

旬邑彩贴剪纸符号提取与创新设计研究

马皎¹, 张斌²

(1. 咸阳师范学院, 咸阳 712000; 2. 西安建筑科技大学, 西安 710043)

摘要: **目的** 从以用户为核心的视角对国家级非物质文化遗产旬邑彩贴剪纸旅游纪念品进行调查、统计并得到游客需求模型, 将 KJ、BS 法对用户需求信息进行设计语言转换, 引入创新性思维指导纪念品与地域性文化的融合。**方法** 提取分析大量剪纸作品中的图形形态符号和色彩符号结合游客审美需求及市场将原有图形进行了创新性演变。**结论** 结合创新设计思维及原理将其再设计转化并应用于旅游纪念品设计之中, 推动民俗文化旅游产业, 促进“地方”旅游业发展。

关键词: 彩贴剪纸; 非物质文化遗产; 旅游纪念品; 创新设计

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)12-0249-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.12.047

Xunyi Color Paste Paper-cut Symbol Extraction and Innovative Design

MA Jiao¹, ZHANG Bin²

(1. Xianyang Normal University, Xianyang 712000, China;

2. Xi'an University of Architecture and Technology, Xi'an 710043, China)

ABSTRACT: From the point of view of the user as the core, it investigates, statistics and obtains the tourist demand model of Xunyi color paper-cut tourist souvenirs of national intangible cultural heritage, and transforms the design language of KJ and BS methods to the user's demand information, and introduces the integration of innovative thinking to guide the fusion of souvenirs and regional culture. It extracts and analyzes the graphic symbols and color symbols in a large number of paper-cut works to combine the aesthetic needs of tourists and the market to innovate the original graphics. Combined with innovative design thinking and principle, it is applied to the design of tourist souvenirs, promoting the folk culture tourism industry and the development of local tourism.

KEY WORDS: color paste paper-cut; intangible cultural heritage; souvenirs; innovative design

2017 年 1 月 25 号中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》, 其中明确指出加强国家级非物质文化遗产资源的保护及利用工作。旅游规划中提出: 产品创新要以文化为核心, 以需求为导向, 以内涵挖掘、技术进步为手段发展创意旅游产品, 逐步形成特色化、差异化的现代旅游产品体系^[1]。随着民俗文化旅游的兴起及各地民俗村的建立, 游客对地方文化旅游纪念品的需求急剧增加。旅游开发活动过程中也非常重视旅游“地方性”文化因素的挖掘, 差异性文化无疑成为旅游产品的核心竞争力, 而非物质文化遗产具有很强的“地方性”, 容易形成“差异化”。旬邑彩贴剪纸是咸阳

市第三批进入国家非物质文化遗产之列, 从文献中来看, 对其研究主要集中在图案、图形分析, 而旬邑彩贴剪纸的相关衍生品、旅游纪念品的设计手法、开发实践、创新设计、元素提取转化等问题涉及甚少。这里从游客需求出发对旬邑彩贴剪纸旅游纪念品现状进行调研, 并对其语义符号进行挖掘、提取、分析, 结合产品创新理论进行再设计, 为“非遗”旅游纪念品创新设计提供了一个思路。

1 旬邑彩贴剪纸旅游纪念品设计调查

旬邑彩贴剪纸是在汉代民间传统剪纸基础上的

收稿日期: 2018-02-08

基金项目: 国家社会科学基金西部项目阶段性研究成果(16XSH014); 咸阳师范学院 2018 年专项科研基金项目(18XSYK004)

作者简介: 马皎(1987—), 女, 陕西人, 硕士, 咸阳师范学院讲师, 主要研究方向为文化创意产品设计。

一种创新形式,它通过剪、贴、衬3种方式把色彩多样的纸重新组合在一起^[2]。最具代表的是库淑兰剪纸艺术,内容及形式往往深受传统民俗文化的影响,与招魂、送病、镇宅、祈雨等多种汉族民俗活动息息相关^[3]。剪纸构图夸张、形象稚拙,跳出了传统民间单色剪纸和形形相连的镂空剪纸模式。北京中国美术馆为库淑兰举办了个人作品展览,她还被联合国科教文组织授予“杰出中国民间艺术大师”的称号^[4]。

1.1 调查概况

本调查共发放问卷420份,有效问卷401,有效率95.48%。问卷主要由3部分组成,即游客购买“非遗”剪纸旅游纪念品的购买行为及需求测量、旬邑彩贴剪纸旅游纪念品现状及影响因素和游客的人口统计学特征。采用软件SPSS17.0进行调查数据信度分析,其信度系数为0.758>0.5,证明问卷有较高的稳定性及同质信度。被调查者的个人基本情况,女性比例高于男性,占55%,女性更容易受感情、情绪等因素干扰,也是购买的主要群体;年龄集中在16岁至49岁的占84%,年轻人比中老年人群更容易接受新鲜事物;家庭(个人)收入集中在3000至5000元的占55%;受教育程度集中在高中到本科层次,越高的文化水平对产品的附加值需求越高;职业以学生为主的占40%,这可能与调研时间段为暑假有关,而另外一半的人群集中在公司职员、自由职业者里,这群人收入较稳定有一定的购买力。

1.2 问卷分析

游客购买旅游纪念品的行为是一个购买决策的过程,从产生动机到完成消费会形成多个阶段^[5]。本

表2 旅游纪念品的理想价格
Tab.2 The ideal price of tourist souvenirs

理想价格	500元以上	100~500元	50~100元	20~50元	20元以下
百分比	3.5%	19.6%	36.4%	35.2%	5.3%

2 旬邑彩贴剪纸中的符号提取与分析

旬邑彩贴剪纸是通过图形符号来建立当时人们的内心世界与生活经验的关系。具有很强的表意、沟通特点,这种“符号性”更多是由人们约定俗成的概念图形构成,来表达不同的寓意^[6]。

2.1 形态符号的提取及分析

旬邑彩贴剪纸的形态符号“所指”对象一定是当时的民俗生活,而“能指”则表达了其对美好事物的愿景,发挥了传递、传承民俗信息的功能。在众多彩贴剪纸作品中提取了构成画面的一些基础符号,旬邑彩贴剪纸的形态符号提取见表3。每种基础形态符号既可独

次调查问卷的结果将主要从游客购买旬邑彩贴剪纸的目的、理想价格方面进行分析。

1.2.1 购买目的

游客购买纪念品的过程十分复杂,受到个人喜好、认知、渠道等多因素影响,最为重要的是购买动机,是游客购买纪念品的根本用途,包括馈赠亲友、个人旅游留念等,旅游纪念品的购买目的见表1。

表1 旅游纪念品的购买目的
Tab.1 Purchase purpose of the tourist souvenirs

购买目的	馈赠亲友	自己使用或装饰	旅游纪念	其他
百分比	71.0%	11.3%	15.6%	2.1%

调查数据显示,71.0%的游客选择购买该纪念品的主要用途是馈赠亲友,15.6%是对当地旅游的一种留念。对于作为礼品馈赠,需要考虑在纪念品包装上有更多选择。而作为旅游地的一种回忆、留念要在纪念品设计上更加突出其地域性、独特性。此外,自己使用或装饰占到11.3%,调查其主要原因是功能性弱、装饰性差、个性化低导致。

1.2.2 理想价格

旬邑彩贴剪纸作为一种手工艺品,价格昂贵,往往让大多数游客望而却步,其周边衍生品又非常少,游客的购买范围很窄。调查显示,游客的理想价格主要集中在50~100元和20~50元,旅游纪念品的理想价格见表2,这说明对彩贴剪纸的纪念品设计应着重考虑时间成本,让其集中在中档纪念品上,当然对于高档纪念品也有一定的需求。

立存在又可变幻、重组形成新的形态符号,同时具备新的功能与内涵。如圆点纹在旬邑彩贴剪纸的多幅作品中都有呈现,通过无数大小变幻的圆点来均衡画面,圆点的疏、密变化也呈现了不同的视觉效果,圆点纹的内涵主要表现生命、宇宙观等。在库淑兰《姑娘爱我石榴情》的作品中,石榴的表面由多种圆点分布组成,表示生育、多子的民俗寓意^[7]。多个基础纹样的组合也可表达更丰富的含义,如作品《十二月花》中鱼纹和水波纹的组合就是表达生活富足,婚姻幸福美满、如鱼得水,也是对生命的崇拜。

2.2 色彩符号的提取及分析

旬邑彩贴剪纸与传统的单色剪纸最大区别就在

表 3 旬邑彩贴剪纸的形态符号提取
Tab.3 Extraction of shape symbol of Xunyi color paste paper-cut

名称	提取符号	名称	提取符号
圆点纹		钱串子纹	
线纹		钱纹	
桃形纹		花瓣纹	
太阳纹		方胜如意纹	
瓜纹		蝙蝠纹	
锯齿纹		鱼纹	
菊花纹		水波纹	
梅花纹		门帘纹	
牡丹纹		月牙纹	
莲花纹		卷草纹	
杂树纹		蜂蝶纹	

于其丰富的色彩，从早期的作品中可以看出当地人们的五行色彩观，最先从自然万物中获得了黄、青、赤、白、黑，并运用到剪纸作品中，到了发展成熟阶段更多的色彩被引入，最为突出的就是 3 原色，红、黄、蓝的大面积运用，通过形状、大小、面积比来调和画面的整体感，色彩符号提取见图 1。这种色彩感悟运用到剪纸创作中，带来了强烈的视觉冲击和特有的民族性，也体现了人们色彩审美情趣的转变。

彩贴剪纸的创作中色彩运用纯度较高，形成的色彩基调是鲜艳强烈的。一般用饱和度较低的彩纸做底色，在上面一层贴上纯度、明度较高的点、线、面图形来均衡画面，具体可分为以下两方面：(1) 对比强

烈的互补色，旬邑彩贴剪纸当中除了上面的主体色外，也有很多配色，如橘色、玫色、明黄、天蓝、淡绿、淡紫色等。作品中的配色通过互补色对比关系来呈现视觉效果，如红色与绿色、蓝色与橘色、黄色与紫色等。特别在很多有人物出现的题材作品中，人物的服装上下大面积的补色关系对比，在上下装中又分别有小的补色和其他补色的穿插作为点缀，在整体上色统一，细节上又丰富呈现，补色提取见图 2；(2) 过渡分明的渐变色，旬邑彩贴剪纸作品中一些细节的刻画为了达到栩栩如生的效果，有很多渐变色的应用。渐变色的应用使得画面显得更有层次，对色彩感知的细腻程度也更加成就了一幅幅更具立体效果的



图 1 色彩符号提取
Fig.1 Color symbol extraction

剪纸作品。如花卉表现中的花瓣色彩,由上而下,由浅入深,通过白色、粉红、朱红、大红等渐变色的使用,让牡丹花更加立体,活灵活现,用色彩不断变幻的可能性形成丰富的图形装饰,渐变色提取见图3。



图2 补色提取
Fig.2 Complementary color extraction



图3 渐变色提取
Fig.3 Gradient color extraction

3 旬邑彩贴剪纸纪念品的设计案例

旬邑彩贴剪纸旅游纪念品应发挥其作用,使得游客不仅可以从旅游纪念品中得到慰藉和纪念,而且也可以映射出一种地域文化^[8]。依据前期调研,结合旬邑彩贴剪纸符号的挖掘提取,其创新的旬邑彩贴剪纸旅游纪念品应有体积小,重量轻,方便携带;包装的多用性强,保护产品同时环保、精美;具有收藏功能的同时也可兼备其它装饰功能;趣味与大众参与性的主要特点。在了解游客需求的基础上通过 KJ 法对所有前期搜集信息进行了分析及有用抽取。结合 BS 法对核心需求信息进行了设计转换,利用 40 个创新原理 (TRIZ) 将设计转换过程中存在的跟形态、色彩、用户心理等信息进行了冲突判定^[9-10]。

新的旅游纪念品为一款需要参与完成的可更换台历,兼顾装饰性与收藏性。其中运用到创新原理中的 13: 逆向思维,用相反的动作替代要求指定的动作,把物体或者过程倒过来。在设计中将图形色彩部分进行缺失处理,需要人进行一定的参与完成完整图案的过程,具有一定趣味性。旬邑彩贴剪纸旅游纪念品设计系统中的形态“体积小”与“重量轻”是对立方向改进。解决方法创新中的原理 26: 复制,让大面积的图形进行分割后可复制,将大型艺术作品进行复制重组、让其满足便携特性。包装中“静止体积”与“兼容性(多用性)”、“可制造性”、“操作流程”、“加工的通用性”之间的冲突可采用创新中的原理 5: 组合,在空间上将物体、功能或操作加以组合。依据以上 3 个创新原理对旬邑彩贴剪纸旅游纪念品进行再设计,旬邑彩贴剪纸旅游纪念品的再设计见图 4,这也为地方“非遗”利用设计产品作为载体进行产业化道路提供了新思路。



图4 旬邑彩贴剪纸旅游纪念品的再设计
Fig.4 Redesign of Xunyi color paste paper-cut tourist souvenirs

4 结语

通过对陕西民俗村的“非遗”旅游纪念品的调查、统计及分析,结合 KJ、BS 法对用户需求信息进行设计语言转换,引入创新性思维指导纪念品与地域性文化的融合问题。以旬邑彩贴剪纸为载体对其形态符号、色彩符号进行了分析提取,结合游客审美需求及市场将原有图形进行了创新性演变,并对旅游纪念品进行了再设计。这对于推动民俗文化旅游产业,促进“地方”旅游业发展有重要意义。当然在这次调查中主要针对的是民俗村,受调查者基本为当地游客,对于外地游客的需求涉及较少,因此,有一定局限性,在以后的研究中需要对样本进行调整和改进。

参考文献:

- [1] 种海峰. 陕西非物质文化遗产保护的现状、问题及其对策[J]. 辽宁行政学院学报, 2013(1): 164—166.
ZHONG Hai-feng. Shaanxi Intangible Cultural Heritage Protection Present Situation, Problems and Countermeasures[J]. Journal of Liaoning Administration College, 2013(1): 164—166.
- [2] 董溪梦. 库淑兰新剪纸图形视觉语言特征的探析与启示[D]. 杭州: 中国美术学院, 2014.
DONG Xi-meng. Exploration and Revelation of the Visual and Visual Language of the New Papercut Paper[D]. Hangzhou: China Academy of Fine Arts, 2014.
- [3] 汉声. 剪花娘子库淑兰上下册[M]. 上海: 上海锦绣文章出版社, 2009.
HAN Sheng. Cut Flowers Lady Ku Shu-lan[M]. Shanghai: Shanghai Beautiful Article Publishing, 2009.
- [4] 赵希岗. 剪纸的故事[M]. 北京: 人民文学出版社, 2011.
ZHAO Xi-gang. The Story of the Paper-cut[M]. Beijing: People's Literature Publishing House, 2011.
- [5] 刘润, 楼嘉军. 上海旅游纪念品市场游客购买行为研究[J]. 管理学刊, 2014(10): 62.
LIU Run, LOU Jia-jun. Study on Purchasing Behavior of Shanghai Tourist Souvenir Market[J]. Management Journal, 2014(10): 62.
- [6] 陈山桥. 陕西民间美术精品关中陕南剪纸[M]. 陕西: 人民美术出版社, 2012.
CHEN Shan-qiao. Shaanxi Folk Art Boutique Guanzhong Paper-cut[M]. Shaanxi: People's Fine Arts Publishing, 2012.
- [7] 伊笑非. 中国民间传统吉祥图像的理论阐释[M]. 上海: 上海书店出版社, 2009.
YI Xiao-fei. Theory Interpretation of Chinese Folk Traditional Auspicious Images[M]. Shanghai: Shanghai Bookshop Press, 2009.
- [8] 乔今. 旅游纪念品中的地域文化因素设计[J]. 包装工程, 2015, 36(10): 113—116.
QIAO Jin. Regional Cultural Factors Design of Souvenirs[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(10): 113—116.
- [9] 郭西雅, 赵川, 胡志刚. BS 与 TRIZ 集成产品形态创新方法研究[J]. 机械设计, 2014, 31(9): 101—104.
GUO Ya-xi, ZHAO Chuan, HU Zhi-gang. BS and TRIZ Integrated Product Shape Innovation Method Research[J]. Journal of Machine Design, 2014, 31(9): 101—104.
- [10] 赵若君. 基于 TRIZ 创新原理的工业设计产业与地域文化共生发展应用研究[D]. 成都: 西华大学, 2014.
ZHAO Ruo-jun. Based on the Theory of TRIZ Innovation Industrial Design Industry and Regional Cultural Symbiosis Development Applied Research[D]. Chengdu: Xihua University, 2014.