

Research on the Innovation Path of Integrating Lei Feng Spirit into Cultural and Creative Products

Jingyi Bai Feng Chen

Shenyang University of Technology, Shenyang, Liaoning, 110000, China

Abstract

The paper aims to inherit and promote the spirit of Lei Feng, and promote the development of Lei Feng's cultural and creative industry. Enriching cultural and creative product forms that focus on spreading the spirit, providing inspiration for other designers, exploring specific innovative paths from three dimensions: uniqueness, conveying emotions through objects, and exploring classics. When integrating the spirit of Lei Feng into cultural and creative products, we should not only grasp the "form", which is the appearance of the product, but also pay attention to the "spirit", which is the integration of spiritual thoughts. With the development of the times, the methods of artistic expression are changing and flowing, and spiritual thoughts are surging with new vitality, radiating new historical significance, and demonstrating new values. Seizing the characteristics of the spiritual connotations bestowed by the times, exploring new ideas, theories, and practices in the spiritual connotations bestowed by the new era, in order to better practice the spiritual and cultural cause. The paper is based on the connotation of Lei Feng's spirit and red culture, analyzing the methods and practices of integrating spiritual culture into cultural and creative design, opening up new ideas for red cultural and creative design, and promoting the development of Lei Feng's spiritual and cultural industry.

Keywords

Lei Feng spirit; red cultural and creative; product design; innovate

雷锋精神融入文创产品创新路径研究

白静怡 陈峰

沈阳理工大学, 中国·辽宁 沈阳 110000

摘要

论文旨在继承与发扬雷锋精神, 推动雷锋精神文化创意产业的发展。丰富以传播精神为主的文创产品形式, 为其他设计者提供灵感, 从标新立异、以物传情、挖掘经典三个维度探讨具体的创新路径。雷锋精神融入文创产品时既要抓住“形”, 即产品的外形, 还应注重“神”, 即精神思想的融入。随着时代的发展, 文艺表达的方法方式在变换流动, 精神思想更涌动新的生机, 焕发出新的历史意义, 表现出新的价值。抓住时代赋予精神内涵的特点, 挖掘新时代赋予精神内涵中的新思想、新理论、新实践, 从而更好地践行精神文化事业。论文基于雷锋精神红色文化内涵, 分析精神文化融入文创设计的方法与实践, 打开红色文创设计的新思路, 从而推动雷锋精神文化产业的发展。

关键词

雷锋精神; 红色文创; 产品设计; 创新

1 引言

在文创产品的开发中, 具有红色文化属性的产品设计尤其困难。表达精神的文化产品更是少之又少, 中国整体文创设计的发展面临着挑战, 许多问题亟待解决^[1]。雷锋精神元素的提炼、产品形式的择选、文化内涵的表现以及特殊的纪念属性, 都需要设计师的考量。综上, 以下三个维度探索雷锋精神文创产品的创新路径。

2 标新立异: 产品形式焕然一新

雷锋文化元素提取中, 最常见的有雷锋整体形象、雷锋帽和雷锋纪念馆等外观元素。市面上部分文创产品, 直接把这些元素贴到常见的生活用品中, 这样无法让使用者感受到产品的温度, 产品附带的文化价值也无法得到更好吸收^[2]。在雷锋精神文创产品的设计开发中, 力求找到能使用户情感变化的创意点, 同时要符合雷锋文化的特征。

设计重点之一在于元素在产品中的处理方式。设计点可以是常见的形象元素, 也可以是搭配传统的色彩特征的点线面集合^[3]。塑造产品情感时, 简单的图形得到恰当的适用, 可能留下不容小觑的印象。设计师要做到复杂的视觉抽象化, 简单的造型细节化, 与符合时代的审美相结合, 创造

【作者简介】白静怡(1999-), 女, 中国辽宁人, 在读硕士, 从事工业设计研究。

出更加艺术化的文化元素。此外,设计师在反复搜集雷锋精神内涵资料过程中,会找到一些描述呈具象化的精神内涵,如“螺丝钉”精神、“钉子”精神(见图1)。也会在雷锋日记中找到英雄的各类名言,要学习的时间是有的,问题是我们善不善于挤,愿不愿意钻。“我们在学习上,也要提倡这种‘钉子’精神,善于挤和善于钻。”不管是词语还是句子,都存在一个特点,就是把雷锋的文化内涵都做出了生动具体的比喻。在生活中的事物中可以找到雷锋同志的痕迹,无论是实物、动作还是语言,创意适用的载体一定要有迹可循。



图1 雷锋精神内涵

载体种类的选择也是设计的一部分,产品种类的挑选在文创设计中常常被忽视。最常见的文创产品类型有杯子、钥匙扣、书签、钢笔等。文创产品向“日常化”发展,使用价值高、体量小、定价适当是此类产品的共同特点。即便是最普通的生活用品,在雷锋精神内涵的表达上也有适配性强弱之分。设计师在考量产品类别时,可参考与人物塑造呼应的特点,包括人物身份表征、背景、品质等。随着人们生活方式的不断变化,产品种类形形色色。在日用性的基础上找到一种恰当的载体类型,能为用户带来一种巧妙感。在无法摆脱产品种类单一的情况下,变换产品的使用方式亦可产生同样的效果。

在设计过程中设计师借由角色生活经历、精神力量与产品映射出的联系与脉络,结合与之匹配的载体类型,利用工业设计的现代化手法进行艺术效果创作,包括造型塑造、气氛渲染、虚拟情境搭建等。力求将严肃的、陌生的事物平易化、熟悉化,从而建立起人们感知雷锋精神文化的桥梁,生动、有趣的方式让人们的解读过程变得轻松愉悦^[4]。

3 以物传情: 产品自身的文化回馈

红色精神性质的文创产品往往最注重的就是其带来的文化反思^[5]。反思是一种复杂的思维活动,大脑对产品反射的信息作多个维度的补充,其中包括对相关情节的再生、气氛的渲染、情境的塑造等等。帮助用户深度理解产品的构思并获得沉浸式文化体验(见图2)。



图2 雷锋精神文创产品创作要点

当产品融入文化的底蕴,才能达到情感的延续,如何把文化意蕴表达得效果好,成为设计的难题。

首先,需要找到雷锋精神内涵的关键词。一定要选择与产品功能、用途和造型相关的关键词。例如,雷锋日记中记录这样一句话,“要学习的时间是有的,问题是我们善不善于挤”,这句表现的是雷锋同志珍惜时间,勤奋好学的美好品质。设计者可以从文中塑造的情境,选择“时间”“学习”作为关键词。从时间延伸到珍惜时间、学习延伸到督促学习,从而关联到很多产品。以此为列,设计思维得到扩展,可以选择一个恰当的产品载体进行创作。和“时间”有关的产品,例如,闹钟、秒表、计时器等。和“学习”有关的产品,如钢笔、书签、尺子等。

其次,当产品载体已经确定时,要赋予产品更多的交互性,从而实现用户自身与产品所传达的情感的相互融合。高效的互动往往在人们进入共鸣情境体验中实现的^[4]。雷锋精神文创产品更是作为思想传播、传承的物质媒介,传递精神内涵成为产品功能的主体。主要表现为产品与用户的互动方式。此类文创产品,是使用创意设计的手法将雷锋精神的核心内涵融入日常使用的产品,具有与人物特征或精神属性相符的造型和功能。为宣扬崇高的理想信念和道德品质追求而塑造的文创产品,精神内涵回归的原型往往是由真实历史事件走出的英雄人物,所以此类产品设计具有一定的庄重性。但这并不意味着在表达上呈现单一的固有形式,缺乏创意及用途的灵活性。

设计师首先要考虑的是产品与用户能不能互动以及如何进行互动,即使是简单的视觉互动也有质量高低的区分。不局限视觉互动,设计师应该从其他感官的角度,与用户建立更深层次的交互。例如,从触感的角度,如何实现“挤”时间、“钻”学习;从听觉的角度,是否能产生督促学习的配合。设计师更应该尝试从多感官,多维度的互动方式出发,将看不见、摸不着的精神思想塑造成可感知的体验。雷锋精神文创产品区别其他文创产品在于英雄人物的特有属性。其自带的文化反思内容更容易打动消费者。雷锋的事迹源自生活,并非脱离了现实世界,人们称赞歌颂他的所作所为,所以英雄人物往往收获大众的认同感。设计的重点要把握住英雄人物、用户与产品三者间相互碰撞产生的特殊反应,营造出一种与英雄人物同行的氛围,使用户产生一种仿佛时空重叠的难忘体验。

总之,雷锋精神文创产品设计表达既要抓住“形”,即产品的外形,还应注重“神”,即精神思想的融入。重点注意“形”“神”的配合,避免造型刻板单调,同时“神”脱离形态也无法传达。通过挖掘物体造型、使用方式与精神文化内涵的内在联系,运用现代化的设计手段,设计出整洁明快又不失文化内涵的产品。使用过程中,产品以五感角度的变化反馈给用户,仿佛置身于产品构建的精神世界,建立深层交互体验,从而引发情感上的共鸣。

4 挖掘经典：精神延续思想传承

文化创意产业作为增强文化自信的现实基础已进入新阶段，二十大报告中提出“繁荣发展文化事业和文化产业”，确立了文化工作的方向，看出国家对文化事业与文化遗产的高度重视。“传递精神，传承文化”是文化产业发展的核心理念。设计师应该深刻把握雷锋精神内涵，以创新方式对其凝练并表现在系列产品之中，以精神内涵带动产品的塑造，不断吸引新用户，从而带动雷锋文化产业的发展。

抓住特色才能打造经典。雷锋文化的特色元素丰富，其经典的形象深入人心。设计过程中，可利用此优势，承接并提炼以往的特点，对典型元素抽象、重构、再建，配合文字语义，视觉图片和产品种类均形成系统并彼此交叉，打造独具现代特色的经典，使得雷锋精神再焕生机。“无论时代如何变迁，雷锋精神永不过时。”这是习近平总书记在毛泽东等老一辈革命家为雷锋同志题词60周年之际作出的重要指示^[6]。雷锋精神文创产品，作为大众日常接触到的文化精神产品，对人们的思想教育、文化提升以及价值观树立发挥了极大的作用，关系到社会的健康发展。因此雷锋精神文创产品的开发除了获取经济效益之外，还要起到提高民众思想素质的作用。

科技发展使得世界文化交流更快捷频繁，面对各种文化浪潮，雷锋精神始终保持独特的魅力。雷锋精神文化映射出中华民族特点是朴实但有力量，其独特的经典形象唤起

大众的回忆，承载的精神思想让人抚平浮躁、回归初心。具备红色文化意义的雷锋精神为新时代发展提供有力的精神支撑，发扬雷锋精神内涵，增强民族归属感、文化认同感，从而“推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌”。

5 结语

随着科技的发展，生产生活方式不断发生变化，依托于工业设计的现代手段，雷锋精神的传播与发展注入了新的生机。基于雷锋精神特色文化，论文从标新立异、以物传情、挖掘经典三个角度探索文创产品设计的创新路径。打开红色精神文创设计的新思路，拓展大众接触精神文化途径，从而推动国家文化事业的发展。

参考文献

- [1] 薄慧鹏.传统元素融于文创产品设计的表现[J].包装工程,2022,43(14):339-342.
- [2] 杨艳玲,徐鸿.西柏坡红色文化创意产品创新设计路径研究[J].工业设计,2022(6):146-148.
- [3] 戴雅琳.红色文化旅游背景下湘绣文创产品设计研究[J].美与时代(上),2022(3):95-98.
- [4] 刘洋,门梦菲,田蜜,等.文创产品的创新设计方法研究[J].包装工程,2020,41(14):288-294.
- [5] 解春风.地域文化元素在文创产品设计中的应用[J].包装工程,2020,41(8):313-316.
- [6] 陶克,翟元斌.雷锋精神永不过时[J].红旗文稿,2023(5):19-20.