

模因视阈下湘潭纸影文化产品设计研究

傅燕翔, 汤莹

(湘潭大学, 湘潭 411105)

摘要: **目的** 从模因理论角度出发, 探索湘潭纸影文化产品设计思路, 以应对传统湘潭纸影面临的生存危机, 实现文化传承与创新。 **方法** 对湘潭纸影文化模因进行提取、分类、解构、重组和变异, 形成湘潭纸影文化模因创新矩阵, 采用因子分析法筛选影响湘潭纸影文化产品设计的语义词, 以此表征湘潭纸影文化模因的有效传递率, 构建基于模因论的湘潭纸影文化产品设计模型, 以实际案例探讨模因论在文化产品设计中的有效性。 **结论** 文化模因是传统文化在发展中创新的核心, 通过对湘潭纸影文化模因的分析与设计实践, 验证了模因论在文化传播中的有效性, 丰富了模因论的应用层面, 并为基于地域文化的产品设计提供了指导性意见, 促进了文化的传承与创新。

关键词: 产品设计; 模因论; 湘潭纸影; 设计模型; 文化传承

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)18-0165-07

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.18.020

Cultural Product Design of Xiangtan Paper Shadow Based on Memetics

FU Yan-xiang, TANG Ying

(Xiangtan University, Xiangtan 411105, China)

ABSTRACT: The paper aims to explore the cultural product design ideas of Xiangtan paper shadow from the perspective of Memetics, to cope with the survival crisis faced by traditional Xiangtan paper shadow, and achieve the cultural inheritance and innovation. The culture memes of Xiangtan paper shadow were extracted, classified, deconstructed, reorganized and mutated to form an innovation matrix of the culture memes of Xiangtan paper shadow. Then, factor analysis was adopted to screen the semantic words affecting cultural product design of Xiangtan paper shadow, to characterize the effective transmission rate of the cultural meme in Xiangtan paper shadow, and construct the cultural product design model of Xiangtan paper shadow based on Memetics. The validity of memetics in cultural product design was discussed through practical cases. The meme of culture is the core of traditional culture in the development of innovation. Through the analysis and design practice of the cultural meme of Xiangtan paper shadow, the validity of meme theory in cultural communication is verified, and the application level of memetics is enriched. It provides a guiding role for the design of products based on regional culture and promotes the inheritance and innovation of culture.

KEY WORDS: product design; memetics; Xiangtan paper shadow; design model; cultural inheritance

文化创意产业的蓬勃发展, 推动着全球文化创意市场将注意力逐渐转向本土地域文化的传统风格, 以地域文化为主导的产品创意设计理念渐渐成为大家热衷讨论与探究的对象, 且成为了一个行业的全球竞争优势^[1]。针对湘潭地域特征明显的“升平”纸影文化, 探索其在设计实践中与模因理论的结合方式, 构

建“地域+文化+创意”的模因视阈下的产品创新设计模型, 为文化创意产品设计注入了新的灵魂。

1 模因论简述

牛津大学的 Dawkins 于 1976 年最早提出“模因”

收稿日期: 2020-04-29

基金项目: 全国工程专业学位研究生教育教改项目 (2016-ZX-328)

作者简介: 傅燕翔 (1979—), 女, 湖南人, 硕士, 湘潭大学副教授, 主要研究方向为人机交互、文化创意设计。

的概念,他认为模因类似生物进化过程中的基因,是文化传递信仰、观念、语言、行为方式等的信息单元^[2]。模因论假设文化元素由多个模因组成,而文化变迁的本质就是模因的不断更替^[3]。文化传承中,其内容发生的继承、转化、变异等变化与生物进化理论有着本质的相似性,将基因类比为文化模因,能合理阐释文化进化时文化因子发生的变化,为探索地域文化的传承提供了可行的途径和方法。

基因在繁衍中遗传,模因在模仿和变异中得以传播^[4]。文化由多个模因构成,模因在传输中被复制、删节、重现、组合,由于模因自身存在辨识度的高低,且根据“优胜劣汰”的进化论原则,辨识度高的模因保留并持续强化形成强势模因,其文化影响因子大;辨识度低的模因会逐渐弱化至淘汰形成弱势模因,其文化影响因子小。在文化传承与创新过程中对模因的选择会影响文化传承的可持续性和保真性。

2 湘潭纸影文化模因提取

湘潭纸影文化起源于湘潭县,其表现形式极具地域风采,是中国南方影戏的代表性戏曲。湘潭纸影文化的造型语言、制作工艺、表演技法等具有浓厚的地域魅力,是我国最独特、最典型的影戏流派之一,但受到流行文化和新媒体技术的冲击,传统的纸影难以满足受众对审美、情感、娱乐等的需求。

解构“非遗”传统文化的模因必须深刻知悉其历史背景、发展趋势及现状^[5]。湘潭纸影文化形式和内容繁多,是建立在湘中文化民俗性上的“技艺+戏剧”型的艺术。联合国教科文组织关于文化遗产分类和国内外学者对文化分层的共性研究显示:文化内部情感层是无形的精神文明状态、心理认知和观念意识的总合;中间行为层是可看、可听、不可触的使用行为,仪式习俗的总合;外部视觉层是可看、可触的色彩,

形态等物质的客观集成^[6],纸影的文化表征语意词满足模因的遗传性、传递性和选择性,即依据文化表征来阐述文化模因。由此导出湘潭纸影文化模因的分类,湘潭纸影文化模因分类见图1。

精神文化是湘潭纸影在长期社会实践与地域因素共同影响下形成的特色艺术风格、剧目题材、宗教信仰等,可深度挖掘湘潭纸影的文化内涵,主要通过情感认知;行为文化是湘潭纸影在发展中积累的表演技法、音乐唱腔、地方语言、器乐演奏等,可就行为过程展开体验设计,主要通过操作认知;物态文化是湘潭纸影体现出的表层视觉造型、工艺材质、空间布景等,能从中提取丰富的文化模因作为设计原型,主要通过视觉认知。开展文化产品的创新设计时,应建立以精神文化传达为核心的模因组合机制,表达深层次文化内涵的同时,选取鲜明特色的文化模因来发散创意,合理规避现有文化产品同质化的问题,建立文化品牌,形成文化效应,最大程度地展现湘潭纸影文化的魅力。

3 模因理论视阈下湘潭纸影文化产品设计模型

3.1 湘潭纸影文化模因创新矩阵

文化产品创新大多是产品族的更新和升级,罗仕鉴^[7]和李正军^[8]应用矩阵表达了产品功能升级和产品迭代设计的多样性创新形式,并以此指导产品创新设计。产品的创新设计是文化模因内部元素的重组或变异,选取湘潭纸影文化艺术风格模因、剧目题材模因等建立湘潭纸影文化模因库,库中多个模因重组,将得到 $C_n^2 + C_n^3 + \dots + C_n^n$ 共 $2^n - n - 1$ 种组合方式,其组合可表达为创新矩阵:

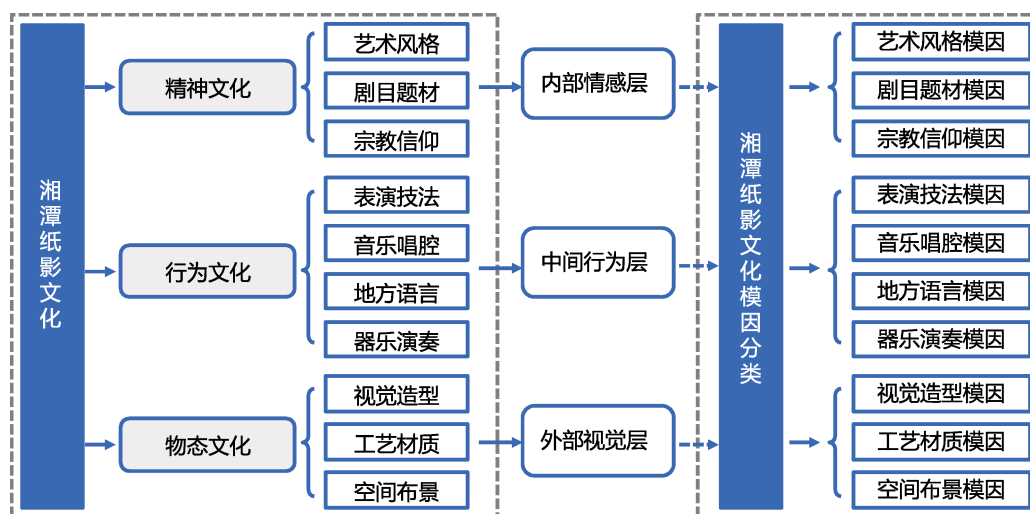


图1 湘潭纸影文化模因分类

Fig.1 Classification of Xiangtan paper shadow culture memes

$$Im = \begin{bmatrix} C_{o1} & C_{r1} & C_{v1} \\ C_{o2} & C_{r2} & C_{v2} \\ \vdots & \vdots & \vdots \\ C_{on} & C_{rn} & C_{vn} \end{bmatrix} \quad (1)$$

创新矩阵式中：*Im* 为创新矩阵；*C_o* 为原有文化模因，即沿用文化模因的基本特性；*C_r* 为重组文化模因，即原有文化模因某些特性的创新表征；*C_v* 为变异文化模因，即原有文化模因特性变异性较大的创新表征。

对传统及地域文化的理解不能仅仅局限在复制+粘贴的表面功夫上，必须反映出相应的文化内涵和特质^[9]。创新矩阵中，多个的 *C_o*、*C_r*、*C_v* 构成文化元素表征组合集，设计者把握其用户情感、设计目标、产品载体特性和产品功能等设计需求，以及与文化属性层的融合需求来选择最优组合集，并在改良中优胜劣汰产生更优秀的湘潭纸影文化创意产品。

3.2 湘潭纸影文化模因的筛选

湘潭纸影文化模因多样且影响力不一，采用因子分析法筛选出湘潭纸影文化中的强势模因，能更好地增强文化模因的有效传递。因子分析的目标是将多个变量降维处理转换成少数几个不相关变量的综合因子，以此考察原变量之间的关系^[10]。

3.2.1 评价因子选择

以文化创意产品的设计因素评估作为分析的基本单元，采用焦点小组法收集二十个描述文化创意产品设计评估因素的词语作为评价因子：视觉、造型、材质、工艺、结构、功能、色彩、风格、信仰、特色、内涵、价值、辨识度、知名度、体验感、创意性、操作性、实用性、生活化、关联性。剔除相似度高、抽

象且无法直接指导产品设计的词语，评价因子选择造型、材质等文创产品设计评估的十三个评价因子。

3.2.2 因素评估词的因子分析实证

选用李克特量表对文化创意产品设计因素进行数据收集，测试目标用户对于评价因子的看法，分析评价主成分，并萃取核心公因子。在 SPSS 软件中计算出十三个评价因子数据的 KMO 和 Bartlett 值，得出其结果为 KMO=0.693，大于 0.6，Bartlett=389.953，说明主成分中评价因子之间存在核心公因子，根据评价因子分析表，正交旋转后得到评价因子的负荷矩阵，将评价因子中贡献值高的因子归入一类，针对因子语义共同点归纳萃取出四个核心公因子，分别是艺术性、文化性、地域性和时尚性，代表原有十三个评价因子，以此有效地指导湘潭纸影文化的产品设计。为验证在此描述下因子分析的结果，采用内在信度分析法分析核心公因子，得到各项核心公因子的信赖度及克隆巴赫系数值均在 0.6 以上，验证本因子分析研究结果可信。评价因子分析见表 1。

3.2.3 湘潭纸影文化模因传递表征

器物作为某种文化载体有较高认知度和器物被广泛传播、使用和消费，是器物文化传播必须满足的两个要基本要求^[11]。因此，文化模因的识别度和传递率是湘潭纸影文化产品设计的核心。本文从精神文化、行为文化和物态文化三个层面对湘潭纸影文化归纳和整理，筛选高识别度的文化特征固化到产品载体上，以此有效传播湘潭纸影文化。

C_n 代表湘潭纸影某个文化模因，*E* 代表此文化模因的有效传递程度，*EA_n* 是 *C_n* 的艺术性系数，*EC_n* 是 *C_n* 的文化性系数，*ER_n* 是 *C_n* 的地域性系数，*EF_n* 是

表 1 评价因子分析
Tab.1 Analysis of evaluation factors

核心公因子	评价因子	因子载荷	特征值	方差贡献率/%	累计方差贡献率/%	信赖度
艺术性	工艺	0.837	4.534	34.877	34.877	0.881
	功能	0.840				
	色彩	0.719				
	造型	0.796				
	操作性	0.752				
	体验感	0.570				
文化性	信仰	0.847	1.870	14.385	49.262	0.697
	内涵	0.789				
地域性	辨识度	0.627	1.784	13.720	62.982	0.707
	关联性	0.834				
时尚性	材质	0.573	1.097	8.437	71.418	0.647
	风格	0.893				
	创意性	0.532				

注：KMO=0.693，Bartlett=389.953，df=78，sig=0.00

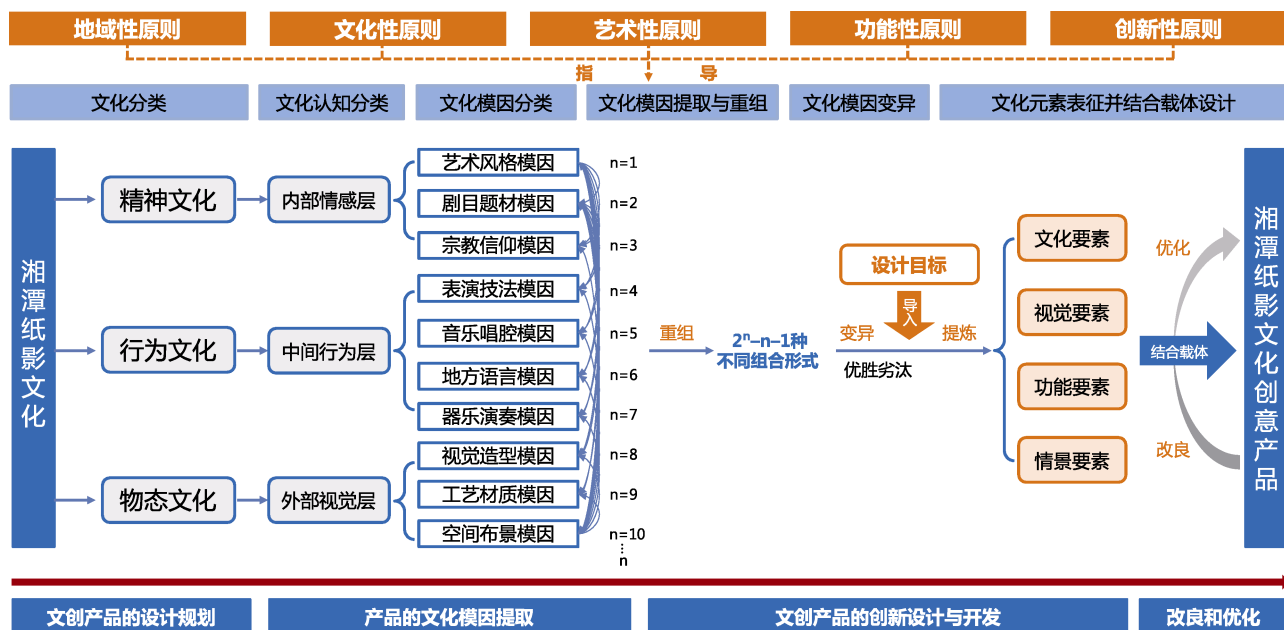


图2 基于模因理论的湘潭纸影文化产品的设计模型

Fig.2 Design model of Xiangtan paper shadow culture product based on memetics

C_n 的时尚性系数, E 的值由多位有文创经验的设计师和目标用户对 C_n 的艺术性、文化性、地域性以及时尚性评分获得, 分值由李克特五点量表来评定 (1=非常不同意, 5=非常同意)。 EC_n 总分值高的文化模因在一定程度上能代表性表达湘潭纸影文化的识别度, 即此文化模因有效地传递了湘潭纸影文化。

$$EC_n = \sum_{i=1}^n (EA_n + EC_n + ER_n + EF_n) \quad (2)$$

3.3 基于模因理论的湘潭纸影文化产品设计模型

湘潭纸影文化的造型元素和表演形式独特且充满魅力。深入探究湘潭纸影的文化资源、文化内涵及文化表征, 从认知层面提炼文化模因, 分析现有文化产品市场现状, 以设计目标为导向, 开展用户调研, 剖析用户行为并转化为设计需求, 导出与湘潭纸影文化模因相匹配的产品设计文化要素、视觉要素、功能要素和情景要素。结合文创产品发展趋势, 在设计原则的指导下, 完成产品的设计, 并通过案例中文化模因传递率来验证评估。

通过以上对湘潭纸影文化的资源划分、文化模因的分析梳理, 以及文化模因组合形式的归纳, 构建基于模因理论的湘潭纸影文化产品设计模型, 以此指导湘潭纸影文化的设计开发, 基于模因理论的湘潭纸影文化产品的设计模型见图2。

文化属性与设计规律是互相融合作用的, 在具体设计研发时, 应根据具体情况综合考量和应用^[12]。湘潭纸影文化产品设计周期是从设计规划、文化模因提取到产品的设计开发, 再在多次优化中形成更好的产品。在设计过程中, 设计者应始终贯彻地域性原则、艺术性原则、文化性原则、功能性原则和创新性原则,

综合体现湘潭纸影文化的融合美感。

4 模因视阈下湘潭纸影文化创意产品的实践与展示

在湘潭纸影丰富的文化模因库中, 一些文化模因具有高的辨识度, 如外部视觉层的“兰桂腾芳”、设色等, 中间行为层的“骨眼”“素纸雕鏤”等, 显性模因见图3。而内部情感层的“信奉佛教”“重学崇仕”等不直观表露, 需要通过联想产生意识认同, 隐形模因见图4。合理运用湘潭纸影文化中显性模因和隐形模因, 能促进文化模因的有效性传递。



图3 显性模因

Fig.3 Dominant meme



图4 隐形模因

Fig.4 Invisible meme

笔者通过网络和书籍记载并提取部分湘潭纸影文化模因，以此对湘潭地区游客进行问卷调查及用户访谈，运用李克特五点量表分析目标用户对湘潭纸影文化模因的认知程度。此次调研共发放六十份问卷，有效问卷共回收五十二份，数据有效率为 86.7%，整理有效问卷，分析统计每项文化模因的艺术性、文化性、地域性和时尚性的平均评价分值（取 3 位有效数字）。根据前文中文化模因有效传递程度表达式对调研结果进行整理并排序，得到湘潭纸影文化模因有效传递程度表，湘潭纸影文化模因有效传递程度见表 2。

表 2 湘潭纸影文化模因有效传递程度
Tab.2 Effective transmission degree of Xiangtan paper shadow culture memes

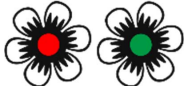
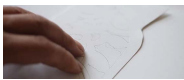
图示	文化模因	艺术性	文化性	地域性	时尚性	总分值	排名
	兰桂腾芳	4.12	3.85	4.33	3.26	15.56	3
	牡丹纹	3.94	3.15	3.36	3.78	14.23	11
	五福捧寿	4.03	3.79	3.67	3.24	14.73	6
	骨眼	3.06	4.35	3.29	3.13	13.83	13
	素纸雕镂	4.26	4.38	3.16	3.37	15.17	6
	吹胡子瞪眼	3.19	4.26	3.44	3.22	14.11	12
	异形刀法	4.03	3.59	3.64	3.36	14.62	7
	七身五脸	4.26	3.69	4.08	3.81	15.84	2
	设色	3.98	4.21	3.87	4.16	16.22	1
	悬灯俗讲	3.46	4.31	3.27	3.45	14.49	9
	重学崇仕	3.47	3.99	3.38	3.68	14.52	8
	佛教信仰	3.23	4.11	3.98	3.09	14.41	10
	剧目题材	4.32	4.01	3.33	3.78	15.44	4
	空间布景	4.16	3.85	3.66	3.61	15.28	5



图5 木质拼接玩具
Fig.5 Wooden mosaic toy

分析表2可知,湘潭纸影文化的设色艺术、七身五脸的角色构图比例、兰桂腾芳纹理、剧目题材表达、空间布景特征的文化模因传递率相对较高,即在设计中可适当结合现代生活方式来创新运用。

基于以上对湘潭纸影文化模因的解读与设计目标的导入,笔者选取剧目题材模因《红楼梦》,结合湘潭纸影文化空间布局模因,巧妙搭建传统场景,保留色彩、纹理及比例来重设人物角色,赋予其鲜明的视觉效果。合理选择产品载体,创新表现形式,增强湘潭纸影文化模因文化语意拓展度和语义联想度,融入体验式操作,将纸影平面图形立体化,设计成体验感强的创意拼接木质玩具,木质拼接玩图5。

此设计选择较大认知度的剧目题材模因,彰显其地域性和文化性,采用工艺材质模因呈现设计效果,产品设色贴合传统,凸显美学意蕴,运用湘潭纸影文化的视觉造型模因对人物、场景再设计,载体选择融入体验设计,建立用户与文化之间的联系交流,使作品更具创新性。

5 结语

产品可以有形的,也可以是无形的,核心的要素是该产品能体现出某种文化的要素或表征^[13]。模因论把文化中无形的内容符号化,以模因论为研究的理论基础是提升湘潭纸影文化创意附加值的有效办法,也是将传统文化跟现代生活结合的重要媒介,本文通过归纳湘潭纸影文化内容,解读其文化模因,构建了一套基于模因理论的湘潭纸影文化产品设计模型,强化了湘潭纸影文化产品的地域性、艺术性、文化性和创新性,以寻求在新时代背景下的新发展,有效地扩大其传播力度。希望借此促进传统文化在新机遇下的有效传承和创新,并在基于地域性文创产品设计的研究思路给予启发。

参考文献:

[1] HSU C H, TSAI W C. A Design Strategy of Cultural and

Creative Products on the Global Market[C]. Los Angeles: Springer International Publishing Switzerland, 2015.

[2] DAWKINS R. The Selfish Gene[M]. New York: Oxford University Press, 1976.

[3] 樊林洲. 文化进化的模因论透视[J]. 自然辩证法通讯, 2015, 37(1): 142-148.

FAN Lin-zhou. Cultural Evolution from the Perspective of Memetics[J]. Journal of Dialectics of Nature, 2015, 37(1): 142-148.

[4] 何自然. 语言模因的形成过程与传播特性——论汉语模因与社会生态环境中的语用[J]. 外国语言文学, 2017, 34(3): 147-157.

HE Zi-ran. The Forming Process of Linguistic Memes and Their Spreading Features: on Chinese Memes and Pragmatic[J]. Foreign Language and Literature Studies, 2017, 34(3): 147-157.

[5] 吴群, 况宇翔, 谢娅婷. 非物质文化遗产模因探析[J]. 艺术百家, 2016, 32(6): 229-231.

WU Qun, KUANG Yu-xiang, XIE Ya-ting. An Exploration of the Meme of Intangible Cultural Heritage[J]. Hundred Schools in Arts, 2016, 32(6): 229-231.

[6] LEONG B D, CLARK H. Culture-based Knowledge towards New Design Thinking and Practice: a Dialogue[J]. Design Issues, 2003, 19(3): 48-58.

[7] 罗仕鉴, 朱上上, 冯骋. 面向工业设计的产品族设计DNA[J]. 机械工程学报, 2008, (7): 123-128.

LUO Shi-jian, ZHU Shang-shang, FENG Cheng. Product Family Design DNA in Industrial Design[J]. Journal of Mechanical Engineering, 2008, (7): 123-128.

[8] 李正军, 艾婷婷, 王浩鑫. 基于基因理论的产品设计创新模型[J]. 机械设计, 2016, 33(2): 109-113.

LI Zheng-jun, AI Ting-ting, WANG Hao-xin. Innovation Model of Product Design Based on Genetic Theory[J]. Journal of Machine Design, 2016, 33(2): 109-113.

[9] 磨炼. 基于地域及传统文化的产品设计策略研究[J]. 包装工程, 2015, 36(22): 95-99.

MO Lian. Product Design Strategy Based on Region and Traditional Culture[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(22): 95-99.

[10] 刘爱玉, 田志鹏. SPSS 数据分析教程[M]. 北京: 北京大学出版社, 2017.

- LIU Ai-yu, TIAN Zhi-peng. SPSS Data Analysis Course[M]. Beijing: Peking University Press, 2017.
- [11] 凌继尧, 陆兴忍. 器物的文化传播功能[J]. 东南大学学报, 2015, 17(4): 107-111.
- LING Ji-yao, LU Xing-ren. Artifact and Cultural Transmission[J]. Journal of Southeast University, 2015, 17(4): 107-111.
- [12] 苏颜丽, 韩卫国, 白靖菲, 等. 基于湛江地域文化的创意设计研究[J]. 包装工程, 2018, 39(16): 136-141.
- SU Yan-li, HAN Wei-guo, BAI Jing-fei, et al. Creative Product Design Based on Zhanjiang Regional Culture[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(16): 136-141.
- [13] 况宇翔, 吴群. 面向非物质文化遗产保护与开发的文化产品创新设计策略[J]. 老区建设, 2018, (4): 70-74.
- KUANG Yu-xiang, WU Qun. Cultural Product Innovation Design Strategy for the Protection and Development of Intangible Cultural Heritage[J]. Old Liberated Area Built, 2018, (4): 70-74.
-
- (上接第138页)
- [14] 许琪. 子女需求对城市家庭居住方式的影响[J]. 社会, 2013, 33(3): 111-130.
- XU Qi. Influence of Children's Needs on Urban Family Living Style[J]. Society, 2013, 33(3): 111-130.
- [15] 许琪. 探索从妻居——现代化、人口转变和现实需求的影响[J]. 人口与经济, 2013(6): 47-55.
- XU Qi. Exploration on the Influence of Wifely Residence: Modernization, Population Transition and Realistic Demand[J]. Population and Economy, 2013(6): 47-55.
- [16] 刘汶蓉. 转型期的家庭代际情感与团结——基于上海两类“啃老”家庭的比较[J]. 社会学研究, 2016, 31(4): 145-168.
- LIU Wen-rong. Intergenerational Affection and Solidarity of Families in the Transition Period: Based on the Comparison of Two Types of “Neet” Families in Shanghai[J]. Sociological Research, 2016, 31(4): 145-168.
- [17] 陈永超, 邵永凯, 安琦. 基于主成分层次分析的产品设计语义差分评价研究[J]. 包装工程, 2018, 39(22): 138-143.
- CHEN Yong-chao, SHAO Yong-kai, AN Qi. Semantic Difference Evaluation of Product Design Based on Principal Component Analysis[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(22): 138-143.
- [18] 窦金花. 基于语义差分法的残疾人助行器设计研究[J]. 机械设计, 2014, 31(6): 118-121.
- DOU Jin-hua. The Design of Disabled Walker Based on Semantic Difference Method[J]. Mechanical Design, 2014, 31(6): 118-121.
- [19] 李然, 支锦亦, 肖江浩, 等. 产品语义提取方法及流程研究[J]. 包装工程, 2018, 39(22): 132-137.
- LI Ran, ZHI Jin-yi, XIAO Jiang-hao, et al. Semantic Extraction Method and Process of Products[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(22): 132-137.
- [20] 王黎静, 曹琪琰, 莫兴智, 等. 民机驾驶舱内饰设计感性评价研究[J]. 机械工程学报, 2014, 50(22): 122-126.
- WANG Li-jing, CAO Qi-yan, MO Xing-zhi, et al. Emotional Evaluation of Cockpit Interior Design of Civil Aircraft[J]. Journal of Mechanical Engineering, 2014, 50(22): 122-126.