

# 美育视觉下甘肃传统文化文旅产品的设计

姜琦璐

(甘肃政法大学艺术学院 730070)

**摘要:** 传统文化文旅产品设计基于美育视觉, 满足市场需求的传统文化文旅产品是美育的终极目标。美育视觉下, 促使甘肃传统文化文旅产品发展迎来全新契机, 为了将甘肃传统文化特色与美育视觉背景充分结合, 甘肃充分把握这一良机, 设计出以美育为载体, 满足市场需求的旅游文化产品, 有效促进甘肃传统文化与旅游文化事业创新, 将文创与传统文化相结合, 打造出广受喜闻乐见的文旅产品, 全面改善甘肃旅游文化事业运作及发展模式。有鉴于此, 文章基于甘肃传统文化文旅产品的研究背景, 探讨甘肃传统文化文旅产品设计与美育视觉背景相结合的重要意义, 明确美育视觉下甘肃传统文化文旅产品设计应当遵循的规律, 就美育视觉下甘肃传统文化文旅产品的设计路径进行相应探讨。

**关键词:** 美育视觉; 甘肃; 传统文化; 文旅产品; 设计

**引言:** 传统文化是文明演化汇集而成的反映民族特质和风貌的文化, 是各种思想文化和观念形态的总体表现, 让全社会了解传统文化, 借以认识民族的根基、认识文化的意义, 自据地关心传统文化, 是文化产业的本质所在。自先秦时期起, 甘肃地区便具有丰富的传统文化, 甘肃传统文化是地域智慧的结晶, 是优秀文化的代表, 其传承需要与时代接轨, 并融入现代生活, 但是, 在当今经济社会环境中, 甘肃传统文化的传承困难重重, 大量工艺或艺术形式因为难以承继而濒临失传<sup>[1]</sup>。因此, 文旅产品成为一种良好的媒介, 能够将甘肃传统文化与产品设计进行结合, 通过寻找两者的共同特征, 让传统文化鲜活起来, 通过文旅产品丰富甘肃旅游文化产品内涵。

## 一、甘肃传统文化文旅产品的设计背景

传统文化文旅产品的开发, 对传统文化旅游活动的开展能够产生重要的影响, 是现阶段我国发展地域性民俗文化风情旅游的主攻方向之一。回望甘肃, 甘肃历史跨越八千余年, 是中华民族和华夏文明重要发祥地之一, 同时也是中医药学的发祥地之一, 被神州大地誉为“河岳根源、羲轩桑梓”相传, 中华民族人文始祖伏羲、女娲和黄帝均诞生在甘肃。在甘肃泾川, 现有七项国内外罕见的西王母文化遗产, 泾川“西王母信俗”已经被列入国家非物质文化遗产名录, 周人崛起于庆阳, 秦人肇基于天水、陇南, 汉武帝在收复河西走廊后打通“丝绸之路”, 河西走廊在大唐撑起长安城半数繁华<sup>[2]</sup>。看今朝, 甘肃地区人口 2490.02 万人(2021 年常住人口), 已经成为多民族省份, 而东乡族、裕固族和保安族为甘肃独有民族, 丰富的民间文化艺术是甘肃各族人民传承传统文化的重要载体, 多民族文化共同组成了甘肃传统文化, 其与汉族精英文化和书写文化分流并处, 共同构成了甘肃地域性文化的万千气象, 集百家大成于一身, 极大程度上丰富了中华民族优秀传统文化的深刻内涵。根据国家第一批非物质文化遗产名录、第二批非物质文化遗产名录和甘肃省省级非物质文化遗产名录, 甘肃地区的传统文化主要涉及到民间文学、民间音乐、民间舞蹈、传统戏剧、曲艺、民间杂技与竞技、民间美术、传统手工技艺、传统医药、民俗等多种类型, 丰富的传统文化为文旅产品的开发和设计提供了较为广泛的思路和灵感, 为打造甘肃传统文化文旅产品品牌夯实坚定的文化基础。

## 二、甘肃传统文化文旅产品设计与美育视觉背景相结合的重要意义

### (一) 有利于甘肃地区传统文化的保护与传承

几千年来, 甘肃地区各民族一直在这块华夏文明重要发祥地上繁衍生息, 他们缔造了与厚重的物质文化、精神文化和生态非物质文化, 传统文化可谓是多姿多彩, 瑰丽独特, 例如, 敦煌莫高窟、万里长城嘉峪关和麦积山石窟等是甘肃星罗棋布的非物质文化遗产, 花儿、环县道情皮影戏、土族格萨尔被列入联合国教科文组织

人类非物质文化遗产代表作名录, 秦腔、陇剧、高山戏、庆阳香包绣制、夜光杯雕、太昊伏羲祭典等 83 项传统文化被列为国家级非物质文化遗产代表性项目, 崆峒派武术、民勤骆驼客等 493 项传统文化被列为省级非物质文化遗产代表性项目。但是, 伴随时代变迁, 经济社会大量涌现新事物, 众多传统文化因缺少鲜活力量的融入, 大量工艺或艺术形式因为难以承继而濒临失传, 因此, 基于美育视觉下设计甘肃传统文化文旅产品成为本文研究重点<sup>[3]</sup>。在设计甘肃传统文化文旅产品的过程中, 要以承继和发扬甘肃传统文化为基本, 设计出顺应经济社会发展、符合现代生活所需、具有现代艺术价值、深受年青一代喜闻乐见的文旅产品, 在此过程中, 美育视觉为甘肃传统文化发展提供更高整合度的平台, 文旅产品设计可以充分糅合甘肃传统配色、图案、文理、人物、事件, 继而呈现出具有地域性特征的优秀文旅产品。

### (二) 有利于甘肃地区旅游文化产品的宣导与推介

旅游文化产品从文化旅游资源、服务消费业态产品和特色消费商品等角度, 整体体现出甘肃对外开放的身姿和厚植于心的人文气息。作为甘肃的品牌特色, 旅游文化产品能够带来特殊的记忆点, 一个好的文旅产品同样如此, 其能够在突出传统文化特色的同时, 在文旅产品的精神文化内涵和科技含量中赋予大量设计精力, 研发出具有更高品质、更多数量、更受人民群众欢迎的文旅产品, 促使这些文旅产品达到在历史性、时代性、思想性、观赏性、科学性、趣味性、知识性、通俗性等方面的完美结合, 促使更多的人民群众将具有传统文化内涵的甘肃文旅产品带回家。因此, 甘肃传统文化文旅产品设计与美育视觉背景相结合, 有利于甘肃地区旅游文化产品的宣导与推介, 旅游文化产品能够充分展示甘肃地区的风土人情, 促使更多人萌生去甘肃旅游的心理预期和市场需求。

### (三) 有利于甘肃地区旅游文化产品的开发与研究

甘肃旅游文化产品的开发与研究具备得天独厚的传统文化资源, 目前, 一部分已经得到有效利用, 取得较好的经济效益和社会效益, 但是, 当前甘肃传统文化文旅产品开发和研究仍然处于探索阶段, 在文旅产品设计和研究中存在不可忽视的问题, 对甘肃旅游产业发展产生较大程度上的阻碍。大部分传统文化文旅产品的类别较为单一、吸引力不足, 产品缺乏特色、创意不足, 产品宣传力度不足、知名度较低, 专业人才匮乏、普遍素质不高。基于美育视觉, 通过美育与传统文化融合进行文旅产品设计, 将会从根本上改变甘肃传统文化文旅产品开发与研究, 依靠美育视觉对产品设计、开发、宣导、销售和服务进行全盘优化<sup>[4]</sup>。

## 三、美育视觉下甘肃传统文化文旅产品设计应当遵循的规律

### (一) 关注文旅产品的地域性特征

文旅产品假如在设计上缺乏对地域性文化的解读, 将会造成传

传统文化趋同,缺乏创新点,设计出的文旅产品将会丧失辨识度,并不能充分代表甘肃地方文化特色。现阶段的经济社会盛行个性化与创意性,通过现代设计能够充分表现地域性文化特征,唤醒地域性民族自信心,促使地域性风土人情焕发活性,提升地域知名度,促进地方性经济发展,对传统文化予以传承和保护。因此,在美育视觉下进行甘肃传统文化文旅产品设计可以针对甘肃传统文化进行文化地域性文化特征提取,创造出能够代表甘肃地域性特征的文旅产品。

#### (二) 关注文旅产品的精神性特质

在文旅产品的设计上不仅需要关注文旅产品的外在形态,同时要兼顾到传统文化的内在表述,通过对传统文化的提取,进行设计应用,力求设计的生动和形象,继而正确的解读和利用设计方案,创造出具有经济价值的产品,对优秀的传统文化的承继与弘扬产生促进。甘肃传统文化最大的特性在于其所具备的深厚文化底蕴,只有在文旅产品设计过程中,充分挖掘其文化内核,才能避免在文旅产品设计上过度设计、过度包装。

#### (三) 关注文旅产品的实用性内涵



图1 “池昼哥”彩绘木面具

进行文旅产品设计的过程中,应再实用性上进行深加工,促使文旅产品能够以新奇且有趣的丰富内涵、强烈且突出的实用性质博得人民群众的认可。在射击中,可以通过对传统文化的了解和观察,提取文化元素中的色彩、文理、造型等,通过具象化表征处理,设计出具有甘肃地域性特征的优秀文旅产品<sup>[5]</sup>。例如,陇南白马藏族文旅产品设计中,充分挖掘“池昼哥”传统中的面具进行产品资源设计,如图1所示,创造了巨大经济效益,有效促进传统文化承继,一个手工打造的“池昼哥”彩绘木面具,在文旅产品价值上能够获得800元人民币,文旅产品开发较为成功。因此,在甘肃传统文化文旅产品设计过程中需要充分借鉴这种方法。

#### (四) 关注文旅产品的创新性手段

创新性手段是推进文旅产品不断焕发活性的内核所在,在经济社会飞速发展的当下,文旅产品的创新性设计手段已经成为产品获得竞争优势的重中之重。为了避免审美过度和文旅产品间产生同质化问题,在进行文旅产品设计过程中,需要持续性秉持创新角度赋予文旅产品原创属性,通过寻求不同种类的方式,从不同视角进行传统文化赋能,增加文旅产品文化附加值。因此,在文旅产品设计过程中,产品定位要紧跟人民群众审美需求、文化需求,对文旅产品进行文化记忆点加持,促使文旅产品具备收藏价值。

### 四、美育视觉下甘肃传统文化文旅产品的设计路径

#### (一) 全产业链布局,打造甘肃特色文旅产品新生态

伴随旅游产业经济发展,独具特色的传统文化文旅产品能够在一定程度上提升地域性经济发展,因此,打造甘肃特色文旅产品新生态十分必要。在此过程中,需要在如下方面予以关注,首先,美育视觉下,将具有审美特色的花儿、环县道情皮影戏、土族格萨尔等人类非物质文化遗产中的文化元素作为甘肃地区传统文化文旅

产品的设计元素,优化产品体验;其次,美育视觉下,将甘肃旅游文化特色与文旅产品设计进行融合,充分利用敦煌莫高窟、万里长城嘉峪关和麦积山石窟等文物志文化遗产打造别具一格的文旅产品。有鉴于此,才有可能在美育视觉下设计出具有甘肃传统文化特色的文旅产品,打造出独具甘肃特色的文旅品牌,进而实现全产业链布局,打造甘肃特色文旅产品新生态<sup>[6]</sup>。

#### (二) 尊重传统文化,赋予甘肃特色文旅产品新体系

在美育视觉下,甘肃文旅产品将全面覆盖地方全部文旅资源,通过广泛取材,进行文旅产品设计,旨在让甘肃传统文化走出去,提升甘肃传统文化知名度。因此,相关部门需要发挥出自身的市场主导作用,鼓励多个行业进行文旅产品的设计与开发,在研究过程中,提供充分的传统文化资源,通过文旅产品这一载体,将传统文化与商品深度进行结合,让千年文化得以延续。与此同时,相关部门要充分理解审美视觉的内涵,对文旅产品的可开发类型进行多方价值考量,既要充分满足人民群众的审美需求,又要在文旅产品上体现出传统文化价值,从而在进行文旅产品设计指导的同时,避免自身对产品开发造成过度干扰,确保群众致富增收。

#### (三) 针对审美需求,建构甘肃传统文化文旅产品新平台

审美视觉为文旅产品开发提供更加专业的渠道,在产品过程中需要用健康的审美观和审美能力去涤荡灵魂,提升设计修养,进而更好地指导产品实践,也可以说,审美视觉为甘肃传统文化文旅产品设计开发提供一个新的渠道,因此,建构一个新平台十分必要<sup>[7]</sup>。在实际建构过程中,为了突出传统文化文旅产品的特色优势,可以进行民俗类型产品、参与性类型产品、表演活动类型产品、旅游购物类型产品的全线开发,通过培养专业人才保护传统文化资源,通过开拓文化市场深耕宣传和促销工作,通过开展地域性合作优化文旅产品经营管理机制。

#### 结束语

美育视觉下,传统文化文旅产品的设计需要接受多方面因素的支持,以此准确把握文旅产品设计开发的大好契机。因此,甘肃传统文化文旅产品设计应当关注文旅产品的地域性特征、文旅产品的精神性特质、文旅产品的实用性内涵文旅产品的创新性手段,通过全产业链布局,打造甘肃特色文旅产品新生态,在尊重传统文化的同时赋予甘肃特色文旅产品新体系,结合审美需求,建构甘肃传统文化文旅产品新平台,为人民群众开发出更高质量的传统文​​化文旅产品。

#### 参考文献:

- [1]张晔,赵薇.旅游文化创意产品设计探究[J].湖北开放职业学院学报.2021(15):108-109.
- [2]崔健,高炳学.文化创意产品设计中的技术应用现状研究[J].工业设计.2022(02):72-75.
- [3]陈新荣,张罗斌.旅游产业升级背景下地域特色旅游文创产品分析及开发策略探究[J].当代旅游.2021(04):8-10.
- [4]刘卓,渠鲲鹏,刘变琴.用文创设计提升农特产品附加值的研​​究[J].湖南包装.2021(06):37-40.
- [5]李步容.非物质文化遗产旅游产业开发模式研究[J].合作经济与科技.2021(15):26-27.
- [6]钟声鸣,郑文乾,赵伟,李山.基于地域文化元素的文创产品设计研究[J].艺术与设计(理论).2021(06):106-107.
- [7]刘部寅.民族地区民俗文化旅游产品开发——以陇南白马藏族民俗文化产品开发为例[J].2019,(17):70-71.

作者简介:姜琦珺(1985.8.4),女,甘肃白银人,硕士学历,讲师,甘肃政法大学艺术学院,研究方向:美术学。