

源自生活用之生活

——市民创意大赛闪光点涌现

顾默林

在现场



■ 一批批有趣、新奇、挖掘于生活中的奇思妙想被市民DIY成产品送选上海首届市民文化节市民创意大赛

写“水书”是闸北公园一大特色,为了让写“水书”更方便,市民利用水管、海绵以及塑料瓶制作的“环保不间断水书笔”实现写“水书”一气呵成,这件创意作品让参与评审闸北区市民创意大赛复赛的评委驻足。来自静安区复赛现场由在上海居住的法国人 Florent Courtaigne 设计了一款叫作 Chess-cube 的国际象棋,第一眼看到这副象棋你会认为它只是一个具有现代家居风格的黑白块状结合正方体而已,但通过一个小小的机关,立刻便能拼接出一副国际象棋,妙不可言。

“市民的很多想法和创意真的是太棒了,这些作品同样也应该让专业人士来看看。”2010 上海世博会吉祥物海宝定稿人邵隆图先生在参加浦东新区复赛评选时这样赞叹到。在上海同济大学创意学院副院长范圣玺看来,市民作品,尤其是以工艺品为代表的市民创意作品水平还是很高:“只是凭借兴趣和一点爱好,利用身边的材料创作出这些作品,可与一些专业人士比肩。”

一批批有趣、新奇、挖掘于生活中的奇思妙想被市民DIY成产品送选上海首届市民文化节市民创意大赛。近日,市民创意大赛完成了各区县的复赛评选,共有来自439余位市民设计师,603余件创意产品进入总决赛。

从爱好引发的创意

虹口区七旬“老顽童”阮克阶因从小喜爱音乐,又对吉他痴迷不已,这次他将自己创意设计的全新乐器“十四弦轻木双弹奔速钢弦吉他”送来参赛,该吉他是阮克阶退休后,在研究了欧美吉他和新式电吉他后设计而出,这件乐器造型像是两只“吉他”并行横卧在一块木板上,该“吉他”拥有14根弦,其中6弦优雅旋律,具有钢琴音色和交响效果,8弦部分演奏快速单音旋律。阮克阶不仅创造了新的乐器,还研发了一套专有的弹吉他方法,他已能弹奏近30首中外名曲。阮克阶强调:“我这种吉他做起来难,弹起来却比普通吉他容易,尤其适合老年人学习。”

来自M50的评委翟黎峰对该作品非常感兴趣,他说:“乐器的创作不仅是技术活,更需要设计者对音乐有深刻的理解才行。”当大家讨论这样的创意是否只是一种自娱自乐时,翟黎峰则不这么认为,“这样的创意只要加以包装便能商业化,在日本有一个乐团叫明和电机(Maywa Denki),他们的乐器奇形怪状,全部是由团队成员自行设计制作的,他们利用自己创意的乐器创作音乐行走亚洲,因此应该将这种创意推荐给音乐人,让他们在这样的乐器上再创作。”

一名今年刚刚考上大学的樊奇正,因为爱好,在高考后的暑期,凭一己之力设计并制造出了“四轴飞行器”,虽然该类型的飞行器在全球已实现了批量生产,很多国内电视台都将其用于“航拍”,但价格昂贵。而一位高中生却通过一定的物理知识、设计能力与不超过200元的材料费完成了它。

用创意阐释正能量

在浦东新区复赛评选中,一件高达2米圆柱形铜雕雕塑“中国梦”创意艺术作品



■ 传递温暖与环保理念的“马甲”,代表了普通市民对生活的妙心思

让上海工业设计协会秘书长王日华连连叫好,作品上一条盘踞等待飞翔的巨龙,其四只爪子分别抓着四块“石头”,其中一块“石头”上刻着钓鱼岛。王日华评价说:“市民用创意设计来表达自己的爱国热情真是绝妙,这种创意传递给人无穷的正能量。”

同样,来自宝山区,由上海大学学生创意设计的“校园明信片”则是一件能勾起曾经大学生活与成长的创意作品,该明信片的创意者卢爱祥说:“校园明信片中的所有图案都是他和他的同学在上大学习期间平日的速写作品,而将这些速写与明信片相连,因为速写让人更亲切,我们希望让每一位从上海大学毕业的学生每次看到明信片,都能再次忆起他们曾经的大学生活。”

上海工业设计协会青年设计师委员会副会长定律感叹道:“这就是我所关注的创意,其实创意并非一定是别人未见过的,在已有产品基础的创新也是一种创意,我相信这样的作品推向市场必定会受到青年人的喜爱。”事实确实如定律所说,卢爱祥将该作品在校内试销时得到了上大师生的追捧,如今卢爱祥已将大学速写延展到了上海城市速写,让速写明信片成为记录上海传播上海新途径。小创意大改变的案例在过去几年上海创意产业领域比比皆是,

最为知名的案例就是回力球鞋通过再创意,加入一些时尚元素,推出手绘鞋等产品,瞬间“过时”的回力鞋被市场所追捧。

谁来将创意变成产品

一件看似普通的棉马甲通过解开扣子,拉上拉链,不用1分钟,一件保暖马甲瞬间变成一只提物的“环保袋”,来自闸北区的市民张蕾设计的这件作品让评委们眼前一亮。“如果使用更有设计感的面料,必定能成为爸爸妈妈们的大爱。广告主可以买下这个创意,以后就能送环保又送温暖。”M50的翟黎峰幽默地说。

来自奉贤的商文珍带来的土布设计虽然质朴,却体现了普通市民的生活妙心思,一幅土布万年历让参观者们叫绝。以土布为底的万年历上,设计了1至31的彩色按钮,可以根据每个月的周期,将这些数字嵌放在不同位置。万年历的上端还有一至十二月可以翻页的小布贴,下端还有一个小小的肚囊,当万年历在家中挂起时,小肚囊可以帮助收纳一些小物件。

类似商文珍这种带有“环保”理念的创意在本次大赛中随处可见,利用废弃的婚礼喜糖盒子制作成“袜子收纳盒”、将茶叶罐用铁丝串联后变成放置碗筷的架子、将喝完的光明牛奶盒稍作调整制作成纽扣、电池等小物件的储物盒等等。

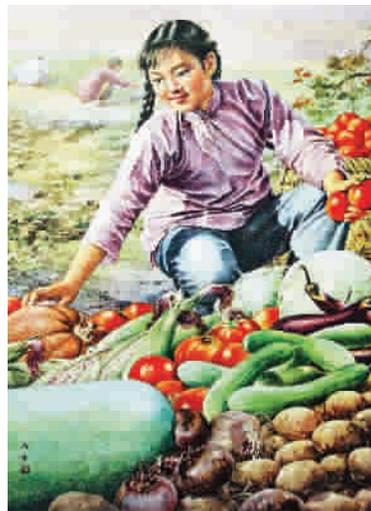
除了这些小创意外,本次市民创意大赛也有一些“重量级”的创意作品,一张来自长宁区由徐忱俊设计的“阅读座椅”,他的创意是为喜欢读书的人提供一个舒适的阅读空间,“阅读座椅”集合了能坐与躺的椅子、书柜、小桌板以及台灯为一体,该设计无论从难度还是技巧上都达到了专业级别。

上海市工业设计协会秘书长王日华说:“市民创意整体还是比较稚嫩,这有多方面的原因,但是他们作品中充满闪光点,应该让专业的设计师来看看,从中去吸纳市民来自生活的灵感,将其转化为产品。”

“市民已经会利用身边废旧物品进行创意设计,接下去就应该思考如何利用市场可购买的材料与工具制作出真正具有使用价值的产品。”同济大学创意学院副院长范圣玺补充道,“其实我们这一辈,尤其我们的父母这一辈都有很强的动手能力,在他们那个年代物质匮乏,家中很多东西其实都是自己做出来的,如椅子、桌子甚至柜子,他们在做的时候往往会从自己的需求出发,在传统的椅子、桌子基础上进行略微调整,便满足了自己的实际需求,在我看来,这些‘调整’也是今天所说创意的一种。”

与时俱进的“月份牌”

张磊



设计史

上海是“月份牌”这一近代特殊广告形式的发祥地。清末门户开放之后,洋货倾销于国内市场,裨贩商品时通常会附赠一些广告画片。最初印的都是西洋人物和景致,由于受到市场冷落,洋商转借国内商号腊尾年首赠送年历的风习,将年画、历书和商业宣传的功能融为一体,创制出一种具有独特视觉趣味的广告画,民间俗称为“月份牌”。

“月份牌”作为一种具有商业竞争效用的视觉形式,毋宁说是“画”,不如说是“设计”。清末民初时,版面的形制一般中间是精绘的主体画面,四周印有月历、节气以及商品图像等。而到了民国中后期,月历和节气已不作为画面的必备元素。同时,刊布发行也不限于固定时段,几乎一年四季都有。这些变化显示出民俗性的弱化和商业性的增强,“月份牌”由此转变为一种更加成熟和独立的广告招贴类型。最早发行“月份牌”的是保险公司和报馆,但真正使之发扬光大的是南洋、英美等烟草业巨头。他们不惜重金聘请画师,精选大众喜闻乐见的题材,再辅以考究的印刷和装潢,终于使艺术与商业相得益彰。

历经几代杰出画师的过渡与沉淀,“月份牌”在技法和形式上不断推陈出新,最后形成了以擦笔水彩敷色法为主的流派特征,中西合璧的典型风格尤为引人爱赏。享有盛名的画师有周慕桥、徐詠青、郑曼陀、谢之光、胡伯翔、杭稚英、金梅生等人,其中以杭稚英最有代表性。杭稚英是中国早期平面设计巨擘,他开办的“稚英画室”是最著名的设计机构,在包装、装帧、商标等商业美术领域多有建树,出品的时装女郎“月份牌”更是风靡海内。

在新中国初期的视觉艺术转型中,年画首当其冲。文化部发布了《关于开展新年画工作的指示》,要求“利用‘门神画’、‘月份牌画’,使其成为新艺术普及运动的工具”。受到延安文艺经验肯定的新年画采用的是传统的勾线平涂技法,设色鲜艳明朗,叙事宏大热闹。这和“月份牌”是截然不同的,对后者的改造,意味着要把擦笔水彩彩法的表现技巧、审美旨趣和新的时代内容较好地结合起来。上海当时拥有四、五十位月份牌作者,他们大多积极投身于新年画运动。在“月份牌”中植入政治意志和集体意识是容易的,但语言范式的变换却很困难,出现了许多套用、拼凑旧月份牌创作模式的“夹生饭”,多表现为以“时装美女”的画法来描绘劳动人民、战斗英雄和革命领袖。这种将消费者的形象套用到生产者身上的做法引起了主管部门的不安,曾经风光无限的“月份牌”处于文艺批评的风口浪尖。

在艰难的转型过程中,金梅生成为了当之无愧的领军人物。他是杭稚英在商务印书馆“绘人友”的同期生,建国前就以“梅生屏”露得大名,一手人物造型功夫炉火纯青。金梅生摆脱了古装仕女和时装美女的窠臼,将“月份牌”人物的主体形象设定为年轻、健康、秀丽的农村姑娘。他的一系列代表作,如《菜瓜瓜肥产量高》、《冬瓜上高楼》等一扫脂粉气,以小见大的意匠折射出时代气象,素朴清新的风格基调饱含劳动之美。他和同行们努力调和政治和市场的悖离,使“月份牌”消除商业味,重获“合法性”,取得了可观的阶段性成果。发轫于“魔都”工商业的广告术最终蜕变为政治统摄下的民俗艺术,成功融入了社会主义美学的视觉景观。