

# 基于皮尔斯符号学理论的云锦文创产品设计研究

张格宇, 陈旭

桂林电子科技大学艺术与 design 学院, 广西 桂林

收稿日期: 2021年10月25日; 录用日期: 2021年11月25日; 发布日期: 2021年12月2日

---

## 摘要

云锦是世界非遗与我国传统文化代表, 必须传承和传播好。如何使云锦文创产品承担起赓续云锦文化传统的使命, 本文通过回溯云锦的花色图案与历史演变, 结合皮尔斯符号学理论, 从语形学、语义学和语用学三个不同层面阐释云锦图案符号的功能, 解析其在外延表象符号归纳、内涵文化符号解析和示能符号呈现上对云锦文创产品设计产生的影响, 从而在云锦文创产品设计中实现既萃取云锦精湛技艺和优美纹样图饰符号又与时代元素融合, 助力云锦文创产品的高质量发展。

## 关键词

云锦文化, 花色图案, 符号三分法, 文创产品设计

---

# Research on the Design of Yunjin Cultural and Creative Products Based on Peirce's Semiotic Theory

Geyu Zhang, Xu Chen

School of Art & Design, Guilin University of Electronic Technology, Guilin Guangxi

Received: Oct. 25<sup>th</sup>, 2021; accepted: Nov. 25<sup>th</sup>, 2021; published: Dec. 2<sup>nd</sup>, 2021

---

## Abstract

As a world intangible cultural heritage and cultural symbol, Yunjin has the necessity of inheritance and wide dissemination. How to make Yunjin cultural and creative products undertake the mission of continuing cultural tradition has become an important issue. By tracing back to the color

patterns and historical evolution of Yunjin, combined with Pierce's Semiotics Theory, this paper explains the function of Yunjin pattern symbols from three different levels of morphology, semantics and pragmatics, and analyzes its influence on the design of Yunjin cultural and creative products in terms of extension representation symbol induction, connotation cultural symbol analysis and indicator sign presentation. It can not only extract the exquisite skills and beautiful patterns and decorative symbols of Yunjin, but also integrate with the elements of the times, so as to help the high-quality development of Yunjin cultural and creative products.

## Keywords

Yunjin Culture, Decor Pattern, Symbolic Trisection, Cultural and Creative Product Design

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

云锦作为世界非物质文化遗产,是我们对传统文化进行传承与发扬的典型代表之一。进入新时代,只有通过全方位、多层次、合理化的分析与探究,才能让云锦在我国的政治、经济、文化生活中发挥出巨大的力量。云锦文创产品承担着赓续云锦特有文化的重任,云锦文创产品设计是云锦文化内涵与功能产生转化过程的实体化呈现,尤其是云锦图案符号的合理运用,对深化云锦文化艺术研究乃至提升其文创水平意义非凡。

## 2. 云锦的历史渊源与花色图案

云锦,“由元开启,而鼎盛只在明清”,被称为“巧夺天工”、“技冠江南”之美誉[1],彰显了思想、理念和瑞祥文化的标志价值与审美情趣境界高尚的艺术成就,依托其久远的历史、深重的文化积淀、精巧的工艺和繁杂的制作过程,在传统丝绸显花织物品类里独占鳌头,是我国民族传统丝织工艺美术珍品经典,代表了我国织锦技艺最璀璨的成就[2]。

云锦的花色多为大花形,具有工艺技术难度极高,融宋锦和蜀锦之优长,采缂丝工艺之精华的特点。主要运用缕金、捻金与缕银、银线,且擅用黄金装饰织物花色纹样的提花织物,精美的花色样纹和富丽堂皇的色彩装饰是形成云锦的关键[3]。云锦的图案端庄大方,在设计上对图案的造型和章法处理尤为重要,衣服图案纹样,虽然采用的素材有很多,但通过设计艺人的精心努力后,一定会达到尽善尽美的艺术造诣[4]。云锦的花色图案基本是织金、织锦、库缎和妆花这四种。其中,库缎大多是团花,基本是四则、六则和八则;织金的特点是其织料上的花纹全都以金线织出,最具代表性的有曲水纹锦、串菊锦、冰梅锦、缠枝莲锦和凤莲锦等;织锦包括五颜六色的花库锦、二色金库锦、芙蓉妆、抹梭妆花和天华锦等;妆花的花色品种繁多、五彩缤纷,一般采用挖花盘织和通经断纬的妆彩技法[5]。

## 3. 云锦文创产品的功能定格与设计特点

云锦文创产品是将云锦文化以创意的形式呈现出来的,它是使云锦文化内涵元素进行转化而形成的产品。它蕴含云锦文化附加值,具有双重功能。包括:① 丰厚的云锦文化内涵元素使得云锦文创产品可满足消费者的特定文化需求。因而,云锦文创产品设计就显得尤为重要,它不仅仅是与云锦文化密切相关的一宗物品,而是必须从云锦文化出发,加入设计师的智慧,使云锦的文化价值性与其文创产品的经

济实用性完美结合;②云锦文创产品承担着传承云锦文化精神的功能,可影响消费者在消费该文创产品的同时,自然而然地让消费者融入云锦文化传承与传播意境中。让云锦文创产品具备一系列实用的功能,呈现为云锦文化各式精美礼品、各类云锦风服饰系列、各种家居与日用品、系列办公用品和多样装饰品等。从而使云锦文创产品具有极强的经济社会效应,具备特定的云锦文化基因,这在增进新时代文化自信和提升民族自豪感上亦大有裨益,更可使消费者产生具有与云锦文化的消费行为,提升消费者对于云锦文化的认知。云锦文创产品的设计特点,主要体现在:

1) 在云锦文创产品形态上,不断融进云锦文化内涵元素精要,让云锦文创产品从其外观特征上反映云锦文化精华,且使云锦文创产品以虚拟作品等多种形态方式呈现,尤其是让新媒体等云锦文创产品也充分融入云锦文化内涵元素,提升云锦文创产品设计效果。

2) 在云锦文创产品色彩上,其目的是让云锦文创产品蕴含丰富的云锦文化艺术价值,在对其商品化转变进程中必须用直观的手段对云锦文创产品品位做精准定格,必须在色彩层面完成同步定格和实现。由于色彩是对云锦文化内涵优势得以呈现的方式,这也是让云锦作为世界文化遗产的价值得以体现。因而,在云锦文创产品设计中应时刻注意对色彩的合理把控,要从云锦文化中蕴含的色彩艺术出发展开挖掘和思考,并完美运用在云锦文创产品创作之中。

3) 在云锦文创产品意蕴上,反映云锦文创产品与云锦文化内涵的高度契合,也是对云锦文创产品设计中云锦文化底蕴的有效体现。其本质在于对云锦文创产品中云锦文化内涵元素的剖析、探索,也是云锦作为世界非遗价值的重要展现。

4) 在云锦文创产品实用上,针对云锦文创产品创意是满足人们日常生活需要并结合云锦文化精神的延续,在对日常生活类物件完成文创云锦文化精神转化中,必须依靠云锦文化所蕴含的文字、花色、图案和纹样等对人们日常生活类物品展开合理修饰,形成顺向的云锦文创产品实用性转化应用方法。另外,在云锦文创产品设计中完成云锦文化生活化呈现步骤,是形成逆向的云锦文创产品实用型转化应用方法。

5) 在云锦文创产品内涵传达上,由于云锦文化中蕴含的形态各异、元素和符号各自有其独特的涵义,反映云锦文创产品的一大特有价值就是其包含丰富的云锦文化精神,通过对云锦文创产品的内容不断深化,使得云锦文创产品体现出云锦文化的内涵意蕴,从而获得愈来愈多的消费者接受与认可乃至喜爱。

#### 4. 基于皮尔斯符号学理论的云锦文创产品符号分析

云锦文创产品设计就是运用云锦文化符号元素,依据云锦文创产品的外在表现和功能使用来体现云锦的文化内涵,以实现消费者对云锦文化的理解与认可,从而赢得云锦文创产品消费的提升。皮尔斯在他的《皮尔斯:关于符号》一书中提出认知和互动的符号学,他提出符号在一定程度上是向人们表示它在某种意义上代表的东西。本文采用皮尔斯符号学的符号代表项、符号对象和符号三分法,以其像似符、指示符和规约符这三大符号为意指活动表达过程的方式符号,也采用皮尔斯将符号分为语形学、语义学、语用学三个不同层次来展开本文的研究。这里的语形学分析是指云锦不同文化元素符号之间的内在关系,语用学分析是指云锦及其文创产品与消费者生活中的关联关系,语义学分析指云锦不同花色图案在符号中的不同表现与意义。

云锦文创产品的实物形态(即符号对象)、云锦的花色图案(即符号的代表项)和云锦文创产品在消费者心中的理解(即符号的阐释项)这三个最根本要素就组成了云锦文创产品的内部关系。通过符号按照一定规律归纳出云锦文创产品信息,消费者就是通过这些符号意义来云锦文创产品所体现的信息。另外,不同类型的云锦文创产品设计形态也呈现出各种各样的可视性符号信息,消费者再对这些云锦的相关花色图案做出各自的理解与判断,并在面对与之相应的云锦文创产品符号信息单元时,形成对应的解读乃至认可和接受<sup>[6]</sup>,最终形成了属于云锦文创产品的语形学、语义学和语用学的体系。其中:

1) 云锦文创产品语形学的呈现方式是通过云锦独有的花色图案符号元素及其文创产品设计形式来实现, 在不断整合其文创产品设计方案和表现手段过程中, 逐步策画出丰富多彩的云锦文创产品花色图案系列[7], 云锦文创产品的设计效果通过具体的造型、材料和色泽等得到很好体现。

2) 云锦文创产品语义学是用来体现云锦文化符号能指与所指之间的意指关系(即所指作为能指的媒介, 是依赖能指而存在), 充分表达其蕴含的某种特定云锦文化精神内涵[8], 消费者将依据其独特消费偏好来挑选其喜爱的云锦文创产品图像符号种类。

3) 云锦文创产品语用学主要是体现云锦文创产品怎么被消费者一步一步解析和接受的过程。不断剖析云锦文创产品花色图案符号与受众及其使用环境的相互关联性[9], 再通过云锦文创产品的语意呈现云锦文化内涵元素符号特征, 以满足他们的文化精神生活。

云锦文创产品设计, 是依托云锦文化内涵演绎消费者对其产生的消费新思维, 消费新思维的诞生再结合新的云锦文创产品设计方法, 不断满足消费者对云锦文创产品的个性需求。有了消费者的认同, 也就促进了云锦文创产品中融入更深厚的云锦文化精神内涵。使所有的云锦文创产品的内部个性(即部分与整体的内在关联)和符号对象形成了构造像似性, 其比喻式像似往往是突出云锦文创产品符号初级像似之外, 而云锦文创产品符号只是呈现了其对象的某种品质[10]。通过深入分析云锦文创产品的语形学、语义学和语用学蕴意, 可以发现这三者之间是既相互独立又互相统一, 云锦文创产品的设计元素符号越相近或越相似, 消费者就越容易分辨; 愈是抽象化和概括性的或民族文化性的设计元素符号, 消费者也就越不容易辨别, 但这些都旨在突出云锦文创产品所蕴含的云锦文化内涵。基于皮尔斯符号学理论, 在云锦文创产品设计中应首推采用相近或相似对象的普识性设计元素符号, 只要用得巧妙得当, 就能产生意想不到的设计效果。

## 5. 皮尔斯符号学理论在云锦文创产品设计中的运用

在皮尔斯符号学理论视野下解析云锦文化的三种代表性符号, 运用花色图案设计方法及现代设计技术, 将云锦中的文化符号元素展开提取、整理和再设计, 提升云锦文创产品花色图案的设计水平, 设计出蕴含云锦文化内涵的云锦文化产品, 彰显新时代时尚潮流与云锦文化价值。

1) 外延表象符号归纳。云锦文创产品的外延表象是将云锦文化的审美意识通过外在形象呈现出来的。在这个转化过程中, 外在的表象传达给消费者的外延性符号, 将云锦文创产品的外型、色彩、线条和质感等信息来传递云锦文化内涵。通过设计用新时代的成型语言展现云锦文化精神内涵, 表达新时代的审美需要赓续云锦文化。

2) 内涵文化符号解析。云锦文创产品的设计是有别于普通文化产品的, 它在云锦文化符号元素运用的基础上辅以全新的内涵和文化, 即在云锦文创产品设计的过程中将云锦文化符号元素融入设计, 用物的形式探究消费者的情感特性、生存模式、价值观和社会关系。

3) 示能符号呈现。一般来说, 示能符号是用来表述云锦文创产品之使用功能的。云锦文创产品依托其产品的使用功能, 示能符号的表达是通过其功能系统来展现所蕴含的云锦文化精华, 体现设计师表达示能符号的用意, 形成和谐的云锦文创产品各层次符号之间结构关联。

由于云锦蕴含的文化内容和形式丰富, 需对云锦文化资源、原型、内涵、特征和符号等信息进行归集、处理、分类和应用, 从而真正获取云锦文化的特色需求, 助推云锦文创产品设计的纵深发展。云锦文创产品设计的不同角度和层面选择, 是决定其最终呈现云锦文化效果的关键, 针对云锦的文化和功能展开探究, 分析清楚它们的外在表现、使用形式、制作方式、情感表达、意义象征与客户体验等。依据云锦文创产品的语形学、语义学和语用学这三个不同层面, 逐步归演绎云锦文创产品的设计属性层级, 构成体现云锦文化要素的表征框架体系, 在每个层级中实现云锦文创产品通过其外部造型特征、产品交

互体验和语意附加价值这三方面的表达。

## 6. 结语

云锦文创产品作为一种文化载体,既要传承中华民族优秀传统文化,又要彰显新时代文化自信。本文采用皮尔斯的符号学理论,分析云锦丰富的文化内涵及其花色图案的符号元素类型,探讨云锦文创产品花色图案符号元素中的云锦文化精髓,提炼云锦文创产品的符号像似性、指示性和规约性关联关系,进一步从云锦所蕴含的文化内涵元素符号出发,结合图案设计方法及现代设计技术,将云锦文化意旨通过其文创产品传达给消费者,实现云锦文创产品和消费者的情感共鸣,为促进新时代云锦文创产品高质量发展贡献力量。

## 参考文献

- [1] 张道一. 南京云锦[M]. 南京: 译林出版社, 2013: 135.
- [2] 牛犁, 崔荣荣. 南京与云锦文化的发展传承[J]. 服装学报, 2018, 3(5): 445-447.
- [3] 金文. 南京云锦[M]. 南京: 江苏人民出版社, 2009: 82.
- [4] 戴健. 南京云锦[M]. 苏州: 苏州大学出版社, 2009: 56.
- [5] 王宝林. 南京云锦[M]. 北京: 文化艺术出版社, 2011: 37.
- [6] 侯宁. 基于皮尔斯符号三元关系的洛阳文创产品设计[J]. 包装工程, 2020(2): 300-304.
- [7] 申辉, 王玮. 基于南京云锦图案的文化产品创新设计研究[J]. 戏剧之家, 2019(26): 114-116.
- [8] 高爱波, 崔荣荣. 传统服饰文化中蝴蝶形象的符号探究[J]. 丝绸, 2015, 52(10): 46-50.
- [9] 廖春红. 试析莫里斯符号学的意义观[J]. 北方论丛, 2006(4): 80-82.
- [10] 赵毅衡. 符号学: 原理与推演[M]. 南京: 南京大学出版社, 2016: 128.