

【高校设计研讨】

辽海文化引领中锦州旅游文创艺术品创新设计研究

杨晨

(辽宁工业大学, 锦州 121001)

摘要: **目的** 基于地域性辽海文化背景,分析研究锦州城市旅游文创艺术品的文化基因传承与创新应用性价值问题。**方法** 引入辽满文化价值释义及辽宁独特沿海文化特质两大地域性文化溯源,并结合实际应用性设计案例,对锦州特色文创艺术品的图案式样、平面及立体造型、设计色彩、材质工艺等进行全方位、多视角的解析,以此建构辽宁锦州特色文化创意艺术品的文化定位及设计构想。**结论** 提出大力弘扬“辽海文化”品牌标识形象,以交融性、开放性、创新性的审美气度,以多元性、开拓性的价值思考场域,将其融入地方性城市商业旅游文化创意产业的总体设计研发中去,使地域文化的解读与设计实践共同展现出辽海文化在锦州城市旅游文化创意艺术品设计中的文化定位及特色形貌。

关键词: 辽海文化; 文化旅游; 地域性; 创新应用; 文化创意

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)20-0265-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.20.044

Innovation Design of Cultural Creative Art of Jinzhou Tourism during the Liaohai Cultural Guide

YANG Chen

(Liaoning University of Technology, Jinzhou 121001, China)

ABSTRACT: The work aims to analyze and study the cultural genetic inheritance and innovative application value of cultural creative works of city tourism in Jinzhou based on regional Liaohai cultural background. The tracing of two regional cultures was introduced, namely, the interpretation of Liaoman cultural values and the unique coastal cultural characteristics of Liaoning. The pattern, plane and three-dimensional shape, design color, material and craftsmanship of Jinzhou characteristic cultural creative art were analyzed from multiple perspectives in an all-round way, so as to construct the cultural orientation and design concept of Jinzhou characteristic cultural creative art in Liaoning. It is proposed to vigorously promote the logo image of the "Liaoha culture" brand, and to consider the field domain with the syncretic, open and creative aesthetic tolerance and the multi-dimensional and pioneering value, in order to integrate it into the overall design research and development of the cultural and creative industries of the local urban commercial tourism. The interpretation and design practice of regional culture show the cultural orientation and characteristic morphology of Liaohai culture in the design of Jinzhou urban tourism cultural creative art.

KEY WORDS: Liaohai culture; cultural tourism; regional; innovative applications; cultural creativity

见解与感悟文化、领略人文精髓、重识文化方言,地域性文化元素所呈现的文化气度、质朴构态与理念向度,已成为现代城市旅游工艺品文化宣传和商业运营中重要支撑要素,能够有效开拓和促进地域性

品牌与知名品牌之间的文化重识与交流,在试图探究传承本土情怀之时,又能开创彰显特色旅游文化语言的视觉范式。人类在感悟、享受现代城市旅游文化的同时,更对地域性文化内涵的追溯与思

收稿日期: 2018-06-16

基金项目: 2017 年辽宁省教育厅高校基本科研项目青年项目 (JQW201715408); 2017 辽宁省教育厅高校基本科研项目服务地方项目 (JFW201715402)

作者简介: 杨晨 (1980—), 女, 辽宁人, 硕士, 辽宁工业大学副教授, 主要从事视觉传达设计及理论研究。

索,挖掘出相关的品牌构建,梳理出城市传统与现
代文明交融的脉络与基本形貌。本文以辽海文化引
领的旅游文创艺术品开发设计的实际应用为主要探
讨对象,提出对文化理念传承的本源思考及创新应
用的物化再现等问题,有意识地将文化内涵与创新
设计的外在形态认知思辨性联系在一起,试图诠释
辽海文化在锦州旅游文创艺术品应用性开发中的重
要现实意义。

1 “辽海文化”的价值释义

地域性的文化形貌所涵盖的区域范围酝酿着历
史的沉淀、积累、形成过程。历史上的“辽海”一词
包含有两个方面的意思:(1)渤海辽东湾;(2)辽河
流域以东至海地区,即传统意义上的“辽东”。称辽
宁文化为“辽海文化”,既有丰富的内涵,又有大“辽
海”外延。这是一种历史事实,也是一种约定俗成的
文化符号^[1]。它是地域性文化的密码,人文精神沉淀
的产物,更是地域文化的承载者,是含义最为深刻的
语意表现。在此基础之上的地域性“辽海文化”是在
锦州城市文化根基的依托之上,长期生产劳作孕育出
的“地域性”文化的物化呈现,它给人无限的遐想、
思考、追溯传统的文化意念与韵律,探求新时代下文
化的重识与再造。它能够使现代商业文明保持原生态
的文化养料及视觉审美的差异性 & 特色性,并能够开
创一个观察、探求、建构创新思维的研究视域及交流
平台,并以此为契机认真梳理、研究、创新在传承地
域性文化基因之时,更加注重创新的设计定位及价值
维度。

2 在锦州旅游文创艺术品设计研究中的定 位分析

“旅游工艺品”乃城市文化发展之需^[2]。以地域
性文化为导向,强调艺术的本源物化呈现,它是一种
社会文化形态的高度统一,是实用与审美价值的
辩证统一,是一种积极吸收本土文化而形成的具有
稳定、和谐的地域性文化审美取向,是一种价值维
度、思维理念顺应现代商业文明之气质、流变及信
仰的视觉物化载体。此乃旅游工艺品创新设计的题
中之义。

2.1 “辽满文化”定位

所谓“辽满文化”是辽宁满族文化的简称。辽满
文化是在人类祖先长期生产劳作、繁衍生息的历史发
展变革中逐步孕育形成的民族特色文化形貌与气质,
它就像一股清新的艺术气息滋润着东北人类社会生
命进程的历史长卷,它是一个特色鲜明、循序渐进的
本源物化,原生态地滋润着辽西这片肥沃的文化土
壤,萌生着城市旅游文化发展的伟大构想,也为辽宁

锦州本土商业文明之下的旅游工艺品品牌建设提供
了发展的主题,更为地方性旅游文化品牌建设提供了
新的发展机遇及价值。旅游工艺品主要在图案、色彩、
材质、造型、审美、功能、市场开发等方面应给予高
度的重视和投入^[3]。设计上应该具有文化性、艺术性、
科技性并存的客观要求及观照,一方面应该考虑到当
地城市的人文关怀,注重从情感入手作为主线,锁定
消费者的心理价值定位及审美取向。另一方面,也应
该考虑到实体的工艺性及人体工程学的实际操作环
节,做到艺术审美与实用主义的完美结合,从而完成
对旅游工艺品商业品牌的宣传与保护^[4]。一幅锦州医
巫闾山满族剪纸的艺术作品,见图1,充满着浓郁的
满族吉祥崇拜的文化情愫,剪制形态惟妙惟肖、栩栩
如生,显地域之恢弘,赞意念之厚重,叹华夏之隽永。
画面将植物、动物、人物适形结合在一起,极具层次
的流变及秩序美感,将拉手人形进行二方连续规则排
列形成图式底部的线面转化,这是画面向上支撑蔓延
的重要基石。视觉继续向上伸展映入观者眼帘之物乃
是鸡图腾、生命树、吉祥之花的对称性图式结构的物
化呈现,画面主体突出、阴阳和谐、色彩规范、简洁
生动。自然崇拜、人文观照、恢弘情愫从地域性旅游
工艺品图式设计中流露而出,成为构架天辽地宁、辽
海情怀的“神韵”物化载体,它正是集“天地之神”、
“山水之神”等自然崇拜,吉祥冠鸡之动物崇拜,“祖
灵”、“祭祀”等灵魂信仰,“萨满”信仰为载体拉手
“嬷嬷人”的意念图腾。在辽满人民面对肃穆、孤独、



图1 医巫闾山满族剪纸

Fig.1 The paper of the manchu family paper cutting works

辛苦的劳作生活状况之时,引领他们勇敢面对困扰、阻隔,不断进取、永往直前。拉手“嬷嬷人”寓意美好的时空守望,生命之树寓意顽强坚韧、不屈不挠的开拓守望。浓郁、雅致的红色拙朴,舒缓、流动的绿色顺畅,大吉大美的金色融合,典雅、沉着的黑色气度。黑图案,红、绿、金底色,疏密有秩,调和适宜,整体显得秀丽而质朴、凝远而吉祥。祭祀、安详、和谐、质朴的辽满中原文化跃然纸上,注入观者的心田。剪之神、剪之韵、剪之形、剪之色,塑造、推进、构建鲜明的地域特色来感悟世界、感悟自然、感悟人文。五行、五色、五位、六合、两仪等,借助历史与现实的守望与对接,使其地域审美范式自觉的进行超现实主义的物化组合与大文化生态记忆的视觉呈现^[5]。

2.2 辽宁沿海文化定位

“海洋文化”乃是源于海洋而生成的文化,也即人类对海洋本身的认知、汲取和因由海洋而凝练的精神、气韵、感悟等文化内涵的综合体^[6]。人类面向大海之时,开辟属于自我的另一生态空间,在这里人们感悟海洋丝绸之路东端的璀璨文明,洞察古老鲜活的海洋民俗,觉解孕育地域海洋信仰及人文景观,开辟区域人类与地域性海洋文化的交融、发展、促进关系。辽宁锦州地处辽西走廊咽喉地带,又处于渤海经济圈中,特殊的地理位置赋予锦州这座城市独特的海洋人文自然景观,直接描绘独特的生活方式,并以现代商业旅游文化作为依托,建构旅游工艺品在商业创意价值中的视觉造型^[7]。因此,以现代商业旅游工艺品作为艺术参照物,提取地域性辽宁沿海文化元素进行变异再设计,以其主要的造型、色彩、图形语境的综合再现,力图提升商业应用性研究价值空间及宣传效果,提升工艺品的宣传优势,增强竞争实力。“笔架山”工艺品,见图 2,该组设计作品打破传统的具象写实描绘风景的表现手法,以抽象概括的艺术表现语言进行再设计,前面景物提取鱼和水纹的设计元素进行平面语言的解构与组合,运用点、线、面的关系形成视觉化的图案艺术呈现式样,后面景物左侧提取锦州笔架山中盘古开天之处——“三清阁”建筑外观装饰形象,这是锦州沿海文化中极具代表性的古代建筑装饰物化呈现形式,体现了锦州沿海文化古今的交流与对接。后面景物右侧则提取了锦州笔架山的自然资源的外形,并将笔架山的著名历史神话故事——仙女架桥的典故融合在景物的图案视觉艺术形式设计去,造型艺术中进行立体化呈现,前后形成两个视觉空间,前面曲线变异的浪花与鱼儿的排列组合,作为第一视角呈现,后面的自然景观与建筑装饰的融合构建,前后形成了近景与远景的艺术作品,色彩定位采用以蓝色海洋为主基调,绿、红、黄作为辅助色,体现了辽宁锦州海洋人文景观的不断发展及日新月异

变化和蓬勃发展的文化形貌。在彰显辽宁沿海文化色彩之时,更将传统的文化与现代的设计语言进行了交流与碰撞,在设计语境中以辽宁沿海文化作为文化根基,体现了艺术设计理念的文化创新与传承,并将艺术性与实用性进行了合理化组合规范,具有商业市场的开拓性和应用性特质。



图 2 《笔架山》
Fig.2 "Brush Mount Hill"

3 应用价值分析

3.1 增强文化创新的品牌意识

交融、开放、创新性的将“辽海文化”融入辽宁锦州地方性商业旅游创意文化产业中,是地域性文化情愫在现代商业设计应用中的一道靓丽的风景线。开发“辽海文化”旅游工艺品产业,使之尽快形成一个具有地域文化特质的文化品牌,并与蓬勃发展的辽宁锦州经济文化事业发展相适应。U 盘工艺品,见图 3,总体设计提取了锦州满族文化,包括服饰文化及剪纸文化,在设计构思中造型方面提取了满族旗袍的设计元素,将插口处设计成衣领的形象,色彩以中国红的满族特有的颜色作为主色调,蓝色运用在插口开启分割线上,十分形象直观,图案中提取了中国锦州医巫闾山满族剪纸的民间文化艺术进行物化呈现,使地域文化得到了创新性应用,提升了设计载体的艺术创新性,将锦州辽满文化创新性应用到设计研究中去,增强了旅游工艺品设计的品牌意识。因此,“辽海文化”引领下的锦州旅游工艺品的创新设计根植于城市地域性文化特色及内涵,瑰丽的审美文化与地域性历史及现实的积淀与交融关联十分紧密,形成具有代表性的特色旅游工艺品创新品牌,其应用价值定位的分析与建构应该是结合具体问题多角度、多层面、多维化

的进行较为深入全方面的设计研究,包括“辽满文化”及“辽海文化”的现代利用与归纳、整合、传承与创新等整合性的应用到地方性商业旅游文化建设中,提升旅游工艺品的设计水准及质量内涵,进行优化与升级,增强辽宁锦州沿海城市旅游文化的创新品牌意识,真正弘扬地方经济文化事业,以点带面,推动地方乃至全国旅游文化事业的飞速发展,推动国门,走向全世界。



图3 U盘工艺品
Fig.3 U disk crafts

3.2 开拓旅游文创艺术品设计的价值空间

特定民俗文化的繁盛、人文信仰崇拜丰盛、各种技艺的传承与流变是地域文化不断萌发、滋养、提炼、物化的必然结果,它是所处的文化区域作为构成内容,将内部环境与外部环境进行合理化对接与碰撞,形成特定时代下的文化产物^[8]。秉承传统文化精髓与现代时尚文化交流的思想进行物化创新,使地域文化的解读与认知和设计应用实践共同凝练出“物化言说”的符号密码,从而展现出地域性辽海文化在城市旅游工艺品设计中的价值空间及特色形貌。它给予现代商业城市旅游文化发展以足够的动力和支撑,增强现代旅游城市商业品牌的宣传优势和竞争实力^[9]。从辽海地域文化入手,注重图案、色彩、造型、材质等方面的归纳与重拾,较为规范、系统、全面、科学地诠释对设计内涵的把控,并把现代商业性的旅游工艺品文化真正落实到实际产品设计研发的内涵性建设上来,使文化基因中的图腾崇拜、文化信仰、自然景观等通过纹饰、色彩、造型等艺术语言进行巧妙的转换与嫁接,以此来构建地域性辽宁锦州旅游工艺品艺术资源及特色性应用。图4是2013中国锦州世界园林博览会创新项目研发鼠标工艺品,外观造型模拟水滴造型做了仿生造型创意设计,色彩及图案设计部分提取锦州世界园林博览会的标识造型及锦州世园会的百花塔的外观部分进行组合性的变异设计。因此,锦州以申办世界园林博览会为契机将锦州的地域文化进行创新性的研发,将锦州的物化创新以旅游文化创新项目为着眼点,以旅游工艺品的开发设计为

形式载体,极大地开拓了锦州旅游工艺品设计的价值空间。



图4 鼠标工艺品
Fig.4 Mouse crafts

4 结语

文化创新是社会实践发展的必然要求,是文化自身发展的内在动力。人们需要对文化取向与发展进行认真的思索,更需要一个积极的态度向传统致敬,并服务于当代社会的开拓。一方面,对传统地域文化持有积极传承与保护的态度,另一方面,对文化理念更需要持有创新发展的战略思想。辽海文化的植入必将会为锦州城市旅游工艺品的开发研究注入新鲜的血液及养料,将文化的传承与创新积极有效、整合性的应用到辽宁锦州旅游工艺品的开发设计中去,将会大力提升锦州的旅游文化品牌形象,从而为推动辽宁经济文化事业飞速发展起到重要的推动性作用。

参考文献:

- [1] 初国卿. 为“辽海文化”正名[J]. 授刊党校, 2013, 6(8): 20—21.
CHU Guo-qing. The Name of "Liaohai Culture"[J]. University of China, 2013, 6(8): 20—21.
- [2] 靳之林. 中国民间美术[M]. 北京: 五洲传播出版社, 2004.
JI Zhi-lin. Chinese Folk Art[M]. Beijing: Wuzhou Communication Press, 2004.
- [3] 王婷. 中国传统器物对现代设计的启示[J]. 包装工程. 2013, 34(16): 123—124.
WANG Ting. The Enlightenment of Traditional Chinese Implements to Modern Design[J]. Packaging Engineering. 2013, 34(16): 123—124.
- [4] 李砚祖. 产品设计艺术[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2005.
LI Yan-zu. Product Design Art[M]. Beijing: Renmin University of China Press, 2005.
- [5] 鲍懿喜. 工业设计的视觉文化研究[M]. 上海: 华东

- 师范大学, 2012.
- BAO Yi-xi. Research on Visual Culture of Industrial Design[M]. Shanghai: East China Normal University, 2012.
- [6] 白长青. 辽宁地域文化发展战略研究[M]. 沈阳: 辽宁社会科学院, 2002.
- BAI Chang-qing. Research on the Development Strategy of Liaoning Regional Culture[M]. Shenyang: Liaoning Academy of Social Sciences, 2002.
- [7] 邱蔚丽, 邱赤炼. 旅游纪念品设计中传统地域文化元素的意义[J]. 包装工程, 2012, 33(20): 109—111.
- QIU Wei-li, QIU Chi-lian. Significance of Traditional Regional Cultural Elements in Tourism Souvenir Design[J]. Packaging Engineering, 2012, 33(20): 109—111.
- [8] 曹戈金. 中国民俗学[M]. 广西: 广西师范大学出版社, 2012.
- CAO Ge-jin. Chinese Folklore[M]. Guangxi: Guangxi Normal University Press, 2012.
- [9] 梁明珠. 城市旅游开发与品牌建设研究[M]. 广州: 暨南大学出版社, 2009.
- LIANG Ming-zhu. City Tourism Development and Brand Construction Research[M]. Guangzhou: Jinan University Press, 2009.