

All media communication of Xiaoguo Clay Figurine in Linyi

Yu Zhang

Feixian Brach, Linyi University, Feixian, Linyi, Shandong, China

18265187698@163.com

Keywords: Xiaoguo Clay Figurine; All media; Communication.

Abstract. Currently, inheritance and communication of Xiaoguo Clay Figurine are at ask. However, fortunately, all media have made a turnaround for it by helping expand its influence, coverage and reputation, develop its cultural resources, recreate classical works, and innovate communication carriers for Xiaoguo Clay Figurine. Research results show that it is necessary for Xiaoguo Clay Figurine to build an information library, database and image gallery, and create a digital model for all media communication and protection.

1. 引言

随着科学技术的跨越式发展，我们正处于一个海量信息的时代，媒体融合正成为传媒界的一个发展趋势且日益影响着人们的生活。然而临沂小郭泥塑的传播主要依靠的是口传心授式的人际传播，这必然导致传承路线过于狭窄，信息扩布范围有限，难以适应现代社会的需求。为了更好地保护和传承小郭泥塑，在当前全媒体时代就要求传播策略具有相对的灵活性。

2. 临沂小郭泥塑及其传播情况简介

2.1 发源与传播

小郭泥塑产于临沂市兰陵县向城镇小郭村，由产地得名，有近二百年的历史。约清代咸丰期间，其创始人李宗标老师，先拜在天津“泥人张”门下，又吸收无锡惠山泥塑的精华，并结合小郭村的自然条件和当地文化，开展本土特色的研究，自成一家，流传至今。

李宗标的作品没有发现被保留下来，不过他捏泥人的高超技艺传了下来，其子李占春，孙李宪志，曾孙李玉法，加上他自己，直系祖孙四代人，是小郭泥塑代表性的传人。第五代传人中，刘福祥、尹芳利是其典型代表。

自2006年小郭泥塑被列入省级非物质文化遗产以来，它已经逐渐得到当地民众和政府的重视，但年青人传承的几乎没有，甚至连一本专门研究小郭泥塑的书籍都没有。

2.2 制作

小郭泥塑的制作过程主要分为两步：印模和彩绘。完成一件作品，需要近四十道工序，大体包括以下几个步骤：

2.2.1 制模

模印造型是小郭泥塑最重要的成型方法，所以首先要制作模具。模具制作分为两步：先制仔儿，再翻模。模子的原型是仔儿，用最原始的方法，把一块泥巴通过塑、雕、捏等，创作一个泥偶。翻模就是指把泥巴按压，印在仔上，再翻印成模，得到一个完整的模具。

2.2.2 和泥

和泥是制作泥塑的关键环节，细、匀、净、粘的泥土是最好的选择。为了增强泥巴的黏性和柔韧性，和泥时应掺加一定比例的棉絮；然后反复地揉、砸、摔，以及用脚踹，直到泥

巴细腻、均匀、不粘脚。这就和出了可塑性强、坚固柔韧的泥巴，为防止水分流失，和好的泥要存放在塑料袋里。

2.2.3 模印

所谓模印，就是将和好的泥巴压入加工好的模子里，模印成型。

2.2.4 装哨

把芦哨安装在泥胎上就是装哨，小郭泥塑是“形”、“色”和“音”的和谐体。先在泥胎背部打一个孔，为了泥胎里边的空气流通，还防止因内外气压变化引发的泥胎变形。

2.2.5 修光

修光是对毛坯最后的加工，是对没晾干的泥胎的缺陷进行美化和修饰。

2.2.6 上色

小郭泥塑一直有“七分彩，三分塑”之说，模印的造型，只是粗略的勾画出事物的轮廓，没有描绘细节，各种色彩的生动描绘可弥补其缺陷。所以，一件泥塑成功的关键是上色，这也是制作过程中最重要的环节。

通常泥塑的着色分三步进行：

首先，扑粉。

为使泥胎表面的光滑，便于色彩的附着和吸收，先给泥胎扑一层白色的粉底。就是用白颜料将泥胎前身浸一下，使白颜料挂满泥胎大部分，原始本色只留在背部或底部一小部分。

其次，彩绘。

小郭泥塑色彩简单明快，通常只用黄色、洋红、绿色几个对比生动活泼的颜色。

再次，勾勒。

着色的点睛之笔是勾勒，就是在彩绘完成以后，用墨勾画出人或动物的五官、头发、服饰或造型的线条、轮廓，让泥塑凸现出立体感，和各种神态。

最后，将做好的泥塑放在阴凉通风处风干。

2.3 艺术性

2.3.1 小郭泥塑的题材特征：

题材来源广泛，主要有动物、戏剧人物和历史故事，如抓髻娃娃、卧冰求鲤、财神、李逵、孙悟空、孔明、鸡、虎、狗等。

2.3.2 小郭泥塑的造型特征：

一是由夸张体现真实。如玩具“抱花女”，头身几乎等高，四大笔桃红便可辨手脚。

二是艳俗中见淡雅。为了体现小郭泥塑质朴、亲切的乡土气息，小郭泥塑的反面故意保留土色，深受广大劳动人民的喜欢。

2.3.3 小郭泥塑的色彩特点：

小郭泥塑用色光鲜、简明、绚丽，对比生动，充分凸显了它的彩绘特色。使用各种颜色“上妆”时，底部和背部要留几处泥巴原色，乍一看很随便，事实上匠心独运。

2.4 实用性

从功能和用途上看，任何作品都不能简单地归类为一类，一般有两三种功能。

2.4.1 娱乐玩具类：

小郭泥塑原来的主要功能就是充当儿童玩具，深受各地儿童的喜欢，是早年孩子们主要的玩具。

2.4.2 信仰崇拜类：

小郭泥塑中形象多依托、取材于本地民俗的精神信仰，像“头身等齐、肥头大耳”的“吉祥娃娃”、“抱鸡娃娃”、“抱鱼娃娃”、“麒麟送子”、“送子观音”等。

2.4.3 装饰类:

小郭泥塑大部分主题是人们喜爱的历史典故和神话传说,造型简单明了,形象各种各样,色彩鲜艳亮丽,除了浓郁的乡土气息外,还有多种艺术元素,所以每一件泥塑作品都可以算是一个装饰品。

3. 全媒体文化传播的理念和内涵

“全媒体”指媒介信息传播采用文字、声音、影像、动画、网页等多种媒体表现手段(多媒体),利用广播、电视、音像、电影、出版、报纸、杂志、网站等不同媒介形态(业务融合),通过融合的广电网络、电信网络以及互联网络进行传播(三网融合),最终实现用户以电视、电脑、手机等多种终端均可完成信息的融合接收(三屏合一),实现任何人、任何时间、任何地点、以任何终端获得任何想要的信息。

伴随着时代的进步及发展,全媒体传播领域首先涉及的就是媒介融合,也就是传播学范畴下的媒介形态的融合。网络媒介作为第二媒介时代下的主力军,体现出很多传统媒体所不曾有的特点,诸如交互性、全民性、多媒体性等,都危及传统文化主题的静态自律。随着互联网技术手段的发展和普及、数字技术的迅速提升,新媒体技术和全媒体融合实践,展现出一个前所未有的全新知识体验和文化感受。

4. 小郭泥塑的全媒体传播对策

4.1 以全媒体为基础的传播与保护

文化的数字化过程,体现在文化遗产传播与保护的实践过程中,尤其体现在全媒体范畴内的数字化技术的发展中使传统意义上的媒体被重新定义。与此同时,传播媒介的技术提升手段及表现形态,伴随着新媒体技术呈现出来,使得文化遗产数字化传播过程呈现出普遍性和多样性。

多渠道、多信源、多形式的传播特点对小郭泥塑的保护具有重大的现实意义。同样,在全媒体语境下探讨小郭泥塑数字化传承与保护,在整合传统媒体资源的基础上,实现了信息的全方位覆盖,拓展了接收渠道,增强了信息质感和厚度,创新了体验方式和空间,加深了人们对遗产内容的理解,对信息时代小郭泥塑的活态研究具有不可估量的实际价值和现实意义。因此,全媒体传播对小郭泥塑的保护有着更为深远的社会意义,除了对文化遗产的传承和延续,更重要的是信息的共享实现,最大限度地实现资源整合,更大程度地共享共用,从而建设优秀的小郭泥塑传承体系。

4.2 全媒体传播的数字化模式构建

新媒体技术的作用不是简单地浮游于单纯技术手段再现范畴,而是通过新媒体的艺术表达内容和形式展现深刻的内涵和文化本质,否则将失去全媒体时代的价值效益和魅力。

在全媒体视野下构建的小郭泥塑数字化传播和保护模式,实现了资源整合、共享共用,创造了全新的体验空间,深化了人们对其内容的理解。无论从内容还是效果来看,其都对文化传承有极大裨益。

4.3 数字化传播理念与保护方法

随着全媒体时代的到来,新技术的发展,数字化构建非物质文化遗产的价值实现已经渗透到文化传播的各个领域。因此,我们应抓住时代赋予的机会扩大内容与规模,将新媒体技术与文化产业进行有机融合,从而实现对整个文化传播力的价值提升。

通过数字化传播与保护,加强小郭泥塑的活态研究,可以有效地保存和记录文物的信息,使其最大限度地共享;还可以实现进一步的资源整合,具有不可估量的经济价值和实际意义。

5. 结束语

文化需要传递、文明需要延续,全媒体时代为文化的传播和文明的扩散提供了新的契机,我们要充分把握时代带来的机遇,不断探索新的方法,将小郭泥塑的文化内涵内化于临沂精神文明的发展与建设,使小郭泥塑得以全面传承。

致谢

本文为山东省艺术科学重点课题《基于和谐文化的临沂小郭泥塑传承与保护研究》(201806359)的阶段性成果之一。

References

- [1] F., Ning & J. J., Hou. Research on the communication strategies of intangible cultural heritage in all media era[J]. *Journal of Jiangxi Institute of Education*, 2016, 37 (01): 26-31.
- [2] K. Q., Tang. Study on practical significance of Xiaoguo Clay Figurine language in Linyi, Shandong[D]. Southwest University, 2015.
- [3] X., Yang. Digital communication of cultural heritage under the new media art context[J]. *Art Review*, 2010 (07): 95-97+94.
- [4] C. X., Li. Application of modern multi-media technology in the development of Chinese folk art culture heritage[J]. *Hundred Schools in Arts*, 2009, 25 (05): 233-234.
- [5] Y. Y., Yang. Sustainable development and local design innovation of intangible culture[D]. Hunan University, 2008.