

青春派

春节

申遗成功,泉州簪花、英歌舞、打铁花等持续“破圈”,这些曾散落在城乡的非遗项目逐渐进入大众视野。把文化历史用当代方式演绎出来,非遗就这样润物无声地融入我们的日常生活。非遗焕新,新在方式,新在传播,更新在传承人的力量。近日,记者走进闻喜县“姥姥和我”文化传承研发基地,探访“80后”非遗传承人张静的传承故事。

承姥姥手艺

在河东大地上,闻喜布艺宛如一颗古朴而璀璨的明珠,闪耀着民间智慧的光芒。而在传承与弘扬这一非遗文化的道路上,“80后”非遗传承人——张静,正以青春之姿,为闻喜布艺注入新的活力,在日常生活的每一处角落悄然绽放,开启非遗传承的“青春派”时代。

走进“姥姥和我”文化传承研发基地的工作间,货架上琳琅满目的布艺作品吸引了记者的目光,应景的“蛇”元素布艺挂件、以十二生肖为主题的布艺玩偶、以醒狮为主题的冰箱贴……而“姥姥和我”服饰有限公司创始人张静,正在整理当天的发货单。

在展示柜中,摆放着一些老绣品,细密精致的针脚传递着岁月的味道。“我手上拿的这个虎头香包是一个卧虎,底下挂着‘五毒’,还有小人、小狗、桃子、辣椒等。每种元素都是妇女们对生活的美好期望,她们把这些美好寄托在这样的物件中,做给孩子们戴。”张静说道。

张静与闻喜布艺的邂逅,仿佛是一场命中注定的文化传承接力。作为闻喜布艺的第四代传承人,自幼在传统手艺中耳濡目染的她,被那鲜艳丰富的色彩、夸张质朴的造型深深吸引。那些在姥姥手中诞生的布艺小物件,也陪伴着她一同长大。

2007年,张静从南昌大学服装设计专业毕业,创立了自己的美术工作室,专门培训美术专业特长生。几年下来,也积累了一定的资金和口碑。后来,她在闻喜县西湖公园散步时,看到街上的一群老太太,每个人面前都摆着各式各样的手工婴儿服饰进行售卖。眼前的场景让她感觉既熟悉又感动,也不由得想起姥姥在街上售卖自己缝制的虎头鞋的场景。

“这样温暖的手艺为什么只有老人们在做什么?为什么只能在地摊上售卖呢?”张静突然有个想法,就是将这些传统手艺带到专柜上去,让更多



“醒狮”冰箱贴
▼张静在展示虎头香包



「80后」非遗传承人张静：让非遗融入日常生活

□记者 杨颖琦 文图

人看到它们、购买它们。

经过两年时间的筹备,2017年年初,“姥姥和我”服饰有限公司正式成立。与此同时,第一个线下直营店也在闻喜创办起来。

绽布艺新花

从最初的好奇观望,到后来的潜心钻研,张静踏上了一条满是“针脚”与创意的非遗之路。在她眼中,闻喜布艺不仅仅是一门手艺,更是一部活着的民俗史,每一块绣片、每一个布老虎,都承载着先辈们的生活祈愿与审美意趣,值得被珍视、被传承、被创新,进而融入当下的日常生活。

为了让闻喜布艺更加契合现代

生活的脉搏,张静大胆创新。她深入研究现代流行元素与审美趋势,巧妙地将传统布艺技法与时尚设计理念相融合。

传统的闻喜布老虎,在她的创意下化身成憨态可掬的挂饰、胸针,既威风凛凛又萌趣十足,古老的守护图腾成为人们能够随身携带的吉祥物;原本用于装点家居的布艺绣片,被设计成了时尚的背包、抱枕、冰箱贴,既保留了精湛的刺绣工艺,又增添了实用功能,让非遗在生活中拥有更多的“用武之地”;推出材料包,让更多年轻人在一针一线中亲身体验闻喜布艺的魅力……这些作品一经推出,便受到年轻人的热烈追捧,成了“网红”文创产品。闻喜布艺的独特魅力跨越了年龄与地域的界限,在新时代的浪潮中泛起层层涟漪。

为了让闻喜布艺更好地传承下去,张静还积极与学校、社区合作,举办非遗文化普及活动。校园里,孩子们围坐一团,在她的指导下亲手缝制布偶,感受传统手工艺的神奇与乐趣,让非遗的种子在幼小的心灵中生根发芽;社区中,她与老人们交流传统技法,与年轻人分享创新思路,让不同年龄段的手工艺爱好者都能参与到闻喜布艺的传承链条中来,使闻喜布艺在日常生活的土壤中茁壮成长,枝繁叶茂。

“人是文化传承最大的价值。”张静反复说,“现在我们工坊有‘80后’‘90后’甚至‘00后’,各年龄段都有,大家都认为这是比较有意思、有意义的事。”正如张静所说的那样,年轻人把彩色的梦一点点绣进布料里,亲手缝制成鞋子、帽子、香囊,还有时下最流行的冰箱贴等,看着它们走出闻喜,在市场上大放异彩,她们更加笃定坚守是值得的。

在张静的不懈努力下,闻喜布艺这一古老的非遗正以崭新的姿态走进日常生活。它不再是博物馆橱窗里的“文化标本”,而是人们触手可及、赏心悦目的生活美学元素。张静用她的热情与才华,为闻喜布艺搭建起一座连接过去与未来、传统与现代的桥梁,让这门古老技艺在新时代焕发出勃勃生机,续写着属于青年人的非遗故事,也让我们看到了非遗在年轻一代手中的无限可能与希望。

生活风向标

年轻人反向驯化“大数据”



杨颖琦

近日,年轻人反向驯化“大数据杀熟”的话题登上热搜并引发网友热议。一些年轻人开始尝试通过评论“哭穷”等手段来对抗互联网平台的“大数据杀熟”现象,比如,在这些平台上频繁表达“太贵了,去不起”“买不起,我不打算买了”或者重置账号、匿名隐身、付款时退出支付页面获得优惠券等,从而影响算法推送,获得更优惠的价格。

“大数据杀熟”并不是一个新鲜的话题,早在2018年,“大数据杀熟”就被选为当年社会生活类十大流行语之一,6年之后,它依然是消费痼疾。优惠券因人而异、价格陷阱防不胜防、手机App频繁索取权限……网购、在线旅游、网约车等平台利用信息不对称套取超额利益,不断侵犯消费者的权益。

在互联网时代,各式各样的“掌上平台”方便了人们的生活、出行,也让人们掉入“杀熟”的陷阱。在一些餐饮、出行平台,老用户反而享受不到优惠,甚至价格更高。于是,深知互联网逻辑的年轻人,开始刻意地在大数据面前立“消费敏感型”人设。而这些创造性的策略在一些平台上也确实有效,网友也在社交平台上分享“在反复评论机票太贵后,价格就降了下来”“新建账号的票价,比原来的便宜很多”之类的成功心得。

在社交平台上,这一现象被网友亲切地称为“算法驯化”,并且得到了很多网友的认可,纷纷喊出“扩散下去”的呼声。看似风风火火的做法,背后却反映出年轻群体面对算法权威时的愤怒与无助。

互联网匿名和隐身也是年轻人对抗“大数据”的另一种策略。去年,有部分网友通过使用相同的头像和账号名,以系统信息掩盖个人信息,从而躲避算法对个人行为和喜好的判断和追踪。也有人通过使用无痕浏览、删除浏览记录来消除自己的互联网痕迹,使算法“无处可寻”。

“用算法打败算法”,当下,越来越多的年轻人积极表达,主动寻求多样化的信息流,从而影响算法推算。这种“算法驯化”,是指通过对算法的计算,积累经验,找到破解的方法,拒绝被算法“硬控”。这样的反抗虽然能够在一定程度上维护自身利益,但说到底仍旧是治标不治本。

将大把的时间、精力花费在这些操作上,本就不该是消费者的任务。同时,商家也会遭遇信息紊乱和算法偏差,导致服务质量下降。“算法”让交易变成了一场博弈,商家和消费者都陷入无穷的信任内耗。当信任“赤字”如雪球般越滚越大,“算法”这一本为帮助消费者的新技术,反倒被推向了消费者的对立面。

日前,《咬文嚼字》公布了2024年度十大流行语,“算法向善”排在第二位。可“算法向善”不能只靠社会呼吁、商家自律,也不能仅倚仗年轻群体的“算法驯化”,还需要通过算法透明、信息对等的手段去打破“算法黑箱”,建立消费者与商家之间长久的信任。

