

数字化背景下羌绣文创产品设计及美育价值建构

王雪丹, 李淑媛, 邝良锋, 姚欢
(西南民族大学, 成都 610041)

摘要: 目的 中华优秀传统文化需要将艺术价值与时代价值统一起来。针对羌绣文创产品, 当前人们大多关注其艺术价值、数字化设计与市场开发方面, 忽视了羌绣文创产品的审美教育价值(以下简称美育价值), 因此要将产品设计和美育价值建构融合在一起研究。首先, 为羌绣文创产品提炼美育价值内容; 其次, 以数字技术助推羌绣文创产品美育元素的跨界设计; 然后, 挖掘并满足羌绣文创产品潜在消费群体的美育元素; 最后, 要对羌绣中的文化内容进行转译以适合文创产品的数据化应用。此外, 为广泛推进其美育价值, 需要建设羌绣美育文创产品数据库。**方法** 通过文献研究与图像分析整理出羌绣美育价值符号, 使用田野调查法及人物访谈方式了解羌绣文创产品类型及羌绣美育价值的数字化设计情况, 以及数据库的建立情况。**结论** 在数字化背景下, 羌绣文创产品设计需要在空间设计、交互体验和文化转译上将羌绣文创产品的美育价值融入其中, 从而为促进中华民族共同体意识的建设贡献力量。

关键词: 数字化; 羌绣文创产品; 设计; 美育价值

中图分类号: TB482 文献标志码: A 文章编号: 1001-3563(2024)04-0478-07

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2024.04.053

Design and Aesthetic Education Value Construction of Qiang Embroidery Cultural and Creative Products under the Digital Background

WANG Xuedan, LI Shuyuan, KUANG Liangfeng, YAO Huan
(Southwest Minzu University, Chengdu 610041, China)

ABSTRACT: Excellent traditional Chinese culture requires the unity of artistic value and contemporary value. Currently, people mostly focus on the artistic value, digital design, and market development of Qiang embroidery cultural and creative products, ignoring their aesthetic education value (hereinafter referred to as "aesthetic education value"). Therefore, the work aims to integrate the product design and aesthetic value for study. The first is to extract the aesthetic value content of Qiang embroidery cultural and creative products. The second is to use the digital technology to promote the cross-border design of aesthetic education elements in Qiang embroidery cultural and creative products. The third is to explore aesthetic education elements that meet the potential consumer groups of Qiang embroidery cultural and creative products. The fourth is to translate the cultural content of Qiang embroidery to suit the data-driven application of cultural and creative products. The fifth is to widely promote its aesthetic education value by building a database of Qiang embroidery aesthetic education cultural and creative products. Through literature research and image analysis, the symbols of Qiang embroidery aesthetic education value were sorted out. Field investigation and character interviews were used to introduce the types of Qiang embroidery cultural and creative products, the digital design of Qiang embroidery aesthetic education value, and the establishment of a database. In the context of digitalization, the design of Qiang embroidery cultural and creative products needs to integrate the aesthetic value of Qiang embroidery cultural and creative products into spatial design, interactive experience, and cultural translation, in order to contribute to the construction of the sense of community of the Chinese nation.

KEY WORDS: digitization; Qiang embroidery cultural and creative products; design; aesthetic education value

2023年,中共中央办公厅、国务院办公厅《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》(以下简称《意见》)指出,要“构建准确权威、开放共享的中华文化资源公共数据平台”,“实施传统工艺振兴计划”。在羌绣基础上进行羌绣文化产品创意设计是振兴中华优秀传统文化重要的一部分,因此对其进行数字化也非常重要。目前学术界对羌绣文创进行数字化研究的成果还不多,主要集中在以下两个方面:

(1)关于羌绣文创产品的数字化路径研究,如建立数字化管理系统^[1]、建立羌绣艺术数字化平台^[2]等;

(2)关于羌绣文创产品数字化的应用研究,主要提出通过线上、线下资源的整合和羌绣应用平台的搭建,满足羌绣爱好者的市场需求^[3],以及通过数字化平台的传播,实现最大范围的资源共享服务^[4]。但是根据《意见》精神,对中华优秀传统文化传承和发展的核心是要“把中华优秀传统文化的有益思想、艺术价值与时代特点和要求相结合,运用丰富多样的艺术形式进行当代表达,推出一大批底蕴深厚、涵育人心的优秀文艺作品”。可见,羌绣文创产品数字化的核心是挖掘其中的艺术价值,以便发挥其美育作用。从现有研究分析可以看出,如何将羌绣文创产品的数字化过程与其美育价值结合在一起既是目前研究需要解决的问题,也是本文研究价值的所在。

1 数字化对羌绣文创产品设计的影响

研究指出,在数字化背景下,文创产品的设计需要“立足新的文化空间以满足用户深层的文化需求,需要从空间设计、交互体验、文化转译三个层次进行全面思考”^[5]。由此可见,面对数字化技术冲击,羌绣文创产品设计也将在上述三方面受到影响。

1.1 数字化在空间设计上对羌绣文创产品设计的影响

在空间设计上,羌绣文创产品数字化设计需要解决产品使用空间及功能的多元化问题。传统的羌绣图案纹样虽然造型丰富,但其使用功能相对单一且多为平面造型,主要运用于服装、鞋帽等生活用品上。在对传统图案形式进行解构和重组的基础上进行数字化设计,文创产品可从二维空间转为三维空间,从单一的服饰装饰功能转为家装、服饰、文旅用品等多样化功能,从具象实物转为数字化产品。从而实现“抽象简化的视觉形式能匹配更多形式的设计需求”^[6],满足更多用户的多元化需求。

1.2 数字化在交互体验上对羌绣文创产品设计的影响

在交互体验上,羌绣文创产品数字化设计需要解决潜在客户的需求。前文提到,羌绣文创产品数字化设计的多元化是为了满足更多的客户需求,特别是需要挖掘那些潜在客户的需求。因此,设计师需要依据消费者的文化差异分析来构建设计情景,将消费者的

需求融入其中,从而将用户的情感需求与产品的市场导向结合在一起^[7]。

1.3 数字化在文化转译上对羌绣文创产品设计的影响

在文化转译上,羌绣文创产品数字化设计需要解决文化符号与现代美学的连接问题。在对羌绣文创产品进行数字化设计的过程中,要既能保持羌族传统的历史文化符号,又能以文化符号连接现代美学,加强与消费者的情感连接^[7]。也就是说,在将羌绣文创产品进行文化符号设计的同时,需要将设计文化符号与羌族历史文化和消费者的情感需求融合,实现传统文化教育价值与市场价值的结合。

2 羌绣文创产品数字化设计中的美育价值建构思路

既然数字化对羌绣文创产品设计有上述影响,那么羌绣文创产品数字化设计中的美育价值建构也需要按照上面三种思路进行。

2.1 需要在空间设计上实现羌绣美育价值的跨界建构

研究指出,羌绣文创产品数字设计需要从二维空间向三维空间突破,以实现羌绣产品育人功能的深层次拓展^[8]。因此,在对羌绣产品美育价值进行分析的基础上,需要将其美育内容从简单的装饰元素中突破,与产品进行叠加,与服装、家装、文创产品、文旅产业等领域深度结合,使生活日用品设计、服饰设计、室内设计、景观设计中都充斥着羌族文化元素,实现羌绣美育价值的跨界建构。将羌绣中的代表性元素如色彩、图案、造型,以及羌文化中的代表性元素如羊头、白云、白石等引入现代设计中,实现了实用性、工艺性、审美性的结合,以形式美“装饰”生活的方方面面。一方面,从设计空间到使用功能都得到了拓展;另一方面,随着羌绣文创产品类型的日益丰富,羌绣由小范围的自娱自乐到被更多的人了解、喜欢,使羌绣由“自娱性”升华到“娱他性”,从而实现了羌绣美育价值的传播和建构(如图1所示)。

2.2 需要在交互体验上满足羌绣美育价值的潜在客户需求

羌族传统优秀文化作为中华民族文化的组成部分,其不仅仅需要实现在涉羌地区的传播,而且需要在其他地区进行传播。因此,羌绣文创产品美育元素设计不仅要体现羌民族的需要,还需要体现其他民族的情感需求,以实现多民族共同的文化体验。如何满足公众对羌族美育文化的体验需求,是当前羌绣文创产品数字化设计中的一个主要内容。

2.3 需要在文化转译上实现羌绣美育价值的恰当转译

这里需要解决羌绣美育价值符号与现代美学价

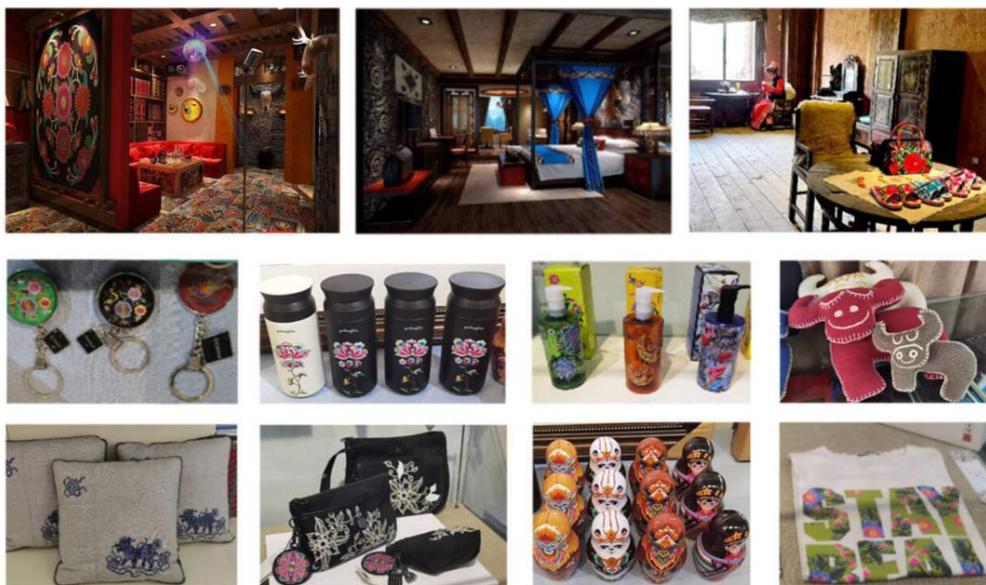


图1 羌绣元素在生活日用品、室内装饰中的设计运用

Fig.1 Design and application of Qiang embroidery elements in daily necessities and interior decoration

值符号的转译问题。费孝通指出羌人以“供应”为主而壮大别的民族，因而今日包括汉、藏在内的许多民族都曾得到羌人血液^[9]。从历史上来看，“羌人自青铜时代开始广泛活跃于我国西北地区，与华夏、西南等族群长期互动与交融，在中华民族多元一体格局形成过程中发挥过重要作用”^[10]。由此来看，这些美学价值符号都是以历史史料、神话故事和文化风俗等形式表现出来的，都是属于文化符号，不是美学符号。而文创产品的美育价值是需要由文化符号转译成为美学符号，才能实现文创产品的美育价值功能。

3 羌绣文创产品数字化设计中的美育价值建构方法

作为非物质文化遗产的羌绣具有极高的文化传承与美育价值，其中渗透着中华民族对美的向往、追求、渴望和热爱，呈现出独特的美之意趣和境界，给人以美的享受和心灵陶冶，具有强烈的审美教育意义^[11]。由此，在明确羌绣文创产品数字化设计中的美育价值建构思路之后，也应该按照这个思路创建其美育价值的建构方法。

3.1 为羌绣文创产品提炼美育价值元素

羌族刺绣艺术有着悠久的历史，既是羌民族文化艺术传承的方式之一，也是民族文化的符号化表现。羌绣作为一种非物质文化遗产手工技艺，它蕴含着民族的古老生命记忆、民族精神、生存智慧及活态文化。它具有文化保护价值、开发价值，以及美育价值。羌绣制品以花围腰和云云鞋较为著名，绣品构图严谨、组织匀整、装饰性极强，生动形象地体现了羌民族的

高超技艺与审美特征。此外，羌绣制品多以花草蔬果、飞禽走兽为题材，纹样多为植物纹、动物纹、几何纹等，其纹样造型栩栩如生、寓意吉祥，见表1。针法有挑花绣、扎花绣、提花绣、勾花绣（链子扣）、扭针绣、打籽绣等。

对羌绣进行文化衍生品的创新性开发，有利于传承民族文化、保护和发展传统手工技艺、提高艺术修养、培养创新思维。在提高审美水平、推动民族文化创新方面，也具有不可替代的美育价值。

3.2 数字技术助推羌绣文创产品美育元素的跨界设计

提炼羌绣中具有美育价值的元素之后，接下来就是如何将这些美育价值元素从二维空间设计向三维空间设计进行突破。这里面，数字技术就是一种很好的技术助推工具。一方面是对羌绣中的美育元素进行创新设计，使用数字化技术通过提炼、分解、组合、重构等设计方法，提取羌绣的美育元素符号，转换成文化设计符号，从而实现羌绣的美育元素与现代设计的结合。另一方面，提取羌绣文创产品中的美育元素进行跨界合作设计。这类产品多是非遗传承人与国际品牌、知名设计师的合作，实现跨界融合创新。例如，非遗传承人杨华珍与星巴克、欧莱雅、植村秀、民生银行、香港美发品牌 HairCorner 等进行联名合作，将藏羌文化中的美育元素融入服装设计、品牌推广中，以现代方式演绎传统之美。让中国的非物质文化遗产走出国门，实现跨界融合的可能。她为星巴克设计星享卡，以羌族素色勾花绣满襟围裙中的花纹为灵感来源，从中提取出山茶花等植物图案及由素色勾花绣针法产生的白色线迹，形成了团花满构图的衍生图案，在此基础上设计了“万灵载溢”山茶花羌绣图案，象征着生命与成长^[12]，见图2。

表 1 羌绣常用纹样及寓意示例表
Tab.1 Common patterns and symbolic examples of Qiang embroidery

类型	名称	实物	寓意	类型	名称	实物	寓意
植物纹	羊角花		爱情 约定 青春	动物纹	羊		护佑 辟邪
植物纹	牡丹花		富贵 华丽 吉祥	动物纹	鱼		多子 富贵
植物纹	石榴		多子多福	动物纹	老虎 蝙蝠		守护 吉祥 辟邪
植物纹	荷花		多子多福 吉祥	几何纹	聚宝盆		招财 纳福



图 2 星巴克星享卡、卡包案例分析
Fig.2 Case analysis of Star Pak Star Enjoy Card and Card Package

3.3 构建基于潜在消费群体的羌绣文创产品美育体验元素

由于羌绣文创产品美育价值传播的受众群体是我国境内所有不同类别的人群,群体范围广、层次多,这样一来,文创产品不局限于对羌绣感兴趣的人群,还包括对美学符号设计感兴趣的非羌绣爱好者,更包括那些对中华文化有浓厚兴趣的人群。由此可知,羌绣文创产品美育价值既需要面向显性需求群体,也需要面向隐性需求群体。其中隐性需求群体是潜在的,更是对美育教育最主要的群体。一方面需要设计师针对年龄差异,运用不同设计形式来表达羌族美育价值元素。例如,小学生属于游戏和卡通爱好者,可以根据这一群体的爱好需求将羌绣文创产品的美育体验元素融入到卡通和游戏产品之中。另一方面,设计师需要根据不同文化运用不同设计符号,这就需要挖掘羌族与其他各民族共同的价值元素来进行创意设计。例如,羌族从汉族吸收了龙、凤、寿等文化元素,设计师在对汉族潜在消费群体传播美育价值时可以运用这些共同元素进行设计。再如,藏族图形符号中多

几何纹样,如三角形纹、直线纹等,与羌族图形符号中的几何纹样比较相似^[11],也可以针对藏族潜在消费群体进行如此设计。例如,90后非遗传承人张居悦参与设计了大型公共艺术装置作品《百鸟林》。这件艺术装置包含了阿坝羌绣、丹寨蜡染、蓝印花布、苗族百鸟衣四种非遗元素,悬挂在装置中央的是一幅由张居悦用传统羌绣针法绣出的凤凰,它与其他作品一起营造了一个非遗传统手工艺的鸟林天堂。体现出“一种文化和另外一种文化碰撞、交融,在这种交融中会产生新的文化力量和能量”^[13]。

3.4 转译羌人中以中华民族共同体为核心的美育文化元素

“中国并非哪个族群所独有,是由众多族群包括历史已经消失的族群共同缔造”^[14]。对羌绣文创产品美育价值元素的设计提炼最根本的是提炼以中华民族共同体为核心的美育文化元素。因此,在转译羌绣美育价值文化元素时,重点在于转译其中的中华民族共同体元素。根据符号学原理,文化符号的转译包括三个流程,即语义、结构、语用三个阶段^[15]。语用的

功能就是“挖掘用户痛点需求”^[15]。一般来说,设计者需要经过调查、研究和分析三个阶段。调查就是通过运用现代信息技术,针对全国人群进行筛选,摸底不同人群对羌绣文创产品的需求痛点在哪里。研究就是针对这些痛点,运用卡诺模型等现代信息技术方法,针对特定地区群体思维模式和行为进行研究,以实现羌绣文创产品的需求定位。分析就是“通过影子调研、体验地图、人机交互等方法对产品的使用环境和交互环境进行分析,以确定其功能”^[15]。

结构的转译就是对羌绣文创产品美育价值元素的各个方面进行解剖分析,确定各个美育价值元素之间的比例关系,以转译出中华民族共同体元素的最大容量。也就是说,每一个羌绣文创产品设计需要容纳尽量多的中华民族共同体元素。这就需要根据核心元素、一般元素和特色元素进行设计,按照核心元素最关键、一般元素要突出、特色元素需要照顾的顺序,依据比例进行结构和安排。三种元素的地位、布局 and 比例就需要根据前一阶段的语用定义来进行分析和确定。

语义提取造型阶段是羌绣文创产品美育价值转译的最后一个阶段,也是数字化技术运用的最关键阶段。符号包括能指和所指两个方面^[16],能指就是能够直接表现语义特征的价值元素,而所指就是通过象征符号表述中华民族共同体元素的价值符号。能指和所指两个方面的内容比例不一样,根据羌绣设计出的文创产品也不一样。正如学者指出,通过提炼、组合、解析、重构等设计手法,提取不同文化特征,转换不同文化符号,从而决定了产品的造型^[17]。例如,杨华珍设计并创作的非遗项目藏羌织绣作品《五十六朵花》(如图3所示)。《五十六朵花》采用藏羌织绣传统技法绣制而成,56朵花象征着56个民族,并且56朵花都接在一根藤上,意指56个民族都是同根同源、



图3 羌绣文创《五十六朵花》

Fig.3 Qiang embroidery cultural and creative product "56 Flowers"

紧密团结。该作品以花卉纹样生动演绎了以中华民族共同体为核心的羌绣美育文化元素。

4 构建羌绣文创产品设计美育符号数据资源库

2005年,国务院办公厅在《关于加强我国非物质文化遗产保护工作的意见》中明确指出:“要运用文字、录音、录像、数字化多媒体等各种方式,对非物质文化遗产进行真实、系统和全面的记录,建立档案和数据库”^[18]。因此,构建羌绣文创产品设计美育符号数据资源库很有必要。

4.1 羌绣美育资料的数字化采集

首先是注重第一手羌绣美育资料的采集,为数据资源库的建设提供语料保障,加强数字化文献资料的整理与存储,对国家级非遗代表性传承人的进行抢救性记录工作,包括运用高清数字技术采集声音和视频素材、编撰数字化图片和文档资料、数字化呈现非遗活态传承现状等。第一手资料包括口述文献和地方文献,以及历史文献。口述文献中注意搜集羌族中“释比”等传统文化人的美育价值观点。由于羌族有语言、无文字,对口述资料一方面要采取录音、录像等可视化形式进行保存;另一方面依托专业人员对其进行阐释,因为很多口述资料都是口语化表述,不知晓羌族语言的人员无法理解。地方文献,如:《羌族历史文化集》《地方史志文集》《羌族民间故事集》《羌族民间故事选》《西羌古唱经》《羌族思想史资料汇编》《西羌文化研讨文集》《羌族风情录》《北川羌族》《羌族释比文化研究》《羌人列国要记》《羌韵》《羌魂》《西羌文化》等^[18]是建数据库的核心,因为这些文献主要记载了羌族的历史文化。历史文献主要包括甲骨文、《尚书·周书》、《史记·西南夷列传》等上古书籍中的记述,是最权威的、关于羌族中华民族共同体内容的来源。

4.2 建立羌绣美育资料的数据资源库

依托设计、民族学、历史学等专业人员对羌绣美育资料进行数字化采集和存储,为数据资源库建设提供专业保障。由于羌绣文创产品的设计与开发主要是利用羌绣元素进行衍生设计、计算机辅助设计(AI、PS、Procreat等)、跨界合作等综合手段和技术,对羌绣中的文化资源进行提取、融合、改良并创新。因此,数据资源库专业建设需要以设计专业人员为主体。设计专业人员需要与民族学和历史学等羌文化研究者进行合作,依据这些专业人员的羌文化知识,对羌绣文创产品进行美育价值的挖掘。由此可见,这需要设计人员与文化研究者进行合作。在前期工作的基础上,建立羌绣及文创产品的文献数据库,是集文本、

图片、多媒体为一体的大型数据库,包括多个子库。反映的内容覆盖羌绣美育价值中的中华民族共同体意识、自然资源保护、和谐社会关系、社会治理等。数据库必须方便所有类别群体人员进行查找。

前文提到,在交互体验上,羌绣文创产品数字化设计需要解决潜在的客户需求。因此,为了充分发挥羌绣文创产品的美育价值,必须确保不同人群都能够顺利查找羌绣文创产品数据。除了统一按照全国“211工程”350多所高校图书馆馆藏联合目录数据库《CALIS专题特色数据库描述元数据规范》中所规定的书目信息、网络资源信息、图像信息和音视频信息等元数据进行规范标引以外,数据库还需要针对不同人群采取不同的语言、文字和图案进行表述,以方便不同年龄、不同文化层次和不同兴趣爱好的人群进行查阅。这样才能充分发挥数据库的美育价值作用。四川省非物质文化遗产保护中心在2017年上线了“线上到线下(O2O)智慧宣传服务平台”和“‘非遗·四川’多媒体资源库——羌族传统技艺子库”,这些数字化资源和项目的建设不仅促进了羌绣文创产品设计美育符号与数字化信息技术的融合,也为公众学习、了解羌绣文化搭建了趣味性、多元化、便捷性的平台^[19]。

5 结语

羌族是一个有着悠久历史的民族,其作为中华民族大家庭的一员在中华民族共同体的建设过程中发挥了重要作用。羌绣作为羌族文化遗产的重要组成部分也同样凝聚着丰富的中华民族共同内容,具有重要的美育价值作用。然而,针对当前的羌绣文创产品设计,一方面,不应该仅仅关注其艺术价值,而忽视了其美育价值;另一方面,人们也没有对其进行系统的数字化建设。这严重影响了羌绣文创产品美育价值作用的发挥。基于此,一方面需要对羌绣文创产品设计进行数据化,以充分、有效地对羌绣文创产品进行设计;另一方面还需要充分挖掘羌绣文创产品中的美育价值,最大限度地发挥其在中华民族共同体意识建设中的作用。这就要求人们及时把握数据化对羌绣文创产品设计在空间设计、交互体验和文化转译上带来的影响。同时,基于数字化要求,通过多维跨界设计、激发潜在客户消费群体、羌族美育文化转译、建构羌绣美育文创产品数据库等多种方式发挥羌绣文创产品的美育价值。

羌绣文创产品具有艺术价值,更重要的是其丰富的美育价值。在对其进行数字化设计、构建数字化数据库之后,如何充分发挥其在涉羌地区和其他非羌族居住地区的美育价值,也是笔者未来需要重点关注的内容。未来必须针对不同层次、不同地区的不同人群,

利用数据化工具对羌绣文创产品的美育价值进行传播,为中华民族共同体意识建设作出应有的贡献。

参考文献:

- [1] 李惠,郑芳琴,张琛等.一种羌绣数字化管理展示系统设计与研究[J].信息技术,2021(9):79-83.
LI H, ZHENG F Q, ZHANG C, et al. Design and Research of a Digital Management and Display System for Qiang Embroidery[J]. Information Technology, 2021(9): 79-83.
- [2] 孟琴.论数字技术在羌绣保护、传承和发展中的应用[J].西部皮革,2021,43(12):125-126.
MENG Q. On the Application of Digital Technology in the Protection, Inheritance, and Development of Qiang Embroidery[J]. Western Leather, 2021, 43(12): 125-126.
- [3] 杨蕾,张欣,胡慧,等.基于数字化保护与产业化应用的羌绣服务设计[J].包装工程,2022,43(2):358-366.
YANG L, ZHANG X, HU H, et al. Design of Qiang Embroidery Services Based on Digital Protection and Industrial Application[J]. Packaging Engineering, 2022, 43(2): 358-366.
- [4] 肖雅娟.虚拟与现实——羌绣的数字化保护与传播[J].艺术评鉴,2019(15):14-16.
XIAO Y J. Virtual and Reality: Digital Protection and Dissemination of Qiang Embroidery[J]. Art Review, 2019(15): 14-16.
- [5] 张帆,张家榜,曹天一,等.数字文创产品设计研究综述[J].包装工程,2023,44(12):1-15.
ZHANG F, ZHANG J B, CAO T Y, et al. A Review of Research on Digital Cultural and Creative Product Design[J]. Packaging Engineering, 2023,44(12): 1-15.
- [6] 舒悦,李万洪.跨界思维下羌绣元素设计应用研究[J].包装工程,2016,37(2):13-16.
SHU Y, LI W H. Research on the Application of Qiang Embroidery Element Design under Cross disciplinary Thinking[J]. Packaging Engineering, 2016,37(2): 13-16.
- [7] 覃霞玲.基于用户角色特征的文创产品设计优化研究[J].现代电子技术,2018,41(12):176-179.
QIN X L. Research on Design Optimization of Cultural and Creative Products Based on User Role Features[J]. Modern Electronic Technology, 2018,41(12): 176-179.
- [8] 原研哉.设计中的设计[M].桂林:广西师范大学出版社,2010.
HARA K. Design in Design[M]. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2010.
- [9] 费孝通.中华民族的多元一体格局[J].北京大学学报

- (哲学社会科学版), 1989(4): 3-21.
- FEI X T. The Multidimensional Integration Pattern of the Chinese Nation[J]. Journal of Peking University (Philosophy and Social Sciences Edition), 1989(4): 3-21.
- [10] 王文轩. 羌人在中华民族共同体形成过程中的历史作用[J]. 西藏民族大学学报(哲学社会科学版), 2022, 43(2): 51-57.
- WANG W X. The Historical Role of Qiang People in the Formation of the Chinese National Community[J]. Journal of Xizang Minzu University (Philosophy and Social Sciences Edition), 2022,43(2): 51-57.
- [11] 李欣. 数字化保护: 非物质文化遗产保护的新路向[M]. 北京: 科学出版社, 2011.
- LI X. Digital Protection: A New Path for the Protection of Intangible Cultural Heritage[M]. Beijing: Science Press, 2011.
- [12] 杨嘉铭, 杨艺, 冯旸. 传承·发展——阿坝州嘉绒藏族织绣研究[M]. 成都: 四川民族出版社, 2015.
- YANG J M, YANG Y, FENG Y, et al. Inheritance and Development: A Study on Tibetan Weaving and Embroidery in Jiarong, Aba Prefecture[M]. Chengdu: Sichuan Ethnic Publishing House, 2015.
- [13] 上海设计周. 传统非遗如何成为当代生活美学[EB/OL]. (2018-09-01)[2023-03-13]. https://www.sohu.com/a/251333110_260616.
- At Shanghai Design Week. How Traditional Intangible Cultural Heritage Has Become a Contemporary Aesthetic of Life[EB/OL] (2018-09-01) [2023-03-13]. https://www.sohu.com/a/251333110_260616.
- [14] 李大龙. 从“天下”到“中国”: 多民族国家疆域理论解构[M]. 北京: 人民出版社, 2015.
- LI D L. From "The World" to "China": Deconstructing the Theory of Multiethnic State Territory[M]. Beijing: People's Publishing House, 2015.
- [15] 巴尔特 R. 符号学原理[M]. 李幼燕, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2008.
- BARTHES R. Principles of Semiotics[M]. LI Y Y, translated. Beijing: Renmin University of China Press, 2008.
- [16] 倪菁, 任彝. 语义学在博物馆文创产品设计中的应用研究[J]. 建筑与文化, 2019(9): 177-178.
- NI J, REN Y. Research on the Application of Semantics in Museum Cultural and Creative Product Design[J]. Architecture and Culture, 2019(9): 177-178.
- [17] 陈香, 张凌浩. 大运河惠山泥塑艺术融入感官体验的设计策略研究[J]. 艺术百家, 2021, 37(3): 101-108.
- CHEN X, ZHANG L H. Research on Design Strategies for Integrating Sensory Experience into Huishan Clay Sculpture Art on the Grand Canal[J]. Art Hundred, 2021, 37(3): 101-108.
- [18] 陈春勤. 羌族文献全文资料数据库建设初探[J]. 四川图书馆学报, 2007(3): 28-31.
- CHEN C Q. Preliminary Exploration of the Construction of a Full-text Database for Qiang Literature[J]. Journal of Sichuan Library, 2007(3): 28-31.
- [19] 中国非物质文化遗产中心. 专访四川非遗保护中心副主任肖婷[EB/OL]. (2018-03-19)[2023-04-12]. <https://www.ihchina.cn/Article/Index/detail?id=7439>.
- China Intangible Cultural Heritage Center. Interview with Xiao Ting, Deputy Director of Sichuan Intangible Cultural Heritage Protection Center[EB/OL]. (2018-03-19) [2023-04-12]. <https://www.ihchina.cn/Article/Index/detail?id=7439>.