

基于符号学理论的珠海城市文创产品的设计研究

邓惠文

澳门城市大学创新设计学院, 澳门

收稿日期: 2023年11月18日; 录用日期: 2023年12月8日; 发布日期: 2024年2月21日

摘要

目的: 以珠海文旅资源为研究对象, 从符号学的视角出发, 建立一套适合珠海地区特色的文创产品设计方法, 从而设计一套文创产品, 推动珠海地区发展。方法: 从莫里斯的“三分”理论出发, 对特定的符号进行了语义、语构和语用分析。在设计过程中, 采用直接引用、重构分割、功能创新、内容创新等方法, 并与目标用户的审美偏好等相结合, 设计出一款有城市特色的文创产品。结论: 通过对实际案例的分析, 验证了利用符号学的方法对珠海“地城”特色文化产品进行设计的可行性, 能够为当地特色文旅资源的开发和利用提供新途径。

关键词

珠海, 符号学, 城市文化, 文创产品, 设计

Research on Zhuhai Urban Cultural and Creative Product Design Based on Semiotic Theory

Huiwen Deng

Faculty of Innovation and Design, City University of Macau, Macao

Received: Nov. 18th, 2023; accepted: Dec. 8th, 2023; published: Feb. 21st, 2024

Abstract

The purpose is to take Zhuhai's cultural tourism resources as the research object, and from the perspective of semiotics, to establish a set of cultural and creative product design methods suitable for the characteristics of Zhuhai region, so as to design a set of cultural and creative products to promote the development of Zhuhai region. The method starts from Morris's "three-part theory" and analyzes the semantics, structure and pragmatics of specific symbols. In the design process,

文章引用: 邓惠文. 基于符号学理论的珠海城市文创产品的设计研究[J]. 设计, 2024, 9(1): 512-520.

DOI: 10.12677/design.2024.91061

methods such as direct quotation, reconstruction and segmentation, functional innovation, and content innovation are used, and combined with the aesthetic preferences of target users, etc., to design a cultural and creative product with urban characteristics. Conclusion: Through the analysis of actual cases, the feasibility of using semiotic methods to design characteristic cultural products of Zhuhai's "underground city" has been verified, which can provide new ways for the development and utilization of local characteristic cultural tourism resources.

Keywords

Zhuhai, Semiotics, Urban Culture, Cultural and Creative Products, Design

Copyright © 2024 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

珠海市地处广东省南部，东部与香港毗邻，南部与澳门毗邻，是中国的经济特区，也是中国第一批对外开放的经济特区，现已成为粤、港、澳大湾区的关键节点，珠海市在自然、人文、海景等方面具有独特的优势，是一座以海景、陆岛为界而闻名的旅游胜地。城市文化指的是一个城市的文化模式的体现，其具体表现形式有：方言、建筑、产业、风俗、地理等[1]。对城市文化进行发掘与表达，可以加速人类对城市的解读。城市文化的象征意义是城市文化的重要组成部分。在现代设计中，符号学不仅发挥着特殊的符号的认知作用，而且还通过科学的观点，来表达现代造型的美学思想，演绎着符号的传播过程。

当前，珠海市文创产品以手工制作为主，缺少特点和创意。品牌认知不足，没有建立起自己的品牌形象，很难取得较高的知名度，也很难取得较好的市场占有率。本研究以珠海为例，在旅游与文化相结合的大背景下，探讨其城市文化的内涵与特点，挖掘其文化资源，并将其融入到产品的设计之中，提升其文化内涵与艺术价值，并以此为基础，以其为载体，设计出一种具有城市特色的文创产品，从而推动城市旅游与文化的高质量发展。本研究试图从符号学的视角，建立一套适合于城市特色文化的设计方法论，从而为城市文化产品的设计提供新的思路。

2. 研究现状

2.1. 符号学研究

我国学者在符号学与设计的结合上做了一些探索。赵元任是我国第一位对符号学进行研究的学者，他将符号学分为理论性符号与实用性符号，并将其具体运用到实践中去。赵毅衡在其著作《符号学原理及推论》中提出，凡是具有实际用途的事物，或具有实际用途的行动，都可以带有象征意义；进而，任何可被利用的事物，都能成为象征的载体[2]。李乐山把符号学的研究方法引进到设计中，提出了一种新的概念，即一个产品应该能够自己“说话”，能够向用户传达出其功能和操作方式[3]。应艳、陈炬把传统的文化特质抽象化和转换成了设计要素，从文化的视角来进行文创产品的设计和传统的文化形象的表达[4]。在郭鸿看来，象征是由少数人所创作，并为多数人所认知、所认同和所传播的东西。符号学是一门以符号为载体，对人类进行认知、思考以及信息传播的学科[5]。徐恒醇从语用学、语构学、语义学三个角度对其进行了论述，认为要想设计出具有语言的产物，必须充分利用符号的认知功能，并以此为基础，以形态表现出美学形象。以上结果显示，符号学在提高设计表现效果方面起着举足轻重的作用。

2.2. 城市文创研究

近年来,国家制定了一系列的政策来推动和支持优秀传统文化的恢复和发展。文化的继承有多种途径,各行业人士对文化的支持也各有不同。而文创产品在“设计城市”中的文化传播和发展,更是起到了不可忽视的作用。优秀的文创产品在文化的传承和发展中发挥着举足轻重的作用。国内的学者们对城市文创产品的设计展开了多方面的研究,他们对符号学和文创产品进行了深入的研究,并对符号学在文创产品中的运用情况进行了分析,探讨了怎样才能更好地把符号学的知识运用到文创产品的设计中,使文创产品变得更加多姿多彩。进入二十一世纪,随着中国大力推进产业与城市双重转型,大力发展创意经济,提升文化软实力,文化创意产业在全国范围内得到了迅速发展。以其产业影响力、渗透力和辐射能力,已成为衡量一国或一地区发展综合竞争力的重要指标。高丽娜认为,为了达到对中华优秀传统文化的继承和创新,所生产出来的文化创意产品,应当是以文化传承为目标的[6]。何家欢将古村落的符号学和文创品的运用做了详细的对比[7]。张述超从象征意义上对山西地区具有地域特征的建筑与民间产物进行了研究[8]。在此基础上,本研究拟对珠海的城市文化资源进行深度挖掘,选取典型的城市文化资源,运用符号学原理对其进行创意设计,构建城市文化和文创产品的联系,传承和弘扬珠海的优秀城市文化,并为其设计提供一种新的思路和方法。

3. 符号学理论

3.1. 理论基础

符号学是一门关于符号本质、特性、意义和符号与人的关系的学科。20世纪初期,瑞士语言学家索绪尔提出了“符号学”这一概念,并将“符号”看作是“能指”和“所指”两个层面。能指是事物自身所呈现的一种象征性的形态,而所指则是象征性的隐含意义,索绪尔强调符号象征性的社会属性,认为符号是象征性的本质,是象征性和它所隐含的文化的组合。除了索绪尔,美国哲学家皮尔斯还将象征分为三个层面,并提出象征三元关系(表征、对象、诠释)和三分(似符、指示符、规约符),皮尔斯更倾向于对象征意义进行逻辑阐释。从这一点可以看出,符号的产生是以意象、逻辑关系或事物背后的意义为基础的,而事物所处的环境或事物本身所具有的延伸意义都是十分重要的。世界上的一切事物都有其象征意义,而象征意义的产生就是对具体事物进行拆分、提炼和抽象,又是对抽象事物进行具象化的过程。象征并非一成不变,人们对它的解读也各不相同,但它都是从象征体系中提炼出来,创造出来的。皮尔斯对莫里斯的“逻辑符号”理论产生了很大的影响,后者在美学,社会学,认知学,心理学等实际学科中起到了组织作用。在其1938年的著作《符号理论基础》中,他将符号看作三个相互关联的分支,即结构、语意、语用。在这三大学科中,语构学主要是对象征与象征间关系的研究;语用研究的是符号与客体之间的关系,以及它们所包含的含义;这三个关系也可以应用到产品设计中,产品语构指的是符号与产品之间的关系,产品语用指的是设计者对符号编码,用户对其进行译码的过程,产品语义指的就是符号所携带的意义。

3.2. 莫里斯符号学理论在文创产品设计中的应用

本研究以“莫里斯”符号学三分论为核心,从语义、语构和语用三个方面对城市文化符号进行了解读,并将其与文创产品联系起来(如图1所示)。

语义是构成符号本身物理属性的基本要素,它主要代表着符号的内容和意义,将其划分为两种类型,一种是显性特征,另一种是隐性特征。其主要特征有:造型,色彩,纹理等;隐性性是指其自身所具有的象征意味、文化内涵、美学内涵等。语构学则是对各种符号之间关系的研究,包括使用情景,与文化相关,与其内部结构等。语用学是指符号与用户的联想逻辑,情景设定,主观意识,人物角色等,通过

对符号与用户的关联，使其更符合用户的需要。透过这三个层面，我们可以解读象征所具有的特殊文化意蕴。

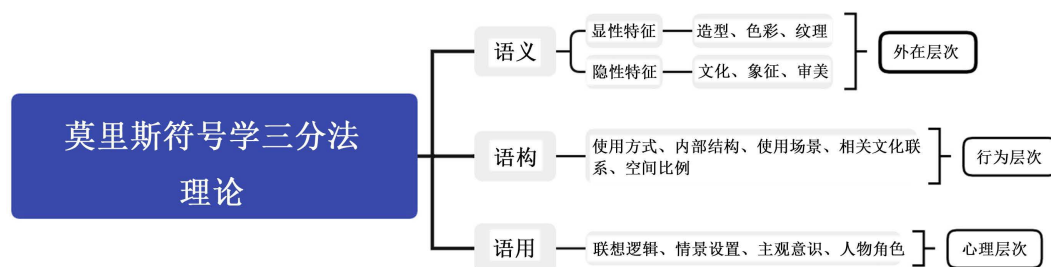


Figure 1. Application of semantics, linguistic structure, and pragmatics in cultural and creative product design
图 1. 语义、语构、语用在文创产品设计中的应用^①

4. 珠海地域特色文化整理

珠海拥有“百岛之市”的美誉。有着悠久的历史和丰富的文化底蕴、丰富的非物质文化遗产。截止2022年，“斗门水乡婚俗”、“鹤舞”和“一指禅”是珠海市的“国家级文化遗产”；省级的有：中秋节对歌，凤舞，横山鸭扎包；有“花袖”、“金花诞”、“药线灸”、“上横黄沙蚬”等市级非物质文化遗产。共有73个不同级别的文化遗产，包括3个国家级，23个广东省，39个珠海市。本研究对珠海都市文化旅游资源进行了分类，并归纳出它们的共同特征，将它们归纳为五大类。在此基础上，选取了具有代表性的、具有珠海特色的、具有代表性的资源，并对其进行了分析。在这五种类型的文化资源中，以建筑、传统民间艺术等为珠海所特有，分布较为明显。城市建筑是一座城市的文化遗产，它的历史、文化、艺术都很丰富。利用建筑这一标志，既能体现城市的文化内涵与特点，又能唤起人们对这座城市的浓厚兴趣与喜爱。而伴随着饮食文化而来的象征，则很难在其中找到一个结合点。传统的民间文化具有鲜明的艺术形象，可提取的形态，还有色彩和图案的象征意义。传统技术偏重于手工艺技术，不具有清晰的语意特征。传统乐舞具有声、动、景、色、形、象征性等特点。珠海的城市文化资源可从下列类别中选择(如表1所示)，并将这些类别与文创产品的设计相结合，使产品具有更强的地域性和文化内涵。

Table 1. Compilation of Zhuhai regional cultural resources
表 1. 珠海地域文化资源整理^①

形式	分类	主题	特点
物质	建筑和城市规划	港珠澳大桥、渔女雕像、爱情邮局灯塔、圆明新园、普陀寺、金台寺、珠海大剧院、梅溪牌坊、共乐园、拉塔石炮台、苏征兆故居、前山寨城、珠海斗门清朝古街、棗猗堂、杨氏大宗祠、南屏观音庙、香山湖公园、淇澳祖庙、淇澳岛白石街	建筑是城市文化的重要组成部分、具有丰富的历史文化和艺术价值、识别性强，元素较多
	饮食文化	客家咸茶、唐家湾茶果、定家湾茶果、上横黄沙蚬、淇澳银虾酱、大赤坎明火叉烧烧排、虎山金巢琵琶鸭、唐家麦记饼艺、莲洲州禾虫	制作的产品有造型和色彩符号，但很难找到结合点
非物质	传统民俗	斗门水上婚嫁、装泥鱼、斗门赵氏家族祭礼、七月三十装路香、中秋对歌会、淇澳端午祈福巡游、大万山岛天后诞庆典、装禾虫、斗门莲州地色、斗门莲州舞龙、金花诞、桂山岛天后诞、三灶海上龙舟赛、莲洲州赛农艇、斗门龙舟赛、唐家三庙神诞系列、外伶仃岛北帝诞	有鲜明的艺术形象、可提取造型、色彩、图案等符号

续表

非物质	传统技艺	一指禅推拿、横山鸭扎包、三灶竹草编织、大休丝古琴斫造工艺、孙氏踩晓理筋术、花袖、药线灸疗、横琴蚝生产技艺、浸泥艭、斗门装风鳢、湾仔官酿梅子酒酿造技艺、三灶剪纸、造贝林九棍、三灶蚝油制作技艺、岭南苏裱技艺	偏手工技法，没有明确的语义的显性特征
	传统音乐和舞蹈	沙田民歌、三灶民歌、白蕉客家竹板山歌、三灶八堡歌、鸡山牛哥、斗门醒狮、干务飘色、前山凤鸡舞、八音锣鼓、三灶鹤舞鹤歌、荔山佛家拳、三灶狮舞、小林咸水歌	有声音和动作，情境感强，部分色彩和造型符号感强

5. 设计实践案例

5.1. 设计方法

珠海将城市文化资源运用于文创产品的创意设计，必须从选择最具代表性的城市文化元素入手，对其进行深度挖掘；本研究从莫里斯的“三分”理论出发，对特定的符号进行了语义、结构和语用分析，并从中提炼出其形式化的特点。在设计过程中，通过直接引用、重构分割、功能创新、内容创新等方法，对符号的造型、图案、色彩、纹理进行重构和再设计，保持符号的隐性特征，并结合时代特征、目标用户的审美偏好等因素，对符号进行重构，加强用户与产品的关联性，最后设计出一款有城市特色的文创产品(如图 2 所示)。



Figure 2. Innovative design methods of urban cultural resources in cultural and creative product design

图 2. 城市文化资源在文创产品设计中的创新设计方法^①

5.2. 珠海典型的物质城市文化遗产设计案例——珠海爱情邮局灯塔

珠海爱情邮局灯塔(如图 3 所示)于 20 世纪初建成，又称海滨泳场灯塔，是珠海最有名的海景标志。这座高 18.25 公尺，直径 7 公尺的灯塔造型，融合了地中海风格的大海元素，与这座新修葺过的海边游泳池形成了鲜明的对比。灯塔上挂着一盏黄灯，这是当时海上的一种辅助灯塔。珠海爱情邮局灯塔因其独特的地理位置及浪漫的传说而闻名于世。珠海爱情邮局位于珠海市香洲区情侣南路，集灯塔与邮政为一体。如今，灯塔已成了珠海市的一大旅游胜地，里面还设置了一个邮局，供游人观赏风景，拍照留念，购买特色明信片，写情书，寄情书，俨然成了珠海市的地标。

珠海爱情邮局灯塔是一幢充满浪漫气息的建筑物，有“爱情圣地”之称，它原是珠海港湾的航标，后被改造成爱情邮局。已成为珠海的一大旅游胜地，也是珠海市标志性建筑的重要标志。以爱情邮局灯塔为例，用“三分法”对其进行分析，其意义在于爱情邮局灯塔的形态要素及其隐含的象征意义；爱情邮局灯塔是一座集邮局与灯塔于一身的建筑物，具有多种功能。语构是一种多用途的用法，按照其不同的用法可以应用于不同的场合；灯塔是一种塔形的、发光的航标，建造在重要的航道上，用来指引船只，或者指出危险区域，为船只指明方向，所以，人们把照明和指路作为一种语言。

在当今社会，人们对多功能、有文化意义的产品的要求越来越高，可以在一个产品上满足他们的各种需要，因此，将以爱情邮局灯塔为灵感来设计多功能套组(如图 4 所示)，从爱情邮局灯塔的意义中抽取

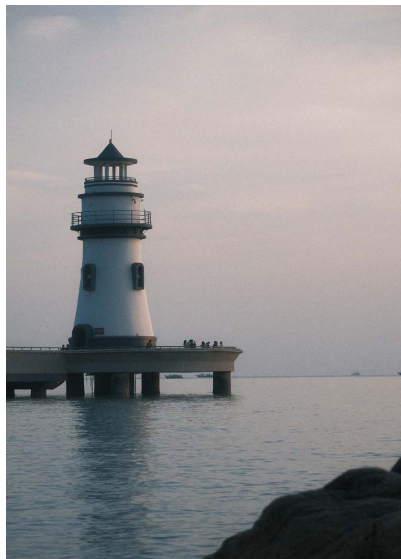


Figure 3. Zhuhai love post office lighthouse
图3. 珠海爱情邮局灯塔^②

出了整个形态要素，再以大海的蓝色赋予产品色彩，使其具有了一种亲切的感觉；再以语构上的多功能为基础，设计出一套包括灯、音响、驱蚊器等多功能的家用套组(如图5所示)，可以根据不同的时间、不同的需求，将这些套组拆开使用在不同的场合；再加上灯塔的照明功能，这一套的睡眠灯，可以让使用者在晚上的时候，用来照明自己的房间。最后完成了多功能组合的设计效果。这一套组合的设计在使用时，让用户看到的设计的整个外形，就像珠海的爱情邮局灯塔，起到宣传珠海地区的地方文化的效果；还可以在不同的场合下使用，满足了用户的多用性，并形成了一种极具珠海地方特色的文化创意。



Figure 4. Multifunctional set design
图4. 多功能套组设计^①



Figure 5. Design a multi-functional home kit including lights, speakers, and mosquito repellents
图 5. 设计包含灯、音响、驱蚊器多功能的家用套组^①

5.3. 珠海典型的非物质城市文化遗产设计案例——三灶竹草编织

三灶的竹编，是珠海市三灶镇的一种传统工艺(如图 6 所示)，它的主要产品有草席、袖子、筐子、簸箕、棚子、盖子等，有 38 种之多。有些是工具箱，有些是日常用品，有些则是作为礼物送给别人的，如坎花手袖，蟹脊黄线骨头篷，五边花簸箕，藤耳礼担箩仔。自 80 年代以来，伴随着渔村的经济制度改革，传统的生产和生活方式被工业化和都市化的生产和生活方式所取代，渔农的经济开始萎缩，塑料手工艺开始流行，三灶的织造工艺也开始快速地走向没落。目前，整个三灶镇，55 岁以上的老人中，有一、两种会编织手艺的，但会编蟹脊黄线骨头篷、五角花簸箕、藤耳礼担箩的，不超过 30 个。

竹编工艺是一种传统的手工艺，可以通过与现代文创产品相结合，创造出独特的产品。通过符号学“三分法”进行分析，从语义上，竹编工艺所使用的材料是竹子，可直接转换成可视化产品，它具有造型、色彩、纹理等主要特征。而竹子自身也具有象征性意义和文化内涵。从语构上，技艺与历史、文化等相关，通过产品可以解读特殊的文化意蕴。语用上，技艺的可视化设计，通过情节设定、人物角色等，要符合用户的需要。基于此，从三灶竹草编织中得到了设计竹编书立(如图 7 所示)的启发，将其应用于现代产品书立设计中，与其他材料相结合，创造出更具有创意的产品；尝试突破传统，将其技艺运用在使用率较高的书立设计中，整个书立的外形采用三灶竹编技艺，且书立具备多功能的特点(如图 8 所示)，符合现代用户需求，以文具产品出发，让年轻一代更加清楚的了解三灶竹编技艺，使三灶竹编技艺得到传承，将技艺继续传承下去。



Figure 6. Sanzao bamboo weaving
图 6. 三灶竹编^②

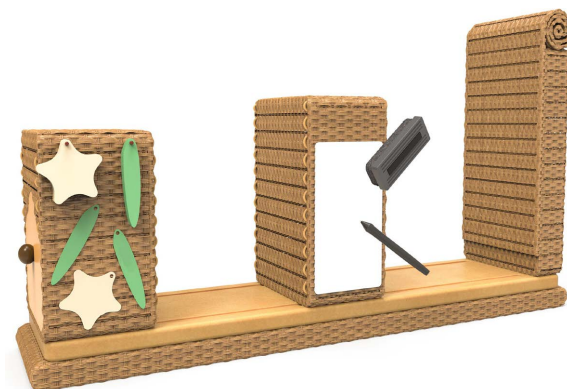


Figure 7. Bamboo bookend
图 7. 竹编书立^①

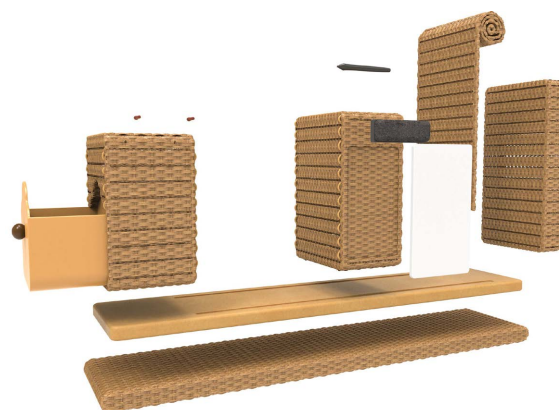


Figure 8. Split view of bamboo bookend
图 8. 竹编书立拆分图^①

6. 结论

城市特色文创产品是将文化与设计相结合的一种形式，是旅游产业的一个重要组成部分，对推动当地经济的发展起到了很大的推动作用。本研究以珠海的文化旅游资源为研究对象，选取具有代表性的项目，运用莫里斯符号学的语义、语构、语用等方法，寻找建筑、传统工艺等中的设计要素，并将其运用到文创产品中，提升其文化属性与区域特征。城市文创产品设计的核心，就是利用设计符号学的理念，将独特的城市文化、地域文化和时代文化精华，紧密的凝聚在文创产品之中，对当地的优美风光、淳朴民风起到宣传和传播的作用，更好地传承和弘扬民族文化，城市文创产品将不再是一种简单的产品，而是一种具有传播的形式感的艺术载体。

注 释

①图 1、图 2、图 4、图 5、图 7、图 8、表 1 来源：自绘

②图 3 来源：自摄

③图 6 来源：广东省人民政府地方志办公室网站 https://dfz.gd.gov.cn/zjgd/content/post_4229519.html

参考文献

[1] 殷科. 巴楚文化元素在产品中的应用[J]. 包装工程, 2016, 37(6): 151-154.

<https://doi.org/10.19554/j.cnki.1001-3563.2016.06.036>

- [2] 赵毅衡. 符号学作为一种形式文化理论: 四十年发展回顾[J]. 文学评论, 2018(6): 146-155.
- [3] 李乐山. 产品符号学的设计思想[J]. 装饰, 2002(4): 4-5. <https://doi.org/10.16272/j.cnki.cn11-1392/j.2002.04.001>
- [4] 应艳, 陈炬. 天一阁之符号意象与文创产品设计研究[J]. 包装工程, 2018, 39(6): 127-132. <https://doi.org/10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.06.025>
- [5] 郭鸿. 对符号学的回顾和展望: 论符号学的性质、范围和研究方法[J]. 外语与外语教学, 2003(5): 9-12.
- [6] 高丽娜. 从创造到意义——基于观念更新的文化创意产品研究[J]. 美术研究, 2019(3): 122-123. <https://doi.org/10.13318/j.cnki.msyj.2019.03.037>
- [7] 何家欢. 诸葛八卦村图形符号学研究及文创产品应用[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江理工大学, 2018. <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD201802&filename=1018045385.nh>
- [8] 张述超. 山西地方民俗产品设计中符号学研究[D]: [硕士学位论文]. 太原: 太原理工大学, 2016. <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD201602&filename=1016714423.nh>