

**摘要:**随着乡村振兴战略的进一步实施,民俗文化的保护与传承受到了社会大众的广泛关注。通过将其应用到乡村文创产品的设计过程中,不仅能够满足受众群众的精神需求,还能够提升产品的吸引力。本文从相关概念简述为切入点,分析了乡村文创产品设计应遵循的主要原则以及乡村文创产品设计发展面临的相关问题,提出了几点在乡村文创产品设计过程中应用民俗文化的有效策略。

**关键词:**乡村文创产品;民俗文化;产品设计;应用研究

目前,虽然乡村文创产品设计在有效地融入民俗文化元素的基础之上取得了一定的效果,但在发展过程中也面临着各种问题。因此,在新时代背景下如何有效地利用乡村文创产品设计有效地发挥民俗文化内涵,是设计工作者需要解决的重要问题。

#### 1. 相关概念简述

##### 1.1 民俗文化简述

民俗文化主要指的是由某个社会群体或某个民族通过长时间的生产生活实践活动,经过历史的沉淀与凝聚,通过世代相传的方式形成的文化因子,也能够简单的被称之为民间流行文化或民间流行习俗。现阶段,民俗文化在多年的传播与发展过程中,给社会文化的发展方向带来了一定程度的影响作用,使得社会文化属性正在逐渐发生着多方面的变化,从而能够促使自身在新时代背景下更加符合广大群众的心理需求。在我国政府相关部门的文化保護政策的实施下,大多数民俗文化都被相对完整地传承下来,但是难以避免的是还有一部分民俗文化,特别是具有区域特点的乡村民俗文化正在逐渐消失。因此,随着社会的飞速发展,探寻崭新的民俗文化传承载体,进而加大民俗文化保护与传承力度,应当被社会各方面高度重视。

##### 1.2 乡村文创产品简述

文创产品从字义上来讲,主要指的是从文化主题角度出发,通过特殊的创意理念转化之后,使得相关产品具备更高的市场价值,进而促使产品具备原创性、文化性以及商品性等重要特征。一般情况下,文创产品都会以日常生活用品的形式出现,例如,食品、笔、雨伞、书签等等,都是比较常见的文创产品形式。

在此基础上分析乡村文创产品,就可以将其解释为在乡村文化的基础上,产生的具备乡村特点,代表乡村地区的精神文明以及文化沉淀的地域性文化创意产品。从产品形式上来讲,乡村文创产品一般都会将农产品作为设计基础,在融合创意设计的前提下,将文化创意与农产品形式进行有效的结合,促使乡村农品相关产品迈向文创产业发展方向,推动农品行业在科学整合的前提下进行相应价值提升。与普通农产品或是文创产品相比较而言,乡村文创产品不仅是乡村文化传承与发展的必然产物,还是展现乡村文化内涵的有机载体。乡村文创产品具备浓厚的地方文化特色,能够给乡村产品的自身品牌形象带来积极的影响,有助于乡村本土特色的进一步传播。与此同时,在乡村文创产品的发展与推动之下,乡村经济产业能够在竞争日益激烈的社会市场经济中得到有效地提升<sup>[1]</sup>。

##### 2. 乡村文创产品设计应遵循的主要原则

###### 2.1 民俗原则

为了充分确保乡村文创产品在社会市场的广泛与快速流通,在产品设计过程中就应当将设计重点放在乡村民俗文化元素当中,从而在产品设计过程中有效地表现出乡村产品的民

## 刍议民俗文化在乡村文创产品设计中的应用

■ 蔡宗贵

俗性特点。设计工作者在进行乡村文创产品设计的过程中,应当将民俗文化元素与产品进行有效的结合,从而全面凸显出产品的品牌价值。

###### 2.2 商品性原则

随着乡村振兴战略的逐步实施,乡村文化产业得到了飞速发展的同时,也面临着日益激烈的市场竞争环境,从而给乡村文创产品设计带来了崭新的要求以及更为严峻的挑战。在乡村文创产品设计过程中有效地融合民俗文化,不仅应当充分体现产品的民俗特性,还应当满足商品的经济属性,从而有效提升乡村文创产品的经济价值。

###### 2.3 视觉性原则

现阶段,随着社会经济体制的深化改革,各行各业在发展过程中都面临着激烈的市场竞争,乡村文创产品设计领域表现得更为明显。为确保乡村文创产品能够在激烈的市场竞争中脱颖而出,就应当首先确保设计出的乡村文创产品能够第一时间吸引广大消费者的重点关注,从视觉上给消费者有极大的吸引力。因此,在乡村文创产品设计过程中就应当充分结合民俗文化元素,将乡村文创产品与民俗文化进行有效的融合,从而在确保乡村文创产品设计体现视觉冲击效果的基础之上,能够符合与满足广大消费者的心理需求<sup>[2]</sup>。

###### 2.4 差异性原则

在设计乡村文创产品的过程当中,为了凸显产品的自身特点,防止产品与其他产品出现同质化现象,就应当在设计过程中始终遵循差异化原则,能够灵活应用多元化产品设计理念以及设计方式。在有效整合多种优势资源的前提下,能够将多元化产品设计理念和设计方式充分的应用到设计过程当中,使得广大消费者发现品牌设计的独特性,从而进一步激发其对产品强烈的兴趣以及购买欲望,同时也有利于助推民俗文化产业设计迈向高质量、高标准发展。

###### 3. 乡村文创产品设计发展面临的相关问题

###### 3.1 乡村文创产品设计内容同质化现象比较严重,缺乏创新性特点

笔者通过对市场上大量的乡村文创产品分析与研究发现,现阶段市面上营销的大部分乡村文旅产品或是乡村文创产品都发生了同质化的现象,在大部分产品的造型设计以及文化载体设计的过程中都出现了雷同情况。这样不仅没能充分表现出独特的乡村文化属性,还难以有效地发挥市场经济价值,从而在一定程度上造成乡村文创产品的设计与研发难以有效满足市场消费群体的心理需求,进而导致出现了产品滞销或是文化滥用的严重情况。

###### 3.2 缺乏科学的乡村文创产品品牌建设体系与运营意识

分析和研究现阶段我国乡村文创产品设计成功案例能够得出,大多数成功的乡村产品都会迈向品牌构建方向,例如福建省福安市的“坦洋功夫茶”和福鼎市的“福鼎白茶”,当地政府均搭台唱响品牌戏,大批茶企不断进行技术创新,融入当地文化元素,加快茶叶技术与文创深度融合,使得市场需求量得到迅速增长。现阶段,仍然有大部分乡村文创产品在运营的过程当中,没能充分地重视品牌营销以及品牌发展定位,从而难以引导广大的消费者全面的了解乡村文创产品,乡村文化难以有效地大面积传播,形成独有的品牌特点<sup>[3]</sup>。

###### 3.3 强化民俗文化的导向作用,彰显文创产品的民俗特性

为了切实达到乡村文创产品在设计过程中能够有效地应用民俗文化要素的目的,产生积极的融合效应,充分地满足广大消费者日益增长的精神文化需求,在乡村文创产品设计的过程中就应当将民俗文化特点作为重要导向。民俗文化内容中包含着比较丰富的内涵价值以及民族精神,能够给众多设计专业人员提供多元化的创作思路以及创作灵感。文创设计人员应当从宏观角度详细的分析与研究民俗文化包含的各种要素内容,从而能够进一步掌握与

造成大多数乡村文创产品缺乏相应的核心卖点<sup>[4]</sup>。

3.3 缺乏乡村文创产品专业设计工作人员文创产品的发展一方面必须在文化元素的有效融合之下才能进行广泛的传播,另一方面还需要手工艺人、专业产品设计师以及非物质文化传承人等众多专业的人才开展文化创意的有效转化。现阶段,不仅乡村文化传承人相对匮乏,相应的专业设计人才数量也严重不足,因此难以有效地深挖乡村文化内涵以及乡村文化内在价值,造成大多数乡村产品设计只是停留在产品表面内容,缺乏一定的文化内涵,从而凸显出单调、雷同以及乏味性特点,阻碍了乡村文创产品的发展。

###### 4. 在乡村文创产品设计过程中应用民俗文化的有效策略

###### 4.1 重视地方民俗文化元素特点,树立产品设计的创新理念

地方民俗文化是乡村地区所特有的文化形式,是经过长时期的历史洗礼在广大农民同胞中产生的文化印记,更是农村经过历史发展与变革的文化记载。正是由于乡村特有的民俗文化,从而使得乡村具备了自身特有的文化魅力,更能在现代城市生活的广大居民提供了寻源追宗,返璞归真的文化旅游地点。随着广大消费者对乡村文创产品审美要求的逐步提升,乡村文创产品的艺术表现形式以及设计理念也发生了相应的变化,为了充分满足新时代背景下广大消费者对民俗文化内涵的心理需求,推动乡村产品紧跟时代发展的步伐,从而设计出具备地方特色的乡村文创产品,就应当在设计过程中有效运用民俗文化内的资源优势,创新产品设计。在创新设计理念的指导下,努力整合各个地域当中的民俗文化要素,有效结合地域民俗文化的特点背景、人文背景、发展进程以及大众消费习惯等多方面的内容,从消费者精神追求以及市场场需求的角度出发,将民俗文化真正地融入广大消费者的日常生活用品当中。例如可以将民俗文化内涵应用到城市景观或是公共性质的乡村文创产品当中,还可以将民俗文化内涵应用到各类生活小商品类型的乡村文创产品当中,从而有效确保民俗文化与广大消费者的日常生活文化密切相连,从日常生活中的各个角度全面提高广大消费者的审美标准。在此背景下,切实设计出适应时代发展趋势的乡村文创产品内容。从根本上讲,在民俗文化视域下,对乡村文创产品设计理念的进一步创新与改革,主要目的就是能够促使专业产品设计人员在将民俗文化融入到乡村文创产品设计过程当中时,能够不断地对现有的乡村文创产品进行创新,从而区别于大众设计内容,形成独有的品牌特点<sup>[4]</sup>。

###### 4.2 强化民俗文化的导向作用,彰显文创产品的民俗特性

为了切实达到乡村文创产品在设计过程中能够有效地应用民俗文化要素的目的,产生积极的融合效应,充分地满足广大消费者日益增长的精神文化需求,在乡村文创产品设计的过程中就应当将民俗文化特点作为重要导向。民俗文化内容中包含着比较丰富的内涵价值以及民族精神,能够给众多设计专业人员提供多元化的创作思路以及创作灵感。文创设计人员应当从宏观角度详细的分析与研究民俗文化包含的各种要素内容,从而能够进一步掌握与

了解各个乡村区域的民俗文化特点。详细来讲,在乡村文创产品的设计过程中,假如设计人员总是一味地注重乡村文创产品的外在设计表现形式,而忽略了民俗文化的内在价值体现,就会给民俗文化的本质带来严重的损害,在传承与发扬民俗文化方面难以起到相应的积极作用。因此,在乡村文创产品的设计过程当中,应当将民俗文化要素作为产品设计的根本动力与思想源泉。相关设计人员应当在民俗文化当中不断地汲取设计灵感,有效结合现代化创新设计理念以及艺术表现形式,充分发挥乡村区域的民俗文化资源优势,对乡村文创产品的艺术表现形式与设计理念进行完善与创新,不断满足广大消费者的多样化精神需求。从民俗文化传承与发扬的角度来讲,在乡村文创产品的设计过程中,不能单纯地将设计重点放在文创产品的外观上,而是应当开辟一条具备我国地方特色的民俗文化创新之路,从而构建具有民族特色的艺术形式。

###### 4.3 有效融入民俗文化,推进个性化与多元化有机融合

目前,在开展乡村文创产品设计工作当中,在重视乡村民俗文化特征的同时,必须注重将个性化特征与多元化特征进行充分的融合,从而能够在设计中体现其相辅相成的效果。在个性化乡村文创产品的设计过程中,应用当地民俗文化要素的前提之下,还可以有效融入与借鉴其他相关优秀乡村文创产品结合传统文化的创新设计模式以及典型优秀案例,从而进一步促进新时代背景下乡村文创产品设计策略与民俗文化相关要素的有机结合。因此,在乡村文创产品设计工作开展过程中,融入民俗文化要素的同时就应当兼顾广大消费者个性化需求以及多元化需求的双向功能特性。在实际设计过程当中,首先应当从多方面展开合理布局的同时进行科学的设计规划,例如从产品设计理念、设计布局以及设计模式等各个方面着手进行,处理好设计工作前的各项具体工作。与此同时,随着网络信息化的飞速发展,产品传播方式也发生了巨大的改变。因此在设计过程中,应当突破传统的静态设计思维,灵活应用先进的多媒体技术,充分发挥民俗文化蕴含的资源优势,利用文创产品这种先进的载体形式助推民俗文化的传承与保护工作。例如,在乡村文创产品的表现形式上,可以将民俗文化中蕴含的特殊字体形式、特定图案以及颜色等平面展示效果转化成立体形式。与此同时,还能够充分拓展与延伸乡村文创产品的设计形式,从而将传统的单调设计形式转化成系列性的乡村文创产品设计内容。

###### 4.4 以民俗文化元素为着力点,力求形象直观、传神达意

在民俗文化视域下,在乡村文创产品设计过程中有效地融入民俗文化要素,必须在充分满足广大消费者审美需求以及拓展乡村产品文化内涵的前提下进行。民俗文化包含外在的“形”和内在的“意”两个部分,设计文创产品时,要深刻领悟民俗文化中的“形”和“意”的关系。既可以将外在的民俗文化的“形”用内在的“意”来表达,也可以将内在的“意”用外在的“形”来展示。所以文创产品设计人员在设计的时候,就要对产品色彩、大小和材料等进行择优搭配,能够使文创产品根据民俗文化内涵,形成完整的

整体,凸显民俗特色,能够使消费者感受到产品中的独特内涵,进而帮助他们更好地体悟其中所蕴含的民俗文化。

在有效保证民俗文化色彩、标志以及文化图案等众多方面协同促进的基础之上,应该适当地运用直观、简洁以及形象的表现方式,明确乡村文创产品设计理念。例如,福建省福安刘解放根雕艺术,将民俗文化要素有效融入到根雕艺术当中,直观形象、生动有趣,将广大消费者的需求和文化内涵有机融合,文创产品受到广大消费者的认可,赢得他们的青睐。

###### 4.5 借助科技手段,实现文创产品跨越式发展

现代科学技术突飞猛进,新兴媒体、5G、人工智能等得到广泛应用,科技创新也逐步渗透到民俗文化领域,艺术设计、文物保护、社交媒体的在线直播以及数字博物馆等等也都插上科技的翅膀,民俗文化借助科技的力量可以实现跨越式的发展。因此,在设计民俗文创时,就要善于挖掘这些民俗文化中的美学元素,充分利用高科技手段给传统民俗文化穿上时髦的外衣,创造出更加符合消费者需求的文创产品。例如,福建省周宁县浦源村是福建鲤鱼溪著名景点所在地,周宁鲤鱼溪以三个世界唯一(鱼家、鱼葬、鱼祭)申请年代久远的鲤鱼溪、世界吉尼斯——中国之最,获得上海大世界吉尼斯总部认证通过。这里有着与鲤鱼有关的民俗文化。近年来,当地政府倾情投入,将这里的鲤鱼文化和现代科技手段紧密结合,每到夜晚,这里都上演一出精彩的光影秀。鲤鱼溪的百亩荷塘内,荷花朵朵绽放,各种灯光效果在夜空闪烁,在不同的角度下,呈现出不同的光影流转,让人叹为观止。“池光摇水雾,灯色连松月”,正是这科技和文化的融合,吸引着众多游客前来体验。

除此之外,设计工作人员应当对乡村文创产品的受众群体以及市场需求开展全方位调研,科学把握产品市场定位,将消费者进行科学的类别划分,例如认知能力、年龄特点或是文化素养等等,从而根据不同的客户类别进行设计,在设计过程中应当确保各个设计元素以及设计环节能够进行精准高效的衔接,从而促使广大消费者可以更加直观地了解到乡村文创产品所呈现出的民俗文化以及内在人文价值,从而激发消费群体对乡村文创产品产生浓厚的兴趣。与此同时,还可以将移动互联网作为新型载体,充分利用互联网不受空间与时间限制的优势,将民俗文化设计成相对独立的乡村文创产品模块,引导消费者能够利用网络进行随时随地的产品浏览。

综上所述,民俗文化作为我国重要的文化艺术类别,将其充分地应用到乡村文创产品的设计过程中,不仅能够为进一步传承与发展带来积极的影响,还能够有效提升乡村文创产品的市场竞争力。

###### 参考文献:

- [1]白晓瑜.民俗文化在乡村文创产品设计中的应用研究[J].天工,2022(05):29-31.
- [2]方建松.岭南古村落文化元素在文创产品设计开发中的应用[J].美与时代(上),2021(09):79-82.
- [3]于浣,谢静,曾维静.德孝文化元素在乡村文创产品设计中的应用研究 [J].黑龙江粮食,2021(06):73-74.
- [4]吴超琴,王娟.民俗文化在乡村文创产品设计中的应用研究——以顺德青田村烧番塔为例[J].西部皮革,2021,43(12):123-124.
- [5]宋林眉.乡村振兴背景下博兴县湾头村非遗革编文创产品设计与实践[D].山东师范大学,2021.

(作者单位:中共福安市委党校)

## 网络媒体在中学生英语听力教学中的作用研究

■ 裴莹

统的教育教学模式相结合,创新出新型的借助网络媒体的教育模式,一定程度上推动了中学生英语听力教学模式的发展,并且会随着信息技术时代的发展不断地进步。可以说,这种借助网络媒体发展的英语听力教学模式不仅具有颇多的优点,而且顺应了时代的潮流发展,让教育赶上了时代列车,与时俱进,不断进步。教育的宗旨以学生为主体,如今素质教育的提出,中学生学习需求多样化,这对教师和教学手段与模式都提出了新的挑战。

网络媒体应用于中学生英语听力教学,在利用网络媒体资源与平台激发学生兴趣的同时,又创设了更接近现实生活的学习环境,学生知识应用提升,增强了学生思维的灵活性与广阔性,深刻性与创新性<sup>[1]</sup>,着实提高学生学习质量,符合学生发展需求<sup>[2]</sup>,实现“减负增效”<sup>[3]</sup>。

此外,网络媒体在中学生英语听力教学中的应用还有很大的发展空间。这种教学模式目前也存在一些缺点,国内外的学者和教育者意在把网络媒体作用于教学模式最大化,忽视了实施网络媒体在教学中应用的客观条件。网络媒体结合传统教学模式首先要确保课堂管理才能实施教育,在网络媒体的影响下,学生的课堂兴趣和积极性提高,同时教师也会更难管理课堂,在保证教学过程的顺利进行,还要提高学生的积极性和学习质量,是一种挑战。其次,网络媒体融入中学生英语听力教学对教师也提出了更高的要求,基于网络媒体的含义和基本特征,除了课堂管理,还有教师对信息技术的运用能力,基础的电脑操作,以及教师的业务能力<sup>[4]</sup>。可以看出,网络媒体在中学生英语听力教学中的研究还有更大的完善和发展空间。

### 3. 网络媒体在中学生英语听力教学中的作用研究

#### 3.1 中学英语听力教学模式存在的问题

传统的中学生英语听力一般分为两种教学模式。第一种是大多数中学学校都会应用的最常见的教学模式,即教师通过录音机播放英语磁带,学生听完教师播放完的英语磁带内容后,用笔填写书中关于磁带内容的问题,然后教师讲解学生错误率较高的问题,学生在磁带里听不懂的英语词组和短语,教师一般情况下会作为课后作业让学生进行抄写。至此,整个传统的中学生英语听力教学过程结束。不难看出,这种传统的中学生英语听力一般分为两种教学模式。

第一种是大多数中学学校都会应用的最常见的教学模式,即教师通过录音机播放英语磁带,学生听完教师播放完的英语磁带内容后,用笔填写书中关于磁带内容的问题,然后教师讲解学生错误率较高的问题,学生在磁带里听不懂的英语词组和短语,教师一般情况下会作为课后作业让学生进行抄写。至此,整个传统的中学生英语听力教学过程结束。不难看出,这种传统的中学生英语听力一般分为两种教学模式。

第二种是大多数中学学校都会应用的最常见的教学模式,即教师通过录音机播放英语磁带,学生听完教师播放完的英语磁带内容后,用笔填写书中关于磁带内容的问题,然后教师讲解学生错误率较高的问题,学生在磁带里听不懂的英语词组和短语,教师一般情况下会作为课后作业让学生进行抄写。至此,整个传统的中学生英语听力教学过程结束。不难看出,这种传统的中学生英语听力一般分为两种教学模式。

第二种是大多数中学学校都会应用的最常见的教学模式,即教师通过录音机播放英语磁带,学生听完教师播放完的英语磁带内容后,用笔填写书中关于磁带内容的问题,