

Design

创意志 年轻人，无创意不生活！
1718-1719 / P10



春“艺”盎然，新年新味

【文/周琳琳 图/资料】

架着梯子贴“福”字，挨家挨户去拜年，大人见面互道“新年好”，小孩忙着收压岁红包……这些都是记忆中温馨又美好的“年的味道”。但在都市里，这些流传已久的年俗却在慢慢消失，许多人感叹“年越过越晚，年味越来越淡”。在衣食丰足的今天，单纯丰盛的物质已经很难满足人们对“年味”的希冀，而浓墨重彩的“文艺大餐”，才能应和人们心中对“年味”的向往。

于是，在上海的城市空间，越来越多的新民俗、新民艺重新出现，用艺术描述新年的色彩，用文化重述新年的故事。在浦东，天物空间打造出一条“年货街”，不仅集结了多家文创品牌的过年好礼，如老黄历、春联、提梁盒、酥糖等，也汇聚了许多丰富多彩的年俗活动，如画脸谱、捏泥人、制作中国结、印刷版画等。在浦西，新天地南里广场也迎来了位新年“使者”——一只高达5米、通体由玻璃钢打造的红色斗牛犬，为街头增添一抹时尚的年味。

不难发现，上海的年味，正慢慢从“吃喝的味道”转向“文化的味道”。在着力打响“上海服务、上海制造、上海购物、上海文化”四大品牌的当下，用艺术和文化的方式寄托大众对生活、对生命的祝愿，新春正是一个美好的开始。



一条跨越地域的“贺年狗”

新春来临，城市换上新貌。在上海新天地南里广场，一只高达5米、通体由玻璃钢打造的红色斗牛犬“TOMODACHI 心朋友”向所有迎来送往的人们祝福。这个新春艺术装置，是美国知名艺术家David Flores的新作。从上个世纪90年代末期开始，他巧妙地将玻璃与街头艺术相结合，并致力于这种形式的创作长达18年。

2018年的农历新春恰逢狗年，这件颇具中国年味的艺术作品，也源自艺术家对东方文化的欣赏。有趣的是，这件作品的原型就是David Flores养的同名斗牛犬。“TOMODACHI”在日语中有“朋友”之意，“心朋友”则意指狗作为人类的好朋友，能带来直抵内心的温暖。他还特地选择了象征喜庆红火的中国红作为艺术装置的主色调，并且巧妙结合了东方传统生肖与西方花窗玻璃艺术，表达了“爱能够跨越地域和文化”的理念。



新天地“TOMODACHI 心朋友”艺术装置

一副老题新作的春联

春联、老黄历和红包，这些本是过年时家家必备的寻常“年货”。但是在年轻设计师手里，却可以是诙谐、生动、接地气的。“好东西”的年礼展台，在天物空间的年货街里是头一家，也是“开门红”，他们率先以年轻、鲜活的姿态迎接八方来客。“欢聚一堂”系列对联，颜色鲜丽，还有新颖的图案在旁；“妙手回春”系列老黄历，古典却又新意；极富设计感的“手上功夫”系列红包传递情感……主打文创产品开发的“好东西”，擅长老文化的年轻化表达，即改变陈旧表象但保留传统本质，以年轻人的视角发现并传承中国文化。这些春联、黄历和红包是文化传承的载体，也巧妙地用年轻人喜欢的图案和语言，让新和旧在“年味”里和谐共处。

