

“指尖的艺术”——基于数字化网络平台的 非遗文化文创产品设计与推广 ——以户县农民画为例

王鑫迪 田嘉敏 张雪 黄永飞
西安思源学院 教育学院

摘要：为促进非遗文化的传播与发展，助力区域文化资源的整合利用以及带动区域经济的发展，以下内容阐释了非遗文化的文创产品与数字化网络平台之间的联系，分析了现阶段非遗文化在数字化网络平台的发展现状以及面临的现实问题，以户县农民画为例，提出户县农民画作品的品牌形象定位，并从户县农民画的文化风格和产品形象、强化区域文化体验、打通区域文化品牌产业链、设计文创产品及宣传推广，四个层级探讨区域品牌文化产品的创新设计，以促进非遗文化与区域文创产品的共同发展，助力区域经济更好更快的发展。

关键词：户县农民画；非遗文化；文创；数字平台

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2024.01.094

引言

党的十八大以来，我国非遗保护工作走过了可圈可点、至关重要的5年发展历程。为深入贯彻习总书记关于传承发展中华优秀传统文化一系列重要讲话精神，积极推动非遗保护传承，促进中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。近年来，农民画与年轻人生活脱节，农民画创作者及爱好者普遍年纪较大，农民画的传承和发展缺少来自年轻群体的关注，农民画的推广和传播效果不佳。^[1]此外，农民画传播途径少，主要依赖于画展和博物馆进行传播。其次农民画产品形式较为单一，其作品形式仍然以画作为主。随着非物质文化的创新和发展，各类“文创”产品逐渐融入大众生活，与之相比，农民画作品在人们日常生活中的出现频率较少。因此，有必要运用数字化网络平台对农民画相关产品创新有进一步的研究。

一、农民画在数字化网络平台的发展现状

（一）农民画在数字化平台上形成了全面系统的概念并且有了初步形象

农民画极具民间艺术色彩，由于先前的记录保存技术及媒介传播形式等限制，农民画的形象及概念不明显，不清晰，不完整，使得很多人不了解以及根本没有听过农民画，经历近些年数字化网络平台的发展以及结合一些学者专家们的研究，农民画逐渐出现在大众视野中，在数字化网络平台上有了系统性，全面性的概念，农民画的概念完整的出现在数字化平台上。由于数字化网络平台发展，很多传统民间农民画绘画者的作品逐步出现在大众视野当中，农民画的形象在大众视野中有了亮相，描绘了很多民间劳动者们劳动与收获的场景，传统绘画艺术家们将这些形象如实的记录与绘画下来并当

代数字化网络平台进行保存和传播，农民艺术作品的概念被越来越多的学者们所熟知，农民画艺术作品的形象也被越来越多的艺术家以及当代大众所了解。^[2]农民画在数字网络平台上获得了较高的关注度，很多的当代年轻人渴望了解传统民间农民的劳动场景及丰收盛况，年轻一代的艺术家们能够通过农民画艺术作品的形象实现足不出户去了解历史悠久的及千里之外的农民劳动的场景。迄今为止，农民画在数字化网络平台上崭露头角。

（二）农民画在数字化网络平台上的新概念与新形象

依托于数字化网络平台的发展以及创新性艺术概念的更新，数字化平台上也出现关于农民画艺术作品的认识，新观念。出现了新潮的农民画概念及农民画形象。^[3]传统的民间艺术创作者们也吸取当代的艺术绘画知识以及当代的艺术新观念，创作出符合历史性发展的创新性农民画作品，使农民画自身的创作作品发生了新变化并在当代数字网络发展的情况下使农民化形象传播的更宽，更广。^[4]由于数字化网络平台上出现的纪实性农民劳动场景影视记录的出现以及当代交通发达的情况下，当代年轻人能够通过对于这些作品的浏览参考或者去实地考察与观测记录，获得一手的农民劳动真实场景与丰收盛况，使得很多当代年轻人能够对于传统的民间农民形象或农民画作品有新的认知，能够创作出他们观念中的新型农民画作品，也能够根据传统民间农民画作品加入新的艺术色彩与结构形成新的农民画作品。使得农民画在数字化网络平台上出现了更多新形象，但这些新型农民画中依旧保持了传统的农民画艺术作品特点。很多的当代艺术家根据传统农民画作品展开更新及创

新,使农民画走向了更大的平台,获得了更加巨大的影响力与关注度。农民画的新概念以及新形象也迈入了大众视野中,使农民画在数字化网络平台上的知名度越来越高,影响力度越来越广。

二、农民画发展现状存在的问题

(一) 农民画发展现状

西安户县农民画诞生于20世纪50年代,由当地农民创作,内容取材于中国传统农村生活。户县农民画迎合大环境成为的农民画发展“排头兵”2004年户县农民画乡基地建设启动,2003—2005年户县人民政府积极响应国家号召,致力于打造“中国第一画乡”。2009年全县共有2100名农民画作者,300多名骨干作者,发展势态积极,知名度影响力不断扩大。淳朴的画风、绚丽的色彩、独特的技法令户县农民画远近闻名,依托于当代数字化网络平台发展,在美、英、德、法等数十个国家和地区展出。进入新世纪以来,全国各个画乡都在积极的探索农民画的创新之路,并取了可喜的成绩,农民画的发展开始不在局限于乡村,开始依托于数字化网络平台的力量开始逐步发展,走向更新更大的舞台。

(二) 农民画发展现存问题

1、传统农民画艺术无法很好与当代艺术文化相结合

随着新时代的快速发展和数字化网络平台的发展与创新,城镇化的发展逐渐使得传统的农村劳动生活场景没落,缺乏根本性创作来源,使得户县农民画的灵感“源泉”逐渐干涸,创作出来的农民画缺乏新的艺术形象和艺术美感,创作者无法很好结合新时代的艺术新潮,传统的农民画文化与新时代艺术文化结合不恰当,导致农民画绘制出现断层明显、艺术风格相差大等问题。

2、创作队伍逐渐萎缩

人才匮乏是当前农民画面临的窘境,目前户县农民画的作者大多年事已高,缺乏创作的精力与热情。再加上新一代的年轻人对农民画不感兴趣,很少有年轻人投身农民画知识的学习和创作,导致传统农民画创作技艺丢失,农民画创作人才逐渐萎缩。基于生活经济的考虑,年轻人对于低收入的农民画创作行业产生抵触心理,导致新生力量持续匮乏。现如今存在的当代农民画创作团队的理念与观念与传统的农民画概念相差巨大,学习的艺术知识与实践能力有限,无法很好的结合当代新潮艺术发展观念,导致创作出来存在于市面上农民画产品质量参差不齐。

3、创作模式死板,创新意识、品牌意识不强

在乡村振兴和乡村经济扶贫的背景下,户县农民画创作者缺乏创新精神,思维固化,当代的很多新型农民

画创作者大多只会套用之前的农民画作品模式,没有加入自己的新想法。如今的户县农民画作者创新能力不强,不能很好的吸收随时代进步和更新的艺术知识和新型绘画艺术技巧,仍停留在那个年代的绘画风格。临摹现存作品居多,大多只存在于纸质绘画方面,对于区域产品开发力度不够,没有设计出专属的地域农民画品牌,没有打造出属于自己的区域特色。

4、缺乏宣传力度,农民画影响力不大

农民画作品宣传力度不够,没有高效利用地域特色的渠道和产品依托去宣传农民画作品,商品产业链链接不当,随着经济利益的驱动,为了经济效益而大批“作坊”化的流水线生产,制作出来的农民画产品质量不高且价格恶性竞争,缺乏既懂市场运作又擅于创作和设计的经营管理人才,导致户县农民画产业发展混乱,没有清晰的目标导向,拥有高质量的农民画文创产品也无法获得足够的热量,在大众视野中的知名度也不高。

三、创新农民画与生活用品相结合的文创产品的生产与推广

(一) 明确户县农民画产品的品牌形象定位

从区域非遗中选择一个区域的核心文化,以此深化和拓宽区域的文化形象,可以更好地调动区域的资源打造区域文化品牌。户县农民画就是这样一个具有较强拓展性和衍生性的非遗文化,因为它不仅有深厚的文化内涵,更因它有很大的经济潜力。对户县农民画文化的消费者和需求分析,可以有效的制作产出农民画的生活用品。这里将户县农民画文化消费者分为三类:其一为喜欢户县农民画文化的固有人群。他们肯定对户县农民画文化有一定的了解,往往年龄岁数比较大,喜欢欣赏传统的户县农民画作品,有户县农民画文化相关产品消费能力。其二为年轻的消费主力军。现代年轻人的消费更加注重的是功能之外的精神享受,彰显个性色彩的户县农民画文化品牌形象,能够满足现代消费升级现象下更多彩的购买选择。其三为旅游游客群体,游客在旅游的过程中能注意到什么并可以带走什么。所以打动他们的必然是能够明显区别于其他区域和文化特色的东西,即基于户县农民画文化特征设计的生活用品的区域品牌具有个性化和差异化的视觉形象,同时他们的消费行为和情感认可也有利于户县农民画文化形象的传播。在保持固有消费者喜爱的户县农民画文化特征的根本之上,为了适应现代经济市场和新一代消费者的需求,户县农民画文化品牌定位可以趋向于生活化,大众化。

(二) 创新区域文化产品的品牌形象

1、凝练户县农民画的文化风格和产品形象

首先先了解户县农民画的历史发展历程、文化特色以及个性特征,重点对户县农民画的文化内涵和艺术特

征进行提炼,近一步的确定户县农民画生活产品的文化主题风格。然后运用数字化网络平台进行宣传售卖,户县农民画是由基层群众创造出来的,风格比较朴素,个性比较鲜明。把户县农民画与生活用品如钥匙扣、手机壳、衣服等结合创造出来的产品,不仅可以使户县农民画文化宣传发展,丰富区域文化产品的种类,打造独特的产品形象,还可以提高带动区域的经济发展。

2、强化区域文化的体验

户县农民画产品充分挖掘乡村非物质文化遗产商业价值,为传统农民画赋予多元化形式,将田野乡间的农民画与现代年轻人的日常生活相结合。为了提高消费者的文化体验,农民画文创产品大多已经与农民画艺术家建立合作关系,线下采集农民画形象进行文化产品创作,设计一系列实用生活产品,包括购物袋、手机壳、贴纸、冰箱贴等。丰富鄂邑区农村经济产业,有助于鄂邑地区实现乡村振兴,通过非遗农民画和设计结合,推动非遗文化商品化,进一步带动乡村地区的发展,响应国家政策,创新性的实现乡村振兴。通过线上平台将非遗农民画商业化经营,为传统农民画和消费者搭建非遗平台,从而进一步传播传统农民画文化,让更多青少年了解到非遗文化。文化传承载体创新,将非遗文化与现代生活进行深度融合,通过现代技术和网络设计把农民画形象与现代生活物品结合,使非遗文化潜移默化、深入人心,可以使人们拥有沉浸式的文化体验,的让越来越多的人喜欢了解非遗文化。

3、打通区域文化品牌的产业链

融合非遗区域文化的产品其实就是一种隐性的文化消费,即是符合现代文化需求又是具有户县农民画区域文化品牌,可以促进户县农民画的传统文化的传承和发展、区域文化精神的传播以及经济效益增长的循环发展。从源头寻找并创作出高质量农民画作品,形成并提升农民画作品与生活用品相结合创造出来的产品形象,结合数字化网络平台的产业链发展,使区域文化品牌拥有自己独特的产业链。推动区域一体化发展和资源整合的有效利用,完善户县农民画产业融合和区域联动发展。

4、设计文创产品及宣传推广

通过对户县农民画的绘画色彩和艺术形象的本土研究,将户县农民画作品与日常生活用品相结合,设计推出手袋、帽子、雨伞、鼠标、日历、手机壳、瓷杯、贺卡等产品,还可将户县农民画作品直接用在服装设计中,设计出具有代表性的服饰,还可将农民与教育相结合,设计出幼儿教育艺术绘本,农民画欣赏集册打造出属于户县农民画文创产品,主推将户县农民画文创产品在数字化网络平台上宣传推广,并通过多种媒介载体推

动民间艺术的创作生产和传播推广,并且寻求政府及市场帮助,将农民画经济效益拉到最大。采用O2O模式进行产业运营,将线上线下结合起来,将产品的宣传与推广打造“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”的传播路径,从而传播非遗文化。

最后,不仅要关注区域文化的传播以及经济效益的增长还要更加注重教育在其中发挥的引导作用。可以将户县农民画与高校讲座或专业课程相结合,更有利于户县农民画产品的传播、发展、交流等方面的产业升级优化。

结语

以数字化网络平台为媒介,以日常生活用品为载体,结合农民画,设计出农民画文创产品,更好的宣传农民画文化。在新的时代背景下,塑造出新的农民画形象,使农民画文化以崭新形象出现在大众视野中,使农民画从摆在橱窗里展览的艺术品变为日常可见的产品,使得农民画更加贴近生活,在这种环境下发挥农民画文化的潜移默化的作用。在新时代数字化网络发展平台的大背景下,必须充分借助数字化这个时代先机,将农民画非遗文化数字化,把农民画和日常生活产品一一结合,创造出户县区域品牌,打造新的农民画形象,更好的帮助户县百姓将农民画的影响力扩大到最大,将户县农民画的经济效益拉到最高,提升农民画非遗文化的利用度和当代价值。

参考文献

- [1]王淼.乡村振兴背景下非遗文化在区域品牌设计中的运用——以大别山地区庐剧为例[J].宿州学院学报,2021,36(05):25-28.
 - [2]裴晓.传统民俗的文创设计创新与推广研究——以陕西非遗户县农民画为例[J].造纸装备及材料,2022,51(03):115-117.
 - [3]刘玲,高雅琳.基于“互联网+”背景下鄂邑区农民画发展现状及意义[J].黑龙江画报,2021(11):95-97.
 - [4]李照卿.陕西鄂邑(户县)农民画产业现状分析[J].美与时代(中),2018(06):129-130.
- 作者简介:王鑫迪(2003.4-),女,汉族,河北邯郸人,2021级本科生,专业:学前教育。
- 通讯作者:田嘉敏(1992.5-),女,汉族,陕西西安人,硕士,讲师,研究方向:教师教育。
- 基金项目:2023年陕西省大学生创新创业训练计划项目“‘指尖的艺术’-基于数字化网络平台的户县农民画文创产品设计与推广”。项目编号:S202313121044。