

黄河滩区草柳编在红色文创产品设计中的应用

李金领

(山东工业职业学院)

摘要: 红色文创是当今文创产品领域的一种独特形式,具有鲜明的时代特征、价值功能与政治诉求。红色文创产品“突出”红色特性,既是红色文化传承,又涉及产品设计应用。文章在厘清红色文化与产品设计之间的关系下,指出目前红色文创存在文化符号的套用、产品创新乏力、不能满足消费需求等问题。通过逻辑分析,拟进行草柳编文创产品应用设计,将“非遗”技艺和红色文化创新融合,达到保护和传承之目的。

关键词: 草柳编, 红色文创, 日用

一、“非遗”“技艺、红色文化、红色文创的关系

提到红色文化,普遍认为与中国革命、建设、改革相关的文化都可以称为红色文化。它不仅是中华优秀传统文化的一部分,也是近现代中华文化的精髓。本文选取吴才唤、周兰羽所作“乡村红色文化大众化:理论逻辑、实践机制与实现路径”中对红色文化的各种概念辨析及梳理出的观点,认同红色文化“是指以中国化马克思主义为指导的文化,包括中国共产党领导人民在革命、建设、改革中创造的革命文化和社会主义先进文化,是革命文化、社会主义先进文化和中华优秀传统文化的结合和统一。”[1]依据这样的概念,红色文化指向红色文创时就有了概念延展、内容界定及设计要求。众多的设计研究也表明,“非遗”技艺发展文创产品已然呈现出视觉化设计较为统一的特征,能够为产品设计提供价值取源和设计启发。

二、黄河滩区草柳编的历史和近现代发展

(一)黄河滩区旅游业发展兴盛

自明代孟津县令宋缙在孟津县稿中说:“津邑濒河之处,难与川田同赋……但水之冲淤不常,必地之町畦,易混其疆界。”滩涂沟渠生长大量蒲草、茅草,盛产蒲苇、荷叶和柳条,这里的民间手工艺品多采用自然植物为原材料手工编制;以草、柳、竹、藤、丝、麻、布等为材质,经编、扎、缝、剪、漂、染、煮、熏及防腐等工艺处理而编织成工艺品,巧妙地将实用性 with 艺术性结为一体,融天然与华丽、实用与工艺于一身。

2021年,习近平总书记专程考察黄河入海口流域时发表重要讲话,为深入推动黄河流域生态保护和高质量发展,为入海口的经济、旅游、生态、文化等分析问题、指明方向。黄河沿线也是革命文化兴盛之地,战争年代,黄河滩区的百姓和战士都依赖土地而生存。草柳编产品在革命战争时期是军民生产生活的重要物资,发展至今日,草柳编产品及技艺是重要的非物质文化遗产,在当代也是产业扶贫的重要支撑。黄河下游沿线是山东旅游业发展重点之一,沿线的黄河文化、齐鲁文化、陶瓷文化脉系清晰而源远流长。旅游业的日益兴盛,带动旅游产品、旅游工艺品,特别是黄河滩区遍布草柳编,也面临新的产业发展思路。

(二)滩区草柳编产品发展形势良好

黄河滩区沿线草柳编产业发展具有深厚的群众基础,且很多的地方具有非常典型的红色文化背景。以东营、滨州、临沂为例,在草柳编人才方面,为拓展乡村人才发展空间,培育高素质职业农民,让更多农村具有精湛技艺技能的“能工巧匠”脱颖而出,东营市率先开展农民技师认定工作,目前认定9人,从技术和人才上保持对草柳编的传承。截止2021年,临沂市有超过300户草柳编企业,出口外销日趋增加,是名副其实的支柱产业,在新时代乡村振兴和精准扶贫道路上发挥了产业扶贫的重要作用。在产品品类上,日常的生活物资仍然是主流的消费产品。如饭篮、菜篮、箱包、针线筐、帽子、鞋包、渔具、筐篓等。

由于材料特性和手工工艺特性,草柳编产品天然与人们的生活亲近。传统的花瓶、屏风、画框、书籍与红色文创结合,为草柳编产业注入了新的生命力。例如草柳编材料的特征是装点家居的天然

绿色材料,且经久耐用,对于室内设计整体的风格调整和软装饰都起着非常好的作用。

随着“红色文旅”概念的提出,各地旅游工艺品搭载文化和旅游的双车道,不断涌现出各类“红色文创”产品,甚至有些产品一度成为文创网红,备受年轻人追捧和使用。黄河沿线企业在传统工艺的基础上,结合现代设计、审美标准和红色文化,设计出很多具有时代特征的草柳编产品,成为世界各个国家定制经销的佳品。在文旅产品方面,沿线企业也注重与很多时尚公司联合开发,增加红色文创产品设计要素,黄河滩的战争历史成为新的IP开发项目,革命之路的探险之旅地图生动紧张、与革命英雄相关的家居工艺品、陶瓷与编织组合的工艺摆件不断出现、“红色之旅”桌游等文化创意类棋盘游戏得到开发,这些都是文化、旅游、产品联动发展的结果,满足了消费者的不同需求。

(三)草柳编文创产品存在的问题

草柳编是黄河流域流传多年的生态产品,传统的家庭作坊式的产品,其本身的商品附加值低,以及密集型产业已经不能适应现代市场快速发展的需求。存在的问题就是,劳动力不足,设计人才薄弱,现代意识浅显以及产业发展规模的限制,出现了很多难以突破的问题,也反映在其文创设计创新的匮乏。

1、红色文创产品存在文化符号的套用

目前,在国内文旅产品市场,很多柳编工艺品借助本区域的红色文化资源,简单呈现了红色革命文化故事、人物形象、重大历史事件、标志性场景,摘要其物质文化部分用于与战争年代相关的军用产品上,特别是草编鞋帽、筐篓席毡,有些还套用了革命标语,印制在与草编相组合的日用产品上;可以说红色文化的形式是达到了,但柳编产品与红色文化的精髓发展还存在深入的结合,对红色历史文化的整体把握还停留在历史复刻上,缺少从红色历史中提炼和创新。

2、产品创新乏力

目前的文创产品设计,很大程度上是以政府、行业协会组织创意设计赛会为主,很多设计拿了奖、发表了作品,基本就面临被搁置的境地,与企业的对接不充分,产品市场转化还缺乏一个重要的媒介,其产品与实用性缺乏国际市场的检验和推广。当然,有部分草柳编企业做的还是不错的,在推向国际市场上也有了些许名气,但是与真正的大品牌市场还有很大差距。其中,设计者与生产者的脱节是阻碍草柳编发展的重要因素,它耗能低产能也低、成本低回报也低、编织人员集中于中老年群体、留守群体,虽然一定程度上缓和了村镇人口就业问题,提升了农民收入,但是毕竟从业人员大多只能依据来样加工、定做,青年群体并不愿意从事耗时长而低收入的消费品生产他们也很难做到自主创新。企业自主创新虽然面对的是消费市场,但更关注设计标准和批量化生产,以增加低成本模式下的销售。设计主体对红色文化的宣扬急于一时,创新短暂而缺乏红色文化内涵和市场变现效力,没有设计出红色文化历史的情感和激情,甚至把作品置于所谓高端产品,缺乏地气,脱离了党群联系的要义。

3、产品不能满足消费需求

产品创新乏力直接导致不能满足消费市场。草柳编产品在村镇日用性强,但是在城市中基本看到的都是家具类、收纳类产品,应用场景较窄,红色文创的草柳编产品应用性更少。在设计时,需要考虑融入红色文创产品与当代家庭生活的对接,拓展生活领域和家居摆设的使用,并以时尚消费文化助力,与低碳、环保、绿色、生态、节约等家庭生活理念相结合,这也是草柳编本身的材料和工艺特性。红色文创可以拓展到居家生活(工艺摆件)、汽车文化(工艺坐垫)、手机文化(手机包袋)、益智娱乐文化(智慧编织)、时尚消费文化(女性消费品)等领域,开拓巨大的应用市场。

三、黄河滩区草柳编在红色文创产品中的应用设计

(一)黄河滩区红色文化与草柳编产品结合的条件和可能

黄河滩区有丰富的革命文化和广泛的群众基础。革命战争年代,以渤海区为作战中心,诞生了很多强大的部队和英雄,鲁北大地上强烈闪烁着红星的光芒。这些红色文化基因中老渤海精神和、红色垦利文化、传奇铁军精神赓续传承,激励一代代滩区人奋进追求。

基于此,红色文创延展的范围特别广,但是可以从几个层面进行设计。例如从红色历史中寻找产品进行复刻,满足当代人功能效用;用艺术设计结合草柳编进行产品创新,应用于室内家居装饰;用时尚的草柳编满足当代人消费意愿。

(二)设计分析

红色文化创意产品大概的特征是:以红色文化为基础,利用创意和现代科技手法来能够满足消费者市场需求的商品。实际上,“概括提炼红色文化精神的过程就是内化为当地群众建设中国特色社会主义前进动力的过程。”[2]通过分析,本文拟就草柳编进行产品设计。

1、“红色+历史”的产品传承方法

设计思路是进行历史产品的改良,增强爱国情感和历史情感。例如草编帽子、衣服、鞋子、行军壶、鱼篓,还有家具、农具等,透过产品能够想象当时的军民生活和抗战生活,并用实物进行体验,使红色文化所蕴含的理想信念、精神风貌、价值规范等为社会成员所广泛认同和认可,潜移默化地影响人们的生活方式。[3]作为红色文创,并不容易引起年轻人的喜欢,他们较为喜欢的是新奇的、代表他们气质和内涵的产品,并且求新求异,这就需要设计产品既要时尚,又要实用。本设计中采用灯塔设计,渤海湾海中灯塔指明方向,寓意黄河沿线滩区百姓一心向党跟党走,弱化了红色文化符号的直接复制,而是以寓意的形式进行设计,灯塔高照,目之所及星辰大海,增加了情感体验。



图1,草编灯塔[4]

2、“红色+艺术”的产品创新方法

设计思路是草柳编产品与家居文化相结合。重点拟在室内设计中拓展草柳编产品的使用,例如草柳编灯具、家具等。草木产品生态性强,自然属性突出,天然地具有温情和缓情绪的作用,在室内设计中和景观当中,都可以使用。在设计思考中,作者选取灯具设计,结合家居生活中的“吉祥文化”以中式室内设计风格“宜乐生活”为主题,进行“连年有鱼”草柳挂灯装饰设计。设计采用鱼

造型首尾相连,用柳条编织为一个圆形的灯罩,半掩饰的灯光,加之之灯具造型的日月星辰,表现小空间、大宇宙的概念,同事鱼随着灯光的照射,透隐在灯罩里,增强浪漫的氛围,体现自由自在的景象。如图:



图2,柳编“连年有鱼”灯饰外罩[5]

3)“红色+时尚”的产品拓展方法

时尚产品的设计不可或缺,红色文创想要获得突破,也要从年轻人喜欢的时尚产品上下功夫,对日用品进行处理,增加女性的使用度,增强日常生活的功能性发挥等。图中,设计者以建党百年红色“初心”为设计构想,设计一款简单的“初心包”。包体用柳条编织,外观采用简单时尚的水桶包型设计,设计风格简约时尚,符合年轻人的审美情趣,实用小巧,可挎可提,配以珠链,增加时尚感。红星装饰上“初心”二字,悬挂为包链,体现年轻人不忘初心,奋进向前的热情。



图3,柳编“初心包”[6]

结语:

文创产品具有相类似的视觉化特征,目前基本的设计思路是传统的产品加入符合现代审美特征的形式元素,更加地导向社会日用。草柳编红色文创产品也有自己的设计语汇,即保留红色文化的符号,加入当代的审美及价值观的理解,如此才产生较好的红色文化传承价值。

注释:

[1]吴才唤、周兰羽,乡村红色文化大众化:理论逻辑、实践机制与实现路径,图书馆杂志,2021年第12期,总第368期,22-27。

[2]同[1]。

[3]徐功献,张泽云,红色文化社会化论,浙江理工大学学报(社会科学版),2021,46(03),305-310

[4]图1,草编灯塔,作者设计

[5]图2,草柳编“连年有鱼”灯饰外罩,作者设计

[6]图3,“初心包”,作者设计

作者简介:李金领,1983-,女,山东寿光人,硕士学位,山东工业职业学院,助教,研究方向:地方传统手工艺及创新设计。

项目来源:山东省文化和旅游厅2021年度研究课题《黄河滩区草柳编传承红色文化产品设计研究》(编号:21WL(H)33)