

文化记忆视角下阳江漆器工艺活化设计研究

——以文创产品设计为例

廖隆彪 熊青珍

(广东财经大学, 广东 广州 510320)

摘要:目的, 基于文化记忆理论探索阳江漆器工艺活化设计策略。方法, 通过文献研究、案例分析、理论与实践相结合等方法, 分析文化记忆理论引入阳江漆艺活化设计的必要性, 解析阳江漆艺活化设计中的记忆主体、记忆纽带、记忆场景等要素, 结合作者的阳江漆艺文创产品设计的活化设计案例, 探讨阳江漆艺活化设计策略。结论, 引入文化记忆理论能够为阳江漆艺注入新活力, 传承阳江漆艺文化价值。结合作者的案例, 总结提出(一)再现记忆符号, 引发群体认同;(二)融入故事内容, 重构现有产品;(三)加强场景营造, 触发情感共鸣的活化设计策略对于阳江漆艺的活化设计具有一定参考意义。

关键词: 阳江漆艺; 文化记忆; 活化设计

进入21世纪, 阳江漆艺受到了政府和大众的重视, “阳江漆器髹饰技艺”也被列入“广东省非物质文化遗产”和“国家级非物质文化遗产”, 但只有少数老一辈漆艺家坚持从事漆艺事业, 大部分以漆画为主, 漆器已经慢慢淡出人们的生活。阳江漆器是文化记忆的重要展演空间, 承载着重要的文化记忆, 记忆理论引入阳江漆器研究中, 更有利于记忆的非物质遗产传承, 在遗产保护与改造的过程中融入记忆要素, 保护城市历史文化记忆, 与人的生命、生产、生活、生态有机链接, 对于保护城市历史文化记忆和传承工业精神具有重要的现实意义, 能够激发和唤醒人们内心深处的工业情感与记忆; 文化记忆理论为阳江漆器活化提供新的视角, 将承载文化记忆的符号、场所、精神等理论研究运用到阳江活化设计当中, 引导人们在场景之中构建记忆, 将能够激发大众记忆的符号以及符号包含的文化内涵用符号的形式表现出来, 唤起大众记忆, 给人以亲切感、认同感及归属感, 从而建立阳江漆器自身的价值和感性意义。

一、文化记忆理论与阳江漆艺活化设计

(一) 文化记忆理论解析

在20世纪90年代, 德国学者扬·阿斯曼提出“文化记忆”理论, 他认为, 文化记忆是一种“被固定下来的客观外化物, 以文字、图像、舞蹈等进行的传统的、象征性的编码及展演”, 拥有独特性和持久性, 具有建构集体同一性的功能。文化记忆主要具有群体认同性、现实重构性、组织性、成型化的稳定保存形式等特征及功能。文化记忆包括了时间、功能、权力、媒介和建构五个维度, 文化记忆的时间维度指时间的跨度及指向, 具体可将其分为个体记忆、交往记忆及文化记忆; 从核心维度功能维度理解, 文化记忆最重要的功能就是建构身份认同; 从媒介维度来理解文化记忆, 它并不是抽象的概念, 而是借助媒介载体将其具体化。文化记忆的内容需要借助媒介在场景中进行建构, 在个体之间进行分享, 发挥其保存与传播的作用, 在具体场景中, “记忆的主体是什么”“记忆什么”“记忆产生的环境是什么”针对这些问题, 将工业遗产文化记忆构成要素归纳为“人、事、物”三大类别。

(二) 阳江漆艺设计的研究现状

政策支持: 在国家大力提倡文化自信的背景下, 如何振兴阳江漆器髹饰工艺等优秀文化, 成为促进当地发展不可或缺的一环。为传承好本地特色文化, 阳江市委、市政府对漆器发展给予大力扶持。2011年5月, 阳江漆器髹饰技艺入选国家级非物质文化遗产名录, 2018年5月, 傅以周成为阳江漆器髹饰技艺国家级非遗传承人。阳江还专门成立漆艺院, 现有国家级非遗传承人1人、省级传承人2人、市级传承人5人, 带领一批年轻且掌握阳江漆

艺核心技艺的工匠, 致力于传承发展阳江漆器。漆器在阳江校园也颇受欢迎, 阳江职业技术学院开设了漆艺选修课, 阳江市第一职业技术学校也新开设漆艺设计与制作专业, 吸引新生代学子关注本土传统文化。

研究现状: 活化作为阳江漆艺保护与传承的重要途径, “活化设计”意为用设计的方式使其从无活性状态转变为具有活性状态的过程, 也就是活力复兴(基于文化记忆理论的工业遗产活化设计策略研究, 王彩莲等, 2022)。通过活化设计使场所中某一建筑、物件、空间特征等唤醒记忆, 让用户在场所中获得感知, 并产生情感共振, 形成文化价值的认同, 传承阳江漆艺术非物质文化遗产的价值。越来越多的阳江漆艺匠人意识到阳江漆艺的历史文化价值与艺术价值, 开始致力于保护阳江漆艺的传统制作方式和表现风格, 筹建相关文化展和比赛以进一步推进阳江漆艺的宣传和发展。(阳江漆艺元素旅游纪念品开发与设计研究, 熬道金, 2018)

(三) 文化记忆理论引入阳江漆艺活化设计的必要性

实际应用价值: 一是为阳江漆器活化设计提供新的视角。文化记忆理论为阳江漆器活化提供新的视角, 将承载文化记忆的符号、场所、精神等理论研究运用到阳江活化设计当中, 引导人们在场景之中构建记忆, 将能够激发大众记忆的符号以及符号包含的文化内涵用符号的形式表现出来, 唤起大众记忆, 给人以亲切感、认同感及归属感, 从而建立阳江漆器自身的价值和感性意义, 为其他地域设计发展提供参考; 二是该研究通过文化记忆理论的视角, 重新梳理阳江漆艺发展过程的各个要素, 提取能够承载文化记忆的符号, 场所, 精神等设计元素, 重新运用到现代设计之中。这一设计模式能够为其他地域的设计发展提供新的视野与模式。

现实指导意义: 一是有利于阳江器艺的传承与发展。在300多年的发展历程中, 阳江漆器的品类、材质、工艺、风格随着时代发展而不断演变。阳江漆艺兴衰的背后, 是社会生产方式和生活方式的转变, 传统手工艺在机械化、工业化的冲击下逐渐衰退, 在国家非常重视“非物质文化遗产”保护的当下, 阳江漆艺要摆脱目前的困境, 除了政府的扶持和保护, 行业自身必须重新进行产品定位, 将传统元素与现代审美相结合, 同时转变保守的传承纸方式, 才能在现代社会立足, 再现昔日辉煌。二是积极响应建立文化自信的政策。漆器在中国传统文化中有着悠久的历史, 不仅保持着特有的民族魅力, 在一定程度上还影响着世界, 与景泰蓝、瓷器并称为中国工艺品“三宝”。我国漆器生产地区分布较广, 阳江的漆器在国内占有不可或缺的地位, 通过分析漆器的发展脉络, 探讨阳江漆器传与发展现状以及树立文化自信的方法, 深入

探究真正的中国文化传统内涵,提出学习、践行经典文化的策略,探索提升文化素养、增强文化自豪感、建立文化自信的方法。

二、阳江漆艺活化设计中文化记忆要素解析

(一) 阳江漆艺活化设计的记忆主体要素

阳江漆艺活化设计中的记忆主体要素即记忆的主体问题。记忆主体是人,阳江漆器设计中的创造者、实践者和参与者都是人,人是阳江漆器文化记忆构成的核心。在阳江漆器设计中,记忆主体主要包括设计师、工作人员(熟知相关工作路线及内容)、代表先进人物、具有文化记忆特征的群体、参与用户群体等,通过实物再现、情景模拟等方式,将人物所承载的工匠精神、艰苦奋斗精神展现出来,唤起大众的文化记忆。

(二) 阳江漆艺活化设计的记忆纽带要素

即记忆内容选择及事件。事件是记忆的纽带,它把很多零散的记忆要素集合在一起,这些事件的记忆是阳江漆器进行活化设计的基础及来源,可以是影响这个阳江漆器发展变革的事件,也可以是建筑实体(建筑、设备、产品、构筑物、结构)、历史事件、工艺流程、科研成果、企业文化等,活化设计中对这些具有代表性的事件进行总结和提炼,通过文字、图片、影像、记忆符号等多形式的展示,展现本地城市工业发展的历程及其成就,唤起用户情感记忆。

(三) 阳江漆艺活化设计的记忆场所要素

阳江漆器活化设计中记忆场所要素即记忆产生的环境。记忆需要有形的物质实体和无形的场所氛围对人的记忆进行建构,从而产生情感,“触景生情”便是人见到景象所产生的直观感受与体验,对阳江漆器而言,记忆场所既包含建筑(厂房、库房)、场地等硬环境,也包括影像图片、标语口号、企业文化、环境氛围、情感体验等软环境,还包括与生产相关的展品装置、建筑、休闲娱乐等景观。随着科技的发展,场所的设计不仅仅局限于过去的实体物件展现,还包括静态呈现、动态互动、情景模拟等展现方式。

表 1: 记忆要素分类表

文化记忆要素	主题	子集
记忆主体	非遗传承人	傅以周:“做漆艺必须要把你所有的精力情感都投入进去” 陈其积:“择漆一生,步履不歇”,曾爱琼、范俊
	名人	田汉:“静女心如发 名师手有神 阳江朱漆好 留得岭南春”
记忆纽带	漆器工具	刨(刨平牛皮)、胶刷、小扫(上底漆、面漆)、发刷、牛角刀、钢刀、竹筛、砂纸、方木条、画笔、切料机、圈线机
	漆器产品	万寿金花漆盒、百鸟朝凤瓶、皮胎漆枕、木胎台灯,陶胎漆瓶、纸胎糖盒、漆皮箱
	髹漆工艺	彩绘、罩金、螺钿、镶嵌、描金、堆漆、拍花、印花
记忆场所	工厂	老义、广泰隆、广益成、利源隆、广隆

四、基于文化记忆理论的阳江漆艺活化设计策略

阳江漆艺活化设计不仅是阳江漆艺价值的保存与传承,更是对大众有着展览、陈列、教育的作用。阳江漆艺活化设计需要通过增添新的元素,有效利用艺术手段和现代科学技术,根据阳江漆艺本身特性进行内容与形式的构思,去源源不断地向大众传递它的文化记忆价值同时建构大众自身的文化记忆,增加社会大众的情感体验,满足大众的精神需求,同时结合作者的设计案例,

探讨出以下阳江漆器活化设计策略。

(一) 再现记忆符号,引发群体认同

符号本身就是一种载体,从远古的图腾到如今的对话,文字,表情包,这些日渐远去的或者即将来临的网络热门语言,或者是艺术精品,都将承载一定的记忆,然后成为我们文化记忆的一部分。一款围绕传统文化,探索具有“宋潮美学”特点的香薰加湿器设计。本设计取源于《千里江山图》,提取图中烟波浩渺的江河、层峦起伏的群山,使用时烟雾从山峦中冉冉升起,就像清晨弥漫山间的薄雾,湿润清新。是一款集功能性、美观性、文化性为一体的美学器物,给予用户如宋画一般美妙的产品体验。

(二) 融入故事内容,重构现有产品

要将产品的主要信息融入到文章之中,融入到故事情节里面,要将生僻枯燥的功能性介绍变成有趣的,有用的,有利可图的内容。所以,内容要喜闻乐见、通俗易懂,容易记忆的特点。馋是一个牙签罐,与食物密不可分,因此取名“馋”。馋与禅谐音,我们希望它既是一个有趣富有禅意的摆件,也是解决人们日常问题的工具。头上的戒疤则是牙签的出口,只需转动斗笠就能倒出。

(三) 加强场景营造,触发情感共鸣

用具体的场景与画面,激发消费者的情感,让其对阳江漆艺产生共鸣,引导消费者欲望的形成。场景设计的目标之一便是“启发、引导欲望”,促成“变现”的最终目标的达成。在场景设计的过程中,关键在于消费者,你需要找出自己产品与消费者之间的联系,随后创建情感联络点,掌控消费者的情绪变化,在尊重消费者个性的同时,展现出产品的优势。BKID 为冬奥会设计了纪念蜡烛,这个蜡烛形状看起来像滑雪的赛道,燃烧的蜡烛也有冰雪融化的感觉。



图 1: 香薰加湿器、“馋”牙签罐、冬奥会纪念蜡烛

四、结语

随着现代工业化进程的发展,阳江漆艺的保护与再利用,需要新的活化形式来适应社会的更新发展,结阳江漆艺自身特性,注入新的活力,满足当地的经济需求,有利用文化建设与城市环境建设协调发展,对于增添城市个性与魅力,提升文化软实力,推动城市的发展有着重要的意义。

参考文献:

- [1] 崔瑾.“文化记忆”理论视角下非物质文化遗产的开发利用[J]. 名作欣赏, 2021, No.706(02): 98-99.
- [2] 阚侃. 扬·阿斯曼的文化记忆理论研究[D]. 黑龙江大学, 2022.
- [3] 王采莲, 陈蕊. 基于文化记忆理论的工业遗产活化设计策略研究[J]. 设计, 2022, 35(15): 89-91.
- [4] 岳祥. 工业遗产再利用方向与可行性分析[J]. 设计, 2021, 34(01): 57-59.
- [5] 邓果果, 李维贤. 阳江漆器现状与发展策略[J]. 河南教育学院学报(哲学社会科学版), 2014, 33(04): 27-29.
- [6] 区廷柱. 浅析阳江漆艺当今发展状况[J]. 美与时代(上), 2018, No.768(10): 71-73.
- [7] 李小军, 伍美坚. 阳江漆艺的传承及技艺研究[J]. 美术大观, 2016, No.342(06): 78-79.