

文化创意产业视角下的传统手工艺设计研究

王亦敏, 姜虹伶

(天津理工大学, 天津 300384)

摘要: **目的** 探讨文化创意产业下传统手工艺的创意设计转化的途径。**方法** 传统手工艺因工业生产的兴起所面临的发展瓶颈,从文化创意产业下的前端设计中开发新径,提供可行的设计思维模式,以文化作为创意资源,创意为其加值,其中与科技的结合、贴近民众生活与使用产品的感性互动,诠释创意设计。**结论** 为传统手工艺在文化创意产业下找到新的成长线索,为后续相关研究人员提供参考与运用。藉由创意产品设计为传统手工艺再现风华,形成日常生活的设计文化。

关键词: 传统手工艺; 文化创意产业; 非物质文化遗产

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)18-0011-04

Traditional Handicraft Designing from the View of Cultural Creative Industry

WANG Yi-min, JIANG Hong-ling

(Tianjin University of Technology, Tianjin 300384, China)

ABSTRACT: It aims to discuss the ways and methods of creative design of traditional handicrafts' transformation in cultural creative industries. Because of the rising of industrial production, the traditional handicraft industry has met the development bottleneck. But we find the new way from the creative industries. It can provide mode of design thinking, with the cultural innovative resources, which can add its value, and it can be combined with science, which is close to the common life of ordinary people. New development clues are found for traditional handicrafts in the cultural creative industries to provide reference and application for the follow-up researchers. We will form our daily design culture with the refreshment of traditional handicraft by the influence of creative products.

KEY WORDS: traditional crafts; cultural and creative industries; intangible cultural heritage

全球化快时尚的商品生产与使用周期的缩短,用完即丢所带来对环境污染的不断累计,而大部分的手工艺的加工制作都是利用大自然的天然素材下完成,并与自然共存,因此,传统手工艺的价值应重新受到重视。英国艺术评论家约翰·拉斯金认为,手工艺融合着道德与美学价值,所具有的人性内涵是在工业化社会中无法求得的。全球化问题已经是一个无法阻挡的趋势,反观现在亟需建立的是自我文化的认同感与创新。其一,今日市场上受欢迎的生活用品其造型设计,大多是德国风格、北欧风格与日式风格等,而传统手工艺很少能激起民众了解与购买欲望。其二,我国的文化创意产业多偏向于科技及多媒体产业,对手工艺的设计探讨议题及设计趋势的鲜少,而且,手工

艺与民众生活紧密相关,是最能表现文化特质的载体,因此更应将传统手工艺融入到现代产品中。

1 传统手工艺的现状

西方强势文化社会所主导的文化价值背后,所缺少的是自然与人文关爱,习惯性以既有的文化主题惯性来衡量其他不同种族的文化,强加在其他弱势群体文化的背脊上。在全球西方主流文化趋势下,手工艺重塑文化的自信变得有必要性和迫切性^[1]。手工业者在古代通称为百工,根植在大地之上的天地才工四者的长处,创作出供生产劳动良好的物器。《考工记》记载:“知者创物,巧者述之守之,世谓之工。”手工

收稿日期: 2017-07-23

基金项目: 2016年天津市教委社会科学重大项目(2016JWZD25)

作者简介: 王亦敏(1968—),男,天津人,天津理工大学教授,主要从事产品造型设计与理论方面的研究。

艺是从生活中产生的智慧,连接了人与人、人与物、人与土地的情感,然而 20 世纪的工业化大批量生产方式,降低了生产成本,带来了现代物质文明的便利与舒适,却无形地导致了文化的多样性面貌模糊,代表先人智慧的传统手工艺逐渐退出民众的生活环境,手工艺面向的市场受众人群众日渐变小。我国传统手工艺面临喜忧参半的现状,以产业开发为模式的实践中,厦门龟印、潍坊风筝、广州粤绣、自贡的竹扇、浙江的冰裂纹瓷等逐渐发展壮大,但也面临以下发展的窘境。

1.1 缺少创意与现代生活接轨

传统手工艺是具有活态传承的属性,是因其顺应时代的二维空间运用而生的生产生活用品或产业。如果只是一味顾及怀旧、原生态地进行制作器物,将不会持久性的在市场中存活。蔚县青砂器曾供不应求,是煎煮中草药的最好器皿,如今民众使用的器皿材料种类多又便于清洗,蔚县青砂正走向末落。传统手工艺者一人充当生产者和创新者的两种角色,但对于缺少文化素养导致手工艺者所制作的产品不可避免地带有狭隘性,无法加入市场和消费因素的考量,对于会传统文化进行复制的错乱现象,会使民众快速失去新鲜感带来致命危机。

1.2 缺乏差异化的市场竞争力量

手工艺是因其稀少性与独特性而带来的更高价值,每一件产品都会沾有各地不同的文化气氛,产出的独一无二的特色地方产物,加深了手工质感制造产品的价值^[2]。目前,许多从事手工艺领域的的手工艺人困于文化水平或经费的限制,导致大部分手工艺品偏向效仿复制他人产品或经营模式,因此缺乏独特的差异化价值。如剪纸作为一种镂空艺术,被大量的商业化生产,缺乏差异化的个性展示。

1.3 机器流水线与手工艺品的错位竞争

传统手工艺品无法用机械的精度衡量,其所倾注是匠人的全心全意的诚意。虽然不是完美无缺的,会参杂着失误与阙漏的不确定人为因素,但是却是流水线制造出的毫无个性化的产品所无法相比的^[3]。为提高效率与减少成本投入,在制作成本低廉的产品侵袭下,粗造滥制的手工艺品就会鱼目混杂地出现在市场中,这样分散了手工艺人在其制作器物的专注之心,导致手工艺的核心部分被偷工减料地改变,最终以经济利益驱使下的手工艺就会大批量、毫无意义地流入现代市场。唐卡是我国民族绘画艺术中独具特色的绘画艺术形式之一,在市场中,被炒作呈现出以半印刷为主的颜料作假、偷工减料等品质下降的不堪景象,从而严重损害了唐卡的声誉。

2 文化创意产业下发展传统手工艺的意义

2003 年联合国教科文组织将文化创意产业定义为:“以无形、文化为本质的内容,经由创意、生产与商品化结合的产业,并获得智慧财产的保障,采用产品或者服务形式来表现的产业。”文化创意产业的前身是文化工业,是法兰克福学派学者霍克海默与阿多诺所创的名词,通过一定的标准、批量生产流水线制造出封毫无差异性与审美性的产品,被工业生产所主导带有浅薄的标准化^[4]。相反,文化创意产业依赖创意与个别性,也就是强调产品的特殊性、独创性与精神价值内涵^[5]。在后来的理论与实践发展中,不同国家、不同学派对其系统理论与政策脉络存在不同程度的思考和探索。文化创意产业不仅仅是一理念,也驱动着潜在的经济效益。彼得·杜拉克指出未来 50 年,在全球经济中属于领导地位的,将是那些最成功的提升知识工作者生产力的国家或企业。

传统手工艺记载了人类的历史的演变与智慧的巧思,在世代的沧海桑田的更迭中延续着民族的生命。传统手工艺分为生活用具制作、烧造技艺、金属工艺、编织扎制等 6 大涵盖领域,无论是生活的使用品,或是美化作用的装饰品,或是与宗教有关信仰之物,都是从属于手工艺品的范畴。在符合社会需求下,如何从其手工艺中获取新力量,让民众更愿意主动去了解其内涵变得尤为重要。传统手工艺所面临的缺少创意、缺乏差异化、技艺传承的困难以及与市场的衔接的瓶颈,可在文化创意产业中另辟蹊径,在现代生活的意义与脉络中共存共荣。文化创意与手工艺所能凝聚的共识是不同于技术导向所产生出来的结果,而是发乎真诚与来自生活的,更贴近生命的脉动^[6]。一方面可能会对经济产生正面影响,另一方面可鼓励是更多的人投入其中,加深使命感与荣誉感,领会传统手工艺价值的精华,创造出中国设计的特色。

3 手工艺在文化创意产业下的设计探索

文化创意产业的背后是由各个专业与环节所共同完成,包括产品的制造、市场的开发、人才的培养、资金的投入、品牌的建立等一系列产业链,其中,最应该着力用功的地方并不是产业链中的生产与销售,而是前端的创意的爆发力发挥^[7]。文化创意下的创意手工艺产品,绝不是把图腾、符号、象征元素直接移植到产品的视觉介入就可解决问题。消费者与手工艺人两端的生活环境与社会文化会有所差异,需要通过创意思维来解决^[8],因此,开发新的产品任务就显得十分艰巨,然而文化创意的消耗又是极大的,如何进行有创意开发的产品与现代生活接轨显得尤为重要。人们告别了物质匮乏的贫穷年代,对产品的选择不再

是“逆来顺受”，而是更注重的是心理层面的满足，只有这样才能给消费者带来正真的感动^[9]。

3.1 传统手工艺与现代科技融合的再设计

工艺与科技是两条平行线，但两者之间嫁接与融合可迸发出对科技和人性的和谐，因手工艺不免会出现自然材料本身与产出费时的瓶颈，科技的跨界介入可解决材料、制作过程、人机等相关技术解决问题，现代科技跨领域的合作便能为传统手工艺寻求蜕变。以使用者为中心，更加契合现代生活的需要，充分发挥方便舒适的作用。西方发达国家提倡传统工艺与科技平行发展，这样的产品能传递出传统与创新两种兼顾并蓄的设计。竹子是大自然馈赠人类的可循环速生植物，产品的外观利用竹子的特殊美感、特殊的纹理与自然颜色渗入了古老悠久的东方文化，将古老的竹子工艺、LED 照明技术与塑料结合，改善其给人的原始印象，利用竹子的抗压抗弯强度高的特性，单纯承载结构将多个竹片捆绑在一起，内部是节能环保的 LED 手电光源，产品轻盈，感染力十足，见图 1（图片摘自“福房竹居”的博客）。现代生活的轨迹与美学及人性化设计的经验联结，展现出传统手工艺的更加精益求精的态度，创造出有创意性与竞争性的现代感产品。



图 1 竹子手电筒
Fig.1 Bamboo flashlight

3.2 手工艺的设计融入现代生活

手工艺改善了生活品质与需求，并积累了各时代与族群的文化精神内涵与审美。生活形态、宗教信仰、民俗风情、社会制度等都会被传统手工艺所表露出，通过分析转换成设计的属性，寻求一个新的符合现代人生活形态，并探索其精神层面的满足。符合现代生活的需求，使其融入现代生活中，其一，产品要发挥功能、方便、舒适的作用，进行造型的美感、颜色

的丰富、质感都符合生活实用化设计，以提供使用者与产品良好的沟通桥梁，使用产品时既美观又安全，成为抚慰人心的生活产品^[10]。如竹风扇是设计思考与工艺技法的交集，细腻的情感下包覆风扇的功能，扇面应用竹编技法，当风扇转动时，就像漫步竹林里，有凉爽微风吹拂的感觉，见图 2（图片摘自第一推网）。其二，要透过手工艺本身所蕴含的多视角文化意涵，如以陶壶作为文化创意素材，设计师就要在前期了解陶壶的特有形象、制作过程、使用方法、象征意义等，再分析转换成设计的属性，寻求新的符合现代人生活形态的创意的文化产品。创意塑造手工艺价值的提升的同时，结合现代人的人文、休闲、观光的生活场域，拓展其产品民众日常生活中的能见度。



图 2 竹风扇
Fig.2 Bamboo fan

3.3 手工艺的设计融入感性互动因素

生活中充斥着机械量化生产冷冰冰的产品，传统工艺最有竞争价值的地方在于打动人心。对设计者来说，除了掌握艺术美学与文化的意涵外，要去赋予产品所带来的情感，让产品在使用的场景中与操作者的互动过程上产生愉悦性，拉近与手工艺的关系，让消费者自己去定义生活的节奏与意义，创造属于自我的

生活乐趣与美学格调。也就是说,产品、使用者及使用环境三者间的互动中唤起情感诉求,如此产品的附加值才能为本土文化扩大爆发力^[11]。如设计者以晒盐体验作为产品概念,透过亲手晒盐的过程经历,使操作者产生具体的感官记忆,让盐的采集过程活生生地发生在办公桌或房间里,首先视觉造型的吸引所带来的情景,然后在进行操作时达到需要的满足,进而感受日晒盐业的文化价值,见图3(图片摘自新一代设计展网)。

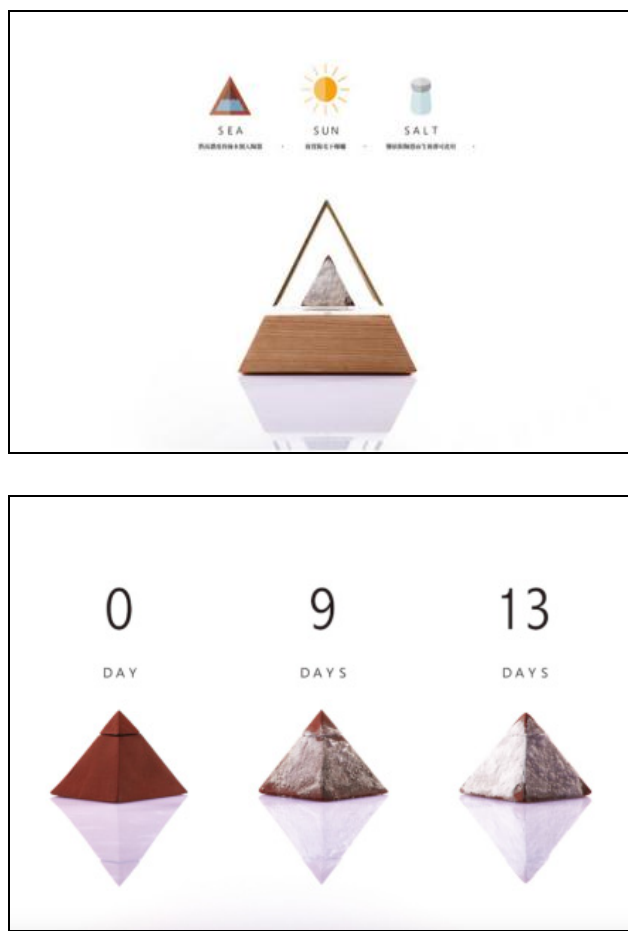


图3 盐所场
Fig.3 Salt field

4 结语

如今百家争鸣的设计理念与思想文化中,更应该致力于文化的传承与维系。文化创意产业下的手工艺产品设计并不是因循过去的样貌展现,手工艺兼具形态美、实用性、环保概念各个层面的考量,还要用创意思维推动文化的绽放。传统手工艺既要在文化创意产业潮流中放射光芒,又要使其在传承延续发展中得到认同。透过与科技的整合,用设计重新定位回归现代日常生活的场域,符合现代人的生活形态的产品,为我国传统手工艺找到新的发展契机。

参考文献:

- [1] 施懿琳. 当代原住民艺术?工艺?文化创意志[M]. 台北: 桑格出版社, 2013.
SHI Yi-lin. Contemporary Aboriginal Art, Crafts and Cultural Creation[M]. Taipei: Sanger Press, 2013.
- [2] 王宁. 文化创意产业下中国传统工艺美术的时代转型[J]. 美与时代, 2010(5): 24—26.
WANG Ning. Chinese Traditional Arts and Crafts Era of Cultural and Creative Industries in Transition[J]. Beauty and Age, 2010(5): 24—26.
- [3] 王时音, 强墨. 工业设计时代手工艺的回归[J]. 包装工程, 2015, 36(4): 5—9.
WANG Shi-yin, QIANG Mo. Recurrence of Handicraft in the Industrial Design Era[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(4): 5—9.
- [4] 霍克海默·马克思, 阿道尔诺·西奥多. 启蒙辩证法[M]. 上海: 上海人民出版社, 2010.
HORKHEIMER M, ADORNO T. Enlightenment Dialectics[M]. Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 2010.
- [5] 张晓琰. 文化创意产业中文化产品的独创性[J]. 安阳工学院学报, 2015(3): 74—76.
ZHANG Xiao-yan. Cultural and Creative Industries in the Originality of Cultural Products[J]. Journal of Anyang Institute of Technology, 2015(3): 74—76.
- [6] 陈其南. 地方文化创意产业的发展逻辑[J]. 2004 年台湾文化创意发报, 2005(7): 331—336.
CHEN Qi-nan. The Development Logic of Local Cultural and Creative Industry[J]. 2004 Taiwan Culture and Creative Report, 2005(7): 331—336.
- [7] 骆莉. 创意时代的东亚文化经济发展趋向[J]. 东南亚研究, 2006(3): 40—44.
LUO Li. Effects of East Asian Cultural Economy in Creative Era[J]. Southeast Asian Studies, 2006(3): 40—44.
- [8] 王震, 刘翔宇, 李进, 等. 传统手工艺在现代产品设计中的应用研究[J]. 现代工业经济和信息化, 2014(12): 54—56.
WANG Zhen, LIU Xiang-yu, LI Jin, et al. Application of Traditional Handicrafts in Modern Product Design[J]. Modern Industrial Economics and Information Technology, 2014(12): 54—56.
- [9] 张迺英. 文化创意产品价值的实现路径分析[J]. 社会科学, 2012(11): 59—66.
ZHANG Nai-ying. Path to Achieve Cultural and Creative Product Value Analysis[J]. Journal of Social Sciences, 2012(11): 59—66.
- [10] 李昱靓. 荣昌夏布文化创意产品设计创新策略研究[J]. 包装工程, 2016, 37(14): 148—151.
LI Yu-liang. Innovation Strategy of Rongchang Chinese Linen Cultural Creative Product Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(14): 148—151.
- [11] 刘文佳, 吴智慧. 红木文化创意产品及其开发设计原则[J]. 包装工程, 2016, 37(14): 169—173.
LIU Wen-jia, WU Zhi-hui. Cultural Creative Product Made of Hongmu and Its Principle of Development Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(14): 169—173.