

基于民间图案的乡村叙事设计研究

柳刚, 孙晓丽

(北京工业大学 艺术设计学院, 北京 100124)

摘要: **目的** 探索民间图案在当今乡土文化中的消解与重构原因, 从民间图案的流变试图构建乡村叙事设计的一般方法, 从而推动艺术设计介入乡村的路径延展和完善。**方法** 通过田野调查、案例分析、文献研究和符号学分析等方法。从民间图案的历史性意蕴视野出发, 对民间图案现代设计案例中符号变迁和消解原因的方法进行提炼和总结, 探讨其在图像叙事中的叙事思路 and 重构路径。**结论** 民间图案作为乡土文化的视觉表征, 通过设计师对其文化性、艺术性、历史性的价值挖掘以及对文化消解和重构思维的理解与应用, 使其成为乡村叙事设计中符号传递的重要核心要素。其对于展现当代乡土文化设计自觉具有重要的启示意义。

关键词: 设计介入; 民间图案; 乡土文化; 消解; 叙事设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)04-0233-07

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.04.028

Rural Narrative Design Based on Folk Pattern

LIU Gang, SUN Xiao-li

(School of Art and Design, Beijing University of Technology, Beijing 100124, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the reasons for the digestion and reconstruction of folk pattern in today's rural culture and try to construct a general method of rural narrative design from the evolution of folk pattern, so as to promote the extension and improvement of the path of art design intervention in the countryside. Through fieldwork, case analysis, literature research, and semiotic analysis, the methods used to analyze the reasons of symbol change and digestion in modern design cases of folk pattern were extracted and summarized from the perspective of the historical connotation of folk pattern and their narrative ideas and reconstruction paths in image narration were discussed. Folk pattern is the visual representation of local culture. Through the designer's mining of its cultural, artistic and historical value, as well as the understanding and application of cultural digestion and reconstruction thinking, the folk pattern becomes an important core element of symbolic transmission in rural narrative design and has important enlightenment significance for showing the consciousness of contemporary local cultural design.

KEY WORDS: design intervention; folk pattern; local culture; digestion; narrative design

自十八大提出美丽乡村建设以来, 设计介入乡村成为了乡村扶贫、乡村建设的新动能^[1]。通过设计赋能乡村景观建设、乡村品牌孵化、乡土文化复兴与传播成为了当下推动乡村复兴的新旋律。从 20 世纪二三十年梁漱溟先生等人提出解决乡村问题才能从根本上解决中国问题到费孝通先生对江南地区乡村

进行研究并提出中国社会的根基源于乡村, 进一步提升了乡村在城乡二元发展结构上的重要性^[2]。21 世纪以来国家多次在一号文件上强调“三农”是重中之重^[3], 通过多学科融合和跨领域合作的方式逐步在乡村旅游、乡村基建、乡村生态、乡村康养等领域拓展新时代乡村的新业态^[4]。本文从民间图案的视野出发, 其

收稿日期: 2022-09-21

基金项目: 北京市教委项目 (JD035001202102)

作者简介: 柳刚 (1997—), 男, 硕士生, 主攻传统纹样设计研究。

通信作者: 孙晓丽 (1976—), 女, 副教授, 主要研究方向为工艺艺术设计。

作为乡土文化视觉表征是由艺术创造主体对于地域文化、伦理良俗、民俗风尚、审美素养等综合创造性思维的表达。其本身作为乡村图景的叙事载体与媒介,通过符号的意蕴传播了乡土文化与价值。由于乡土社会的被剥夺和破坏,乡村成为落后与贫穷的象征,随之民间图案的意义与文化体征也逐渐被消解。如今,设计介入乡村逐渐成为主流,部分设计师以城市先进论的思维入手,带着改造、改建的设计方法以城市为样本进行乡村的景观与品牌设计,其成果对于乡土文化有一定的误解与错失。本文提出通过探索民间图案的历史意蕴和在当代设计中的符号变迁原因,结合民间图案的符号语义学分析以挖掘地域性文化和图像叙事为主线以建构当代民间图案的融创路径,叙述新时代乡村图景的新样貌,提供乡村叙事设计的一般策略与路径思考。

1 民间图案概述与历史意蕴

图案一词最早的意义与“设计”含义相近,都有工艺制品之意。但由于20世纪以来人们对工艺品、建筑艺术和工业产品的审美方面更加重视,“设计”一词便得到青睐,逐渐取代了“图案”的应用。雷圭元先生认为图案从字面上来说有视觉形象设计方案之意,狭义上图案就是指各种载体上具有结构韵律之美的平面纹样,广义的图案则是关于工艺美术、建筑装饰的结构、形式、色彩及其所附装饰纹样的预先设计的通称^[5]。

李泽厚先生在叙述“远古图腾”时曾把这些“装饰”“符号”“标志”定义为人类社会意识形态和上层建筑的开始,起源于原始人类对于自然、宗教、信仰、未知的物态化表现,其凝结了人的精神、情感、观念使其有了超模拟的内涵和意义^[6]。图案中蕴含了社会价值观念以及人的非理性因素和理性性质。

中国民间图案有独特的历史性与艺术性价值,中国传统文化根系于乡土,农耕文明造就了中华文明源远流长、独特的文化特征。民间图案则是一个地区农民匠人在传统文化的架构下对自然、审美、材料、信

仰、伦理的融合性认知。民间的无名匠人用“手”作为创造工具,结合当地的自然风物条件,创造了一系列表现农业生产、民间风俗、自然风光、伦理秩序的工艺品。柳宗悦先生认为民艺出自于民众之手,是一种贴近于生活的“美”,其具有“亲近”“自然”“协作”之含义,虽然其朴素单调,但是因其是与日常生活紧密相连、形影相织的器物,其造物的哲学与思维更贴近对于“美”的追求^[7]。图案装饰也并非只是锦上添花,适合于器物造型、功用、意蕴的图案不但能为其增添审美情绪更能表现创作主体对于造物观念、历史叙事、审美内涵等的认知。

与文本叙事的语法构造和手法不同,图像叙事视听多维融合,能带给观者沉浸体验下的历史脉络,虽然其仍存在从言语系统到非言语系统的符际翻译过程中出现的误解和错意,但正如彼得伯克所说图像是可视的叙事史,是历史的遗留,同时也记录着历史,是解读历史的重要证据^[8]。民间图案是民间文化最好的“见证者”更是乡土文化最好的可视化表达,其拥有一个地域、一个民族、一个匠人历史脉络的记忆。从而笔者认为民间图案在当代的含义已经脱离纯粹吉祥平面纹样的内涵,一切有关于乡土的文化记忆、历史叙事、传说神话从物质到非物质的物态化形象都可以成为当今民间图案的视觉表征要素来源。

2 民间图案符号变迁与价值消解

“中国身份”“文化记忆”“中国主体”“国潮”等词眼在如今品牌设计当中常被提起,复兴中华传统文化和构建集体文化记忆常需要借用民间图案的历史和艺术价值引起品牌效应和共鸣^[9]。视觉形象是品牌的身份象征,其映射了品牌的创业理念、精神价值、社会意识等要素。寻求合适的品牌符号并以此转译成为符合当下审美潮流和社会共同价值的样式成为了民间图案变迁的主流趋势。

笔者对于一些新兴的以“民间图案”为核心要素进行创作的品牌策划和设计分类,观察到较多的品牌都和“饮食”相关并都以表现地域文化为主(见表1)。

表1 民间图案的品牌类型、符号、变迁、设计方法分析
Tab.1 Analysis of brand types, symbols, changes and design methods of folk pattern

品牌名称	品牌类型	品牌符号	符号的变迁	设计方法
鲜味锅	火锅餐饮	剪纸	北极虾元素的扩充	传统元素的创生、复古风、借喻
大洗桑拿鸡	顺德菜	广东舞狮形象	由舞狮延展到舞鸡形象	复古风格、谐音、地域文化
青花瓷中国餐厅	意大利中国菜	吉祥图案造型	传统符号及几何图案填充	青花瓷肤色、吉祥图案的再创造
了然喜肆	餐饮品牌	喜上眉梢与剪纸	吉祥图案的重构	扁平风格、复古怀旧
Kim Khanh	糕点品牌	龙凤图案	民间传说的物态化	黑白风格、版画风
孔雀少女	红酒包装	云南蜡染图案	传统工艺的功能置换	地域特色、符号重复
奈雪的茶	奶茶饮品	剪纸和虎年纹样	民间虎纹的应用	非遗的传承和数字化应用
心悦点心局	糕点品牌	如意吉祥符号 神鹿纹样、四神纹样	神鹿与如意图案的合重构	象征、比喻、符号重构
味福记	小吃品牌	福星图案	潮流福星纹样的构建	谐音、地域乡愁、五感设计

“民以食为天”，食物在中国从古至今都一直有重要的地位，随之也带来了一系列与饮食有关的器物 and 审美习惯。

奈雪的茶在虎年推出的“虎年好运茶”成功地将“艺术日常化”。剪纸艺术是民间古老的手工艺艺术之一，其创作主体多是乡村妇女，通过剪纸不但可以装饰生活还能创造些许经济收入。剪纸题材丰富多样，常反映民间朴素的劳动生活、自然风光和民俗信仰，用一把剪刀和红纸就可以勾勒出红火人气的镂空意境和民间生活^[10]。剪纸艺术如今需要转型才能更好地进入当代人的日常生活。设计方法和符号都需要突破，奈雪的茶通过非遗艺术的日常化，将茶饮包装和非遗艺术相结合，在造型语言设计上使其憨态可爱，更具有亲和力特征。每一个造型老虎都在“咧嘴微笑”，在体现春节喜庆特征的同时也拉近了消费者和艺术的距离。色彩体系在符合民间图案鲜艳、浓烈特征的同时尽可能在单调中寻求和谐，体现了创作者对于国潮风格的新解读（见图1）。奈雪美术馆此次的



图1 奈雪的茶虎年非遗艺术设计

Fig.1 Nayuki's Tea Intangible cultural heritage art design for the Year of the Tiger

合作创意设计提供了民间图案创生的一种思路，叙事场景转移必然会导致民间图案本身文化体征的消解。剪纸不再是只能出现在门笺、窗格、灯笼上的祈求祝福装饰纹样，也可以是融入日常的一种审美潮流和符号象征，沟通观者与传统文化的情感记忆。这种方式可以唤醒大众对于民间图案的好奇以及历史文脉、集体记忆、人文精神以及自我体验的生命经验感知。

国潮风格的崛起同样是伴随着国家实力的崛起，且是当代设计师呼应文化自信的一种自上而下和自下而上双重呼应的方式^[11]。民间图案此时成为了一种媒介和符号工具，其成为构建民众集体记忆的载体。此类品牌设计在视觉风格上多以符号的杂糅、并置、交错、重复堆叠形成复杂的构图为主，以及运用传统工艺的手段例如编织、染织、陶瓷、泥塑等的形象和技艺并结合鲜艳浓烈的色彩体系。民间图案因其蕴含吉祥寓意的特质、憨态可掬的造型、个性华丽的色彩与当下地域品牌理念的构建具有一致性，常作为符号被挪用成为“讲好中国故事”的媒介。在设计方法和设计思维上，可以发现目前的设计方式仍然存在单一符号的复制，大多不是推陈出新、古为今用的设计路径，更多时候则是在现代风格上移植、点缀、嵌入富含中华文化的民间图案^[12]。

民间图案本身作为乡土文化以及地域文化载体的价值被延伸到品牌的观念建构中，从图案的置换、扩容、创生等变迁方式，民间图案符号的价值弱化和消解了其本身存在的实用价值^[13]。但笔者认为这种路径对于民间图案的传承和创新以及乡土品牌文化记忆的构建都具有一定的意义，但能否唤醒乡土文化记忆的回归和民间图案的价值本质则需要设计师以民艺创作主体身份的视角去看待图像的创新手法和中国设计的主体性（见图2）。

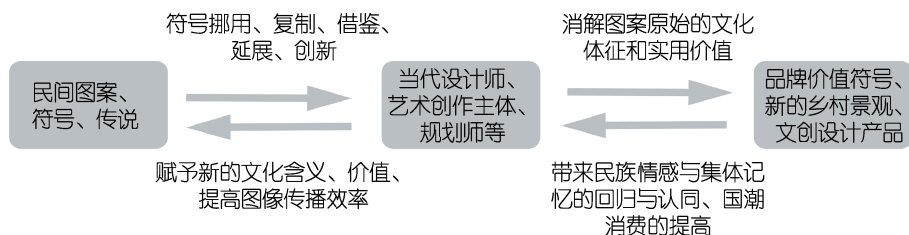


图2 民间图案消解与国潮符号的构建过程

Fig.2 Digestion of folk pattern and construction of national tide symbol

3 融合与创生：民间图案的叙事思路与重构路径

3.1 符号学语义下民间图案的叙事思路

“叙事”本身是一种文学用语，是指采用各类手段讲故事的方法，但是因其在文学、符号学领域有更深刻的概念，于是叙事学科拓展到了更多的视野形成

与叙事相关的各类学科研究。图像叙事则是区别于文本叙事的一种以空间手段表现时间连续性的叙述方式，通过视觉符号和图像形象的构建，将形象和想象进行转换和联系从而达到信息传递的过程。广义的图像叙事是指以讲故事的方式来表达图像的叙述语言及文化内涵，狭义上是指将图像看作是故事情节进行叙事的视觉空间^[14]。其在符号学语义下要符合隐喻和换喻的原则。隐喻是指基于联想、想象、象征等手法

的相似性原则,其一般较为主观且在不同的文化语境下差别较大,而换喻在语法结构上则是将冗长的句型替换成简单且具象的词汇,是基于生活经验、科学知识、逻辑思维较为客观的语义转换手法^[15]。

民间图案作为一种“图像”形式,其叙事的要素离不开图像叙事的三个关键要素分别是主体、媒介和场所(见图3)。其中主体要素从当初乡土匠人变成

了如今设计师的角色,由设计师思考如何应用乡土文化以唤醒受众的认知及如何选择具体的符号样式。这种由信息输入到加工信息最终输出信息的感知过程,正是认知心理学着重研究的认知过程。设计师需要通过对传统的民间符号进行分析、选择、编码,这种视觉编码越清晰越符合受众的内在认知,能更有效地传递情感和历史记忆。

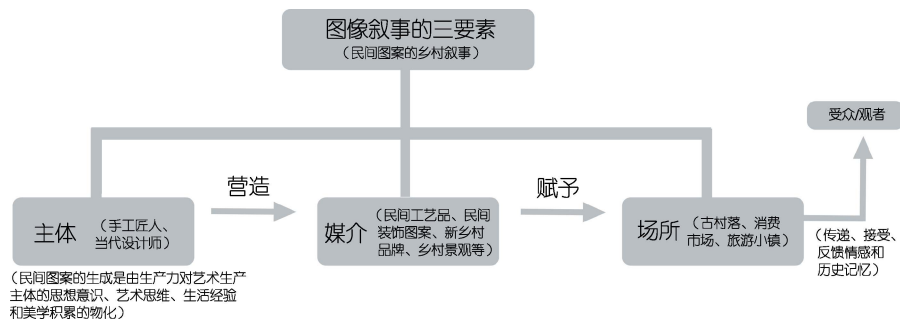


图3 图像(民间图案)的叙事要素和流程
Fig.3 Narrative elements and flow of images (folk pattern)

设计师通过叙事要素的构建,通过设计方法作为媒介传递给叙事者当代民间图案独特的文化意蕴。这种意义的传递是建构在民间图案历史意蕴之上的,牡丹雍容华贵,民间匠人多取自“富贵”之意,牡丹插入瓶中就是“平安富贵”(见图4)。这种谐音、象征、移情、夸张、双关等修辞手法也是叙事设计中常用的设计方法。设计师进行融创时多采用对称均衡的构图型制,其常有对仗之意,各种民间图案造型已经不是对于百姓生活的真实描摹而是设计师自主选择符号,结合流行文化形式传递传统的当代表现形式。无论是在图案设计的造型重构上还是在色彩语言的选择上,其都是传统与现代设计的一种融合方式。回溯图案本身的文化性、历史性意蕴,不仅是简单地描摹其造型语言,而是“应物象形”“制器尚象”的一种现代性、创造性转变。



图4 原博年画生肖设计作品
Fig.4 Yuanbo New Year's picture zodiac design works

按照索绪尔的符号学理论概述,民间图案的形制、色彩、构图是其能指,是对于乡土生活、生命哲学、自然风物、伦理礼俗的物态化形象,而其蕴含的吉祥如意、美好期盼、民俗信仰、乡土哲学等非物意义的文化基因则是所指^[16]。对设计师来说,做好守

正创新,融合与创生的现代设计则需要深刻理解民族图案的内在逻辑,而不仅是对其装饰、造型、构成、颜色的挪用。笔者认为在进行乡村叙事设计时,不仅要考虑形式美观,更要符合叙事情景和叙事语境,考虑符号内在含义的延异,才能使民间图案在重构时唤醒文化基因的记忆,使艺术符号与人文情感相互连接,完成文化情感迁移的过程,避免同质化产品和“千村一面”的尴尬局面出现。

3.2 设计思维融合下的民间图案重构路径

在乡村振兴的视野下,做好乡村设计最重要的前奏是思考以一个什么样的态度去展开艺术设计介入乡村的活动。艺术介入乡村是一种集体参与、跨领域结合的方式,以社会设计(Social Design)逻辑去重构“人、物、土地”之间的相互关系。艺术介入最早由阿诺·贝宁特提出,她认为参与式的介入是当代艺术的重要特征,审美介入使感知者和对象结合成一个知觉统一体。艺术介入乡村的三种策略分别需要注意其可持续生态、地方特色融合、村民集体参与、乡村新产业平台^[17]。同样设计介入乡村时也应考虑设计思维与设计方法的运用,以及怎么合理使用乡土本身的资源以及符号,以民间图案为叙事载体通过叙事场景的构建烘托叙事意象,保持乡土本色和差异化的同时推广新时代乡村的风貌和农特产品,联动乡村在地居民和外来者,以及一、二、三产业的有机结合。

笔者在对浙江湖州安吉溪龙乡进行田野调查和骑行路线设计时(见图5),发现其作为“绿水青山就是金山银山”的所在地,靠着安吉白茶的种植、培育、销售使村里人各个都奔向小康,溪龙乡因为安吉白茶的品牌构建、推广、营销形成了一条以茶促农、以茶养人、以茶振兴的独特路线。“一片叶子富了一

个村”是对安吉茶村最好的诠释。深入研究安吉人与茶的故事发展, 重构人与村落的联系, 通过叙事设计增强外来人与本地人的交互和链接。笔者通过“夺宝骑兵”的概念由寻找骑行茶园路线中出现的乡土符号, 并逐步认知人与土地的链接, 让这片本身没有太多特色的土地从农业生产的角度, 开拓了乡土文化旅游的叙事体验。

服务叙事体验的设计核心就是重构“人地关系”, 塑造“符号、文化、消费”系统, 提高人文内涵和在地文化的传播效率。乡村建设的变迁道路从拯救乡村到乡村文旅的猎奇消费, 最后延伸至平等叙事的方式去构建乡村体验设计新范式^[2], 乡村叙事更看中意义的建构和情感化的设计, 设计师在进行设计时要考虑通过“去设计”“轻设计”的思路去呼应乡土文化自觉。

民间图案的重构本身就是乡土文化的重构和变迁, 文化本质上就是流变的过程, 在社会经济发展中, 必然会有一些被激活、被消解或被重构, 这是不可避免的。以多元的角度去介入乡村设计, 突出每一个乡村的独特性以表现其独特的历史意蕴和人文内涵。布迪厄 (Bourdieu) 在《文化再生产理论》中所提到, 文化最根本的特性——自我创造性, 即文化特

有的超越自我、生产自我、更新自我、创造自我的特征^[18]。在乡村的文化原生态遭到破坏之后, 乡土风韵和社会构造支离破碎, 随之民间图案的文化体征也必然是动态变迁和消解的。

在设计介入乡村时, 应该要摆脱简单化的先进论思维去实行设计实践, 使乡村文化意义和价值回归则必须重构新时代的乡土家园, 这种重构不是简单的传统乡村复制, 更不是照搬城市的模板造成乡土社会的固化、同质化^[19]。乡土文化的传承和发展应该是以“再生产”的模式来重建和更新^[20]。

新时代的乡村文化以及民间图案的重构需要注重文化自觉的再生产, 协调统筹各个子系统, 协调城乡二元的融合。日本学者宫崎清将社区和乡村分为“人、文、地、景、产”五个方面, 笔者根据其思路建构了民间图案重构的基本思路 (见图 6), 从“文化视野、设计语境、社会价值”三个层级去思考重构的思路、设计方法和思维的运用以及设计反思。设计师在进行品牌、景观、规划设计时, 应该考虑乡村设计的地域性、融合性、可持续性以及文化传播性。在设计成果落实之前也要进行设计反思, 从而防止资源的浪费。设计师则需要与各方利益者相互协商, 在设计主体性、乡村地域性、生态可持续性、用户情感体



图 5 安吉溪龙乡“夺宝骑兵”骑行路线脏原型设计
Fig.5 Dirty prototype design of the "Raiders of the Lost Treasures" riding route in Xilong Township, Anji

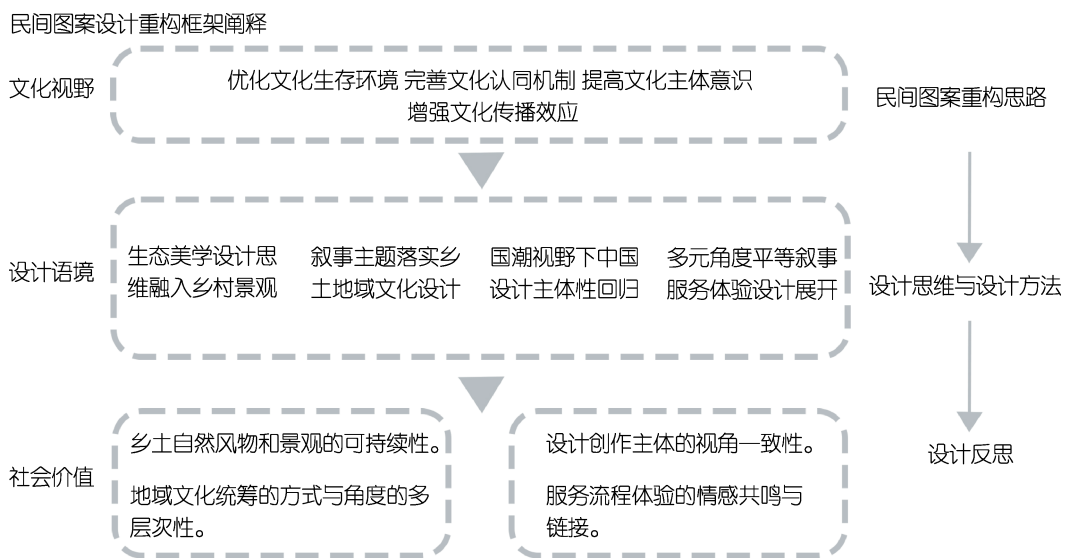


图 6 民间图案设计重构框架
Fig.6 Reconstruction framework of folk pattern design

验等方面进行多层次的推演和思考。从图案的表象特征到本质价值综合系统性的统筹设计,不单单只是符号形式的重构创新,更是对于新时代乡村风貌的重新建构和叙事,通过民间图案于不同媒介的视觉化表现,分析其艺术形式的前图像志描述、塑造其主题的图像志描述、挖掘其意义的图像志阐释,系统分析民间图案的现代价值以便营造由艺术创作主体为导向的深层次乡土文化设计叙事表达^[21]。

4 结语

乡村振兴、美丽乡村建设等有关于乡村的战略和政策离不开对乡土文化意义的构建与价值回归。作为设计师需要明白设计介入乡村时对乡土文化本身的历史意蕴、自然景观、社会结构、人情伦理等具有一定的理解才能够使乡村文化资源“活化”,能够在重构“民间图案”符号时表达乡村叙事情感体验,链接传统与现代的融创路径,诠释当代乡土精神的表达。

只有以一种包容、欣赏、可持续、社会性的视角去看待设计成果、进行设计反思,才能产出好的乡村叙事设计体验。通过对民间图案历史性叙事意蕴的阐述以及对当代品牌设计中民间图案的造型应用和符号意义的变迁,梳理出民间图案文化体征消解的原因和脉络以及国潮民族风格在当下火热的原因。

经由图像叙事理论,建构民间图案叙事设计的要素和流程以及符号学视野下设计师应如何理解民间图案的内在含义,以便与当下乡村设计进行有机融合。

本文从设计主体性、设计态度、设计介入的角度,全方位地提出民间图案叙事性设计的一般重构路径应从“文化视野、设计语境、社会价值”三个层次,系统性地思考乡村视觉叙事设计的路径。为当今乡村品牌、乡村文创设计等乡村设计活用乡土视觉符号时遇到的困境提供一定的解决方案,真正地唤醒乡土文化自觉和民族共同体认知。

参考文献:

[1] 中国共产党第十八次全国代表大会文件汇编[M]. 北京:人民出版社,2012:36.
Compilation of Documents of the Eighteenth National Congress of the Communist Party of China[M]. Beijing: People's Publishing House, 2012: 36.

[2] 徐习文. 论乡村振兴建设中的设计思维范式转型[C]//中国设计理论与国家发展战略学术研讨会——第五届中国设计理论暨第五届全国“中国工匠”培育高端论坛论文集. 上海, 2021: 136-142.
XU Xi-wen. On the Transformation of Design Thinking Paradigm in Rural Revitalization Construction[C]// Academic Symposium on Chinese Design Theory and National Development Strategy-Proceedings of the 5th China Design Theory and the 5th National "Chinese Craftsman"

Cultivation High-end Forum, 2021: 136-142.

[3] 中国共产党第十九次全国代表大会文件汇编[M]. 北京:人民出版社,2017:8.
Compilation of Documents of the Nineteenth National Congress of the Communist Party of China [M]. Beijing: People's Publishing House, 2017: 8

[4] 王旭玮. “跨界设计”趋势下的文创设计探索——以云贵民族文创设计为例[J]. 装饰, 2017(6): 128-129.
WANG Xu-wei. Exploration on Cultural and Creative Design under the Trend of Crossover Design: Taking Cultural and Creative Design of Yunnan and Guizhou Nationalities as an Example[J]. Art & Design, 2017(6): 128-129.

[5] 雷圭元. 雷圭元论图案艺术[M]. 杭州:浙江美术学院出版社,1992.
LEI Gui-yuan. Lei Guiyuan on Pattern Art[M]. Hangzhou: Zhejiang Fine Arts Institute Press, 1992.

[6] 李泽厚. 美的历程[M]. 北京:人民文学出版社,2021.
LI Ze-hou. The Course of Beauty[M]. Beijing: People's Literature Publishing House, 2021.

[7] 柳宗悦. 工艺之道[M]. 徐艺乙,译. 桂林:广西师范大学出版社,2011.
LIU Zong-yue. The Way of Craftsmanship[M]. XU Yi-yi, Translated. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2011.

[8] 张萌,吕思菡. 插画的叙事性设计表现探究[J]. 设计, 2020, 33(21): 144-146.
ZHANG Meng, LYU Si-han. Research on the Narrative Design Performance of Illustrations[J]. Design, 2020, 33(21): 144-146.

[9] 柳沙. 国潮消费的时尚心理学诠释[J]. 装饰, 2021(10): 18-23.
LIU Sha. An Interpretation of Chinese Fad Consumption Based on the Psychology of Fashion[J]. Art & Design, 2021(10): 18-23.

[10] 王宇. 传统剪纸艺术对平面设计的启示及应用[J]. 包装工程, 2019, 40(12): 319-322.
WANG Yu. Inspiration and Application of Traditional Paper-Cut Art to Graphic Design[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(12): 319-322.

[11] 祝帅. 国潮、中国风与中国设计主体性的崛起[J]. 装饰, 2021(10): 12-17.
ZHU Shuai. Chinese Fad, Chinese Style and the Rise of Chinese Design Subjectivity[J]. Art & Design, 2021(10): 12-17.

[12] 李晓梅. 动态、隐喻与升维——视觉传达中的叙事设计[J]. 装饰, 2021(9): 29-33.
LI Xiao-mei. Dynamic, Metaphor and Rising Dimension: Narrative Design in Visual Communication[J]. Art & Design, 2021(9): 29-33.

[13] 张高峰. 文创产品设计中传统纹样的融入与创新[J]. 包装工程, 2022, 43(4): 401-404.
ZHANG Gao-feng. Integration and Innovation of Traditional Patterns in Cultural and Creative Product De-

- sign[J]. *Packaging Engineering*, 2022, 43(4): 401-404.
- [14] 王犹建. 赣南客家宗祠装饰艺术图像叙事空间研究[J]. *家具与室内装饰*, 2022, 29(1): 121-125.
WANG You-jian. Research on Image Narrative Space of Gannan Hakka Ancestral Temple Decorative Arts[J]. *Furniture & Interior Design*, 2022, 29(1): 121-125.
- [15] 狄野. 视觉叙事中的图像建构与传播[J]. *装饰*, 2015(2): 130-131.
DI Ye. Image Construction and Communication of the Visual Narrative[J]. *Art & Design*, 2015(2): 130-131.
- [16] 孙晟博, 高炳学. 符号学在文创产品设计中的应用现状[J]. *包装工程*, 2022, 43(18): 283-292, 326.
SUN Sheng-bo, GAO Bing-xue. Application Status of Semiotics in Cultural and Creative Product Design[J]. *Packaging Engineering*, 2022, 43(18): 283-292, 326.
- [17] 滕学荣, 宋雨静. 乡村振兴背景下艺术介入乡村设计的策略研究[J]. *北京建筑大学学报*, 2021, 37(1): 60-66.
TENG Xue-rong, SONG Yu-jing. Research on the Strategy of Art Intervention in Rural Design under the Background of Rural Revitalization[J]. *Journal of Beijing University of Civil Engineering and Architecture*, 2021, 37(1): 60-66.
- [18] BOURDIEU P, JOHNSON R. The field of cultural production: essays on art and literature[M]. New York: Columbia University Press, 1993
- [19] 方晓风. 设计介入乡村建设的伦理思考[J]. *装饰*, 2018(4): 12-15.
FANG Xiao-feng. Ethical Reflections on Design Involving Rural Construction[J]. *Art & Design*, 2018(4): 12-15.
- [20] 赵旭东, 孙笑非. 中国乡村文化的再生产——基于一种文化转型观念的再思考[J]. *南京农业大学学报(社会科学版)*, 2017, 17(1): 119-127, 148.
ZHAO Xu-dong, SUN Xiao-fei. On the Reproduction of Chinese Rural Culture: Reflection Based on Cultural Transformation Concept[J]. *Journal of Nanjing Agricultural University (Social Sciences Edition)*, 2017, 17(1): 119-127, 148.
- [21] 李文嘉, 高瑶瑶, 张再瑜. 认知叙事视域下乡村文创产品创新策略研究[J]. *包装工程*, 2021, 42(20): 381-388.
LI Wen-jia, GAO Yao-yao, ZHANG Zai-yu. Innovation Strategy of Rural Cultural and Creative Products from the Perspective of Cognitive Narrative[J]. *Packaging Engineering*, 2021, 42(20): 381-388.

责任编辑: 马梦遥

(上接第211页)

- [11] 朱子涵. 大国脸谱, 时代烙印——《人民画报》的封面变迁[J]. *青年记者*, 2017(6): 72-73.
ZHU Zi-han. Face of a Great Country, Brand of the Times—Changes of the Cover of People's Pictorial[J]. *Youth Journalist*, 2017(6): 72-73.
- [12] 赵浩. 现代杂志版式设计的创新风格刍议[J]. *新闻研究导刊*, 2019, 10(13): 181-182.
ZHAO Hao. On the Innovative Style of Modern Magazine Layout Design[J]. *Journal of News Research*, 2019, 10(13): 181-182.
- [13] 齐岚森. 论新媒体时代新闻摄影的价值导向[J]. *新闻研究导刊*, 2019, 10(13): 164.
QI Lan-sen. On the Value Orientation of News Photography in the New Media Era[J]. *Journal of News Research*, 2019, 10(13): 164.

责任编辑: 陈作