

文化视野下天津非物质文化遗产创新保护

张婕, 钟蕾

(天津理工大学, 天津 300191)

摘要: **目的** 研究在天津文化视野下的相关非物质文化遗产与产品设计创新保护的应用途径。**方法** 分析天津600年历史文化,通过对文化以及衍生的地方非物质文化遗产的具体分析,与具体产品设计结合贯彻创新保护思维,研究本地区特有的文化产品设计形式与地域文化保护途径。**结论** 通过对地域性非物质文化的分析,衍生出了新的产品创新设计资源,丰满了产品设计创新背景,延展了产品的概念性,强化了设计的地域标签,保护了地域特色文化的传承。

关键词: 文化视野; 非物质文化遗产; 产品设计

中图分类号:TB472 文献标识码:A 文章编号:1001-3563(2014)14-0110-04

Cultural Perspective of Intangible Cultural Heritage Protection of Tianjin Innovation

ZHANG Jie, ZHONG Lei

(Tianjin University of Technology, Tianjin 300191, China)

ABSTRACT: Objective To study the application way of protecting innovation in Tianjin culture from the perspective of the intangible cultural heritage and the product design. **Methods** Study of Tianjin six hundred years of historical and cultural analysis method, through the concrete analysis of local culture and the derivative of the intangible cultural heritage and the specific product design combined with carrying out innovation protection thinking, study of cultural product design form and regional culture protection way endemic to this area. **Conclusion** Through the analysis of the regional intangible culture, derived from the product innovation design new resources, full background product design innovation, the concept of extended product, strengthening the design region label, there gional characteristics and cultural heritage protection.

KEY WORDS: culture; intangible cultural heritage; product design

产品设计的创新发展之路与传统文化的保护之路经由非物质文化遗产这一媒介相连,将古老文化变成新时代下的产品设计创新素材。

1 产品设计创新的背景:天津的文化

海河边的明珠,600年的文化发展与传承,形成了

天津独特于中国甚至于世界的文化之光。天子经过故而得名,依海而生故而信仰妈祖,天津的历史几乎全部演变于此。遥想万年以前,远古的新石器时期,天津就有原始人生存于此。天津地理位置独特,贯通内外、恒通南北、九河入海、三教九流聚集,如小家碧玉般形成了独特的“眼文化”。沿海经济发展迅速,一度与上海比肩,但因地处北方,且离北京较近,受封建

收稿日期:2014-02-09

基金项目:国家社会科学基金艺术学项目(12BG062)

作者简介:张婕(1990—),女,天津人,天津理工大学硕士生,主攻天津民间工艺美术非物质文化遗产。

通讯作者:钟蕾(1966—),女,上海人,硕士,天津理工大学教授,主要研究方向为艺术设计。

思想影响深刻:小富即安、极重家庭伦理、以家庭为单位追求家族性的壮大与圆满。遥想当年,鼓楼上的钟声影响着百姓的生活起居,巍峨的鼓楼就是天津地标。中国沿海城市的信仰基本相同,都是信奉妈祖文化,天津也不例外,拥有北方最大的妈祖信仰庙宇,且一直香火鼎盛。天津妈祖庙天后宫历经磨难,近代中国落后挨打,战火毁掉了天津的天后宫。虽然有天津信众等民间力量于19世纪初再现了天津天后宫宫殿,随着时间流逝,天后宫还是消失在众人的视野中。改革开放后,地方重视对天津信仰文化的再现,重现天后宫的风貌——天妃宫遗址博物馆。现在的天津,大力发展文化经济,重点开发非物质文化遗产,因此,应立足天津本土文化,发展非物质文化遗产,开发产品设计创新新思路^[1-4]。

2 产品设计创新的资源:天津的非物质文化遗产

2.1 天津非物质文化遗产丰富而精彩

天津共有96项非物质文化遗产,国家级22项,市级74项,其中传统美术6项,手工技艺24项。这其中不得不说的是民间工艺美术类的非物质文化遗产,天津共有16项,其中国家级4项,市级12项,因其贴近普通老百姓的生活而称为大众的艺术。它是活着的民间和民俗艺术,有着经济效应与文化效应的双重意义。天津的民间工艺美术类非物质文化遗产可谓源远流长,是天津文化的“百年基业”,代表天津的最本土文化特色,雅俗共赏,俗雅共生,作为一种以人为本的纯手工艺美术,它的兴盛与衰败有其内在的必然体系,不过如果站在历史与文化的角度,却不能任其走向末路,需要大众去了解与保护^[5]。

2.2 具体案例分析

1) 杨柳青年画。杨柳青木版年画是在元末明初时被一个擅长雕刻板式技艺的民间手艺人因为躲避灾难而将此手工艺带到杨柳青,以后每逢节庆、节日,民众们将杨柳青木板年画贴在门窗之上,主要题材有门神、灶王等。杨柳青人广为学习、发扬光大、自成一派,“南桃北柳”各有千秋,杨柳青年画这一以古镇命名的天津民间工艺美术非物质文化遗产,在中国年画界可以说是首屈一指,荣誉加身;杨柳青年画技

艺特色突出,有刻有画有印的多项艺术工艺结合,是它最主要的技术特点,木版雕刻主体画面的线条纹路,以墨为印,几次单色画版形成后,最后画笔绘画,版、木、手绘,可以说是将民间工艺与民间美术有机结合起来。年画题材中久负盛名的为抱鱼娃娃,以红楼梦等古代文学为题材的年画同样艺术意义非凡,极具收藏价值。

2) 泥人张。泥人张之艺术传承演变可谓是由雅到俗的过程。泥人张的历史可以追溯到清朝的道光年间,开创者为张明山老先生,泥人张的艺术形成以中国传统艺术为奠基,构建独特的特点,艺术品题材广泛,人物造型生动,塑形与绘形完美对接,成品活态性十足,这是泥人张的主要艺术特色,使得泥人张的艺术性广为大众认同。泥人张的传承历经沧桑,因时而雅被认为是中国泥塑艺术史上的一大高峰。泥人张创造性地将传统捏泥技艺发展成为可登大雅之堂的塑艺,将百姓生活中的普通装饰发展成为可入殿堂的顶级文化艺术,细节处理细致,人物相关配件齐全,生动具体,为人喜闻乐见。泥人张艺术风采独具,可与元代的泥塑大师鼻祖刘元相交,不仅在国内久负盛名,国外的艺术界也赞不绝口,艺术影响力令人震惊。津门著名非物质文化遗产研究人冯骥才的小说《俗世奇人泥人张》中将泥人张在那个历史时期的发展与形成的过程通过一种最贴近大众的文字体现了出来,也从一个侧面了解了天津这片土地的风土人情。泥人张的传承与艺术发展也是天津百年的一个缩影。

3 文化视野下结合非物质文化遗产的产品设计创新途径

3.1 天津传统工艺的再现与创新

历史的发展使产品的设计生产由旧有的家庭作坊式的工匠手工生产变为大机器流水线生产,量化生产在一定层面上改变了社会生活,快餐式的产品生产带来的便捷与便宜使传统工艺被抛弃,非物质文化遗产的相关传统工艺因依赖于传承人的传承发展被社会抛弃,传承艰难,传统方式在工业经济时代受到了极大的冲击。但随着经济不断发展,技术被滥用,产品设计千人一面,缺乏人文关怀,使设计师与使用者同时开始怀念传统手工艺和传统文化。低技术这一

新兴词汇的提出,使传统非物质文化遗产的手工艺传承受到极大重视。设计者急于再现传统工艺,开始追求“慢工出细活”。随着科技的革新与文化思路的不断扩张,再现传统工艺,使之与现代产品生产的结合成为可能,既不墨守成规地全部继承也不因噎废食地全部否定。以天津的杨柳青年画为例,见图1^[6],传统年画由木板的刻制到上色完成全部手工完成,耗时耗力并且不易传承发展。结合现代机器生产的便捷,将刻板交由机器完成,上色保留手工工艺,减少成本,减少废板形成,只制作少量的全手工名家作品,提高传统手工艺的价值。区别于机器生产,手工制作突出人的价值,提高传承人的地位,而木板上色的全套手工艺传承改变形式以趣味参与的互动模式传承保护。在天津文化中心等天津大型休闲购物平台,展开相关讲座,将传统制作过程全程展示在民众面前,并且邀请民众参与互动,亲手制作杨柳青年画,打破传承瓶颈,人人参与的同时也为杨柳青年画做了最好的宣传。杨柳青年画创新标志见图2^[7]。



图1 杨柳青年画衍生品

Fig.1 Yangliuqing derivatives



图2 杨柳青年画创新标志

Fig.2 Yangliuqing new logo

3.2 与地方文化产业的结合

天津的非物质文化遗产有其独特的地域特色,天

津的地方文化产业发展也一直受到重视,但天津一直未开发出代表自身地域特色的文化产业。文化产业中研发相关民俗产品设计的极多,但产品设计创新的具体表现形式一直是天津文化产业的软肋。非物质文化遗产,特别是其中的民间工艺美术类传承注重产品生产的设计实践,传承的重点是与年轻人的沟通,而文化产业产品的主要受众人群是青少年。开发周边产品,丰富地方经济增长点,将古与新重新融合,给文化产业从业者新的出路。以天津的杨柳青年画为例,这一非物质文化遗产起源于天津杨柳青古镇,代表除夕年的传统文化,是古人对美好生活愿景的体现。传承人创新开发产品内在在产业文化,将杨柳青年画的图案表现形式与现代文化产业结合,挖掘杨柳青年画的产品设计创新方法,与具体旅游纪念品结合,与其他传统非物质文化遗产强强联合:与天津皮影、风筝魏、泥人张等手工艺类民俗文化的结合、与庙会旅游的结合,杨柳青古镇依托年画形成古镇文化产业的整合发展。文化产业的核心竞争力是购买者在文化价值观上与产品产生共鸣,通过杨柳青年画喜庆欢快的图案表现形式展现出天津人热情好客、乐天知命、古道热肠的天津市井文化,提高天津非物质文化遗产的文化地位,将杨柳青年画的功能性意义转化成精神性意义^[8]。

3.3 与具体设计企业的结合

中国内地设计公司中的翘楚,洛可可设计公司的设计以创新、民族、个性、美观等为产品设计关键词,见图3。公司创业初期的产品设计定位超越一般内地设计公司,并不跟风抄袭而是突出民族内在特性,相信民族的就是世界的。借鉴中国古老的文化信仰设计出的“上上签”获得德国红点大奖,热销国内外。总结中国的古老元素,借鉴产品创新设计,进而形成中国的自主品牌,是中国产品设计从业者的捷径。Alessi公司设计的“清先生”见图4^[9]。从地方来说,天津的产品设计企业如果希望从一众平庸的设计公司中脱颖而出,领先中国进而闪耀世界,必须依托天津最本土的非物质文化遗产,将古老的文化遗产转变成新潮流行的时尚元素,这就是设计者的创新力量,设计的魔法。以天津的杨柳青年画制作技艺为例,从历史生活习惯变迁的角度,年画的产品设计意义与现代生活脱节严重,可以提取杨柳青年画的设计内在灵魂,创新于现代产品设计中,赋予产品时代感、地域性、观赏性与收藏性。提取



图3 洛可可公司上上签

Fig.3 Rococo company sign



图4 Alessi公司设计“清先生”

Fig.4 Alessi design "Mr.Qing"

杨柳青年画的抱鱼娃娃图案制作餐具、灯具、文具等,将平面的年画立体体现,新颖的同时形成天津独特的产品名片,提高杨柳青年画的知名度,扩大天津产品设计创新的题材库,使经济效益与文化保护结合发展。以天津的泥人张彩塑为例,提取产品元素,借其形与产品设计结合,做成泥人张外形的天津特色调味瓶、特色水杯等产品,个性十足^[10]。

4 结语

产品设计的创新离不开对创新素材的积累,创新的求异性与地域非物质文化遗产的独特性不谋而合,因此天津的产品设计者有必要学会在文化的视野下观察与了解天津的非物质文化遗产进而将其运用到产品设计中去,求新求变,形成天津的产品设计特色,进而形成品牌。

参考文献:

[1] 钱丹青.民俗文化资源开发与文化创意产业发展研究[J].经济视角,2012(5):33—35.
QIAN Dan-qing.Research of Folk Culture Resources Development and the Cultural Creative Industries Development[J].Economic Vision,2012(5):33—35.

[2] 蒋雯.产品创新设计理论与方法综述[J].包装工程,2010,31(2):133—135.
JIANG Wen.Survey on Innovation Design Theories and Methods of Products[J].Packaging Engineering,2010,31(2):133—135.

[3] 季铁,杨媛媛,赵江洪.地域性非物质文化与本土设计体系[J].湖南大学学报(社会科学版),2009(1):77—79.
JI Tie,YANG Yuan-yuan,ZHAO Jiang-hong.Regional Intangible Culture and Local Design System[J].Journal of Hunan University(Social Science Edition),2009(1):77—79.

[4] 公瑞,张焱.传统文化在产品中的应用[J].艺术与设计(理论),2009(10):111—114.
GONG Rui,ZHANG Tao.The Traditional Culture in Product Design Application[J].Art and Design(Theory),2009(10):111—114.

[5] 曲艳萍,张阿维,吴金枝.中国传统文化元素融入工业产品设计研究[J].艺术与设计(理论),2009(10):123—125.
QU Yan-ping,ZHANG A-wei,WU Jin-zhi.Chinese Traditional Cultural Elements into the Design of Industrial Products[J].Art and Design(Theory),2009(10):123—125.

[6] 孙囡.从符号学角度解析“中国非物质文化遗产”标志——中国传统图形在现代标志设计中的运用[J].安徽文学(下半月),2011(7):48—50.
SUN Nan.From the Perspective of Semiotics Analysis "China Intangible Cultural Heritage" Logo: Using China Traditional Patterns in the Modern Logo Design[J].Anhui Literature(Second Half),2011(7):48—50.

[7] 李光,黎黎.非物质文化遗产与现代环境艺术设计[J].艺术评论,2011(11):99—102.
LI Guang,LI Li.The Intangible Cultural Heritage and Modern Environmental Art Design[J].Art Review,2011(11):99—102.

[8] 高秦艳.论文化创意产品包装中的创意元素[J].包装工程,2012,33(12):104—106.
GAO Qin-yan.On the Creative Elements of Cultural and Creative Product Packaging[J].Packaging Engineering,2012,33(12):104—106.

[9] 王汉友.工业设计产业区域竞争优势比较研究[J].包装工程,2012,33(12):86—89.
WANG Han-you.A Comparative Study on the Industrial Design Industry Regional Competitive Advantage[J].Packaging Engineering,2012,33(12):86—89.

[10] 肖玮.文化旅游产业视野下的非物质文化遗产商品设计[J].南昌教育学院学报,2012(6):57—59.
XIAO Wei.Cultural Tourism Industry from the Perspective of the Intangible Cultural Heritage Items Design[J].Journal of Nanchang Education College,2012(6):57—59.