

2021 年度山东省艺术科学重点课题 成果鉴定材料

课题名称：新媒体环境下沂蒙民间手工品牌传播策略研究
——以小郭泥塑为例

立项编号： L2021Z07080074

课题承担人： 

工作单位： 

目录

第一部分：课题结项鉴定申请书

第二部分：课题申报书

第三部分：课题立项通知书（复印件）

第四部分：研究报告

第五部分：课题鉴定结项证书

课题结项鉴定申请书

山东省艺术科学重点课题领导小组：

我课题组申报的

《 》于 2021 年 7 月立项，课题立项编号为 L2021Z07080074 ，研究时间为一年，该课题组主持人：

该课题在我校科研管理等部门的管理指导下，经过课题组所有成员的努力，现已全面完成该课题的研究任务与目标，取得了预期成果，并在实际工作中得到验证与检验，研究报告一份。

现申请课题结项，并恳请课题领导小组对该课题的研究成果给予鉴定。


特此申请！

申请人：

2021 年 11 月


年度	2021
编号	


山东省艺术科学重点课题申报书

课题名称 



学科分类 艺术设计研究

承担单位（盖章） 

课题负责人 

山东省文化艺术科学协会

2021年4月印制

课题名称		[REDACTED]					
学科分类		艺术设计研究					
课 题 组 简 况	课 题 负 责 人	姓名	[REDACTED]	出生年月	1980.4	职务职称	教师 讲师
		简 历	工作单位	[REDACTED]			
			联系电话		手机	[REDACTED]	
			联系地址	[REDACTED]			
	主持市厅级课题 5 项；横向课题 1 项；主编教材 1 部；发表学术论文 4 篇；主持临沂大学教学改革立项 1 项；国家专利 1 项。						
成 员	姓名	单 位	职务职称	简 历			
	[REDACTED]	[REDACTED]	教师/讲师	博士学位，从事广告设计教学			
计 划 进 度 及 阶 段 性 目 标	<p>研究计划及阶段性目标：</p> <p>本课题将进行为期 1 年的研究，分为四个阶段，分别是准备（收集、汇总资料、具体项目方案设计）阶段，走访调研、方案实施阶段，整理资料阶段，总结阶段（撰写研究报告），具体细分如下：</p> <p>第一阶段：准备（收集、汇总资料、具体项目方案设计）阶段（2021.06—2021.07）</p> <p>这段期间内，课题成员分工，分别利用网络、图书馆等工具查询有关资料、案例等，把有价值的信息汇总并且存档，对具体方案进行设计，对走访调研对象进行计划与了解，设定走访调研记录表和调查问卷，供后续阶段使用。</p> <p>第二阶段：走访调研、新媒体环境下“小郭泥塑”手工艺的品牌传承与传播方案实施阶段（2021.08—2021.10）</p> <p>针对研究需要，分析新媒体环境下沂蒙民间手工艺“小郭泥塑”传承及品牌</p>						

传播现状，对代表性传统乡土手工艺传承人进行问卷调查，收集好问卷，做好走访调研记录。沂蒙传统乡土民间手工艺“小郭泥塑”品牌传播方案实施。

第三阶段：资料整理阶段（2021.11—2022.01）

对实施情况进行总结，整理走访调研资料。

第四阶段：总结阶段（2022.02—2022.06）

形成成果，撰写研究报告，准备验收。

课题设计论证

- 1、研究内容、目的及意义。
- 2、国内外研究现状及发展趋势。
- 3、研究的主要思路、重要观点、创新程度及其应用价值。

1、研究内容：

传统手工艺自古以来就是我国民间劳动人民赖以生存的手段之一，是中华民族艺术文化的璀璨瑰宝，“小郭泥塑”作为我国古老的传统手工艺之一，更是现如今我国重要的非物质文化遗产之一，是小郭村居民生活习俗、审美情操和精神寄托的生成物和载体，有着浓厚的地域特色，因此，我们应该让更多人了解小郭泥塑，加强小郭泥塑的保护意识，并为“小郭泥塑”的传承与传播寻求新的发展方向，这有利于中华民族传统文化的传承和发展，有利于促进文化的多样性。

本课题根植于“小郭泥塑”的传统民间手工艺，挖掘、整理与传播沂蒙传统民间手工艺进行创新研究，在挖掘、整理、传播的基础上不断创新。本课题主要是从新媒体环境下对“小郭泥塑”进行深入挖掘、整理、保护、传播和创新的角度研究，运用数字化新手段保护性传承濒临消失且具有极高艺术价值的“小郭泥塑”，着重研究新媒体环境下对“小郭泥塑”这一传统民间手工艺品牌的传播策略。

研究目的及意义：

1、本课题将对“小郭泥塑”传统民间手工艺进行收集、整理和归纳，为品牌传播奠定基础；构建“小郭泥塑”传统民间手工艺传播策略，结合当今数字化最新处理技术，探寻“小郭泥塑”在新媒体环境下传播的解决方案。

2、以“小郭泥塑”为研究个案进行实地考察走访研究，针对“小郭泥塑”进行整理、保护以及传播提供切实可行的理论支持，在当下数字化、全球化的多元文化背景下，利用现代新媒体高科技手段探寻可行的保护提升理论。

3、通过数字化与信息化技术等有效传播手段全面提升“小郭泥塑”品牌影响力，保护和弘扬传统民间艺术的精髓，以新兴数字时代的文化与技术传播并推动沂蒙民间手工艺产业的快速发展。

4、加强传统民间艺术与现代设计的有机融合，服务现代艺术设计创新应用，推动沂蒙文化产业的发展及地域经济的发展。

2、国内外研究现状及发展趋势

(1) 国外研究现状及发展趋势

在 TaylorFrancisSSH(人文库) EBSCO/全文电子期刊资源库中找不到从新媒体环境角度研究“小郭泥塑”品牌传播的文章。

（2）国内研究现状

目前国内关于“小郭泥塑”的研究有专著《“游方”小郭泥塑的一种存在方式》，作者为顾浩；论文有《兰陵小郭泥塑的审美价值及民俗文化内涵》，作者为杨俊秋，《论小郭泥塑的产业化开发与保护》，作者为王慧。

（3）山东省研究现状

通过查阅资料发现对“小郭泥塑”研究内容相关的论文有刘红的《小郭泥塑艺术探论》，文章主要从艺术的角度研究了“小郭泥塑”的民间手工艺特色；张倩的《苍山小郭泥塑的传承与发展研究》，文章主要从传承的角度进行研究如何把“小郭泥塑”进行保护和传承。

通过文献梳理发现目前关于“小郭泥塑”的研究主要存在以下三方面的不足：（1）存在研究角度单一，系统性研究不足的问题。（2）都大多是从艺术和传承角度进行研究，没有结合新媒体环境（3）对“小郭泥塑”的保护及传播没有提出很好的解决对策。

鉴于此，本课题准备从“小郭泥塑”在新媒体环境下的传播策略入手，通过对新媒体的时代发展特点与“小郭泥塑”传播进行论证，提出有效传播及实现途径。构建合理、具体、可行的“小郭泥塑”传播策略，拟解决“小郭泥塑”不能有效传播品牌影响力问题。

3、研究主要思路

（1）收集信息：

想要对“小郭泥塑”进行新媒体环境下的品牌传播，那么收集信息是必不可少的。可以通过对小郭村走访调查、书籍或相关资料来收集小郭泥塑的相关信息。

（2）分类信息：

将收集到的“小郭泥塑”的相关信息进行分类处理，可以按照起源发展、制作过程、艺术特点、传承人信息、代表作品等几类对小郭泥塑的资料进行分类。

（3）转化信息：

利用信息加工技术、符号识别技术等新媒体技术手段，将已经分类好的“小郭泥塑”相关信息录入电脑中，并建立“小郭泥塑”的数据库。

重要观点

（1）为“小郭泥塑”的传播策略应用研究提供了一个新的视角，拓宽“小郭泥塑”的研究范围。

（2）补充“小郭泥塑”领域内研究成果，特别是新媒体环境下的传播策略研究。

创新程度

1、研究角度的创新。借助数字化技术对“小郭泥塑”进行深入挖掘、整理、保护、传承和创新的角度的研究。

2、研究价值的创新。提出其数字提升的创意新手段、方法和措施，以数字化技术为基础，研究其数字提升的新手段、方法和措施。

3、研究效益的创新：将民间手工艺和时代感相结合，运用国际前沿的表现方式，体现“小郭泥塑”的独特艺术特征，服务现代艺术设计创新应用，推动沂蒙文化产业的发展。

应用价值

(1) 拓宽“小郭泥塑”的研究思路，对小郭泥塑的新时代研究有参考启示作用。

(2) 补充沂蒙民间传统手工艺领域内研究成果，具有较大价值。

(3) 传承和发展“小郭泥塑”民间手工艺这一品牌，服务现代中国传统乡土手工艺。

学术价值

(1) 有助于沂蒙民间手工艺的传承与发展，对沂蒙民间手工艺“小郭泥塑”的传播具有实际意义。

(2) 为“小郭泥塑”的传播研究提供了一个新的视角，拓宽了“小郭泥塑”的理论研究范围。

(3) 有利于拓宽沂蒙民间手工艺的“再传播”空间，在传承沂蒙民间传统手工艺的基础上，创新现代“小郭泥塑”的有效传播，使“小郭泥塑”更加契合人们的生活方式与精神理念。

<p>申报单位意见</p>	<p style="text-align: center;">同意申报</p> <p style="text-align: right;">单位（公章）</p> <p style="text-align: right;">单位负责人：</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>
<p>市文广新局或科研处意见</p>	<p style="text-align: center;">同意申报</p> <p style="text-align: right;">单位（公章）</p> <p style="text-align: right;">单位负责人：</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>
<p>学科评审组意见</p>	<p style="text-align: right;">年 月 日</p>
<p>省重点课题评审办公室意见</p>	<p style="text-align: right;">年 月 日</p>



山东省文化艺术科学协会
Shandong Provincial Association for Science of Arts & Culture

艺术科学重点课题 立项通知书

同志：

经评审，你们申报的课题

”已经批准立项，立项号：

现就有关事项通知如下：

一、为确保课题按期、按质量完成，课题负责人和课题组必须严格遵守艺术科学有关规定，必须按所报课题设计由课题组全体成员开展研究工作。

二、全省艺术科学重点课题的管理，由山东省艺术科学重点课题评审办公室具体负责。重点课题的中级管理，由课题负责人所在的科研管理部门负责。

特此通知。



(研究报告)

摘要：随着手工艺品行业不断的发展，行业竞争程度加深以及受众需求越发多样化要求的不断提高，越来越多的大众认识到手工艺品牌建设的重要性和必要性。传统的手工艺虽然具有历史悠久，蕴含极大的艺术价值和研究价值，但在新媒体发展的信息时代中正在慢慢淡出人们的视野。新媒体环境下民间手工艺品牌传播的手段愈发多样，本研究报告以小郭泥塑为例，探讨新媒体对沂蒙民间手工艺品牌传播的影响，并对此进行策略研究，以小见大，也为其它地区的民间手工艺品牌传播提供一些建议。

关键词：新媒体 手工艺 传播策略 小郭泥塑

一、小郭泥塑的现状与困境

据资料可考，小郭泥塑起源于十九世纪五六十年代，作为省级非物质文化遗产，小郭泥塑已经有 200 多年的历史了。小郭泥塑主要以白、黑、红、黄、绿这五种颜色创造各种生动形象的人物、神像或动物等等，在其泥塑背后或者底部大都装有苇哨，一吹就会发出响声，尤为大众青睐。小郭泥塑是齐鲁大地人民在辛勤劳动中创造出来的智慧结晶，代表着齐鲁大地的文化与热爱劳动的伟大精神，是广大齐鲁文化的代表。小郭泥塑具有独特的人文、经济和社会价值，所以它的传承至关重要。

小郭泥塑作为非物质文化遗产，也面临着同样的问题，那就是传承过程中陷入低谷，下一代传承人欠缺的情况。泥塑制作这一方面，大多数都存在着规模不大和接班人欠缺的问题。小郭泥塑的主要传承人这一代大多已经六七十岁，有一位八十多岁的老人，做了六十年的泥塑，已经去世了。而在当今背景下，年轻人对泥塑这种古老的传统手工艺并没有表现出很大的兴趣，也就没有人愿意学习并且将毕生的精力放在泥塑上，所以小郭泥塑也面临着手艺失传的危险。在泥塑受众方面，泥塑的市场正在不断萎缩。在经济和科技大浪潮的冲击之下，原有的农

耕文明下的文化迅速瓦解，村子里年轻一代基本都没有做过泥塑工艺，这就使得小郭泥塑的传承面临着很大的困境。这种困境主要面临以下几个方面：

1. 规模小且为粗放经营，缺乏品牌意识

在我国，整个传统工艺产业的发育尚未成熟，小郭泥塑的生产仍以家庭小作坊的组织形式为主，生产和经营远远还未实现产业化、规模化和市场化；同时粗放式的经营方式往往忽略了品牌塑造以及营销推广等重要管理活动，从而难以利用品牌效应和营销手段实现进一步发展。

2. 缺乏创新，产品附加价值低

传统手艺人对于工艺技术的传承和沿袭大多强调“原料、工序和手法的原汁原味”，不能擅自改变任一制作环节是其普遍认知和看法，往往导致小郭泥塑几十年如一日而未充分考虑消费者的动态需求变化；此外家庭式作坊的生产形式往往缺乏自主革新和产品再研发能力，造成产品附加价值低、企业收益普遍较差。

3. 市场传播形式单一，范围窄

在社会主义经济市场的作用下，小郭泥塑有着独特的艺术与文化价值，它的经济价值必然会得到展现。在个性化，数字化，超时空性特点的新媒体环境冲击下，虽然小郭泥塑有着国家政策的支持，但是在市场的运作下，小郭泥塑仍面临着严重的问题，市场传播范围窄，不能紧贴实事发展的潮流等。

二、开发沂蒙民间手工艺品牌的传播策略的重要性

1. 有助于创新沂蒙民间手工艺品文化产品。品牌的建立依托文化产品的生产与创新，建立品牌终究是要让沂蒙民间手工艺品成为一种商品，并创造出其应有的价值。非物质文化遗产本就是一种特殊的精神文化产品，只有将其转化为人们生活当中的财富，才会赢得更多人了解它、认识它，甚至开始从事沂蒙民间手工艺品的相关事业。将沂蒙民间手工艺品商品化的过程就需要将其品牌化，品牌化的过程就是对其的另一种传扬。只有这样，社会中的沂蒙民间手工艺品氛围才会慢慢变得更好，更多的年轻人会受到氛围的熏陶，形成正确的世界观、人生观、价值观，能够让沂蒙民间手工艺品更有影响力继而传承下去。

2. 有助于开发利用沂蒙民间手工艺品文化资源。沂蒙民间手工艺品的品牌化能够让文化以不同的途径在社会上开始推广并传播，使人们通过各种渠道来欣赏、学习并传承沂蒙民间手工艺品文化。我们还可以通过沂蒙民间手工艺品的品

牌效应介入全媒体中，然后再利用全媒体技术的全方位、时效快等特点，以品牌化道路实现沂蒙民间手工艺品在新时代的顺利传承，使更多的文化资源与沂蒙民间手工艺品相结合进行传播，保持沂蒙民间手工艺品传播的活力性和新颖性。

3. 有助于创新沂蒙民间手工艺品传播载体。沂蒙民间手工艺品的文化传播载体是沂蒙地区的人民。沂蒙人民沂蒙民间手工艺品的认知往往依靠的是媒体、品牌，当然也不排除政府的官方途径。沂蒙民间手工艺品品牌化的建立会丰富当地人民对文化的认知，让沂蒙地区红色文化得到更多的活力。同沂蒙民间手工艺品的传播路径相同，品牌首先具有的是地方性，其次才是全国性。地方性文化通常会伴随文化不断升华，地方政府也会对沂蒙民间手工艺品以地方品牌进行传播，对沂蒙民间手工艺品进行创新性的设计、图文传播、视频传播，以吸引更多年轻人看到沂蒙民间手工艺品的特点。

三、利用新媒体传播小郭泥塑的优势

想要借助新媒体的大环境发扬“小郭泥塑”，那首先要明白什么是新媒体。所谓新媒体，就是利用微信公众号、知乎、微博等新兴新媒体平台，为自己的品牌进行曝光、推广、营销以及策划全线优质活动，利用平台粉丝变现，从而实现市场推广和经济利润。常见的新媒体平台包括：微信公众号、知乎、一直播、抖音、秒拍、B站、头条、贴吧等。目前各个新媒体平台正融合发展，朝着融媒体的方向发展，所以这为传播小郭泥塑提供了便利条件。具体优势如下

1. 受众范围扩大

传统媒介例如报纸、广播、电视等，传播的实效性不强，传播的范围不大，对于消费受众来说，关注力度不够，传播效果不强，新媒体环境改变了传统的传播形式，是传者受者的界限逐渐模糊，人们接收信息的实时性增强。随着新媒体的出现，由于新媒体传播的虚拟性，文化在传播过程中淡化了接收者年龄、地域、身份和文化水平的各种现实，降低了信息参与者的进入门槛。任何创作的人都可以利用媒体表达自己的观点和意见。因此，以小郭泥塑为代表的传统手工艺品在新媒体的拆解下变得越来越容易接触，受众也越来越广。

2. 互动性增强

新媒体最大的特点就是常提到的交互性。传统的大众媒介都是单向式传播，只有输出没有回应，但是新媒体则突破了单向传播这一缺陷，增强了传播者与接收者之间的相互互动。互联网与大数据技术使得受众在接受信息的同时还可以

使自己创造的信息和内容上传到网上与其他读者相交流。这一方面加强了传播的困难度，但在另一方面使得传者接受更多信息，增强了传播的互动性。

3. 传播主体的多样化

由于进入新媒体的门槛越来越低，任何人都有权利去产生任何内容，对于品牌来说受众可以拥有品牌并对其有话语权。在当前新媒体的环境中，各种聊天工具和社交平台成为传播信息的重要渠道，任何人都能成为传播的主体。我们要利用好此机会，让沂蒙手工艺品走进大众视野。

4. 传播受体的年轻化

新媒体还有一显著的特点就是受众群体的年轻化。由于新媒体信息传播的快捷性，迅速化，传播内容的多样化和丰富性，使得中老年人难以跟上这快速发展的时代，于是在当今的信息时代中，年轻受众占主要部分。小郭泥塑或是沂蒙手工艺品对于受众喜好这一问题还值得去深思。

5. 品牌传播有更好的自主性

新媒体环境下的信息传播对象有更好的自主性，在小郭泥塑的设计方面，可以根据自己的喜好定制内容，品牌拥有者可以根据人们的爱好选择制造自己的品牌，以用户为中心，满足人们的需求，在大众传播的新媒体环境下，人们可以更好的了解大众需求，更好的促进品牌的发展。

四、新媒体环境下小郭泥塑传播策略

通过对小郭泥塑发展现状的了解，以及当前小郭泥塑的存在困境，所以针对问题提出一些促进传承的措施。新媒体环境下对民间手工艺品牌的传播首先要深入挖掘民间手工艺的艺术以及文化价值，在深厚价值的承载下传播才能走的更远；其次将挖掘出的价值与现代社会相结合，以“新壶盛旧酒”的方式，创新性发展，与时代相融合，与市场相挂钩。

1. 以舞台情景剧式的模仿表演展现小郭泥塑形象

小郭泥塑形象以抱花娃娃为主，利用本地黄泥经过做模、取泥、泡泥、捣碎、彩绘等 15 道工序后，才能成就出传神逼真的作品。目前，小郭泥塑主要分为六大类，表达人们追求信仰和愿望的神像；表现人们敬仰英雄与爱情的戏曲人物；寄托向往美好生活的仕女娃娃；象征家庭幸福吉祥物的动物；代表五谷丰登，生活美好的果品；以及表达生活情趣的人与动物合一形象。

这些各式各样的形象本身就是一场剧目，“黑，红，绿，黄，白”色彩的五行文化除却赋予了小郭泥塑本身的文化韵味之外，更为小郭泥塑本事的形象增添了基本活灵活现，惟妙惟肖的色彩。今年出圈的河南卫视春晚舞蹈《唐宫夜宴》在笔墨江山中展现传统文化新的韵味，以及上海汉未央文化中心以《宫乐图》为载体编排了微剧《一声宫乐入茶来》，再现宫廷茶艺之雅，把观众带入沉浸式的剧场体验，以“活画展”的舞台剧创新形式带来中国传统文化的艺术光彩。以此为灵感，将小郭泥塑在它独特的文化内涵下紧跟时代，创意发展现有舞台表演形式的传承，为小郭泥塑创造新的活力。

舞台剧目的表演除了可以给与传统文化和传统故事一个新的展现形式，带来更多的受众与了解者之外；还可以利用一种观众固有的“窥视心理”，在舞台剧的表演中展现人们已知故事之外的形象，赋予每一位小郭泥塑以生命，让它们用自己独特的生命去演奏自己独特的故事。首先可以采用舞台表演，以直播，转载，现场等各种形式来表现，创新性的舞台表演中使演员模仿出惟妙惟肖的泥塑形态，服饰颜色，质感也要贴合与泥塑整体的特点，给与观众沉浸式的体验。其次可以使用 VR 虚拟技术体验，在虚拟技术的展示下感受小郭泥塑所展现的故事，承载的历史。在剧目的选择中，可以采取连续剧目的形式，分为两类，一种为如关羽，穆桂英等这些带有历史故事的泥塑娃娃，以创新传统文化，再现历史风韵为主，对其进行表演展示；另一种为自然创生的泥塑娃娃，它们没有历史故事的支持，如此便要赋予它们自己的生命，自己的故事，来演绎它们独特的符合大众的生活概念的独特故事。就此在表演中使得大众了解度上升，获得更高的传播力度，便于其更好的传承发展下去。

2. 以纪录片和短视频平台展示小郭泥塑制作

小郭泥塑起源于清朝，《苍山县志》有记载：“苍山泥塑玩具的代表产地为小郭村，源于清成丰年间（1851年），原为已故老泥玩艺人李宪志的祖父李朱标从师天津，字握了雕塑神像技艺，为养家糊口，利用本地黄泥塑成人高玩具，晾干、涂粉、着色，到集市销售”。如此可以看出小郭泥塑制作工艺过程复杂，存在历史悠久。将这一特性与现代市场相结合，如此便衍生

出了纪录片拍摄与短视频平台播放的形式来展示小郭泥塑的制作方式与过程，进而起到小郭泥塑传播性发展的目的。

(1) 纪录片拍摄。将摄影机定格在山东临沂兰陵县小郭村。小郭村作为小郭泥塑的产地，拥有着独特的风光和特色，村西的胶泥色泽棕黄有劲道，独特的物质资源为小郭泥塑的制作提供着得天独厚的条件。纪录片的拍摄从小郭村的历史出发，深入挖掘小郭村所承载的小郭泥塑文化历史；在历史之上去展现每一位传承人的故事，呈现出小郭泥塑传承人独特的匠心与童趣；最终把镜头的主角定格于传承人的手上，也就是小郭泥塑的每一步制作过程中，熟练的技巧，十分的耐心，在镜头下展现出小郭泥塑的一步步成型，最终粉墨登场。如此的一个拍摄过程，将故事性，艺术性，传承性融为一体，既是一种宣传也是一种纪念传承。

(2) 短视频平台的宣传。快节奏的时代，短视频的市场逐渐扩大，利用短视频本身的影响力，参与其中，做出自己的账号，在平台内发布自己制作的过程，制作的成品，以及每一件小郭泥塑所承载的故事。每一种形式都制作出他们的衍生视频系列，由此吸引更多的受众。同时在短视频平台还可以利用直播的形式进行市场化的运作，既可以传播小郭泥塑文化，提升自身的影响力，也可以延伸自身的经济价值，更好的融入市场。

3. 以受众为中心开发手工艺品

新媒体环境下受众年轻化，因此，在这种情况下要进行手工艺品牌的传播，还应了解掌握年轻群体的特征，根据他们的喜好需求来创作手工艺品，打造良好的品牌信誉和品牌形象。如兰陵绳编就牢牢掌握了这一点，它在传统的中国结上进行创新。让传统手工艺品与现代相结合，用绳子做成白孔雀、假山，让绳编更具生活性实用性。再如天际陶笛对传统的陶笛进行多重塑造，经过改造后的陶笛音色清脆婉转，可以吹奏半音，吸引了上千年轻音乐爱好者的驻足。

4. 通过互联网对小郭泥塑的销售进行助推。比如将小郭泥塑的产品适当的放入网络购物平台进行试点，或者通过直播带货的途径，进行推广，扩大小郭泥塑的知名度，通过这种方式来吸引大家的目光，为非物质文化遗产的传承进行助推。也可以利用一些有权威的微信公众号进行推广，比如写好一篇对于小郭泥塑介绍的文章，推过这些公众号的影响力进行推广，是更多人们了解到非物质文化

遗产的发展情况。或者利用“互联网+”，将技艺、产品、工匠精神等相结合，线上线下共同努力。另外，小郭泥塑的产品不能仅仅停留在以前那些主题，要结合时代背景，做一些适应于当今社会的主题，比如结合建党百年、奋进新时代等主题，为社会发展注入新的活力。这样也可以为小郭泥塑带来新的发展环境，使人们对传统手工艺刻板的印象加以改观。另外，可以参考“云游敦煌”的成功经验，通过科学技术的方式，VR技术等为人们带来身临其境的感觉，提升受众群体的参与感。

5. 打破圈层，合理利用娱乐节目媒体

产品营销最重要的是打开销路，要更好的传播泥塑，那么就需要拓宽泥塑的受众人群，这就是新媒体环境下最常用的词——打破圈层。目前小郭泥塑主要的受众范围为泥塑爱好者、沂蒙地区当地人及部分游客。其圈层相对于固化和稳定，那么要传播小郭泥塑的话，打破圈层势在必行。如何打破圈层呢？最好的方法就是利用明星效应，参与节目录制。小郭泥塑可寻找一位三观正、根正苗红的代言人，用代言人自身的流量去拓宽受众人群。同时小郭泥塑也可与其他节目进行合作。比如《奔跑吧，黄河》这一档综艺节目就是通过综艺效果去传播黄河文化，以及《极限挑战宝藏行》以综艺的包装去弘扬传统文化。用流量打开小郭泥塑的市场和圈层，让其被更多人知晓。但同时也要注意合理利用流量，不能让流量摧毁小郭泥塑本身的精神内核。

6. 与高校进行线上选修课程衔接

小郭泥塑的发展与高等教育学校可以进行深入的线上课程合作。首先，可以在学校举办关于小郭泥塑创新性发展的一系列活动，如文创大赛，创意策划大赛，设计大赛等等。以此来培养全体大学生的创意创新能力，提升他们对于传统文化，传统工艺品的认知程度，以便引起他们的重视，同时使得小郭泥塑与新时代相结合，在一系列创意性比赛中注入新媒体环境的元素。其次，可以进行专业性人才的培养，将小郭泥塑的创意性设计，创新性传承着眼于美术学院和传媒学院等专业相关院系，利用他们专业性的知识素养，创意性的设计理念来对小郭泥塑注入新的生命动力。依托课程来设计出更多的富含小郭泥塑文化的文创，服饰，饰品，以及其他一些小物件，利用这些新的设计加上新的表现手段为小郭泥塑本身增添宣传力量。

五、结语

综上所述，在新媒体时代民间手工艺能够更好的传承，需要新途径的介入。全媒体时代打破了传统的于工艺的封闭性，为传统于工艺提供了新的传播和流通渠道。全媒体丰富和发展了沂蒙民间手工艺品的存在形态和市场模式，使沂蒙民间手工艺品的传播空间更加广阔。小郭泥塑的发展不仅要线下手工艺人来努力传承，更需要新媒体环境下数字网络利用打破时间和空间限制的传播来增添新兴生命力。

小郭泥塑在保护中，要注意和当代社会接轨，不要故步自封，积极开创新的产品，与时代相结合，为广大受众带来更多新的产品，也为非物质文化遗产的保护注入新的活力，为小郭泥塑更好的传承与发展作出贡献。品牌化的建立不仅可以为沂蒙民间手工艺品带来更大的经济效益，还可以为沂蒙民间手工艺品的传承和保护探究出新的传播道路。

传统的民间手工艺是中华民族悠久历史的伟大财富，是伴随着民族发展产生的，是一个民族永远的财富。但是，在商业大环境的影响下，如果一味迎合市场需要，可能会使小郭泥塑逐步失去原有的文化内涵，在传承过程中不断发生变异。而且，泥塑是民间艺术品，它不同于一般的商品，并不是每个人都需要它，普通百姓可能不会欣赏，购买泥塑的人主要是一些喜欢这种文化艺术或者爱好收藏的人士，而这部分销售群体又是有限的。所以，小郭泥塑应该将民俗文化保护与经济效益相结合，在保护民间工艺的基础上进行产业化发展，通过产业化更好地加以保护，将小郭泥塑发展成为一个有地域特色的民俗产业，同时使泥塑产业成为当地农民增收的一个重要途径，助力乡村振兴。

全省艺术科学重点课题

鉴定结项证书

课题批准年度 2021 批准号 [REDACTED]

学科分类 艺术设计

课题名称 [REDACTED]

[REDACTED]

课题负责人 [REDACTED]

课题负责人所在单位 [REDACTED]

鉴定组织单位 山东省艺术科学重点课题评审办公室

鉴定日期 2021 年 11 月

鉴定批准日期

山东省文化艺术科学协会 印制

二〇二一年二月

填表说明

1、学科分类：

01-艺术理论（含文艺学）；02-戏曲戏剧；03-音乐；
04-舞蹈；05-影视与新媒体艺术；06-美术；07-艺术设计；
08-文化遗产；09-文化产业；10-区域文化；11-文化管理服务（含图书馆学）；12-文化旅游融合；13-综合研究十三个门类。

2、组织鉴定单位为山东省艺术科学重点课题评审办公室。

3、主持鉴定单位是省文化艺术科学协会委托的各单位科研管理部门。

4、山东省文化艺术科学协会鉴定结项办公室设在：

济南市文化东路 57 号（山东省文化艺术学校内）

邮编：250014。

电话：0531—82387476

数 据 表

鉴定结项成果名称										
主题词		新媒体		手工艺		传播策略		小郭泥塑		
原计划成果形式			研究报告			现成果形式			研究报告	
原计划完成时间		2022年 6月	完成时间		2021年11 月10日	鉴定时间		2021年11 月15日		
成果形态		A. 专著 B. 教材. C. 论文. <input checked="" type="checkbox"/> D. 研究报告. E. 其它.								
成果字数		6700			报送成果套数			2		
课题负责人及主要参加人员简况										
负 责 人	姓 名			性 别	男	民 族	汉	出生日期	1980年4月 11日	
	所在 单位				职 务	教师	专业职务	无		
	研究专长		联系电话 (O) (H) (手机) 13589695422							
	通信地址		临沂市兰山区双岭路临沂大学				邮 政 编 码		276000	
主 要 参 加 人 员	姓 名	单 位				职 称		主要贡献		
						讲师		调研与调研报告撰写		

成果简介

主要内容包括：成果的研究内容；成果的学术价值、实践意义和社会影响，有哪些问题尚需深入研究。（1000——3000字）

一、研究内容

传统手工艺自古以来就是我国民间劳动人民赖以生存的手段之一，是中华民族艺术文化的璀璨瑰宝，“小郭泥塑”作为我国古老的传统手工艺之一，更是现如今我国重要的非物质文化遗产之一，是小郭村居民生活习俗、审美情操和精神寄托的生成物和承载体，有着浓厚的地域特色，因此，我们应该让更多人了解小郭泥塑，加强小郭泥塑的保护意识，并为“小郭泥塑”的传承与传播寻求新的发展方向，这有利于中华民族传统文化的传承和发展，有利于促进文化的多样性。

本课题根植于“小郭泥塑”的传统民间手工艺，挖掘、整理与传播沂蒙传统民间手工艺进行创新研究，在挖掘、整理、传播的基础上不断创新。本课题主要是从新媒体环境下对“小郭泥塑”进行深度挖掘、整理、保护、传播和创新的角度研究，运用数字化新手段保护性传承濒临消失且具有极高艺术价值的“小郭泥塑”，着重研究新媒体环境下对“小郭泥塑”这一传统民间手工艺品牌的传播策略。

二、学术价值

1、有助于沂蒙民间手工艺的传承与发展，对沂蒙民间手工艺“小郭泥塑”的传播具有实际意义。

2、为“小郭泥塑”的传播研究提供了一个新的视角，拓宽了“小郭泥塑”的理论研究范围。

3、有利于拓宽沂蒙民间手工艺的“再传播”空间，在传承沂蒙民间传统手工艺的基础上，创新现代“小郭泥塑”的有效传播，使“小郭泥塑”更加契合人们的生活方式与精神理念。

三、实践意义

1、以“小郭泥塑”为研究个案进行实地考察走访研究，针对“小郭泥塑”进行整理、保护以及传播提供切实可行的理论支持，在当下数字化、全球化的多元文化背景下，探寻“小郭泥塑”在新媒体环境下传播的策略方案。

2、通过数字化与信息化技术等有效传播手段全面提升“小郭泥塑”品牌影响力，保护和弘扬传统民间艺术的精髓，以新兴数字时代的文化与技术传播并推动沂蒙民间手工艺产业的快速发展。

3、加强传统民间艺术与现代设计的有机融合，服务现代艺术设计创新应用，推动沂蒙文化产业的发展及地域经济的发展。

四、社会影响

在课题的调研中，研究取得的主要成果及社会影响有：

1. 在调研过程中形成的有关《新媒体环境沂蒙民间手工艺品牌传播策略研究——以小郭泥塑为例》文字材料、调研报告。

2. 课题负责人依托本课题撰写了《商业插画新思维及创作表现——新媒体时代插画艺术研究》专著一本，书稿现已由江西美术出版社正式出版发行。书

稿中分析了在现代插画设计人才创新性思维人才模式培养方面,在借鉴传统的民间手工艺美学观和美术经验,进行了分析阐述与教学探索,本专著为探索新媒体环境下高校商业插画人才创新性思维开拓了视野,对高校插画人才创新性思维人才培养模式有较高的参考价值。

3、课题负责人依托本课题在教学中进行了教学改革探索实践,教学效果明显,教师的教学观念发生了转变,提高了自己的教学业务水平,丰富了教学科研。学生的学习观念也发生了转变,积极参与学习,创作了大量文创设计作品,并参加山东省教育厅主办的山东省信息大赛获得一等奖。

4、本课题融入课堂教学中,教学设置融入了思政内容。学生的创新创业能力明显提升,实践能力更加符合用人单位的需求。课程考核评价体系改变了原来的单一化,更加科学合理。

5、课题组成员陈英强依托课题发表学术论文一篇,指导学生参加中国大学生广告学院奖,山东省学院杯大奖赛多人次获奖。

五、尚需深入研究问题

首先,以小郭泥塑为例,对新媒体环境下沂蒙民间手工艺品牌传播策略资料梳理比较详尽,但是对其分类整理尚未完全清晰。对新媒体环境下沂蒙民间手工艺品牌传播策略尚需要进一步的调研。

其次,课题组成员对新媒体环境下沂蒙民间手工艺品牌传播策略的探讨比较浅显,在分析新媒体和沂蒙民间手工艺品牌传播策略的关系论证上尚需进一步探讨。沂蒙民间手工艺品牌传播策略的有效实现途径还要继续探索。

最后,本课题在个案研究的基础上,寻求普遍的问题解决途径,这种研究方法是一种比较有效的做法,但是其科学性还有待探究。

课题负责人签名:

2021年11月10日


专家鉴定意见

该研究报告内容吻合课题研究方向，结构合理、层次科学，观点新颖，有一定的学术价值和实践意义，且有着效果良好的社会影响。能以小郭泥塑为例，梳理小郭泥塑为代表的沂蒙民间手工艺的现状及困境，分析新媒体对于传播民间手工艺的优势，进而探讨新媒体环境下沂蒙民间手工艺品牌传播的有效策略，策略吻合时代，切实有效，有一定的社会参考价值。

鉴定组组长签名：

2021年11月8日

鉴定专家名单

序号	鉴定组 职务	姓名	单 位	从事专业	职称	签名
1	组长	刘波	山东艺术学院	艺术设计	教授	
2	组员	由磊明	山东建筑大学	广告学	教授	
3	组员	苗红磊	曲阜师范大学	视觉传达	教授	
4	组员	马铁疆	临沂大学	艺术学	教授	
5	组员	赵凤远	临沂大学	美学	教授	

26

主持鉴定单位意见

同意结题

负责人签字



位 (盖章)

年 月 日

山东省艺术科学重点课题评审办公室鉴定结项意见

负责人签字:

(盖章)

年 月 日