

皮影元素在旅游纪念品设计中的应用研究

刘海英¹, 刘 颀¹, 韩福丽¹, 赵淑娟¹, 张淑荣²
(1.绥化学院, 绥化 152000; 2.望奎皮影协会, 望奎 152100)

摘要: **目的** 依据皮影戏, 研究将民间艺术元素置入旅游纪念品, 提升旅游纪念品文化内涵, 增强旅游纪念品地域特色, 以此来丰富旅游纪念品市场的可行性途径。**方法** 分析皮影戏的光影原理、镂雕工艺和夸张造型等特征, 解构出可以用于旅游纪念品设计的视觉元素, 再结合典型实例, 运用原点思维、类比思维、同构思维等, 将皮影元素融入旅游纪念品设计中, 展现皮影旅游纪念品的收藏性、装饰性与功能性。**结论** 提取独特、准确的皮影元素, 将其嵌入多元物质载体, 为旅游企业开发设计具有皮影文化特色的旅游纪念品提供素材和思路; 并行不悖地固守传统和创新, 促进皮影艺术在现代设计中的应用, 实现皮影旅游纪念品多样性和内涵增值, 推进皮影非物质文化遗产的生产性保护。

关键词: 皮影元素; 旅游纪念品; 原点思维; 创意思维; 设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)24-0333-07

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.24.058

Application of Shadow Element in the Souvenir Design

LIU Hai-ying¹, LIU Ban¹, HAN Fu-li¹, ZHAO Shu-juan¹, ZHANG Shu-rong²
(1.Suihua University, Suihua 152000, China; 2.Association of Wangkui Shadow, Wangkui 152100, China)

ABSTRACT: The work aims to study the feasible ways of implanting the folk art elements into souvenirs, improving the cultural connotation of souvenir, strengthening the local feature of souvenir and enriching souvenir market based on the shadow. The light and shadow principle, carving techniques and overstated shapes of shadow were analyzed. The visual elements that could be used for the souvenir design were deconstructed. Then, combined with the typical examples, the original thinking, analogical thinking and isomorphism thinking were applied to integrate shadow elements into souvenir design, and display the collection, decoration and functionality of shadow souvenirs. The distinctive and accurate shadow elements are refined and put into the multi material carrier, to provide materials and ideas for tourism enterprise to develop and design souvenirs featured by shadow culture. Adherence to the traditions and innovation that do not interfere on each other can promote the shadow art to be applied in the modern design, achieve the diversity and connotation increment of shadow souvenir, and advance the productive protection of intangible cultural heritage of the shadow.

KEY WORDS: shadow element; souvenirs; original thinking; creative thinking; design

中国皮影戏是一种民间艺术, 融绘画、雕刻、剪纸、戏曲、表演于一体, 历史悠久、成就辉煌、流传地域广阔。2006 年以来, 唐山皮影戏、孝义皮影戏、海宁皮影戏、华县皮影戏、岫岩皮影戏、望奎皮影戏、泰山皮影戏、罗山皮影戏、湖南皮影戏、四川皮影戏等列入国家级非物质文化遗产名录, 2011 年中国皮

影戏成为人类非物质文化遗产。如今, 皮影而非皮影戏成为故事的主角, 皮影主要作为视觉符号运用在服装舞台、动画影视、旅游纪念品等方面。旅游纪念品是旅游者在旅游活动过程中购买的富有地域文化特征、民族特色、长期纪念意义和收藏价值的一切物品, 具有纪念性、艺术性和实用性的特征^[1]。开发设计以

收稿日期: 2018-08-18

基金项目: 黑龙江省哲学社会科学研究规划项目 (17YSE395); 黑龙江省艺术科学规划项目 (2016D109); 绥化学院重点课题 (H201701002)

作者简介: 刘海英 (1978—), 女, 黑龙江人, 博士生, 绥化学院副教授, 主要研究方向为旅游纪念品开发。

皮影为主题的旅游纪念品,在保留其文化真实性同时,要对其文化表征进行结构分解,解构出适宜应用在旅游纪念品设计上的皮影元素。

1 皮影元素的提炼

1.1 有影随行的光影原理

“云月有殊,光影无别”,古人早已察知光影关系;“初日丽乔林,光影尤玲珑”,古人亦已感知光影之美;“对影成三人”是古人对光影情趣的艺术加工;日晷是古人对光影功能的科学发现。古人用纸或皮张剪成人形,以光投射其影于墙,诞生民间影戏的雏形。皮影是一种光影艺术,演出时艺人尽可能使二维皮影平面图像贴近影窗,在灯光的照射下产生写意的若贴若离的虚幻影像。古代多用燃料燃烧生光,后来科技发展出现的白炽灯成为皮影表演的主要光源,为了获得和谐而温馨的演出环境和效果,皮影表演时多采用自然柔和的黄色灯光。从科学上讲,无论古代皮影表演还是现代皮影演出均利用光透射原理,光穿过透明、镂刻的皮影投射到白色幕布上,美轮美奂的皮影戏因此而生。

1.2 虚实留白的镂雕工艺

镂空雕刻是皮影艺术中常用的表现技术,空镂阳刻见图1,实镂阴刻见图2,繁简适宜、虚实共存。皮影镂空后形成的方寸之间是简洁的留白,下笔处为实,留白处为虚,虚实结合,尽显中国传统文化的博大精深。皮影人物雕刻,用镂线与凿孔互衬,交相辉映,玲珑剔透的影人繁而不冗,质朴单纯的影人简而不空^[2]。很多皮影旦角脸部雕镂为空,这是以空代色,含蓄的面部给人带来玉颜丽质的色彩联想以及视觉上的立体真实感。



图1 空镂阳刻

Fig.1 Yang carve



图2 实镂阴刻

Fig.2 Yin carve

1.3 夸张卡通的造型图案

信息化社会,图形承载的地域信息和文化内涵越来越深刻,作用也越来越明显^[3]。图案化是皮影艺术的鲜明特征,具有散点透视、色彩艳丽、简化夸张等特点。在同一件作品中,可以同现平视、仰视、俯视、侧视等不同角度看到的景致,这样的作品看起来并不突兀,反而感到舒服与自然。在着色上,皮影采用程式化的“五行五色”敷色技法,五色的明快加之皮影所用牛皮或驴皮的晶莹透亮,让皮影粲然生辉。皮影造型多是突破原有的自然形态,简化抽象后夸大其形,比如头茬中的妖魔造型,夸大五官,似人又像动物;人物身材比例夸张,造型卡通化,给人一种豪放大度、喜庆祥和的感觉。

2 原点思维再现本真皮影

从事物的原点出发,经常回到原点,对照原点,不偏离原点,从而找出问题答案,此为原点思维。就事论事般粗放地展现皮影戏艺术原貌,综合展现虚实相宜的多维表达、时空错落的散点透视、意象造型的东方特质、率直鲜明的色彩基调等皮影文化表征,是皮影旅游纪念品设计的最基本思路。

2.1 三维立体的原生态复现

求知型旅游者以体验皮影本真文化为动机,对皮影非物质文化遗产的真实性具有较高的辨识能力。原汁原味的皮影旅游纪念品承载着历史的阅历,秉承着原始朴拙的灵光,展现着浓郁的民族民间艺术特色,能够满足当代旅游者的求真意愿和怀旧思乡的心理

诉求,在原生态的作品里,人们似乎能找到一些生命的感悟与意义^[4]。皮影是基于表演人思维的“傀儡”艺术,每一件影偶各部位衔接灵活,能够随意摆成各种姿势,可操作性强。通过产品设计创造体验机会、强化消费者体验参与度、激发消费者的情感反应是增强产品吸引力的方式之一⁵。动感皮影见图 3,它就是一款能够让消费者体验的原生态影偶,静态、凝固的二维舞台造型操作在表演者手里,三维立体不加雕琢地表现着“皮影动为戏”的艺术特性。皮影戏之所以称之为“戏”,还因其集合了丰富的民间传说、经典故事,蕴涵知人论世、就事观物的稳定标准,因此此款旅游纪念品可以附赠皮影戏演出文本,让展演者体会原生态皮影戏的精神内核。



图 3 动感皮影
Fig.3 Dynamic shadow

2.2 二维平面的图案嫁接

皮影静可为画,将皮影图案造型从三维的表演舞台降维到二维的画框中,用水晶或有机玻璃相框装裱,即可成为皮影摆件、皮影挂画等旅游纪念品。此类皮影旅游纪念品或摆放桌面或悬挂于墙,曲艺表演价值逐渐淡化,装饰性功能和收藏价值逐渐凸显。好的旅游纪念品也应当融入生活中被人们真正使用起来^[6]。设计开发具有实用功能的皮影旅游纪念品,可以运用置入同构思维将影偶原型从皮影戏中解构出来,填充进实用物质载体,形成如皮影钟表见图 4、皮影杯垫见图 5、皮影茶具见图 6、皮影背景墙见图 7、皮影手提包见图 8、皮影台历、皮影文具、皮影书签等旅游纪念品。在已投入市场的旅游纪念品中,实用型皮影旅游纪念品出现较晚,却受到旅游者喜爱,只是种类与数量不多。为增加旅游纪念品多样性,避免出现产品同质化,可依据各支派皮影戏的不同造

型手法、题材选定、图案构成、色彩表现、内涵寓意等设计出具有明显地域特色的皮影旅游纪念品,还可以借鉴古人智慧,运用类比、联想与同构等创意思维,运用现代工艺材料再创造皮影旅游纪念品。



图 4 皮影钟表
Fig.4 Shadow clock



图 5 皮影杯垫
Fig.5 Shadow coaster



图 6 皮影茶具
Fig.6 Shadow tableware



图7 皮影背景墙
Fig.7 Shadow background wal



图8 皮影包
Fig.8 Shadow bag

3 皮影元素在旅游纪念品设计中的创造性应用

3.1 传统光影与现代光影的类比碰撞

类比作为一种古老的思维方式,中国人运用之普遍、娴熟,无有出其右者。类比的事物具有明显的相似性,可以是形态相似也可以是功能相似,至少要有隐含的相似关系。基于类比思维,把握皮影特征,依据皮影与其他事物的某一点相同或相似,把原来不相关的事物进行直接类比甚至是非现实类比,从全新的角度去看待皮影,可以给旅游纪念品开发带来新的思路。例如光是皮影艺术表演的关键之一,是皮影戏的灵魂,传统皮影表演的光源主要来自于蜡烛或酒精,现代科技产生的光源则更为先进丰富。将传统光影与现代光影进行结构类比、情景类比,可以设计开发出各种静态、动态的旅游纪念品。

3.1.1 结构类比打造光影产品

传统皮影表演时,影偶、白幕与灯光相辅相成,

构成一个结构整体。皮影造型图案走出影戏表演帷幕,置身于其他材料的结构框架中,在白炽灯、LED灯等现代光源的映照下凸显立体美感,此为结构类比。特色皮影灯见图9,就是结构类比创意思维下诞生的作品,“五分脸”的旦角面部简洁干净、清秀写意,在灯光映衬下朦胧唯美,既有照明功能又能烘托气氛。此类影灯的影偶造型,无论手工雕刻,还是激光镂空,无论取材中国影戏,还是来源于异域文化,在灯光的投射下都呈现出静态的鲜活与生动。



图9 特色皮影灯
Fig.9 Characteristic shadow lamp

当代科技发达,皮影整体结构中不一定包含光源,或者说不一定要依托传统意义上的光。材料学家成功研制出一种感温变色材料,该材料能够随温度上升而逐渐改变颜色。若用这种感温材料制成某种器皿,将皮影图案附在其表面,通过加热器皿,皮影影偶就会浮现,色彩也会随着温度的变化而不同。在图案选择上,可借鉴皮影极具东方特色的意象造型,如冀东皮影的“公者雕以正貌,奸者刻以丑行,盖亦寓褒贬于其间”,望奎皮影的遵循集体程式、整洁而又注重疏密层次,华县皮影的小巧玲珑、繁复细腻。在色彩运用上,可以保留皮影丽而不艳、明快浑厚的“五行五色”,如孝义皮影“浓、淡、混、浊”的大红、大绿、黄色、黑色,关中皮影对比强烈的红绿与黑白补色关系、简明爽快的色彩风格。皮影感温杯见图10,将陕西西影偶图案使用包裹色料的感温新材料附于感温杯表面,在空杯状态下皮影头像隐藏不见,当注入热水时,皮影图案随着温度升高,逐渐显现出来,颇具韵动和趣味。这种对新材料的使用,奇妙、新颖、动态地展示了皮影文化,增加了实用型旅游纪念品附加值^[7]。

3.1.2 情景类比构造光影产品

在情景类比设计思维的过程中,可以以皮影为设计源,将皮影旅游纪念品与使用者、使用环境等设计因素联系起来,通过构建一系列的情景,获得解决问题的方法。随着皮影戏生存空间情景的变化,其功能情景因素出现了智能化、方便性趋势。不断提高的审美



图 10 皮影感温杯
Fig.10 Shadow temperature sensor cup

需求使得皮影旅游纪念品在开发时,通常以简练明快的形态语义来设计产品的形态。比如皮影玩具见图 11,在分析了皮影玩具的空间因素、功能因素、形态因素后,设计师获得了太阳能“皮影小筒”,进而围绕这一概念展开设计。在产品外形上,该产品类似万花筒,与万花筒不同的是,人们不仅可以在玩具上看到皮影图案,而且其内部的能量装换装置以及 LED 灯泡,还可以将动态影像照射在墙面上。在功能设计上,设计师采取变体形式,即红色的左右两端可以拉伸,拉伸的方式使操作更加简易便捷,使用者无需学习传统皮影戏复杂的操作技巧。



图 11 皮影玩具
Fig.11 Shadow toy

笔者依据皮影光影原理,设计出一款皮影旅行水杯,已获国家实用新型专利。该水杯具有实用性和观赏性,水杯底部装有电路系统,包括电池、热敏电阻、电灯、电机、半导体温差发电片、皮影图案。水杯顶部装有指南针。加热水时,灯泡发出灯光,皮影图案转动,音乐芯片发出各具特色的皮影戏唱念声腔,如罗山皮影戏的豫风、楚韵、皖情,枣庄皮影戏的“九腔十八调七十二哼”等。

3.2 镂空雕刻的联想发散

联想是人们观察和思考时积极与类似事物产生关联的心理活动方式^[8]。运用皮影镂空留白的传统设

计,大胆发散联想,能够创造出拓宽视觉维度的旅游纪念品。以皮影格尺见图 12 为例,其影偶头茬和影人上身采用空镂阳刻的方法,去掉金属材料,留下刻线,巧妙地塑造出惟妙惟肖的立体影像,整个画面富有空气感。此外,皮影格尺可以运用实镂阴刻技法,去掉刻线,留下金属材料,影偶头茬就会出现不同的样貌。在用色上,除了银白色,还可以通过着“五色”中的红、黄、绿、黑来丰富产品色彩。在皮影艺术中,色彩代表各异的人物性格,红色代表忠勇,黄色代表干练,绿色代表善战,黑色代表憨直,游客可以根据自己不同的喜好选择附有不同寓意的旅游纪念品。再者,设计师还可以通过加入皮影纹饰图案来增强旅游纪念品吸引力。皮影中常见的纹饰如“古钱纹”和“盘长纹”,前者为富寿双全之意,后者为四环贯彻、一切通明之意,若将其作为装饰和结构性元素运用到皮影格尺设计上,既能迎合购买者的美好意愿诉求,又能使产品造型更加具象规整。



图 12 皮影格尺
Fig.12 Shadow ruler

3.3 图案造型的同构整合

同构性设计思维是寻找不同事物的共同之处而展开创造性设计构想的思维。以皮影图案为元素,寻找生活中与其看似不相关的日用品和文教用品进行同质异构和替换同构,可以创造出别具一格的皮影旅游纪念品。

3.3.1 异质同构皮影图案

异质同构在艺术设计创意中广泛应用,对于艺术设计创造极为重要。将两个以上不同形质的物象经过置换或填充形成新的物象,这就是异质同构。将皮影与现实生活其他事物异质同构,由于皮影造型与其他事物外形存在差异,难以很好地匹配在一起,因此需要巧妙变化打破皮影原有形态,同构重组成新形态。首先,根据拟同构的其他事物特质,简化皮影文化特征元素形态以配合,即在保持皮影元素主要特征的同时,通过取舍或改变次要结构特征,将元素形态逐步提炼^[9]。在对皮影图案形变过程中,始终注重皮影造型与其他事物在外形与内涵、功能与环境、精神与思想上的协调,如皮影象棋见图13,其中的“兵”就是影偶头茬与象棋中的“兵”异质同构而成,“兵”头戴士兵帽,紧握长矛,直视前方,以冲锋之势站定,犹如置身于备战的军队中。此产品设计让皮影图案、文化内涵与中国象棋产品融合为一体,清晰、形象地展现了皮影艺术,让人在象棋的静态图像以及动态对弈中感受到古典文化意蕴^[10]。



图13 皮影象棋
Fig.13 Shadow Chinese chess

3.3.2 替换同构皮影造型

替换同构是同构思维的一种,即保持图形的基本特征,某一部分被其他类似的所替代。皮影茶包见图14就是依据此思维设计出的实用型旅游纪念品。茶

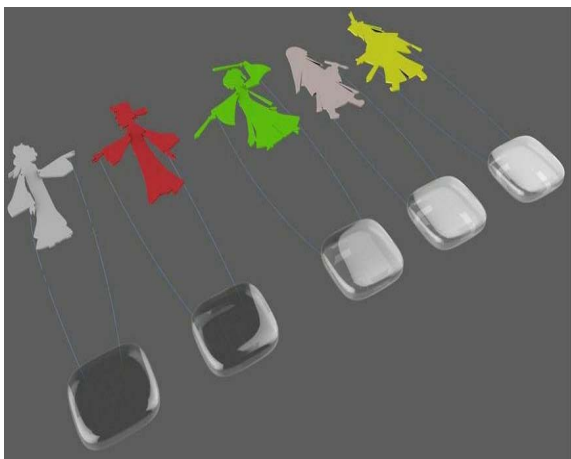


图14 皮影茶包
Fig.14 Shadow tea infuser

包线连接茶托,类似于连杆舞动影偶。将皮影添加到茶包的提手上,用连杆替代茶包线,增加了茶包的设计感和趣味性。此款旅游纪念品设计制作并不复杂,不会增加过多成本,既美观又实用,能给消费者带来丰富的情感体验。皮影艺术与茶文化紧密联系,提升了皮影旅游纪念品的深远意境和文化内涵,让人无法发觉功能主义,倒是有到形式与内涵的表现优于一切的感觉^[11]。

4 结语

只有色彩斑斓、种类丰富的旅游纪念品才能满足不同游客不同层次需求,皮影旅游纪念品设计亦依循此理。无论是原生态立体展现皮影“非遗”本真,还是单纯的“入画”二维设计,都能够适应现代消费者需求。运用创意思维,借鉴当代技术把民间艺术与现代审美共融,也能吸引消费者眼球。固守传统与创新创造不是矛盾的二元对立,固守传统足以让旅游者看到皮影的历史原貌;创新创造会给旅游者带来新颖与时尚。需要指出的是,传承千年的皮影文化内涵丰富、外延绵长,可解构的皮影元素不限于这里提及的3种。成功的产品设计往往不是一种或几种思维所能成就,亦非这里所能道尽的,只有走出思维的藩篱才能拥有更广阔的空间。

参考文献:

- [2] 吴朋波. 旅游纪念品设计[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2014.
WU Peng-bo. Design of Tourist Souvenirs[M]. Beijing: People's Posts and Telecommunications Press, 2014.
- [3] 郑劭荣. 中国影戏特征及其姊妹艺术[M]. 郑州: 大象出版社, 2010.
ZHENG Zhao-rong. The Feature of Chinese Shadow and Its Sister Art[M]. Zhengzhou: Daxiang Press, 2010.
- [4] 韩君, 张茜. “滇元素”在旅游纪念品设计中的应用分析[J]. 包装工程, 2016, 37(18): 198—202.
HAN Jun, ZHANG Xi. Application of "Dian Element" in the Tourism Souvenir Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(18): 198—202.
- [5] 刘颂. 非物质文化遗产与民族精神的塑造[J]. 长春师范学院学报, 2011, 30(5): 18—20.
LIU Ban. Intangible Cultural Heritage and the Molding of National Spirit[J]. Journal of Changchun Normal University, 2011, 30(5): 18—20.
- [6] 李淳, 陶晋, 李亚萍. 基于品牌形象塑造的交互广告设计策略分析[J]. 包装工程, 2016, 37(6): 21.
LI Chun, TAO Jin, LI Ya-ping. Analysis of Interactive Advertising Design Strategy Based on Brand Image[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(6): 21.
- [7] 磨炼. 基于旅游纪念品及相关文创产品的设计策略

- [J]. 包装工程, 2016, 37(16): 18—21.
MO Lian. Design Strategy Based on Souvenir and the Related Culture Creative Products[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(16): 18—21.
- [8] 沈琦. 功能设计在旅游纪念品开发中的应用与研究[D]. 西安: 西安工程大学, 2015.
SHEN Qi. The Application and Research of Functional Design in Tourism Souvenir[D]. Xi'an: Xi'an Polytechnic University, 2015.
- [9] 崔勇. 艺术设计创意思维[M]. 北京: 清华大学出版社, 2013.
CUI Yong. Creative Thinking of Art Design[M]. Beijing: Qinghua University Press, 2013.
- [10] 何灿群, 李娇, 唐晓敏. 基于文化特征的无锡个性化旅游产品设计研究[J]. 包装工程, 2016, 37(10): 118—121.
HE Can-qun, LI Jiao, TANG Xiao-min. Wuxi Personalized Tourism Product Design Based on Culture Characteristics[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(10): 118—121.
- [11] 朱琳. 非物质文化遗产保护视域下望奎皮影的现代传承应用研究[D]. 哈尔滨: 哈尔滨工业大学, 2015.
ZHU Lin. Application and Research on Modern Inheritance of Wangkui Shadow under the Vision of Protecting Intangible Cultural Heritage[D]. Harbin: Harbin Institute Technology, 2015.
- [12] 伍玉宙, 邹晓松, 原佳丽. 诱惑性产品外观的社会符号学解读[J]. 包装工程, 2017, 38(6): 114—117.
WU Yu-zhou, ZOU Xiao-song, YUAN Jia-li. Analysis of the Temptation of Product's Appearance by Social Semiotics[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(6): 114—117.
-
- (上接第332页)
- [2] 杨蕾. 博物馆经典藏品资源的文创产品开发——以曾侯乙编钟文创系列产品的开发为例[J]. 东南文化, 2018(1): 122—126.
YANG Lei. The Cultural Creative Product Development of Museum Classics: Case Study on Bianzhong of Marquis Yi of Zeng[J]. Southeast Culture, 2018(1): 122—126.
- [3] 徐惠泉. 浅议美术馆文创用品的文化属性[J]. 美术观察, 2017(12): 8—10.
XU Hui-quan. On the Culture Feature of Gallery Creative Products[J]. Fine Art Observation, 2017(12): 8—10.
- [4] 敖景辉. 文化创意用品设计课程教学实践——以广东财经大学礼品设计为例[J]. 装饰, 2017(2): 136—137.
AO Jing-hui. Teaching Practice of Cultural and Creative Products Design Course: Case Study on Gifts Design of Guangdong University of Finance and Economics[J]. Zhuangshi, 2017(2): 136—137.
- [5] 刘禹松. 探访昔日的远东第一飞机制造厂[J]. 新产经, 2014(8): 79—80.
LIU Yu-song. The Visiting of the Former Far East First Aircraft Manufacturing Plant[J]. New Business Economy, 2014(8): 79—80.
- [6] 季文美. 有关中意飞机制造厂和国民党第二飞机制造厂的一些情况[J]. 航空史研究, 1996(2): 8—10.
JI Wen-mei. Some Information about the Sino-Italy Aircraft Manufacturer and the Kuomintang Second Aircraft Manufacturer[J]. Research of Aviation History, 1996(2): 8—10.
- [7] 冯都. 雅克 18: 共和国首架飞机的神秘身世[J]. 文史博览, 2006(15): 4—9.
FENG Du. Jacques 18: The Mysterious Life of Republic's First Aircraft[J]. Overview of Literature and History, 2006(15): 4—9.
- [8] 韩建昌. 我国通用航空文化建设研究[D]. 西安: 西北工业大学, 2016.
HAN Jian-chang. Research on the Construction of General Aviation Culture in China[D]. Xi'an: Dissertation of Northwestern Polytechnical University, 2016.
- [9] 葛畅. 文创产品设计过程中的需求分析及转化[J]. 装饰, 2018(2): 142—143.
GE Chang. Analysis and Transformation of Requirement in the Design Process of Cultural Creativity Product[J]. Zhuangshi, 2018(2): 142—143.
- [10] 王星星, 樊传果. 文化创意产品设计的人性化与情感化[J]. 重庆社会科学, 2016(12): 101—106.
WANG Xing-xing, FAN Chuan-guo. Humanization and Emotion of the Design of Cultural Creative Product[J]. Chongqing Social Sciences, 2016(12): 101—106.