多地指向普通个人。其次，策展实践不断强调公众的参与性，如DIY文化的兴起，公众参与到策展实践中实现人与物的对话。^[17]再次，策展的对象开始变得多样。过去策展的对象一

般指文学艺术等具体实物,现在的策展对象可以是数据、信息、新闻,也可以是非物质文化遗产等非物质文化遗产信息,如口头传统、表达、表演艺术、社会风俗、礼仪、手工艺等。这种策展一般需要借助一定的可视化现象才能加以呈现。^[18]最后,策展的传播形式更加多样。除了传统的面对面策展,还可以使用数字乃至虚拟策展的方式,如利用社交媒体、虚拟现实等传播技术。

“非遗青年”是上海高中生自发成立的民间趣缘社团,致力于发动并联合上海市初高中学生的力量来保护和传播上海乃至全国非遗。他们通过在地铁站策展非遗产品,将上海滑稽剧、苏绣等非遗技艺搬到校园,为上海大世界提供结合多种媒介形态的策展方案,创办微信公众号等新媒体形式策展非遗文化。他们对祖辈习以为常的传统文化乐此不疲,甚至在紧张忙碌的学习之余,以业余策展人的身份成立专门的社团组织传播非遗文化,获得了上海多家知名媒体的报道。他们不仅向公众策展非遗实践,还亲身参与和融入策展实践中。这样的民间团体有别于专业非遗策展人的身份特征,因此,本文中的媒介策展实践指“非遗青年”作为业余策展人通过各种传统媒介和数字媒介形式,对非遗的物质载体和技艺形式等原初艺术形态进行加工、整合、扩散,以便更广泛地被他人知晓和共享的一种传播实践。因此本文的第一个具体研究问题是:“非遗青年”如何利用媒体技术来策展“非遗文化”这一特殊的文化样态?

(二)从“品位”到“资本”:媒介策展作为文化资本的可见性实践

法国社会学思想家布尔迪厄从马克思的经济资本出发,将资本分为经济的、社会的和文化的三种基本形态。其中的文化资本泛指任何与文化及文化活动有关的有形及无形资产。人如何才能继承和获得文化资本?布尔迪厄认为主要通过两种方式,其一是行动者在早期社会化的过程中通过家庭获得,二是经由后期的学校、社会等制度化教育训练而成。^[19]

家庭是人们在早期社会化过程中传承和获得文化资本的重要场所。那些有家庭教养的人很早就在学校教育科目之外接触到合法文化和艺术作品,他们获得的文化资本是由家庭保证的传承逻辑和学校教育系统的运行逻辑共同加持,而直接从家庭继承的文化资本占有十分重要的地位。^[20]但近期研究发现,现在的年轻一代主要受到当代流行文化的影响,而在高雅文化审美能力的培养方面并不充分,^[21]且在转型期的中国社会,趣味的阶层一家庭传递机制已断裂,即新一代人无法从父辈那里得到趣味的传递或延续^[22]。除此之外,也有其他研究使用实证数据进一步挑战了布尔迪厄的区隔理论。如有研究指出,布尔迪厄所谈及的“合法性文化”正在减弱,^[23]且较多研究已提出文化杂食主义,即社会经济地位高的人群往往倾向“杂食”品位^[24]。由此可见,文化资本在当下中国语境里是否还需从家庭中获得成为一个颇具争议性的问题。

学校教育体系的承认和支持也是再生产文化资本的重要途径。学校对早期社会化中习得的文化品位的承认,能使学校教育的效果与个人的家庭和社会出身紧密相连。^[25]“非遗青年”在童年时期和父母、祖父母一起参与非遗文化的学习与消费,如在家听评弹、买票去大世界看非遗展览、去上海歌剧院看沪剧演出、报学习班学习刺绣或剪纸等,通过家庭氛围习得“高雅”文化品位。步入高中后,“非遗青年”把从家庭那里继承和习得的知识技能、审美品位、生活方式等灵活地运用于媒介策展实践中,这种生产行为能获得校方所代表的教育制度的认可和承认。而承认是一种社会可见性的形式,不可见甚至意味着社会承认被剥夺,承认对理解少数群体与主流群体之间的关系具有至关重要的影响。^[26]因此,媒介策展实践是一种“可见性实践”,令原本不可见的文化记忆和品位变成可见的“文化资本”。本文的第二个研究问题是:媒介策展如何令“非遗青年”来自家庭传承的文化品位转化为可见的文化资本并得到以学校为代表的教育制度的承认?

布尔迪厄认为,诸如去博物馆、音乐会、展览会、阅读等所有的文化实践,以及文学、绘画与音乐方面的偏好,都与教育水平和社会出身密切相关。这些文化实践反映出个体的品位,即社会主体通过他们对美与丑、优雅与粗俗所做的区分而将他们在客观分类中与他人区分开来。例如,知乎、豆瓣等逐渐成为具有精英、文艺标签的小圈子,拼多多等成了下沉市场的代表,^[27]快手和抖音被打上“五环外”“小镇青年”等标签,成为精英文化和高雅文化嘲笑的对象,这就难免带来“歧赏”的文化区隔^[28]。趣味标识强化着个体的阶层和身份,因此,趣味对群体的区隔和身份非常重要。^[29]非遗被其他群体确认为一种区别于“他者”的独特性身份识别,对非遗的世代传承体现了对集体身份的认同。^[30]因此,第三个研究问题是:“非遗青年”通过媒介策展实践形成了怎样的文化身份(作为文化资本的一部

分)？

三、研究方法

本文主要使用深度访谈的研究方法，辅助文本资料分析。访谈对象除了目前社团核心成员之外，还包括初期社团创办者，访谈内容以半结构式访谈提纲为基础，此外还根据受访者身份（初期社团创办者、目前社团成员）调整问题的侧重点。比如，对初期社团创办者的访谈更侧重创办初衷、创办过程以及离开社团以后对非遗和非遗社团的关注等，对目前社团成员主要侧重目前策展方式、策展内容以及策展过程中存在的问题等。这样可以根据不同受访者的个人经历和体验，丰富深度访谈的内容和维度。

在2018年11月21日至12月16日期间，笔者共访谈了11位“非遗青年”社群成员，其中7位是在读高中生，4位是社团最初创建者，他们目前是在读本科生。他们年龄大多在15~18岁，性别是6男5女。每位受访者的访谈时间在1~2小时。为了保护受访者的隐私，受访者的姓名以A、B、C的代号编码。

所使用的文本资料主要是“非遗青年”开展的各种媒介策展实践的策划方案，包括“学生眼中的大世界——大世界非遗元素展示策划方案”“我们身边的非遗——地铁8号线大世界站非遗活动推广”“我是小小面塑家——非遗手工课堂”“玉兰芬芳 沪语飘香——钱程老师沪语专题讲座”等策展文案、微信公众号推出的策展实践活动如“2019‘未来杯’上海市高中阶段学生社会实践项目大赛之古遗今传——‘非遗青年’在行动”“评弹——心目中的江南”“穿越时空的机遇”，“灯”火辉映“彩”艺永承（国家级非遗项目“何氏彩灯”制作活动），以及“给过去一个未来——昆曲艺术分享会”“非遗保护社区实践——文化和自然遗产日”等，也包括学校官网和《解放日报》《新民晚报》等媒体上关于“非遗青年”策展实践的27篇新闻报道。

四、“从校园到公共空间”：非遗文化的媒介策展实践

2015年4月，上海老建筑保护专家娄承浩的一则微博引发众多网友关注，不少人纷纷留言呼吁，最终使得上海金陵东路上即将被拆迁的特色骑楼保存下来。这则新闻触动了几个在校高中生。“这次媒介事件对我们建立非遗社团具有深远的影响”（受访者A），它说明“我们也可以通过自身的力量利用数字媒介技术来保护、传播非遗”。社团成立之初，“非遗青年”展开了一系列的调查活动：通过走访朱家角、城隍庙等地，了解非遗手艺人传承现状；通过发放全市网络问卷，进行非遗普及调查；通过搜索有关非遗推广活动反馈，了解非遗保护问题所在；通过采访陆建非、吴圣苓、张志敏和柯瑞逢等非遗专家学者，了解非遗保护现状并就如何在学生社团、课堂中开展非遗策展向其征询可行建议。由此他们制定了具体的策展方案，包括校内策展、校际推广、面向公众策展。“非遗青年”建立了“上海非遗青年”微信公众号、联合十多所优秀非遗学校创立了“上海特色非遗信息中心”共同传播非遗。

（一）课上与课下：校园空间中的媒介策展实践

高中校园是“非遗青年”开展策展实践的重要场所。课上与课下的面对面策展实践使得非遗以物质载体或技艺的形式被看见。“当时昆曲的课程，人手一个ipad自由观看，现场展示很生动、很神奇、很有意思，我个人很喜欢现场体验。”（受访者B）。受访者提到现场策展实践的“真实感”（受访者A）、“震撼感”“参与感”“互动感”“沉浸感”和“卷入度”（受访者J），认为实地接触“更有亲切感、不遥远”（受访者H），“互动性质的传播形式比较有趣，让人印象很深刻”（受访者D）。有受访者提到视觉的可见性能“带来实地的体验和互动”，让他们感受到“精神性质的内核”（受访者B）。因此，“非遗青年”开展了一系列非遗进校园的策展实践，试图通过现场的教学、展示、互动来实现非遗在校园的可见性。

“给过去一个未来之昆曲分享会”是“非遗青年”策展实践中的一个项目。他们邀请了国家一级演员、“昆曲小王子”张军老师到访“非遗青年”社团现场演唱昆曲。“课堂植入昆曲课也很有趣。当时是在学校的一个多媒体教室里，同学们人手一个ipad，我们对这种展示方式的印象都很深刻。”（受访者A）“非遗青年”还将对张军老师的采访内容推送在公众号上，并利用链接再传播的方式在微信公众号的“阅读原文”处链接了张军老师演唱的《春江花月夜》，这样一来，策展从校园的可见延展到了微信空间的可见。与过去专业策展人不同的是，“非遗青年”作为业余策展人更重视他们自身的DIY参与性。如

他们联合非遗传习社团开展“小小面塑家”非遗捏面人手工进课堂的策展活动,并把每个社团成员亲手捏好的面人陈列在学校展厅展览;邀请绒绣代表性传承人李蕾参加“同心向党,共绣红旗”的进校园系列策展活动,学习如何用绒绣绣制党旗,将传承人带来的绒绣作品和现场绣好的作品一同展示在教室,“物”作为实践的方式被策展在校园空间中。而这些被策展的非遗载体更强调作为业余策展人的参与性文化,这样既开展了策展实践,也促进了文化“活起来”。

(二) 以大世界之名:公共空间中的策展实践

“不来大世界,枉来大上海”。上海大世界始建于1917年,以游艺、杂耍、南北戏剧、曲艺为特色,曾是上海最大的室内游乐场、市民文化生活的重要聚集地。受2003年非典的影响而关闭,于2016年重新开幕,并主打非遗的策展和传播。“非遗青年”一致认为2016年新开张的大世界缺少了“魂”,再也没有童年记忆里“上海独特的弄堂文化”“梔子花白兰花的叫卖声”及“各类戏剧的同台演出”。为了激活童年从家庭获得的非遗文化记忆、让非遗文化走向公共世界,“非遗青年”在上海8号线大世界地铁站开展了非遗策展实践。“非遗青年”邀请过往乘客观看地铁站陈列的非遗介绍展板并向其详细讲解非遗文化,邀请乘客扫描“非遗青年”公众号二维码以获得更多关于非遗的知识和资讯。为了激发公众对策展文化的参与感和主体性,^[4]大世界地铁站里还展出了“非遗青年”小组成员亲手制作的十二生肖剪纸书签和海派面塑作品,这些策展的非遗实体也作为礼物赠送给乘客。

当被问及为何选择在8号线大世界地铁站举行策展活动时,“非遗青年”表示,在这样一个历史悠久的文化遗产建筑中再现非遗,既能唤起人们对非遗的重视也能激活他们自己对非遗的记忆。扬·阿斯曼以埃及神庙为例,认为“神庙承担了表现过去和表达特定的历史意识的任务”,表达出“埃及人特殊的历史意识和身份感”,神庙从而成为“石头构筑的回忆”。^[31]在皮埃尔·诺拉的“记忆之场”中,那些具有实在的、象征的和功能的物质和场所都能够进入记忆之场,因此,博物馆、教科书、档案、国歌等都能变为保存记忆的场所。^[32]在“非遗青年”的童年记忆里,上海大世界正是这样一个记忆的场所,承载着几代上海人的历史记忆和时代印记,被认为是上海人享有集体回忆的娱乐场所、体验传统文化和传承非遗的公共空间。大世界是“聚集上海人集体回忆的场所”(受访者A)、“上海的一个精神寄托”(受访者D)、“大家感受文化的空间”(受访者E)、“非遗的一个综合性的展示场所”、“非遗的载体”和“自己童年的回忆”(受访者J)。

除了大世界地铁站的策展实践,“非遗青年”还为大世界空间内的策展实践提供了文本策展方案,提出“大世界应该如何根据非遗的不同主题装修、布置、展出”(受访者B),希望这座“中国非物质文化遗产的博物馆”(受访者E)得以用媒介策展实践唤醒和复活。该策展书将创新与传承相结合,融入了传统与高科技元素。受访者A回忆说以前没买到去大世界体验虚拟现实和非遗结合的票感到十分遗憾,他提出除了3D、虚拟现实还可以使用H5传播非遗,“因为这种形式对年轻人很新颖”。

笔者在分析“非遗青年”的大世界文本策展时发现,一楼是融合看、听、玩、吃和买为一体的“老上海创意园区”,这是留存在“非遗青年”心中的重要文化记忆。策展文案中采用的是3D墙面投影技术配合精致的室内装潢;置身老上海创意园区的人们,可以听到“瞎刀伞……(磨)剪刀……”等老上海的方言;在底楼,观众可以深度参与弄堂里的游戏,让观众回到童年的记忆里(受访者J);考虑到上海许多中华老字号传统小吃和点心的制作技艺已申报成上海非遗项目,“非遗青年”将承载这些技艺的小吃和点心打造为360度可观赏的全玻璃格局,让人们一边欣赏非遗手艺,一边尝到老上海味道。而这一策展创意的来源是“非遗青年”每月去一次城隍庙体验非遗美食(受访者K)。消费当然也是文化产品不可缺少的环节,将非遗器物策展在大世界出口处的纪念品区供游客购买,这样可以让人们在享受完老上海的魅力后能带回去一份正宗的纯手工打造的纪念品。二楼是挖掘和培养非遗传承人的非遗传习基地,基地的目的主要是挖掘传承人、培养传承人、弘扬传统文化。“非遗青年”还提议,创建“非遗课堂”“非遗沙龙”等,开设“上海话学习班”“京昆沪剧目学习课”等一系列课程,打造上海特色非遗文化培训课堂。三楼是上海非遗项目的展示园区,该展示园区按照上海历史文化发展进程,以实践和地域性文化发展为主线,打造上海特色非遗策展,如“江南丝竹”“徐行编草”“崇明山歌”“顾绣”“沪剧”“海派剪纸”“海派面塑”等近百余种策展厅。四楼是非遗工作室及策展中心,这里将策展上海非遗传承人物事迹,开放非遗大师工作室供游客观看,另设上海中学生非遗传承和保护工作展示

厅等。

（三）微信公众号：虚拟公共空间中的策展实践

在线空间的微信公众号也是“非遗青年”开展策展实践的媒介形式。相比面对面的策展实践，微信空间的策展实践更具有虚拟性、策展对象更加多元。特别是基于视频的信息传播技术（Video-based ICT）带来了更强大的网络可见性（Networked Visibility），这种技术增强型媒介正在挑战基于实体空间的可见性结构。^[33]“非遗青年”的策展实践除了图片配文字的策展形式，还利用视频、卡图动画等策展非遗技艺，如搭配沪剧早期的黑白服饰介绍沪剧的由来、配合卡通人物和简笔画等俏皮可爱的形象介绍沪谚（又称上海谚语）、搭配纪录片视频介绍奉贤滚灯、搭配视频讲解上海道教音乐等。相比大世界地铁站的策展实践，这种虚拟空间的文化实践方式可以使非遗文化在更大的网络社会可见。

媒介策展不仅要展出艺术大师的作品，还要致力于发现和诠释他们的天才设想。^[34]如何才能策展表演艺术、观念表达、传统手工艺等难以直接在博物馆展出的非遗形态，最大限度地展示非遗传承人的理念和思想？“非遗青年”超越过去策展实践侧重专业策展人对展品的策划和展览，而是更强调自身的参与性，在具体实践中拍摄、记录非遗，如他们会集体组织社团成员前往上海城隍庙、豫园等非遗场所寻找非遗美食文化。“我们会分成几个小组去豫园找非遗美食，然后实地拍拍照片，再将非遗美食的照片发布在微信公众号上。”（受访者G）。他们会先亲自品尝海棠糕，再用文字记录海棠糕的口感，用这种个体实际参与实践的方式使策展的过程更加生动和丰富。如他们在公众号的文案中写道：“冬日里，炉火跳跃，烟雾缭绕、热气腾腾，买一块刚出炉的海棠糕，热乎乎的，任由那软糯香甜的滋味浸润舌尖。”

以往的策展实践很难兼顾文化场所，而借助媒介技术，“非遗青年”可以在冬至节拍摄上海梨膏露所在的城隍庙街道街景、游客们在上海五香豆商店的采购实景等。这样的策展不仅兼顾到了文化产品，还可以在微信虚拟空间里策展整个非遗文化所在的场所和空间。媒介技术的存在使策展的对象从实体走向技艺、空间等更多样化的文化形态。“非遗青年”也会结合社会热点如《舌尖上的中国》，定期拍摄上海人舌尖上非遗的制作过程。如上海嘉定南翔小笼馒头制作技艺、上海本帮菜肴传统烹饪技艺、功德林的素食制作技艺、钱万隆酱油酿造技艺等。

传统的策展对象一般是文学艺术等具体实物，“非遗青年”的媒介策展实践不仅将策展对象扩展到表演艺术、手工艺等非物载信息，还兼顾了非遗文化中最重要的人群之一——非遗传承人。“非遗青年”先后在微信公众号上推出关于顾绣传承人戴明教、棉纺织技艺传承人康新琴、面人赵传承人陈凯峰、上海沪剧传承人钱思剑、奉贤滚灯传承人王正荣等传承人的介绍和作品策展。媒介技术在老传承人和新青年之间搭建起了桥梁，“非遗青年”用数字新方式激活了传统的非遗文化与技艺。

五、“我是‘非遗青年’”：媒介策展与文化资本的“可见性”转化

（一）亲身经历与亲子传递：家庭培养的文化资本和记忆

家庭是孩子早期社会化过程中积累文化品位的重要场所。本文的访谈发现，“非遗青年”对非遗的审美品位与他们家庭的文化氛围密不可分，多年后，这些文化品位隐藏在他们心中逐渐转化为他们对非遗的文化记忆。这种童年关于非遗的文化记忆都是“非遗青年”个人生命历程中亲身经历形成的文化记忆，如和家人一起看沪剧，吃上海南京路上的吹糖人和城隍庙里小摊儿上的非遗零食，去成都游学观看非遗表演，去西安看皮影戏、买皮影戏手工艺品，春节时全家一起剪纸，跟着木匠爷爷学制作榫卯等。祖父母和父母也会向“非遗青年”讲述长辈年轻时关于非遗的记忆，这种代与代之间的传承也构成了“非遗青年”儿时对非遗的文化记忆。^[35]

“童年那个时候对非遗的感觉其实是包括我家人在内的周围环境带动的，如父母给我报名跟随学校团队去成都游学，跟着爸妈去博物馆、古镇、朱家角等。”（受访者I）同样，受访者D也告诉笔者，他很小的时候父亲会带着他去城隍庙，后来他参加了匠人精神的项目，开始对非遗更感兴趣。受访者G回忆说，他小时候在幼儿园学习的剪纸使得他后来对非遗很喜欢。大多数“非遗青年”在幼时与祖父母通过共同收看电视，收听收音机、广播、磁带等传统媒介构建起品位传承的场景。“我爷爷奶奶很喜欢在电视里听评弹，所以吃饭的时候我们一家人坐在一起听评弹。”（受访者G）多位受访者都表示，儿时跟着

祖父母听沪剧和评弹是全家吃饭的“集体形式”，对非遗产生兴趣主要是家庭教育让他们从小就对非遗文化耳濡目染（受访者J）。这些童年记忆对他们后来开展媒介策展实践埋下了“种子”（受访者G）、加深了印象（受访者H）。布尔迪厄曾提出，这种对品位的欣赏能力往往是无意图训练的产物，家庭或者学校使其合法化并使训练成为可能。例如，吃饭时间全家人坐在一起边吃饭边看评弹、祖父母也经常在家里自学等，这些记忆早已渗透在“非遗青年”的生活里，不断感染他们。（受访者F）

“非遗青年”的父母和祖父母也会向他们讲述自己早年对非遗的记忆，这也影响了“非遗青年”对非遗的认识（受访者J）。如受访者F说：“我妈妈带我去城隍庙，她说他们小时候如果吃到城隍庙的东西非常开心，这就是他们小时候吃的零食，那时候零食只要几分钱几毛钱。”受访者F、受访者G和受访者A没有去过大世界，但是“父母向我讲解了很多关于他们那个年代里发生在大世界中的如唱戏、耍杂技的记忆。”（受访者F）“听我爸妈说过大世界，他们说大世界是他们以前的回忆。之前的大世界里面有哈哈镜，还有万花筒等，很有趣，也有很新奇的东西。”（受访者G）“大世界是聚集上海人集体回忆的场地，像我爸爸、妈妈、爷爷、奶奶以前都会在那里活动，也是一个文化遗产的公共活动空间，现在也是物质和非物质文化遗产中心。”（受访者A）

（二）升学加分与官方宣传：“可见的”与“被承认”的非遗实践

学校作为生产、消费和积累各种形式文化资本的重要机构，^[36]在“非遗青年”开展媒介策展的实践中发挥了重要作用。高中教育作为国民教育体系的关键，应满足不同潜质学生的多样化发展需要、多提倡素质教育。^[37]受访者B告诉笔者：“在上海升初中和高中很难，对学生个人的综合素质要求较高。”“非遗青年”正是感受到，他们所在的高中提倡在课业学习之外发展素质教育，这对他们评优评先、分数评定、升考大学等多有助益。而非遗策展实践是被高中教育系统和升学制度承认的文化实践。

为了获得学校的承认，他们开展了一系列媒介策展实践，如在校园里开展社团招新。“社团的第一次活动我记得最清楚，那是一个面向全体师生开放的义卖活动。在义卖的过程中，给同学们介绍，让他们了解非遗文化。”（受访者G）除了上文提到的昆曲、绒绣等非遗进校园策展实践，“非遗青年”还走出校园，在大世界地铁站策展十二生肖剪纸书签和海派面塑作品，在微信公众号上策展非遗美食、非遗传承人等。“因为当时学校领导都很喜欢这个社团，很看重非遗文化。我们也获得了第七届全国中学生领导力大赛‘特等奖’，学校还报道了这个比赛。所以，我们也就名正言顺地成立了非遗社团。”（受访者I）

笔者以“非遗青年”为关键词从格致中学官网上共检索出19条相关新闻报道，这些新闻分布在“本部”“团的生活”“校团委”“德育处”“文化活动”“校园新闻”等多个新闻版块。从介绍非遗社团成立到刊登非遗策展实践，从宣传“非遗青年”获奖到校党委书记在学年开学典礼上称赞“非遗青年”“为校增光添彩”，再到年度新闻中大力赞扬“非遗青年”开展的策展实践，并提出“坚持立德树人，助力全面发展”的口号。可以看出，非遗是学校鼓励学生发展的素质教育，也是学校承认的“合法性”文化实践。而“非遗青年”开展的媒介策展实践作为一种可见的方式确实获得了学校的承认。该社团成立至今，成员不断扩增，也在上海市高中生社团中逐渐脱颖而出，在国家、市级比赛中屡获佳绩并成为该校的特色项目。

这种承认不仅来自学校，也来自社会层面。该社团的诸多实践成果得到了上海市文化和旅游局领导和众多学校及单位的大力支持和赞扬，也受到了《解放日报》《新民晚报》、搜狐公众平台、东方卫视、上视新闻综合频道等上海多家知名媒体的持续深入报道。《解放日报》认为，诸如该校等上海中小学创设条件让学生接触探索传统文化，既让“育人标尺补上传统文化刻度”，也“丰富了综合素质评价体系”；《上海青年报》对“非遗青年”在大世界地铁站的策展实践进行了专题报道；《新民晚报》更是认为，“非遗青年”这群年轻的守护者把不可能变成了可能。由此可见，“非遗青年”的策展实践的“可见性”获得了校方和社会的承认，这种承认也成为鼓舞他们继续不断开展实践的动力。

（三）“我是非遗人”：非遗策展实践的“高雅”标识与文化区隔

对品味的选择是人对自己的社会位置的一种主动定位，而这种欣赏和理解的框架是个体通过社会化加以内化的倾向。我们在访谈中发现，“非遗青年”用自己独特的审美作为一种与他人的“区隔”来彰显自己的与众不同。这种区隔体现在两方面，一是对高雅文化的追求，二是对所谓的大众文化和低俗文

化的不屑。在“非遗青年”眼中，非遗是小众和精英的文化，喜欢非遗可谓是一种“小世界的高雅”，学习非遗知识会让自己有种“高级感”，因为可以“掌握别人没有的知识”（受访者J）。传播非遗是一种小众性的精英文化分享，非遗文化可远观而不可亵玩，体现了他的“不从众”（受访者D）和“与众不同”（受访者E）。受访者H告诉笔者，他认为非遗是一种“类似濒危动物的存在”，正因为关注的人不多，他们更有义务去传播非遗文化。非遗在他心中是“高雅”“神圣”“高端大气”的。他喜欢在朋友圈或者QQ空间传播非遗，一是为了找到共鸣，二是为了让自己圈子里的人知道他不是喜欢游戏的人，而是喜欢文艺和传统文化的人。

相比之下，一些广受青少年喜爱的文化反而会遭到他们的鄙视和排斥，如抖音和快手便是没有品位的象征。受访者A认为：“自己不太喜欢流行文化而更喜欢传统文化，而非遗作为一种高雅或者小众文化更有趣，所以看非遗的展演更有意义，但是下载抖音就显得浪费时间。”受访者G也告诉笔者，他从来不看抖音和快手，因为这些媒介上呈现的东西“太过复杂”。他表示经常看到媒介报道快手抖音上的东西可能较为低俗，所以他尽量屏蔽这些媒介形式。

六、结论与讨论

本研究通过半结构访谈和辅助文本资料分析法，考察了来自上海不同家庭的“非遗青年”何以在高中阶段开展媒介策展实践及其背后反映的区隔和承认问题。本文认为，“非遗青年”在童年的家庭环境中培养对非遗的爱好、形成记忆，步入高中后又在学校和社会的承认中开展媒介策展实践，通过这些实践激活了童年的记忆和生命体验，使得他们被主流文化和学校认可，最终塑造他们“我是非遗人”的文化区隔、再生产对官方承认的认同。从媒介策展实践的视角出发，在本文中，策展实践不再是过去去剧院看歌剧、参观博物馆文物、听高雅音乐等个人消费和实践，而是成为面向公众传播的公共实践样态。因此，本研究不仅拓宽了布尔迪厄文化资本理论的解释边界，也从媒介策展实践的视角结合经验材料解释了文化资本公共传播的潜能。

家庭依然是“非遗青年”学习非遗文化、继承文化资本的重要场所。“非遗青年”从童年时期便跟随父母和祖父母接触非遗文化，他们在家庭空间内潜移默化、耳濡目染地习得和积累原始审美趣味。过去有研究指出，年轻一代诸如“90后”和“00后”，更多地受到日韩文化等当代流行文化和商业文化的影响，而由于高雅文化传统被历史性地中断和重构，欣赏高雅文化所需要的文化资本的家庭继承和教育环境难以借助家庭的社会经济地位实现，因此，受到高雅文化的熏陶不充分。但本研究发现，非遗文化品位和记忆的重要培养场依然是家庭，这也说明布尔迪厄的“区隔”理论在当下中国语境中依然具有解释力。尽管这一理论回答了文化资本反映社会阶层和品位的问题，但它没有考察如何通过媒介策展实践展示文化品位与区隔进而获得文化资本的机制。而本研究正是通过“非遗青年”这一个案，将文化资本从家庭和学校两个来源出发操作化为文化承认和文化记忆，通过回答媒介策展和文化资本的形塑关系试图扩展布尔迪厄文化资本理论的边界。

一方面，媒介技术本身成为一种展示“文化资本”的窗口，进而加剧了区隔的生产与再生产。从课堂上使用平板电脑到微信公众号上的文字、图片和视频，从大世界策展方案里的3D墙面投影，到未来考虑VR、AR等这些“想象中的数字媒介策展实践”，甚至不使用抖音和快手这些在他们看来“很low”的媒介。“非遗青年”将媒介技术作为展示他们自身文化资本的重要桥梁和中介，从校园到大世界开展了一系列媒介策展实践，也正是在这样的文化实践中激活童年从家庭中获得的文化资本，也再生产了这种文化资本，更加明晰“非遗代表什么”和“我是谁”的身份界定问题。过去的研究发现，媒介技术的自主使用及多元使用上的差距是城乡儿童间形成数字鸿沟的关键。农村的孩子利用网络打游戏、听音乐、社交，而城市的孩子利用网络来学习、获取知识。^[38]由此可见，使用媒介做什么，是打游戏还是传承文化，本身就在生产区隔。本研究也通过“非遗青年”的媒介策展实践回应了数字媒介作为一种可见的展示文化资本的窗口，如何生产和再生产文化区隔的问题。

另一方面，媒介策展的“可见性”与“被承认”成为一种制度共谋，被看到的“文化资本”和被界定为“高雅”的文化才能被进一步承认，因此，这种“承认”再生产了文化区隔。正如布尔迪厄所言，家庭继承的文化资本和学校教育资本之间的积累作用，经由家庭或学校使得某些文化变得合法从而获得

一种配置,使得这种无意图训练成为可能。布尔迪厄的文化资本理论主要用于分析高等教育系统,它反复强调的例子是学历和文凭的再生产机制,本研究发现它的理论也部分适用分析中国的高中教育。不同于义务教育,中国的高中教育是选拔式教育(经中考选拔并择优进入大学)。因此,作为获取大学学历和文凭的必要跳板,文化资本成为高中选拔式教育中重要的竞争资源(如自主招生加分、比赛及留学申请等)。学校认可和承认的如非遗这样的中国传统文化,能促进学生不断开展非遗实践从而积累可见的文化资本,也增加了学生在竞争中胜出的可能。本研究发现的中学校文化资本再生产机制比布尔迪厄分析的大学文化再生产机制更加隐秘。因为后者是通过学生在校接受一套完整的、经过设计的集体教育实现的。而“非遗青年”在学校获得的文化资本是他们通过在获得校方认可和承认后开展的策展实践来实现的,并且媒介策展成为重要的转化工具,正是通过媒介的策展实践,那些不能被看到的文化品位与记忆转化为“可见的”文化资本。在这个意义上,媒介和教育制度的共谋成为区隔当代青年的文化品位的制度结构,也为青年文化资本在教育系统中的生产与再生产提供技术支持。“非遗青年”在童年时代通过家庭环境培养审美品位,步入高中后,非遗文化又作为学校认可的文化资本形式。为了获得学校的肯定和承认,他们不断开展媒介策展实践。当这些媒介实践又进一步获得学校宣传、报道,给他们带来荣誉时,媒介策展的“可见性”与官方的“承认”令他们进一步明确自己“高雅”的“非遗青年”身份。他们更加坚信,非遗文化是不同于抖音和快手的小世界里的高雅文化,而他们自己则是一群不同于社会主流文化的“他者”。

参考文献

- [1] Lui, D. Public Curation and Private Collection: The Production of Knowledge on Pinterest.Com[J]. Critical Studies in Media Communication, 2015(2): 128-142.
- [2] O'Neill, P. The Culture of Curating and the Curating of Culture(s)[M]. Cambridge, MA: MIT Press, 2012: 58-67.
- [3] 顾振清. 策展与中国当代美术馆的发展[J]. 艺术评论, 2009(4): 51-57.
- [4] 许潇笑. 让文物“活起来”: 策展再塑博物馆的社会表达方式[J]. 东南文化, 2020(3): 151-156.
- [5] 张苗苗. 美术馆策展人: 从“展览制造者”到“文化传播者”[J]. 美术观察, 2014(3): 16-18.
- [6] 丁培. 数据策展与图书馆[J]. 图书馆学研究, 2013(6): 94-98.
- [7] 王海宁, 丁家友, 聂云霞. Digital/Data Curation 的概念与翻译研究[J]. 图书馆杂志, 2018(1): 8-18.
- [8] Joyce, R. Digital Curation in Museums[J]. Library Hi Tech, 2017(1): 32-39.
- [9] 吕琳露. 内容策展的特点、实现及发展[J]. 情报理论与实践, 2017(2): 133-138.
- [10] 仇筠茜. 新闻策展: “微媒体”环境下突发新闻报道及伦理分析——以美国马拉松爆炸案报道为例[J]. 国际新闻界, 2013(9): 123-130.
- [11] Brydges, T., J. Sjöholm. Becoming a Personal Style Blogger: Changing Configurations and Spatialities of Aesthetic Labour in the Fashion Industry[J]. International Journal of Cultural Studies, 2018(1): 119-139.
- [12] Pedersen, S., S. Burnett. Citizen Curation' in Online Discussions of Donald Trump's Presidency: Sharing the News on Mumsnet[J]. Digital Journalism, 2018(5): 545-562.
- [13] 陆晔, 周睿鸣. “液态”的新闻业: 新传播形态与新闻专业主义再思考——以澎湃新闻“东方之星”长江沉船事故报道为个案[J]. 新闻与传播研究, 2016(7): 24-46.
- [14] Bruns, A. Gatekeeping, Gatewatching, Real-time Feedback: New Challenges for Journalism[J]. Brazilian Journalism Research, 2011(11): 117-136.
- [15] Sang, Y. P. Citizen Curation and the Online Communication of Folk Economics: The China Collapse Theory in Hong Kong Social Media[J]. Media Culture & Society, 2020(7-8): 1392-1409.
- [16] 蔡骥. 网络虚拟社区中的趣缘文化传播[J]. 新闻与传播研究, 2014(21): 5-23.
- [17] Hracs, B. Cultural Intermediaries in the Digital Age: The Case of Independent Musicians and Managers in Toronto[J]. Regional Studies, 2015(3): 461-475.
- [18] 周婧景, 严建强. 阐释系统: 一种强化博物馆展览传播效应的新探索[J]. 东南文化, 2016(2): 119-128.
- [19] 朱伟珏. “资本”的一种非经济学解读——布迪厄“文化资本”概念[J]. 社会科学, 2005(6): 117-123.

- [20] 皮埃尔·布尔迪厄. 区分：判断力的社会批判：上册 [M]. 刘晖译. 北京：商务印书馆，2015：18.
- [21] 朱迪. 高雅品位还是杂食？——特大城市居民文化区分实证研究 [J]. 山东社会科学，2017（10）：35-43.
- [22] 王宁. 音乐消费趣味的横向分享型扩散机制——基于“85后”大学（毕业）生的外国流行音乐消费的质性研究 [J]. 山东社会科学，2017（10）：5-15.
- [23] Warde, A. Does Taste Still Serve Power? The Fate of Distinction in Britain [J]. Sociologica: Italian Online Sociological Review, 2008(3):1-26.
- [24] Dimaggio, P., M. Toqir. Arts Participation as Cultural Capital in the United States, 1982 – 2002: Signs of Decline? [J]Poetics, 2004(2):169-194.
- [25] 张似韵. 学校教育体系与社会等级制的再生产——布尔迪厄的文化再生产理论述评 [J]. 社会，2002（1）：14-17.
- [26] Brighenti, A. Visibility: A Category for the Social Sciences [J]. Current Sociology, 2007(3): 323-342.
- [27] 彭兰. 网络的圈子化：关系、文化、技术维度下的类聚与群分 [J]. 编辑之友，2019（11）：5-12.
- [28] 夏维波. 新媒体文化中趣味的区隔与导向 [J]. 社会科学战线，2019（7）：146-155.
- [29] 刘晖. 从趣味分析到阶级构建：布尔迪厄的“区分”理论 [J]. 外国文学评论，2017（4）：48-67.
- [30] 王媛，胡惠林. 文化认同：非物质文化遗产存续发展的核心机制 [J]. 福建论坛（人文社会科学版），2017（10）：49-55.
- [31] 扬·阿斯曼. 文化记忆：早期高级文化中的文字、回忆和政治身份 [M]. 金寿福，黄晓晨译. 北京：北京大学出版社，2015：194.
- [32] 皮埃尔·诺拉. 记忆之场：法国国民意识的文化社会史 [M]. 黄艳红等译. 南京：南京大学出版社，2015：20.
- [33] Martini, M. Topological and Networked Visibility: Politics of Seeing in the Digital Age [J]. Semiotica, 2019(231): 259-277.
- [34] 杨玲，潘守永. 当代西方博物馆发展态势研究 [M]. 北京：学苑出版社，2005：2.
- [35] 雷吉斯·德布雷. 媒介学引论 [M]. 刘文玲，陈卫星译. 北京：中国传媒大学出版社，2014：2.
- [36] 戴维·斯沃茨. 文化与权力：布尔迪厄的社会学 [M]. 陶东风译. 上海：上海译文出版社，2006：218.
- [37] 邹红军. 承认与抵制：我国普通高中多样化发展的扎根理论研究 [J]. 中国教育学报，2019（7）：35-41.
- [38] 李晓静. 数字鸿沟的新变：多元使用、内在动机与数字技能——基于豫沪学龄儿童的田野调查 [J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2019（8）：12-19.

How “New Media” Transmit “Traditional Culture”? Research on Media Curatorial Practice of “the Intangible Cultural Heritage Youth in Shanghai”

Meng Xiaoxiao Li Yungeng

(School of Media & Communication, Shanghai Jiao Tong University)

Abstract: Intangible Cultural Heritage (ICH) has long been an important topic in culture communication studies. Using in-depth interviews and textual analysis, this paper examines the media curatorial practices and motivations of this group “Shanghai Intangible Cultural Heritage Youth”. This study finds that the cultural memories and tastes formed in childhood and the cultural practices admitted by the higher education system are the important motivations for the media curatorial practices of this group, which in turn transform their invisible cultural memories and tastes into visible cultural capital. Specifically, “Intangible Cultural Heritage Youth” develops their cultural memories through family acquisition and original aesthetic “tastes” in their childhood; these accumulated cultural memories and the cultural recognition in school after high school serve as internal and external factors that inspire them to create ICH communities and use social media and public space curatorial practices to disseminate ICH culture. These media curatorial practices both activate and reproduce their cultural memories of ICH, and are recognized by the school educational system.

Key words: “Intangible Cultural Heritage Youth”; Media Curatorial Practice; Cultural Capital; Intangible Cultural Heritage

责任编辑 李友权