

从文创设计与 IP 打造看传统手工艺进入日常生活的路径

张君

(海南师范大学,海口 571100)

摘要: **目的** 重新认识传统手工艺的生活化本质与当代价值,通过研究手工艺资源的文创转化与文化活化,探讨“创意性”保护与传承。**方法** 通过阐释、比较等质化研究方法,分析手工艺的生活化本质与审美特质,阐述了手工艺遗产作为资源的文化价值,比较文创设计与文化 IP 打造的差异,探讨手工艺文创设计和创意活化的途径。**结论** 在手工艺文化资源 IP 转化的过程中,文创设计是最为具体的落地形式。尽管如今的传统工艺已失去了最初的使用功能,可是对其传承保护多基于文化价值的需要,因此设计的介入使得传统手工艺资源得以活化,通过文创设计和 IP 开发,一方面使传统手工艺的使用价值得以延伸,在使用功能上启发了现代设计;另一方面使当今的日用之需具有了文化价值,使日常生活延续了传统的文化基因。传统工艺在文创设计和 IP 转化过程中得以传承工匠精神,延续造物文化。

关键词: 传统工艺; 日常生活; 文创设计; IP 打造; 创意性保护

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)24-0286-06

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.24.046

The Path of Traditional Handicraft Entering into Daily Life from the Perspective of Cultural and Creative Design and IP Creation

ZHANG Jun

(Hainan Normal University, Haikou 571100, China)

ABSTRACT: The work aims to re-recognize the essence and contemporary value of traditional handicraft life, and explore the protection and inheritance of "creativity" through the study on the cultural and creative transformation of handicraft resources and cultural activation. By means of qualitative research methods such as interpretation and comparison, the essence of life and aesthetic characteristics of handicraft were analyzed, the cultural value of handicraft heritage as a resource was expounded, the differences between cultural and creative design and cultural IP creation were compared, and the ways of cultural and creative design and creative activation of handicraft were explored. In the process of IP transformation of handicraft cultural resources, cultural and creative design is the most specific landing form. Although today's traditional crafts have lost their original use function, the protection of their inheritance is mostly based on the need of cultural values. Therefore, the involvement of design activates the traditional handicraft resources. Through the cultural and creative design and IP development, on the one hand, it extends the use value of traditional handicraft and enlightens modern design in the use function; on the other hand, it makes the daily needs of today have cultural value and makes our daily life pass on the traditional cultural genes. Traditional craftsmanship spirit can be inherited and creative culture can be continued in the process of cultural and creative design and IP transformation.

KEY WORDS: traditional handicraft; daily life; cultural and creative design; IP creation; creative protection

收稿日期: 2019-08-29

基金项目: 国家社科基金一般项目(18BMZ065); 教育部人文社会科学研究项目(16YJC760071); 2017年度清华大学艺术与科学研究中心柒牌非物质文化遗产研究与保护基金一般项目(07)

作者简介: 张君(1982—),男,湖北人,博士,海南师范大学副教授,主要研究方向为视觉传达设计实践与理论、手工艺与设计历史及理论。

近年来,手工艺非物质文化遗产保护日趋被重视。2017年,国务院先后印发了《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》和《中国传统工艺振兴计划》,旨在立足中华优秀传统文化,发掘和运用传统工艺所包含的文化元素和工艺理念,让文化遗产融入现代生活,满足人民消费升级需要。以传统工艺为代表的非物质文化遗产是民族“文化自觉”的“物化”体现,无论是基于传统手工艺资源的文创设计,还是文化IP打造,都是对传统手工艺非物质文化遗产实施的“创造性”保护,让其进入当代人的日常生活的方式,也是文化自信背景下提升文化软实力的途径。

1 手工艺的生活化本质与审美化特质

传统手工艺涉及日常生活的方方面面,其本质是生活化的。手工之物存在于人类生产、生活的始终,无论是“造物”还是“用物”,“物”在制作者与使用者之间的流动过程中会被赋予特有的意义。日本民艺家柳宗悦认为,“离开了工艺,就没有我们的生活。可以说,只有工艺之存在我们才能生活。从早到晚,或工作或休息,我们身着衣物而感到温暖,依靠成套的器物来安排饮食,备置家具、器皿来丰富生活。如同影子离不开物体那样,人们的衣、食、住、行也离不开工艺品。没有任何伴侣能够以这样密切的关系与我们朝夕相处^[1]。”手工艺是在不同时期、不同社会与文化中的人们,从生活需要出发而创造的技艺,逐渐由普遍演变成专业。

可以看出,早期人类的活动首先是通过衣、食、住、行、用等物质生活来反映的。为了御寒而穿衣服;为了解决饥饿问题而摄取食物;为了躲避风雨、防御野兽而建造房屋。这些都是人为解决自身生理上的生存之需而做出的基本的反映形式,可见人的日常生活一半是为了消费。当然,有消费就需要生产,解决了基本生存问题之后,人类就会想办法来提高生产效率,解决生产及生活中遇到的具体问题。为了扩大劳作活动范围、减少身体负重而制作各类交通工具;为了提高不同劳动形态的效率而发明各类生产工具;为了满足定居之后的生活而制作各类生活器用。而上述一切物质生活与生产的行为都离不开工艺。制作衣服需要纺织工艺,摄取食物需要狩猎与取火工艺,建房子需要营造工艺。诸如此类,所有的生产工具与日用器具制作都需要工艺。各类手工技艺成为维持人们生存、满足生活之需的基本保障,传统工艺技术也因此呈现多样的面貌。

当然,虽然人类的生产是为了满足生存与生活之需,但是人类的生产行为是能动的、有计划性的,即使是在衣食住行等基本生活形态方面,人的活动也总是具备一定的社会性。即便是远古时期的人类,不仅仅是为了满足食欲而摄取食物,还需要依从一定的社会秩序;穿衣服也不仅仅是为了御寒,也是为了审美

和族群身份的识别;房屋也不仅仅是为了藏身,也是心灵的居所,是家庭关系和聚落秩序的体现;日用器具上符号的刻凿,不仅是为了美观,更是为了凸显信仰上的敬畏。即使是最简单的劳作分工,都必须依据一定的生产组织形式;最单纯的一个图形装饰,也都有某种精神的表达。正是各类社会性的物质活动,使人的物质生活扩展到了社会生活与精神生活。正因如此,以各类生产技术为基础,围绕人的生存与生活之需的各类社会活动开始产生,所谓的文化也开始形成,手工技艺与日常生活之间的互动,交织出丰富的文化图景。

在农耕时代,手工艺因生活中实用之需而产生,伴随着人的社会活动而产生审美价值和文化价值。而进入工业文明之后,人们的生活日用被工业制品所充斥。手工艺的实用价值式微,审美价值凸显,能留存下来的手工制品多具备一定的观赏价值。脱离了实用价值,手工艺也就脱离了生活。尽管工艺之美能美化人们的生活,但失去了实用这一基础,也就失去了存在的必需性。当代的手工艺也有一些向纯艺术靠拢,但手工艺毕竟不是纯艺术,工艺之美与工艺技术和材料有很大关系,手工艺之美也是功用之美,手工艺文化也是在制作和使用的双向过程中产生。因此,将手工艺的审美和工艺关联在一起,手工艺的艺术化不是往纯艺术方向走,而是基于工艺的特质、工艺的使用特点来创作。

2 传统手工艺的价值转变与文化承载

手工艺也是一种无形的文化力量,当前的手工艺非遗保护不只是一场运动,而是时代之需。中国艺术研究院邱春林认为,传统手工艺正处于历史转型期,不是所谓的复兴期。手工艺正由轻工业化向文化创意产业和文化事业转型。传统工艺成为文化自觉的大背景下,培养人们对民族文化的自信心与自觉性的“物化的国学”^[2]。从字面来理解,手工艺即手工技艺,一方面强调“技”,一方面强调“艺”,其中蕴含了手工艺最为基本的技术属性与艺术属性,两者分别对应其实用价值与审美价值。同时,手工艺也具备经济与文化双重属性。如今,手工艺的发展有越发向文化属性倾斜的趋势。这一点从工艺美术行业的归属部门的转变即可看出,早期的工艺美术划归轻工部主管。现在的主管单位比较多样化,一方面,工信部消费品工业司轻工处继续作为官方机构,指导工艺美术行业转型升级。前些年盛极一时的“中国工艺美术大师”评选,最初也由工信部组织实施,后交由行业协会评选。另一方面,文化部专门设立非物质文化遗产司,拟定包括手工艺在内的非遗保护政策,组织实施非遗代表性项目和代表性传承人的申报和评审,及优秀的非物质文化遗产的推广、普及、传承等工作。文化部对非遗工作的参与,可以体现出传统工艺在当今的文化价值。传

统工艺在改革开放之初出口创汇的价值早已不复存在,但作为民族文化的物质载体,其建构民族文化认同的价值重新被认识。

早在20世纪90年代,手工艺行业的转型就开始了,21世纪初期达到顶峰,从业人员急剧增加,销售额也创造了所谓的“黄金十年”。“改革开放之初,1979年我国工艺美术从业人员仅仅49万人,1983年为62万人。2004年全行业从业人员增至160万人,到2006年则突破258万人。从2002年至2012年,中国工艺美术的生产和销售,迎来了一个罕见的‘黄金十年’,年产值最终越过了万亿元大关^[3]。”业绩创造的基础是其作为高端礼品的定位,近年来受国家政策的影响,生产和销售都有所萎缩。目前发展趋势并不明朗,但作为文化创意的资源必将长期存在。在2006年,国务院办公厅印发的《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》就提出了工艺美术作为“文化创意产业”一部分的属性。到了“十三五”,明确了文化创意产业作为我国的支柱产业。“工艺美术的生产在创意推动下,不断向社会推出时尚工艺品和博物馆文创产品,不仅激活了‘80后’、‘90后’的时尚购物热情,同时也激励了不同社会阶层对工艺美术日用品和收藏品的消费需求^[3]。”手工艺与文创的结合,将促进其进入当代人的日常生活。除了经济价值外,传统工艺进入日常生活具有非同寻常的文化意义。从近年来陆续出台的《传统工艺振兴计划》等多个政府文件中,可以看到这样几点初衷:其一是美化生活,提升消费品的品质,满足消费升级的需要;其二是传承文化遗产,让传统工艺得到延续,在生活中传承较之在博物馆传承更具活性;其三是增强人们对民族文化的自信心与自觉性,这是手工艺在当代社会最重要的价值,其经济价值在国民经济中的比重不高,但文化价值却是无法替代的。清华大学美术学院陈岸瑛认为,传统工艺的当代价值,体现在两个方面:一是文化消费,针对消费者提供优质的文化产品和服务;二是可以由政府和社会公益组织买单,向社会提供优质的公共文化服务^[4]。虽然这两方面分别是在谈经济价值和社会价值,但是最终还是落实在其文化价值上。

3 从手工艺遗产到文化资源

文化资源总体可分为物质文化资源、非物质文化资源和自然文化资源^[5]。作为非物质文化遗产的手工艺即是一种文化资源。若只是将手工艺看作为一种文化遗产,那么它很难回归到当代人的日常生活。然而如果将其看作一种文化资源,那么它就能为当今的文化生产提供更多的可能性,更易走进当代人的生活。虽然遗产是死的,但是资源是活的。面对手工艺文化遗产,人们谈论更多的是抢救性保护;面对手工艺文化资源时,人们考虑的是活化利用,追求的是创意性保护。尽管人们会说很多传统手工艺是传承至今的活

态的文化遗产,但是这里所讲的活态,更多的是强调技艺传承的连续性,而过于强调其作为遗产的定义,则会把这些的传统手工艺看死了。当将传统手工艺作为文化资源来看待时,其发展才具有延续性,更利于将传统技艺发扬光大。党的“十九大”报告指出,对待传统文化的态度应是创新性发展和创造性转化。传统手工艺作为文化资源,即是对传统文化进行创造性转化的一种实践。可见,非遗作为文化资源对文化产业的发展尤为重要。正如中国艺术研究院方李莉所言:“任何一种产业的发展都需要有资源来支持,工业、农业要开发的都是自然资源,而文化产业要开发的主要是人文资源。如果离开了传统文化和非物质文化遗产,就可以说没有人文资源,所以,人文资源大都属于遗产资源^[6]。”

手工艺源于生活,其发展也不能脱离生活。当今的工艺美术行业不应该独立化、专门化,民间日常生活是传统工艺发展的基础,然而现状是,传统工艺在当今已经失去使用价值,离生活越来越远。因此手工艺要回归人们的日常生活,首先必须恢复其在生活中的实用价值,或者说融入到现代日用品中,让文化遗产能够被当代人用起来。前提是将传统手工艺作为文化资源,结合文创设计和文化活化,转化为能被使用、能被观赏的当代之物。故宫文创是国内做得比较成功的文创品牌。最近推出的文创产品故宫口红,一共六款,每款颜色都取自于一件故宫院藏文物,每款的包装外观纹样都源自一件宫妃衣裳或装饰。通过设计与创意转化,使故宫文物中的色彩和纹饰进入到日常生活,并被追求时尚的女性所喜欢。宫廷工艺借此得到了传播和延续,而现代人的生活日用也因此提升了品味和格调。这样的创意既古朴又时尚,既通俗又雅致,既传承了传统文化又没有脱离当代生活。在短短的1天内销量就突破了8万支,一度缺货。故宫口红的成功在于,没有将故宫文化元素生搬硬套地复制在当今日用品上,而是从文化消费体验出发,巧妙地将故宫文物色彩转变为具体可消费的系列化产品。当然也有其特殊性,口红的产品诉求中很重要的一点就是色彩,这与故宫IP中的传统色彩系统正好吻合,开发者在抽象的故宫IP中找到了一个具体可实施的着眼点。消费者在使用故宫口红时,满足的不仅是化妆这一功能性需求,而且是体验古代宫廷文化这一文化性需求。可以说,故宫口红既是文创设计,又不止于物质设计,是一种更为宏观的文化设计。这仅仅是最新的一个例子,故宫文创产品近万款,文创商品的年销售额在2016年就已超过了15亿元,这样的业绩在博物馆文创中屈指可数。

传统手工艺在物质形式和表现内容上非常多样,这些均为可用的文化资源。“手工艺的文化既有独特的物质载体,又有鲜明的精神旨趣,它是用与美的统一,是传承与创新的统一,是物质与精神的统一。我

国的历史文化有多深厚,手工艺所表现的内容和形式就有多瑰丽。通常上古神话、民间传说、历史人物故事、吉祥图纹都是手工艺经久不衰的表现内容;不同民族的日常生活内容,同样在手工艺中有鲜活的反映。古典家具、陶瓷、刺绣、髹饰、雕塑、花丝镶嵌等等,每一类手工艺不论其技艺特色、匠作则例还是造型和装饰语言,都有可追溯的历史,那是多少代人的创造力的凝结^[7]。”对这些传统手工艺资源的活化利用,也体现在这两方面,一是体现在文创产品的形式上,二是体现在文创作品的内容上。或者是在形式与内容上都有兼具。概观之,文创设计多在形式上利用非遗资源,诸如造型的借鉴、装饰纹样的应用、色彩的搭配等等;而文化IP的打造,则更注重在内容上对资源的利用,从民间艺术到人文历史,从神话形象到民俗故事,地方文化资源所蕴藏的传统文化基因,通过文化创意被激活。故宫口红即是这样的典型,形式上借鉴了故宫文物的视觉要素,内容上讲述了古代的宫廷文化。

4 手工艺的文创转化与文化活化

4.1 手工艺文创须源自传统,立足当下,面向未来

文化是文创的灵魂,文创是文化的载体。手工艺是能够让人们触摸到的传统文化,能够体验到的人文历史,在服务生活和社会教育上具有独特的文化价值,但传统手工艺长期被知识产权所忽略。通过与文创设计的结合,传统的时尚美学让现代人得以分享。在手工艺文化资源IP转化的过程中,文化是核心,设计是最为具体的落地形式。但设计并不等于文化产业,文化产业包含了文创产业,但文创产业与设计产业并不能划等号,设计产业的本质是服务业。文化产业涵盖的范围更为广泛,设计产业与工艺美术都包含在内。传统工艺审美的特点是人做一半,天做一半。小而精是其发展的趋势,手工艺的文化IP打造并不是要将传统工艺规模化,而是通过塑造品牌,做到小而强。手工艺的规模化体现在其作为文化资源,进行衍生开发,带动文化与文创产业的发展。手工艺文化IP是核心,通过它串联起文化产业的不同门类。

在“非遗+设计”的文创模式中,设计只是其中的一个环节,设计师既要了解市场,又要熟悉传统文化,然而既懂设计又熟悉传统文化的设计师是非常少的。设计教育体系更注重设计本身的研究,传统人文学科的毕业生又不懂设计。诸多为故宫提供文创设计服务的设计机构面临这样的问题,这些设计机构的新设计师入职时都会进行一定时间的传统文化培训。设计与传统文化的深度融合,需要在设计人才培养模式上进行根生蒂固的调整。当前如火如荼的“非遗进高校”活动,为非遗资源的活化利用提供了契机,也提高了传承人的设计创新能力,促使传统工艺与当代设计相结

合,让传统工艺离当代人的日常生活更近了一步。但这种“非遗+设计”的模式,不能仅停留在工艺技术和设计形式上,还须借助与校园的互动和宣传推广,促进非遗品牌和文化IP的形成。设计师,尤其是从事文创的设计师,不能只关注当下,还要关注传统,关注未来。传统工艺是能够提供创意灵感的传统文化,而产业链整合和文化IP的打造,则是文创设计发展的未来。

4.2 从文创设计到文化IP的打造是一个由点到面的过程

文创设计是手工艺IP转化中最为具体的落地形式,文化IP的形成则是文创设计发展的高级形式。文化IP与文创IP有一定差异性。文创IP较为具体,为文创设计提供了具体的可知形态,与设计联系更为紧密;文化IP更为宏观,其落地形式丰富多样,但也是文创主要的内容来源。总之,基于IP打造的设计不是一个点,而是一个面。无论是传统手工造物,还是当今的设计活动,多以实用之需为基础,或是将审美在文化价值上进行了一些衍生。而文化IP的打造,则是基于文化和精神之需,在多个纬度对文化进行整体性塑造。前者多为物质文化,后者多为精神文化;前者的活动是具体的,后者是宏观的。两者有很大区别。

首先,设计提供得更多的是物质产品,文化IP提供得更多的是虚拟服务。从一般设计到文化设计的转变,是从功能性设计到体验性设计的转变。文创设计从为产品而设计转向为文化而设计,伴随着设计生产性质的转变,人们的消费也从物质消费转向了文化消费。

其次,设计注重形式,文化IP关注内容。文创设计是有形的,文化IP是无形的。手工艺的文创设计是从有形到有形,而IP转化则是从有形到无形。文化IP的打造,要求更多的是挖掘手工艺背后的无形文化,关注内容。IP注重讲故事,核心是文学,需要通过内容驱动,设计注重呈现形式,需要技术驱动。品牌驱动与传播驱动对两者都很重要。

再次,设计注重个体经验,文化IP打造讲究集体认同。设计的产品通常是提供给个体使用,设计师的个人经验和使用者的人体体验影响设计产品的形成。文化IP则是对特定群体的传播,手工艺自身即隐藏着集体文化认同,“手工艺的‘文化特质’不是哪个手艺人个人的主张,而是千百年来已经形成的社会心理,一种不会说话的‘精神存在’,一种‘集体无意识’^[7]。”手工艺文化IP的打造,更须将这种集体的“文化特质”挖掘出来。

最后,设计以“投入”为核心,文化IP以“输出”为核心。虽然设计的结果会依托某一类产品,但是设计本质是提供服务,重在创意的“投入”,这与直接提

供产品的制造业和其他实业有很大区别。文化 IP 的打造过程,实际上是内容产权的“输出”过程,特定的内容产权通过社会力量的跨届合作,整合营销传播手段,进行跨媒介的内容“输出”与运营。总之,IP 打造是一个过程,并不是一个解决方案,而设计则是一种解决问题的手段。文创设计借用文化 IP 资源,主要在形式转化与内容转化两个方面,将其在视觉上或物质形态上进行塑造,将无形变为有形,将若即若离的文化带入日常生活。

4.3 理解手工艺文化才能将其与“文化生产”深度融合

让手工艺重新回归到日常生活,不仅要恢复其在日常生活中的使用价值,而且要挖掘其文化价值,包括审美在内的精神文化价值,这正是由于文化创意的崛起是基于人们对高品质工作、生活的要求^[8]。在手工艺品作为生活基本之需的时代,人们对工艺品的文化诉求比较微弱。就此意义而言,仅仅通过文创设计,从物质层面来对传统工艺进行再生产还远远不够,需要通过非遗 IP 的打造来进行整体的文化生产,形成文化效应与粉丝经济。这是由手工艺价值转化决定的,使用价值削弱,文化价值为主流。

无论是文创设计还是文化产业,都是传统工艺实施“生产性保护”的具体途径。设计注重的是“物质生产”,而文化产业则更强调非遗的“文化生产”理念。它将传统工艺的精神属性和文化属性都统一到文化创意之中。通常,人们对“生产性保护”的理解多局限在物质生产,而对文化生产的强调不够。“生产性保护更多偏重于归属工艺学和科学层面的传统技艺、传统美术和传统医药类遗产,对‘非遗’的其他部分文化产品属性的保护关注较少,文化创意产业作为‘非遗’精神属性的保护策略和进入当代生活的关键方式,将生产性保护中显性的物质形态与隐性的创造力、延伸力、再造力等精神品质完美地融合在一起^[9]。”就此而言,传统手工艺资源在文化创意产业中的利用,不限于对工艺技术的继承和工艺元素的再设计应用,关注点应从“技”与“物”的层面转移到“人”的层面,这也是传统手工艺 IP 打造的关键路径。有人就有故事,有人才能产生文化。“我们常常只看到传统工艺的材料、技艺与风格样式,却忘记了决定它们的原因。传统工艺曾经是衣食住行、礼乐文化的基础,不同阶层、不同人群的需求决定了传统工艺的面貌^[10]。”文化 IP 的打造不仅需要静态的传统手工艺器物与元素,而且需要对动态的手工艺人的活动和工匠群体进行关照。如果说手工艺的文创设计需要的是传统工艺元素,那么手工艺文化 IP 的打造,更需要对传统工艺文化的系统利用。近年来,工匠精神在各个领域频繁被提及,也有学者提出更为具体的“工匠文化”体系,工匠文化研究的对象涵盖了手工匠人生产

生活的多个方面,包含了人的劳动系统和生活系统。工匠文化将手工艺的研究从工艺技术转移到了工匠群体,关注点从物转向了人。

当然,工艺文化研究对象远不止于工匠文化,如何来认识工艺文化?它包含了传统手工艺所处的自然系统、制度系统和意识系统。自然系统包含手工艺生产过程中的技术、材料以及工艺的造型、色彩、纹饰等显性因素,亦成为手工艺再设计的具体内容和创意表现的具体对象;制度系统包含工艺造物与用物过程中人的活动所反映出的生产生活的风貌,其中所映射出的族群关系、行业制度、劳作模式、生活习惯以及社会身份等诸多的隐性因素,成为讲好工艺故事、塑造工艺品牌、打造文化 IP 的丰富材料;意识系统包含手工匠人的造物观念、审美取向、民俗信仰等形而上的因素,它反映某一群体或民族整体的文化风貌,通常也须借助工艺的器形、纹饰等自然要素来体现。然而对其意义的解读往往会突破艺术学本身,需要人类学、民俗学视角的“深描”。无论是文创设计还是文化 IP 的打造,从意识系统来着眼是最高层次,它能使文创设计避开从表面到表象,就形象谈形式,也为文化 IP 的打造提供了更丰富的想象力。就手工艺当代的文化价值而言,从意识系统入手来利用传统手工艺资源,无疑是最利于培育人们对民族文化的自信心与自觉性。

手工艺是一个特别的 IP,也是一个完整的文化系统,如果没有体系,文化等于零,IP 打造也无从谈起。从整体和系统的角度来认识和转化手工艺文化,而不是点滴的视觉碎片拾零。工艺文化为人们提供了一种立体化研究传统手工艺的视角,为文化 IP 的打造提供了多样化的素材。

5 结语

手工艺的本质是生活化的,其产生与发展都离不开日常生活。传统工艺源于生活,其类型众多但都基于实用之需而产生;它又高于生活,因为审美价值和习俗信仰赋予其精神性和文化功能;传统手工艺在当代的发展与传承需要其回归生活,且其在当今社会的实用价值已渐失,但“非遗+设计”的文创模式让手工艺遗产转化成设计与创意的文化资源,通过再设计重新被当代生活所用;最终,传统手工艺文化价值又使其超越生活,当今手工艺的消费本质上是一种文化消费。从实用之物到文化之物的转变,使其具有了社会教育功能。在传统文化复兴和传统工艺振兴的背景下,传统手工艺成为了增强国人对民族文化自信心和自觉性的最为重要的物质对象。概言之,手工艺源于生活,是实用之基础;又高于生活,具有审美之价值;需回归生活,借设计之再造;将超越生活,因文化之自觉。

参考文献:

- [1] 柳宗悦. 工艺文化[M]. 徐艺乙, 译. 桂林: 广西师范大学出版社, 2011.
YANAGI M. Technological Culture[M]. XU Yi-yi, Translate. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2011.
- [2] 李砚祖. 物化的国学[N]. 人民日报, 2016-10-02.
LI Yan-zu. Materialized Chinese Studies[N]. People's Daily, 2016-10-02.
- [3] 邱春林. 创造美好生活[N]. 中国文化报, 2018-12-05(3).
QIU Chun-lin. Creating a Better Life[N]. China Culture Daily, 2018-12-05(3).
- [4] 陈岸瑛. 传统工艺振兴暨非遗教育研讨会纪要[M]. 北京: 清华大学, 2017.
CHEN An-ying. Summary of Seminar on Revitalization of Traditional Crafts and Non-legacy Education[M]. Beijing: Tsinghua University, 2017.
- [5] 向勇. 文化产业导论[M]. 北京: 北京大学出版社, 2015.
XIANG Yong. Introduction to Cultural Industry[M]. Beijing: Peking University Press, 2015.
- [6] 方李莉. 有关“从遗产到资源”观点的提出[J]. 艺术探索, 2016, 30(4): 59-67.
FANG Li-li. Proposal of "from Heritage to Resources"[J]. Artistic Exploration, 2016, 30(4): 59-67.
- [7] 邱春林. 手工艺承载的文化传统[J]. 艺术评论, 2017(10): 30-33.
QIU Chun-lin. Cultural Tradition of Handicraft[J]. Art Review, 2017(10): 30-33.
- [8] 理查德·佛罗里达. 创意阶层的崛起[M]. 北京: 中信出版社, 2010.
RICHARD F. The Rise of the Creative Class[M]. Beijing: China Citic Press, 2010.
- [9] 田阡. 非物质文化遗产文化创意产业发展路径研究[J]. 社会科学战线, 2015(4): 30-34.
TIAN Qian. Research on the Development Path of Cultural and Creative Industries of Intangible Cultural Heritage[J]. Social Science Front, 2015(4): 30-34.
- [10] 陈岸瑛. 作为活态传承的非遗, 如何活在今天[J]. 创意世界, 2017(7): 57.
CHEN An-ying. As a Living Heritage, How to Live Today[J]. Creative World, 2017(7): 57.
- (上接第281页)
- [7] 陈静, 朱辉煌. 顾客视角下用户体验量表开发与效度检验[J]. 统计与决策, 2019(13): 60-64.
CHEN Jing, ZHU Hui-huang. Development and Validity Test of User Experience Scale from the Perspective of Customers[J]. Statistics & Decision, 2019(13): 60-64.
- [8] 陈东. 大型多人在线角色扮演类游戏用户体验研究[D]. 大连: 大连海事大学, 2007.
CHEN Dong. Research on User Experience of Massively Multiplayer Online Role-Playing Games[D]. Dalian: Dalian Maritime University, 2007.
- [9] 杨焕. 智能网络移动互联网应用的界面设计研究[D]. 武汉: 武汉理工大学, 2013.
YANG Huan. Research on Interface Design of Intelligent Network Mobile Internet Application[D]. Wuhan: Wuhan University of Technology, 2013.
- [10] 刘锦宏. 增强现实互动游戏用户体验模型构建研究[J]. 出版科学, 2015(3): 85-88.
LIU Jin-hong. Research on User Experience Model Construction of Augmented Reality Interactive Games[J]. Publishing Journal, 2015(3): 85-88.