

国潮艺术在文化振兴中的传承与升维设计

黄茜 张玲 朱泽农 周灿 曹敏 万想珍 谢远江

(长沙环境职业保护职业技术学院 湖南 长沙 410000)

[摘要]中国优秀传统文化和现代潮流审美有机融合,就构成国潮文化,两者之间经过融合并创新的文化潮流,成为当代文化发展的主要方向。在多元文化时代,国潮文化的情感认同,打破精英文化和大众文化之间的无形隔膜。成为一种围绕着民族情感、跨越阶层的主流文化,避免了流行文化的周期性弊端,成为当前国家文化软实力建设的重要载体。国潮从简单意思上理解就是中国潮流。国潮是现代与传统的有机融合,围绕国潮艺术在文化振兴中的传承和升为设计进行分析研究,可以帮助文化在当今时代,实现更好的传承和发展。文章围绕国潮文化的崛起发展情况进行分析,透过情感认同、文化自信、文化价值、主体意识的几个角度,探究国潮艺术在文化进行中的突出作用。

[关键词]国潮艺术;文化振兴;传承;升维设计;途径

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2021.09.1173

国潮就是指国风潮流,国潮可以理解为中国元素和潮流文化之间的融合。当前的国潮是一种具有反映中华文化背景特征的流行文化,其中蕴含着诸多美学元素,符合当前文化语言模式。从表现形式上看能利用复古的形式将传统文化带到现今审美,也可以从传统文化中提炼出优秀元素,和当前的潮流创新相融合,形成独具特色的中华东方潮流文化。围绕内容载体,从国潮文化中催生一系列具有代表性的品牌。从单一到多维的表现形式构成了一种文化现象,这就是属于中国文化的潮流,国潮文化在不断发展和崛起中,带动当前文化的发展和升级。国潮文化成为现阶段国家软实力建设的有效助力,文化振兴中利用国潮艺术能帮助文化振兴得到现代化的传承与发展。

一、现今国潮文化的发展及其成因

作为撬动后疫情时代的中华文艺复兴国潮艺术,势如破竹的发展携带着复古又新颖的内容,给人们更深刻的影响^[1]。中世纪欧洲的资本主义和创新进取价值观的萌芽,激发文艺复兴运动新冠疫情之后,经济内循环之下,当代年轻人的觉醒与数字传播的赋能,让国潮艺术成为了撬动中华文艺复兴的一个有力支点。在后疫情时代,国风回潮势不可当,它代表的是全球化信息平权之下,对东方审美的认同,属于中华民族的文化与骄傲,更是后疫情时代下中国在经济内循环。驱动中国历强盛、经济腾飞和文化自信的表现,这是与中国年轻一代所产生的情感而萌发的产物,国潮艺术在当前的发展有着突出的机遇。

2018年被称之为是国潮元年,国潮文化初具雏形,国潮文化的发展经历了三个历史时期。20世纪80年代外来文化的接收期,在这个时期,中国人惊羡于西方发达国家所产生的物质文明。在这种情况下,对他们国家的精神文化形成了一种盲目崇拜和全盘是模仿,认为西方所代表的就是先进文化、思想和审美。因为文化本身同根同源,是中华文化在海外的传承与发展。所以让这些亚洲文化在中国有了更快的传播渠道,更广泛的接受空间。在这一时期,国民经济建设以满足物质生活为主要目标,流行文化的匮乏无法满足广大

人民群众精神文明的需求,所以这一时期的国人是相对主动的,完全吸收借鉴各个地区流行文化,对本土文化产生了自我的否定和批判。

第二个时期是21世纪初期,这时候人们的自我意识开始觉醒,随着国内经济文化的发展,大众消费基础开始慢慢由物质转变为精神需求,这与经济的发展有密切的关系。2001年举行的上海APEC峰会,世界各国领导人身着唐装齐聚上海会场。这样的中国东方美在国际层面展示这一时期告别了过度依赖外来流行文化的全盘接受局面,开始从自我审美意识出发来展现东方之美。其中最具有代表性的事件就是著名的好莱坞电影为了迎合中国市场,开始在影片中加入中国元素。初期是为获得商业效益,而后。真正的迎合中国观众的观看需求和文化认同为主。

第三个时期是中式美学的回归与审美的诉求。这一时期国人对中华文化的回归自信和归属感,让国风之美得到了进一步的发展。从中国风歌曲到中国元素在设计上的应用,国潮文化快速形成并崛起,国潮不再是一种简单流行的文化现象。而是中国改革开放以来多年社会经济发展的必然结果。

二、国潮艺术的发展对于文化振兴的传承和升维设计

(一) 加深民族认同感

国潮艺术的发展在文化振兴、传承和升为中发挥着突出的作用。国潮文化的流行受到了当前青年人的认可,反映出了基于情感体验的传统文化情感认同。这样的情感认同深深地扎根在年轻人内心,能让年轻人和文化之间产生强烈的情感共鸣,所折射出来的文化自信和文化自豪,可以帮助中国新时代年轻人在文化多元的时代,打破精英文化和平民文化之间的壁垒,让上层文化和底层文化之间实现交流贯通。这样的共识就避免了流行文化周期性出现的问题。

(二) 推动文化自信,塑造主体意识

综合国力的提升为国民自信提供了强大的物质基础,也成为了国潮文化流行的客观条件^[2]。国潮艺术得到进一步的发展,国潮艺术结合传统文化、现代美学、先进科技于一体,是一种相互碰撞的文化,是个性的追求。在这样的情况

下，国潮艺术不再是单一的文化现象。而是包含了诸多层面，例如舞蹈、影视、绘画、服装、文化产品等。这样的文化综合现象就避免单一文化流行的时效性、年龄限制，它作为一种跨阶层、跨年龄的审美体验。避免中国文化成为追随西方文化的附庸，让中华文化坚定自信，在文化振兴中实现更好的传承。

三、国潮艺术的最新发展及现状分析

(一) 国潮艺术在消费和文娱领域的最新发展

“国潮”的出现，彰显了综合国力和文化经济水平的提升，带动的是文化自信和文化回归。如今国潮涌现，最常见的是以“品牌+品牌”、“品牌+IP”、“品牌+名人”这三种方式联名，这种方式稳稳地击中了消费者们求异、跟风并存的消费心理，知名IP带来的品牌附加值，则大大提高了产品的溢价空间，既宣传了国货老品牌，也掀起了一阵时尚风暴。无论是“种草”的国货商品，还是“燃爆”的国产影视，抑或是“复兴”的国粹国风，这些涵盖衣食住行的国潮品牌，既满足了时尚的追求和个性的张扬，又凸显了文化的内涵和价值的回归，这和当下年轻人的消费偏好不谋而合。有态度又实用，有情怀又个性，有质感又新潮，附着在潮流中的情感诉求、价值归属和社群认同，让“国潮品牌”收获了大量的新生代消费群体，在竞争激烈的市场上闯出了一片新天地。

国潮风以文化，以情怀重新刷新了大家对传统中国风的认识，原来国风也可以玩出新花样。从国货老品牌李宁，以“国潮”之名，重获新生，老干妈、故宫文化、百雀羚、大白兔等中国品牌文化IP大受欢迎，到《中国诗词大会》、《上新了故宫》等节目的火爆，到《唐人街探案》、《流浪地球》、《哪吒之魔童降世》等国产电影广受好评，国内不少行业都随之刮起“国潮风”。将这些古老的、深入人心的文化用一种创新的新潮的方式表现出来，给予它们新的生命力，让人感受到新与旧的碰撞，这正是“国潮”的魅力所在。国潮让传统国货品牌在新生转型中找到了新的市场，还让传统中国文化进一步得到传扬。



(二) 经典品牌借国潮风重装上阵，跨界联名成为最通行手段

经典国货品牌百雀羚借着打文化牌重回市场热销榜，而且还登录了各大电商平台，再次成为国产“爆款”商品。大宝、安安等上世纪80年代流行的日化用品在沉寂多年后，也全新回归，成为不少年轻人追捧的美容必备品。不服输的“国民球鞋”回力，针对年轻消费者调整布局和策略，如今不少90后、00后脚上一双双新回力鞋时尚感爆棚。卷土重来的还有健力宝、北冰洋、冰峰等本土汽水品牌，通过崭新的品牌推广和长期苦练内功转型升级，消失多年后再次回归并很快得到国人认可。



联名产生的“化学反应”正颠覆很多人的想象。晨光文具与京剧“联姻”，将生旦净末丑的扮相绘于文具之上，瞬间火爆市场，一支笔的蜕变，折射了国货的“复兴”。周黑鸭×玛丽黛佳推出鸭脖味口红；泸州老窖推出同名品牌香水；六神×RIO定制花露水味鸡尾酒；大白兔奶糖×美加净联名款奶糖味润唇膏；云南白药×北山制包所首推“包治百病”；冷酸灵×小龙坎打造“火锅牙膏”；还有国潮奇趣限定的旺旺民族罐，自然堂京剧面膜……这一波不停一波又起的国潮跨界好物，让我们叹为观止的同时，又彰显了国民老字号强大的包容度和创造力。国潮涌动之下，于品牌而言，“万物皆可跨界联名”。

四、结语

综上所述，在当前时代背景下，国潮文化作为民族情感认同、文化自信的主体意识，代表了一种文化方向，一种创新的语言形式。借助当前的流行趋势，可以帮助文化振兴实现进一步的传承和升纬。在这种模式下，国潮艺术需要抓住机遇，迎接挑战，实现自身的突破发展。

参考文献

- [1] 杨智强, 史湘芸. 浅议国潮文化对国家文化软实力建设的意义[J]. 文化产业, 2021(35): 130-132.
- [2] 王轶群. “国潮”文化的内涵界定及其产品分析[J]. 人文天下, 2020(18): 44-49.