

Research on the Cultural and Creative Design of Paper Cutting Based on the Red Culture in Heilongjiang, China

Li Sheng^{1,2,a}, Zhu Ying^{1,b}, Zhao Aili^{1,c*}, Zheng Lili^{3,d}, Du Jiahui^{1,e}, Yang Xiaoli^{1,f}

¹Department of Industrial Design, Heilongjiang Bayi Agricultural University, Daqing, Heilongjiang, China

²Department of Mechanical Engineering, Universiti Malaya, Kuala Lumpur, Malaysia

³Department of Industrial Design, Hohai University, Changzhou, Jiangsu, China

^a lisheng1998_lx@163.com

^b zhu_ying2000@163.com

^{c*} aili_fiona@126.com

^d z_Lily1999@163.com

^e 1297629525@qq.com

^f yxl2000dawn@163.com

ABSTRACT

Red culture is the excellent spiritual wealth of the Chinese nation, which has educational and communication significance. Heilongjiang Province is rich in red culture. After years of exploration and development of red culture, the paper-cut art of Heilongjiang Province has been integrated with red culture, and has developed a variety of paper-cut cultural creation of red culture. This paper will analyze the red culture and red paper-cut cultural creation of Heilongjiang Province, and put forward the design methods and principles of paper-cut cultural creation products for red culture in Heilongjiang region. It will provide reference for the red paper-cut cultural creation in Heilongjiang area and promote the development of culture, economy and red ideological education in Heilongjiang Province.

Keywords: Red culture; Heilongjiang paper cutting art; cultural creation of paper cutting; cultural creation of red culture

基于中国黑龙江地区的红色文化剪纸文创设计研究

李省^{1, 2, a} 朱莹^{1, b} 赵爱丽^{1, c*} 郑莉莉^{3, d} 杜嘉辉^{1, e} 杨晓莉^{1, f}

¹黑龙江八一农垦大学工业设计系, 大庆, 黑龙江, 中国

²马来亚大学机械工程系, 吉隆坡, 马来西亚

³河海大学工业设计系, 常州, 江苏, 中国

^a lisheng1998_lx@163.com

^b zhu_ying2000@163.com

^{c*} aili_fiona@126.com

^d z_Lily1999@163.com

^e 1297629525@qq.com

^f yxl2000dawn@163.com

摘要

红色文化是中华民族优秀的精神财富, 其具教育意义与传播意义, 黑龙江的红色文化丰富, 经过多年的红色文化发展探索, 黑龙江的剪纸艺术也与红色文化进行了融合发展, 开发了多种红色文化的剪纸文创, 本文将对黑龙江的红色文化和红色剪纸文创进行分析, 提出针对黑龙江地区红色文化剪纸文创产品设计方法和原则, 为龙

江地区的红色剪纸文创提供参考,促进黑龙江省在文化,经济和红色思想教育等方面的发展。

关键词: 红色文化; 黑龙江剪纸; 剪纸文创; 红色文创

1. 黑龙江地区红色文化元素与龙江剪纸文化的概述

1.1. 红色文化

中国人的红色文化是中国共产党成立的一百年以来,在反抗外敌,推动国家革命、建设和改革开放中不断凝聚出的极具中国特色的精神财富,在国家建设和发展中起着道德引领等作用,红色文化可以是来自红歌、红色故事的非物质文化,也可以是来自井冈山革命根据地等红色文化遗址的物质文化^[1]。

1.2. 黑龙江地区红色文化资源

黑龙江有着非常丰富的红色文化资源,有着国家级革命老区,纪念碑、烈士陵园、抗联遗址,还有多处国家级爱国主义教育基地。其中的物质类红色文化资源尤为宝贵和丰富,有大庆铁人纪念馆、东北烈士纪念馆和北大荒博物馆等纪念展览馆,也有陈列在各地博物馆的抗战和建设龙江的代表性器物 and 服饰^[2]。黑龙江省精神类红色文化资源是黑龙江人民最宝贵的精神财富之一,其中包括“四大精神”,分别为东北抗联精神,北大荒精神,大庆精神和铁人精神,有绚烂的文化艺术作品与不可磨灭的红色精神、有振奋人心的时代红色标语和家喻户晓的红色故事、也有时代充满印记的家书。

1.3. 黑龙江剪纸文化

中国人对红色的热爱是与生俱来的,而剪纸——中国最出名的非物质文化遗产之一,是利用红色元素最多的一项技艺,中国的剪纸风格和技法众多,其中黑龙江的剪纸也有着多种风格,有东北少数民族剪纸的粗犷,又有中原剪纸的细致流畅的国家级非遗方正剪纸,也有刚柔相济、粗中见细的黑土剪纸风格海伦剪纸,也有如鄂伦春族剪纸,赫哲族剪纸,崔氏剪纸,安达剪纸,北安嬷嬷人剪纸,薛氏剪纸,黑龙江桦树皮剪纸等具有各个地方和民族特点的黑龙江特有剪纸风格^[3]。而且从近年来,各个剪纸技艺传承人也有意将自己的剪纸作品与红色文化相融合,设计出了各种精美绝伦等红色文化艺术品,在省内各个博物馆举办过多次红色文化专题剪纸展览。

2. 黑龙江红色文化剪纸文创产品发展现状

2.1. 黑龙江地区红色文化文创产品现状

多年来黑龙江省对红色文化产业的扶持力度逐年加大,也在省政府,高校,企业和社会对多方努力下取得了很大的成果和进步。在省内,各大博物馆、革命根据地和展览馆都有相应的红色文化创意产品,常见的有简单的书签,纪念币,扇子,书本,明信片等类型的文创产品,也有极具龙江特色的文创产品,最典型的代表就是铁人王进喜纪念馆的“一滴油”,即用王进喜在大庆打的第一口油井生产出的石油加工制作而成的文创产品,同时展现了宝贵的大庆精神和铁人精神,让人们能够感受到铁人王进喜当时挖出原油时的那份喜悦。省文旅厅也为了促进红色文化发展举办了多种比赛,从中产生的有些红色文创作品不乏将白山黑水作为特征的红色抗联的文创产品,抗联故事和人物精神内涵被不断发掘,与龙江的本地土特产包装相结合,设计出来了别具一格的红色抗联文创包装。

在教育厅的支持下也有高校建设有专门的红色文化的展示基地,如黑龙江八一农垦大学成立的北大荒精神展示馆,在宣扬北大荒精神的同时,也成为供全国各地高校进行三下乡社会实践和思政学习的场所,该精神展示馆可以说是高校特有的一个“大”的红色文化文创产品,辐射全国去宣扬红色文化,展馆也将提供的展现北大荒精神的“小”红色文创产品给到访师生,大中有小,这样的模式也与很多红色教育基地一样,让人们受到红色教育的同时,也可以帮助宣传红色精神。

2.2. 黑龙江地区红色文化剪纸产品现状和开发过程中存在的问题

对于黑龙江地区的剪纸文创主要体现在包装设计上,尤其是农产品包装上,粗犷的剪纸风格与黑土地的特产想结合是别有一番风味的包装设计风格。而在红色剪纸文创方面则主要体现在书签,明信片等简单物品上,没有很好的剪纸类红色文创在市面上流行。

随着对黑龙江省地区对红色类剪纸文创进行调研,发现在开发过程中存在着多种问题。第一,贴图式的表现形式为常见问题,很多剪纸文创作品都是生硬地将红色文化的人物剪影或者事件代表形象粘贴

到物品上。第二,种类匮乏,文创产品多为包装类,文具类生活用品,没有与其他产品形式良好对结合在一起。第三,设计美感与实用性欠缺,都是红色剪纸图案,造成了审美疲劳,没有发掘剪纸的镂空美感特性,文创作品实用性也不高。第四,产品开发程度不高,设计文化与精神内涵模糊,文化属性表达不充分,文化体验感欠缺。第五,目标定位不明确,要发现潜在客户的购买能力,多开发出吸引更多群体的红色剪纸文创产品。第六,品牌意识薄弱,红色剪纸文创的服务要满足用户的需求,但更应该符合产品的品牌内涵和定位,对于品牌形象的塑造和红色精神的传播应该作为最应该重视的地方。第七,产品同质化严重,无地域、文化特色,红色剪纸文创上面的设计元素没有很好的体现出黑龙江省独有的精神,没有体现出东北特有文化内涵,而是凸显出全国到处可见的文创产品。最后,红色剪纸文创的营销宣传存在地域局限性,没有扩大地区的文创宣传范围,而是局部地区定向宣传^[4]。

3. 黑龙江地区红色文化剪纸文创产品设计

3.1. 设计原则及方法

受众性原则:由于消费群体的性别、年龄、性别、审美品味、文化背景、经济水平不同,因此对文创产品的价格、款式、功能等需求也各不相同,老年人更加关注价格、色彩,年轻人更加关注款式、功能,儿童对卡通造型比较敏感。在进行具体的文创产品设计时,应该明确产品受众,对受众人群进行调查分析,充分了解用户需求,细化文创产品的品目类别,将文创产品划分为低中高档次,设计多样化的文创产品,拓宽消费者选择范围,扩大受众区间,刺激消费。

功能性原则:产品的实用功能会大大地增加消费基数,延长产品的使用寿命,将红色文化元素以剪纸形式表达并与生活家居用品、学习办公用品等结合,一方面可以丰富文创产品的表现形式,提供给消费者多样化消费选择,满足消费者的使用需求,刺激消费欲望,从而提高经济效益;另一方面,可以将红色文化与剪纸非遗融入消费者日常活动中,潜移默化地影响人们的生活,让精神文化成为生活中的不可或缺的一部分,展示龙江剪纸独特魅力的同时也更好地发扬龙江精神,增加人们、市场以及社会对非遗文化的广泛关注和认知度,推动红色文化的传播。通过传统文化的现代化设计,实现剪纸与红色文化的产品化、生活化、大众化、批量化,真正融入人们生活。

内涵性原则:文创设计在满足造型美观、功能实用的基础上,还应该重点强调文化内涵的输出,通过设计手段将抽象的红色文化赋予具体的产品中,使产品成为文化的传递者,增强用户的精神体验,达到红色文化的传播效果,发挥产品的红色思想教育作用。在进行红色文化剪纸文创产品设计时,首先应该对黑龙江地区的红色文化进行收集分类,然后解构提炼出文化元素,最后重构深化红色文化内容,才能为产品

赋予深刻内涵和表现形式。不能直接采用生硬的贴图式处理方法,不同的图案组合适用于不同的产品造型,在进行剪纸图案应用时,应该根据产品造型对处理后的剪纸元素进行重构组合。

地域特色原则:地域特色性是文化创意产品区别与其他同类产品的根本,是吸引消费者购买的主要原因。黑龙江民间剪纸艺术种类丰富,在设计时除了可以应用地方特有的红色文化内容突出地域特色,还可以用不同地区的剪纸的不同剪法突出差异性,如方正剪纸主要运用装饰剪法、古朴剪法及套色剪法等,在地域文化的兼容并蓄下,既有东北游牧民族的粗犷,又有中原的细致流畅;海伦剪纸多采用绘画和雕刻结合,结合阴阳两刻等剪法,形成粗中带细的艺术特点^[5]。

多元性原则:黑龙江省非物质文化遗产内容丰富,包罗万象,将不同非遗结合设计,可以丰富产品的文化内涵,有助于促进各非遗间的相互发展,推动非遗文化的活态传承,实现非遗文化的蓬勃发展。在对非遗进行结合设计时,不能只是简单的融合,要充分分析相关非遗的特点与差异,结合非遗的技术特性,选择合适的融合方式,并以有趣、实用、美观的造型呈现。如将龙江剪纸与绥棱黑陶结合,而绥棱黑陶制作工艺复杂,烧治技术难以掌握,所以剪纸的造型要满足黑陶的技术要求,不过现有的黑陶产品中很多纹样采用了剪纸的镂空手法。

3.2. 设计应用案例

3.2.1. 案例一:非物质类红色文化——北大荒精神

对于非物质类红色文化资源,案例选择几代拓荒人培育的北大荒精神。北大荒精神是黑龙江垦区的广大人民群众用青春与汗水、鲜血和生命,在艰苦的环境下培育和锤炼出来的,“艰苦奋斗、勇于开拓、顾全大局、无私奉献”永远激励着我们在建设中国特色社会主义的道路上奋勇前进^[6]。如图1所示,案例将北大荒精神作为主要表达内容,以剪纸形式呈现,并以黑龙江省级特色的非物质文化遗产黑陶为载体进行烛台设计,以此实现非物质红色文化的具象化、可视化,推动优秀文化的传承,以及非物质文化遗产之间的相互发展。



图1 北大荒精神利用剪纸和黑陶设计的文创产品

3.2.2. 案例二:物质类红色文化——铁人王进喜纪念馆

对于物质类红色文化资源,如图2所示,案例将

剪纸与大庆市铁人王进喜纪念馆相结合。纪念馆主体外形为“工人”二字组合，鸟瞰呈“工”字形，侧看为“人”字形，象征这是一座工人纪念馆。纪念馆主体建筑高度 47 米，正门台阶共 47 级，寓意铁人 47 年不平凡的人生历程。建筑顶部为钻头造型，象征大庆油田奋发向上，积极进取。案例选择建筑的主要特征“工”字外形、47 级台阶、顶部钻头等作为产品主要造型；提取牡丹、鹤望兰两类市花形态，做剪纸纹样以装饰产品；将产品中间部分做镂空处理实现笔筒收纳功能，前方的立牌实现书立固定功能。通过对大庆市铁人王进喜纪念馆进行剪纸文创设计，可以使建筑在传统文化寓意的基础上，呈现新面貌、新形态，以此来推动红色文化的创新性发展，让更多的年轻人了解、学习、传承中华优秀传统文化。

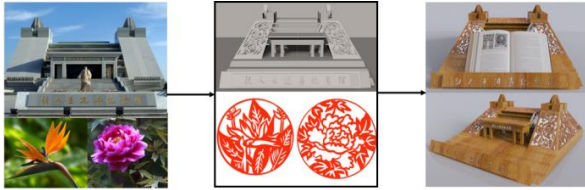


图 2 铁人纪念馆结合地方文化的剪纸文创产品

4. 黑龙江地区红色文化剪纸文创意

4.1. 文化意义

红色文化剪纸文创产品以红色文化为表现内容，剪纸为表达形式，文创产品为表达载体。以剪纸表达红色文化可以使抽象的精神文化形象化，增添文化价值；以文创产品为载体，能够将红色文化、剪纸非遗引入人们的日常生活，将抽象文化具象化，丰富传播途径，促进红色文化精神内涵的传承与发扬，推动剪纸非遗的多样化发展，使红色文化、剪纸非遗通过文创产品不断迸发生机与活力，同时也能够为其它红色文化、非遗创新提供思路和指导，从而最终促进我国红色文化与非遗创意产业的发展，提高文化竞争力^[7]。

4.2. 经济意义

近年来，人民生活水平不断增高，思想教育水平也逐步提高，对于红色文化创意产品的需求也在不断提升。这种红色剪纸文创将传统文化融入生活中，潜移默化地影响人们的生活，让精神文化成为生活中的不可或缺的一部分，展示龙江剪纸独特魅力的同时也更好地发扬龙江精神。红色剪纸文创产品不仅是红色文化宣传教育、非遗剪纸活化的载体，带动其他非遗活化传承，促进地方标志品牌的宣传和推广，能够促进地方消费，推动红色旅游业的发展，为红色文化单位、剪纸手艺人等提供经济支持，带动地区经济发展。

4.3. 红色思想教育意义

龙江剪纸承载着优秀的龙江精神，将这种精神财

富转变成实物教育，贯彻落实党的十九大精神与全国教育大会精神，成为助推教育全面发展的强大动力。将这种“爱国奋斗、开拓进取、求真务实、艰苦创业、顾全大局、无私奉献、大爱大爱”的龙江精神植入到剪纸艺术中，再以实物为载体，丰富了龙江精神传播的途径。将战争场面与奔赴小康道路上的人民奋斗场景通过剪纸表现出来，生动形象地展现黑龙江人民不畏艰难的进取精神，让各地人民看到奋斗路上黑龙江人民必胜地信念，发扬各地区的红色文化。

5. 结语与启示

黑龙江红色文化是黑龙江人民在开发创业的伟大大历程中所孕育出来的宝贵精神财富，具有强大的生命力和创造力^[8]，蕴含丰富的历史内涵，通过收集分类、解构提炼、重构深化为产品赋予深刻内涵，以剪纸形式表达，使抽象的精神内涵形象化，以文创产品为载体，能够提高黑龙江文化竞争力，为传播红色文化、剪纸非遗注入新的活力，为推动区域经济发展模式，带动地区经济文化全面发展。

项目基金

本文由黑龙江八一农垦大学省级大学生创新创业训练计划《“龍·匠”剪纸文创工作室》(202010223108)资助。

REFERENCES

- [1] Shen LL., Shen JQ. (2017) Research on the integration, innovation and market operation of red culture and paper cutting art. Journal of Tongren University, 08: 99-102.
- [2] Shi JF. (2021) Research on creative design of red culture tourism products in Northeast. China Tourism and photography, 08: 47-48.
- [3] Gao YQ., Zhou X. (2019) Inheritance and innovation of folk art in Northeast China. Art evaluation, 13: 5-6.
- [4] Zhang K. (2020) Analysis on the influence and characteristics of regional culture on Heilongjiang paper cutting art. Art Appreciation, 33: 37-38.
- [5] Wu W. (2014) On the development basis of internal audit culture in Reclamation Area. Farm Economic Management, 06: 55-56.
- [6] Jiang XW., Luo FY., Li J., Sun DL. (2021) Research on cultural and creative product design of revolutionary memorial Hall based on red culture. Furniture & Interior Decoration, 05: 66-69.
- [7] Wang S, Han G. (2021) Heilongjiang province outstanding spirit into practice in higher vocational colleges education activities path research. Journal

of vocational and technical college, Harbin, 6: 83-85.

- [8] Fan DW., Yuan HJ. (2021) Design strategy of red cultural creative products of the New Fourth Army from the perspective of semiotics. Volkswagen standardization, 09: 99-101.