

低、经营模式陈旧、销售渠道单一等问题,通过计算机辅助设计、数字技术、影视动漫技术、电子传媒技术等现代科技手段,进行泥泥狗产品创新,生产出符合当代人审美取向的泥泥狗艺术产品,将是今后泥泥狗产业保持长久生命力的关键所在。

3. 非物质文化遗产保护工作的助推

近年来,国家非常重视非物质文化遗产的保护和传承,自2003年“中国民间文化遗产抢救工程”正式启动以来,相继开展了多个民间文化遗产抢救工程,出台了一系列的优惠政策,淮阳泥泥狗也被列入非物质文化遗产保护名单,这给淮阳泥泥狗的发展和传承带来了良好的机遇。目前首批“中国民间文化杰出传承人”的调查、认定和命名工作已经结束,全国共有166位民间艺术家获得“中国民间文化杰出传承人”称号,淮阳泥泥狗艺人许述章名列其中。另外,非物质文化遗产保护原则中最为重要的一点,就是保护它的原生态性,保护它的“根”。没有太昊伏羲陵就没有淮阳泥泥狗。根据“根”文化的特点,近年围绕着伏羲文化所开展的“伏羲文化论坛”、“中国神话学国际学术研讨会”,以及2006年由河南省伏羲文化发展有限公司承办的首届“风华水岸杯·淮阳泥泥狗”艺术大赛,这些都为古老的淮阳泥泥狗艺术搭建一个交流、传承、宣传的平台,对这一民间艺术的产业化发展具有重要的助推作用。

4. 中原经济区建设和华夏历史文明传承创新区的支持

在《国务院关于支持河南省加快建设中原经济区的指导意见》中,把构建华夏历史文明传承创新区作为中原经济区建设的五大战略定位之一。这不仅是中原经济区有别于其他经济区的显著特点,也是我国主体功能区划中唯一明确了传承文化使命和功能的经济区域。优秀传统文化凝聚着中华民族自强不息的精神追求和历久弥新的精神财富,是发展社会主义先进文化的深厚基础,是建设中华民族共有精神家园的重要支撑。包括淮阳泥泥狗艺术资源在内的中原大文化是中国优秀传统文化的重要组成部分和骨干部分,与之相关的泥泥狗等文化产业构成了优秀传统文化的承载体系,对于建设优秀传统文化传承体系具有重要意义。所以,依托中原经济区建设和华夏历史文明传承创新区建设来构筑中原文化的文化产业体系,将为淮阳泥泥狗艺术产业的发展带来一个新的机遇。

三、淮阳泥泥狗艺术资源产业开发的制约因素

1. 生存环境消失

民间美术的形成与农耕时代的生活方式、生产条件等息息相关。如今,时过境迁,在农业社会向工业社会转型的过程中,产生民间美术的客观条件变了,人们的价值观念和审美观念变了,田园生活一去不复返了。在生存环境逐渐消失的情况下,淮阳泥泥狗作坊迅速由1950年代之前的几百家锐减到现在的五六家,原本在街头巷尾出现的提篮式叫卖以及年节庙会上的商贩式摆摊,目前也只是一些应景之物,失去了它原有的文化土壤与生存空间,面临着难以为继的困境。

2. 艺术原真性和历史文化意蕴的缺失

艺术产业化是现代化进程中发生在审美领域的一个产物。然而,“机械工业带来的残酷压迫、设施的庞大规模、大量的产品与低廉的价格,基本上摧毁了手工艺。以这样的‘进步’自夸的机械工艺与渗透到各个方面的商业主义结合了,商业主义利用机械而得到巨额的利润。利润第一的商业观点转瞬即逝就牺牲了器物的‘质’与‘品’,致使粗劣的器物逐渐地在市场上泛滥起来”^[7]。在泥泥狗艺术产业化进程中,只追求经济效益而忽视其民间艺术品质和文化艺术内涵的短视行为造成了一系列问题。在日复一日的批量生产过程中,偷工减料、粗制滥造、规格单一的简单复制,使原本由娴熟手法捏制的用料考究、造型奇特、朴拙神秘的泥泥狗变得千篇一律、粗陋不堪,在家庭作坊中不计工时、具有创造性劳动的泥泥狗手工捏制工艺被机械化模制所取代,沦为流水线上的复制品。这种批量化、机械化的生产制作在使产品数量激增的同时,也带来了产品品质的下降和个性化差异的泯灭,导致泥泥狗艺术原真性和历史文化底蕴的缺失。

3. 创意设计能力不足

创新是文化产业发展的核心,也是文化产业核心竞争力长久不衰的根本保证。企业效益的获得是内容新创、技术创新、管理创新、体制创新、营销创新等多种创新因素综合作用的结果。就目前泥泥狗艺术产业发展现状而言,虽然新技术运用不足、企业管理理念落后、营销渠道单一等问题是制约其发展的因素,但更重要的是其产品设计样式老化,创意设计能力不足。民间艺术产品是艺术和思想的载体,它的生产过程是艺术家、企业家进行文化创新的过程,

而文化消费的过程便是文化创新和放大的过程,文化产品的生产过程则是技术创新的过程,其中的关键环节便是创意设计。利益驱动和机械化复制使得当今市场上的很多泥泥狗作品失去了其艺术原真性和历史文化底蕴,也失去了手工捏制时代制作者随心所欲的想象力与创造性。没有创意的机械复制品虽具有了泥泥狗之“形”,却失去了其文化内涵之“神”,自然也不会“富有当代审美意味”。没有创意与创新贯穿其中,民间美术产业化发展将不可持续。

4. 品牌影响力不足

品牌影响力是指品牌开拓市场、占领市场并获得利润的能力。品牌认知度、美誉度、占有度是对品牌影响力进行评价的重要指标。淮阳泥泥狗艺术产业品牌影响力不足主要表现在泥泥狗产品低端化、单一化,品牌创新能力差,品牌产业链不健全,衍生品开发不充分等方面。目前,淮阳泥泥狗艺术产业多以传统品类的泥泥狗开发为主,而且很多泥泥狗品牌的包装既不能体现其文化艺术内涵,也不具备现代美感,没有形成品牌影响力较大且具有高附加值的相关衍生产品。

5. 后备人才缺乏

人才是民间艺术传承的基础,也是民间艺术产业化发展的基础。在文化产业发展势头迅猛的背景下,民间艺术产业化发展所需的人才不仅包括掌握民间艺术传统制作技艺的人才,同时还包括既懂得民间艺术的核心价值和文化内涵,又能够创新民间艺术的产品设计,而且能敏捷把握市场变化信息、拓宽营销渠道的复合型高素质经营管理人才。但是,目前泥泥狗艺术产业发展普遍面临着领军人物稀缺、复合型高层次人才匮乏、市场策划经营人才缺乏等诸多问题,这严重影响了泥泥狗艺术产业发展的规模和质量。此外,由于经典泥泥狗需纯手工捏制,工序繁琐、费工费时,价格却很低廉,很难吸引到从业者。许多泥泥狗制作者出于生存的考虑,不得不转向其他更有前途的职业。

四、淮阳泥泥狗创意产业的开发对策

从民间艺术资源到民间艺术产业,创意是开始。将“创意可以点石成金”的产业发展理念引入泥泥狗艺术资源的产业开发,不仅能够实现泥泥狗艺术资源的经济价值,同时也有益于增强河南省的文化软实力,为中原经济区建设和华夏历史文明传承创

新区建设提供产业支持。要实现这一目标,就要针对当前制约淮阳泥泥狗艺术资源产业开发的诸因素,采取切实可行的措施,来有效推进淮阳泥泥狗的产业开发。

1. 构建泥泥狗艺术资源的立体保护体系

保护泥泥狗艺术资源,不仅仅只针对泥泥狗艺术本身,更要对泥泥狗所依附的伏羲文化以及与之关系密切的太昊陵等地理环境进行保护,因为“正是依附于人祖会、依偎着人祖的背影,神秘的泥塑陵狗应运而生”^[8]。为此,可采取的保护方式有两种:一是博物馆式的静态保护,二是保护基础之上的继承与发展。一方面,由于泥泥狗的传承主要是口传心授下的手艺指导,因此,可借助于非物质文化遗产保护工作的推力,对泥泥狗实物以及总结、整理出的文字、图片、视频等资料进行博物馆式陈列,让大众充分了解和认知泥泥狗艺术;另一方面,借助于中原经济区建设和华夏历史文明传承创新区建设的重大机遇,在保持泥泥狗固有文化艺术品质的基础之上,科学、合理、有效地进行泥泥狗产业的开发,这将更适合、更利于泥泥狗艺术资源的传承和保护。通过申请泥泥狗原产地保护、筹建泥泥狗博物馆、开办泥泥狗工作室、成立泥泥狗产业协会等方式,构建泥泥狗艺术资源的立体保护体系,在此基础上才能实现泥泥狗艺术资源产业的有效开发。另外,对泥泥狗艺术传承人的保护也是构建泥泥狗艺术资源立体保护体系的重要内容。

2. 萃取并活化泥泥狗的文化艺术意蕴

淮阳泥泥狗艺术资源所蕴含的祈福纳祥的吉祥文化内涵,以及古拙怪诞的造型,艳丽的色彩,抽象神秘的纹饰等视觉艺术特征,是几千年来历史遗存、历史风貌的体现。然而,消费社会中的利益驱动以及简单的机械化、规模化的生产复制,使泥泥狗艺术原真性和历史文化底蕴缺失,进而发生不同程度的变异,导致了人们陌生感与抗拒感的产生。“现代民间美术的存在样态与传统民间美术已有所不同,部分民间工艺品被现代工业产品所取代,有些民俗习惯被现代都市生活的快节奏所打破,民间美术在传统向现代的转型过程中实现可持续发展就显得尤为重要。”^{[2](P295)}因此,对于泥泥狗艺术产业的可持续发展来说,首先要根植于地脉、史脉与文脉,以传统文化艺术精髓的继承为核心,萃取并活化泥泥狗艺术中能够反映华夏历史文明发展进程的思想观念、价值取向、审美情趣等文化精髓,将这些无形的文化意蕴借助于媒介载体等表现形式传达出来,让

抽象的意识形态变成真实可视可闻可感的文化形式,从而达到传承民族艺术、发展文化产业的目的是。

3. 开拓泥泥狗的创意设计

以传统乡村作坊和乡村社会为基本生存环境的淮阳泥泥狗艺术,与当今经济社会发展、人们生活方式和思维观念的改变不相适应,是其走向产业化发展的重大障碍,也是其缺乏创意设计能力的重要原因。外界力量的挽救和保护只能保存其历史存在的事实,却无法挽回其弱化、变异脚步。因此,泥泥狗艺术必须在产业化过程中实现由传统到现代的蜕变,蜕变的契机将来自民俗观念的转变——由物质性转向精神性,由实用功能转向审美功能,由坚守传统走向开拓创新。这是因为,不同于传统产业中的制造业,泥泥狗产业属于艺术资源依赖型产业,真正决定泥泥狗产品本质的,不是它的物质载体,而是设计者发挥主观能动性对泥泥狗产品所进行的多元化的创意设计。所以,在泥泥狗产品的创意开发过程中,决不能仅仅对传统进行简单的机械复制或单一模仿,而要以多元开放的精神,进一步与现代设计思维、计算机辅助设计方法、电子资源服务等结合,通过对泥泥狗的造型、色彩、纹饰等视觉因素的抽取,将泥泥狗质朴、率真、富于审美趣味的艺术形式大胆地融入到纪念品、玩具布偶、影视动漫等现代产品设计中,在坚持其经典设计形象的同时大胆借助现代科技进行开拓创意设计,延伸其生命力,开发出符合当代人审美需求的泥泥狗系列产品。

4. 树立泥泥狗的特色品牌形象

随着经济社会发展和人们生活水平的提高,现代消费已不再是简单地购买生活必需品,而是更多地关注消费对象的文化品位及其所带来的精神享受和审美体验。很多知名品牌就是一种社会符号的代表,除了在用料、质地上胜出一般产品外,更主要的是附加的、无形的品牌价值,这些都大大增加了其品牌影响力。泥泥狗产业的发展同样要适应现代消费的特点,以特色鲜明的泥泥狗品牌形象来扩大其影响力。首先,要明确泥泥狗产品的品牌定位。针对传统手工控制的泥泥狗易褪色、易损坏、包装简陋等产品定位低端、品牌形象不突出的问题,可将现代科技与传统手工艺技术相结合,在用料、着色等方面刻苦钻研,着力解决褪色、易损的问题,并秉承“简易而不简单”的思路来对产品进行包装设计,树立企业品牌高品质、高品位的形象,扩大品牌影响力。其次,设计独特的泥泥狗品牌标志作为企业展示品牌形象最为直接的方式。例如选用“太昊”作为淮阳

泥泥狗的品牌名称,以此来强调泥泥狗与伏羲文化及太昊陵的紧密关系,在彰显其文化内涵的同时也突出了它所蕴含的“根”的文化情结。这样,既可树立特色鲜明的泥泥狗品牌形象,又可在提升其文化内涵的基础上扩大其在省内外甚至国内外的影响力。再次,通过创意设计来拓展泥泥狗品牌产业链,延伸泥泥狗品牌的生命力。可将泥泥狗的品牌形象应用于玩具开发、纪念品设计以及影视动漫形象设计等,在不同行业中扩大泥泥狗品牌的影响力。最后,采用专业的品牌销售渠道。从目前情况看,泥泥狗产业链尽管在构成形式上相对完整,但各链条基本环节还不成熟,有待进一步完善,特别是在产品的销售环节。由于品牌销售是企业展示品牌形象的直接窗口,所以,有别于以往街头叫卖、庙会经营、市集交易等泥泥狗的传统经营方式,可采用连锁加盟专卖店或与京东商城、淘宝、卓越等网络购物平台合作的网络经营方式,打造一批经营泥泥狗的实体店和网络专卖店,并采用统一的店面装修和商品包装,以进一步提升泥泥狗产品的品质。专业化的品牌销售更有利于泥泥狗销售空间的拓展与其文化艺术传播效果和品牌影响力的增强。

5. 拓展泥泥狗人才培养形式

人才是泥泥狗产业发展中必不可少的产业要素和产业资源,但是泥泥狗创意人才在总量、结构、素质上还远不能适应产业发展的需要。根据在产业链上的作用和分工的不同,创意产业中的人才一般可分为文化创意人才、文化创意活动的组织人才和文化创意成果的经营人才。据此,可针对泥泥狗产业发展中的具体情况,以专业学习、文化交流的形式来培养文化创意活动的创意人才、组织人才和市场策划经营人才,以参加不同岗位实践的方式来培养兼有创意、组织和经营的复合型人才。此外,以往泥泥狗人才的培养主要是采用言传口授的方式,以家族或手工作坊中的血亲传承和师徒传承为主,这显然不符合泥泥狗产业发展急需高素质、多层次人才的要求。可采取与高校、研究所合作的方式,通过学历教育、非学历培训、资格认证培训等方式,进行泥泥狗产业发展所需各类专业创意人才的培养。另外,由于行业领军人物自身就具有很高的艺术品位和艺术修养,所以还可采取建立领军人物工作室的形式来培养泥泥狗艺术人才,以充分发挥其行业影响力,例如许述章、邵波等泥泥狗制作大师艺术工作室的建立就具有这样的性质和功能。

五、结语

作为中国民间艺术中的艺术瑰宝, 淮阳泥泥狗有着重要的艺术价值、文化价值、历史价值和市场价格。然而, 在经济社会高速发展的今天, 人们“日出而作, 日落而息”的传统生活方式和思维观念已经发生了巨大改变, 泥泥狗艺术的生存环境也随着发生了变化, 其与现代社会的不适应使其面临着多种发展困境, 其应有价值也得不到体现和发挥, 仅从保护和保存的角度来看待泥泥狗问题, 无法挽回其弱化之颓势。笔者认为, 借助于中原经济区建设和华夏历史文明传承创新区建设的推力, 建立起立体的保护体系, 对泥泥狗进行产业开发式保护, 以产业创意延伸其生命力, 才能真正实现泥泥狗艺术在继承中发展、在发展中创新的目的。

[参 考 文 献]

[1] 张道一. 张道一论民艺[M]. 济南: 山东美术出版社,

(上接第29页)

的运作程序和工作内容以及思维方式, 让学生尽快体验到法律实务工作者的角色感, 减少他们对将要从事的职业的神秘感, 使学生在“工作”的状态下得到专业的训练。近几年郑州轻工业学院政法学院毕业生考取司法资格证的人数逐年递增(如2012年有34名四年级学生报考, 12人通过了考试), 这从侧面反映了实习的重要性。

为了适应面向基层的法律人才培养模式, 要扩大校外实习单位的范围, 除了公检法等传统的法律实务部门, 还可以选取一些基层的其他社会部门, 如街道办事处、社区、社会公益机构、中小企业等企事业单位, 以丰富学生的相关非专业技能。

总之, 中西部地方工科高校要抓住难得的机遇,

2008:113.

- [2] 肖丰, 陈晓娟, 李会. 民间美术与文化创意产业[M]. 武汉: 华中师范大学出版社, 2012.
- [3] 邵元珠. 淮阳泥泥狗的艺术风格及其对现代吉祥物设计的启示[J]. 郑州轻工业学院学报: 社会科学版, 2011(2):31.
- [4] 许东方. 河南淮阳泥泥狗的历史渊源及分类考析[J]. 时代文学, 2009(7月下):180.
- [5] 卫绍生. 河南文化发展报告(2013)[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2013:44.
- [6] 刘昂. 民间艺术产业开发研究[M]. 北京: 首都经济贸易大学出版社, 2012:151.
- [7] [日]柳宗悦. 工艺文化[M]. 徐艺乙, 译. 桂林: 广西师范大学出版社, 2006:45.
- [8] 王悦勤. 始祖印迹: 陵狗卷[M]. 郑州: 河南人民出版社, 2008:7.

结合自身的工科优势背景, 使法学本科教育与中原经济区建设和西部大开发相契合, 办出特色、办出水平, 从而使法学专业成为中西部工科高校中一个独特的优势专业。

[参 考 文 献]

- [1] 林蕙青. 找准人才培养和行业需求结合点[N]. 中国教育报, 2011-04-02(1).
- [2] 廖斌. 地方高校培养卓越法律本科人才探析[J]. 河北法学, 2011(12):14.
- [3] 朱美宁. 地方性高校卓越实务型法律职业人才培养探究[J]. 中国高教研究, 2012(1):81.
- [4] 姜登岭. 基于市场需求的高校人才培养模式改革探讨[J]. 高等建筑教育, 2009(2):45.