

基于沉浸时尚传播三维模型的近代杨柳青年画符号转译研究

孙凡沁, 王晨萱*

天津美术学院, 天津 300141

DOI:10.61369/ETI.2026010004

摘 要 : 本研究以近25年(2000–2025)天津杨柳青年画符号设计转译为研究对象,以“沉浸时尚传播三维模型”为核心理论框架,提出了未来杨柳青年画符号的设计转译应在“技术赋能–文化赋值–社会连接”的协同路径下,深化其在时尚传播、文旅融合与公共文化建构中的创造性作用。同时,也需警惕过度商业化与技术依赖带来的文化稀释风险,以实现从传统非遗资源向可持续的当代生活美学符号的范式转化。

关 键 词 : 杨柳青年画; 符号转译; 沉浸传播

The Symbolic Translation of Modern Yangliuqing New Year Pictures Study through a Three-Dimensional Model of Immersive Fashion Communication

Sun Fanqin, Wang Chenxuan*

Tianjin Academy of Fine Arts, Tianjin 300141

Abstract : This paper focuses on the translation of Tianjin Yangliuqing New Year painting symbols over the past 25 years (2000–2025) and takes the "Immersive Fashion Communication Three-Dimensional Model" as its core theoretical framework. It proposes that the design translation of Yangliuqing New Year painting symbols should deepen their creative role in fashion communication, cultural-tourism integration, and public cultural construction along a collaborative path of "technology empowerment—cultural valuation—social connection." At the same time, attention must be paid to the risks of cultural dilution caused by excessive commercialization and technological dependence, to achieve a paradigm shift from traditional intangible cultural heritage resources to sustainable symbols of contemporary life aesthetics.

Keywords : Yangliuqing New Year paintings; semiotic translation; immersive communication

引言

非物质文化遗产的当代活化,核心在于其文化符号在新时代语境下的创造性转译与价值再生^[1]。杨柳青年画作为中国北方木版年画的代表,它有明确、富于特色的民俗意象,又有独树一帜的“半印半绘”工艺及明快热烈的色彩体系,故其视觉符号系统极有辨识度。近25年来,在全球化、数字化、消费文化转型诸种因素共同作用下,杨柳青年画的视觉设计实践从工艺保护发展到产品开发,又到体验建构,已有十分清晰的脉络^[2]。然而,当前研究或侧重于历史梳理与技艺记录,或聚焦于具体的文创产品设计策略,缺乏一个能够贯通“文化内涵–设计手法–技术媒介–应用场景–效益产出”的整体性理论框架,以系统阐释其符号转译的内在逻辑与发展脉络。因此,本文旨在以“沉浸传播”理论为核心枢纽,有机整合上述多元视角,构建一个综合分析框架,以期系统阐释近25年来杨柳青年画符号视觉设计转译的发展阶段、内在机制与未来趋向。

一、沉浸传播导向的五维符号转译分析模型的构建

李沁等人提出的“沉浸时尚传播三维模型”(物质层–交互层–价值层)为理解这一进程提供了富有洞察力的理论透镜^[3]。该模型超越了静态的器物认知,强调通过数智技术重构物质存在,通过动态交互激活身体感知,最终在流动的文化网络中实现意义共创与价值认同。这恰恰呼应了杨柳青年画从“墙面张贴之

物”向“可穿戴、可互动、可认同”的当代文化媒介转变的现实轨迹。与此同时,李欣对“创意旅游”的探讨为符号转译提供了市场与场景维度^[4];孔令伟等人倡导的“活态传承”明确了文化根脉与创新原则^[5];李航对“文创融合”策略的归纳则提供了具体的设计方法论^[6]。这些视角共同指向了文旅融合背景下,旅游文创产品所应具备的文化性、创意性、实用性、纪念性等多重属性^[7]。

由于要对杨柳青年画符号转译过程的复杂性、动态性做系统、有层次的分析，故本文以“沉浸时尚传播三维模型”为基本框架，把其“物质层、交互层、价值层”三个层面看作转译演进的三个阶段，由此顺理成章地引出转译实践的五个具体维度：文化根基、设计手法、技术赋能、场景应用、效益产出（如图1所示）。

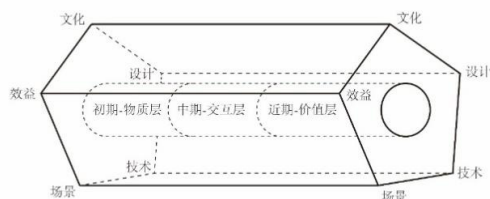


图1 杨柳青年画符号转译三维分析模型图 孙凡沁 2025 年

图1所演示的是天津杨柳青三阶段发展分别对应的沉浸传播模型，即物质层—交互层—价值层，以此作为横向演进轴，三维实践为展开面。第一阶段（物质层驱动）聚焦文化维度提取与设计维度复制，技术维度以传统工艺与初级数字技术为主，场景局限于旅游商品，效益维度以经济与展示方面的价值为主。第二阶段（交互层驱动）在设计维度表现为解构与重组，技术维度引入高级数字工具与社交媒体，场景扩展至日常生活与线上平台，效益维度为审美与教育方面的价值。第三阶段（价值层驱动）强调三维深度融合：文化维度深度叙事化，设计维度IP化与场景化，技术维度由AR/VR/AIGC等前沿科技主导，场景延伸至虚实融合空间，效益维度追求深度文化认同与社会连接。

沉浸传播模型构成了转译过程的动力内核。物质层转译对应符号实体形态的数字化、时尚化再造，要求从静态图案转向具备质感、功能与科技感的“能动性行为者”。交互层转译强调从“观看”到“参与”，通过多感官交互、叙事沉浸与挑战性互动，构建用户与符号的具身认知关系。价值层转译是终极目标，推动符号意义从私域的吉祥寓意，向公共的文化身份认同、社会潮流引领乃至哲学理念传达转变。这一过程本质上也是非遗文化价值从个人实践，到社群代表，最终实现人类共享的三层次生成过程^[8]。

从总体上说，所论的三层架构可以自然地归纳为五个实践层面：第一，是文化根基，即从孔令伟提出的“文化性”原则出发，系统、有层次地挖掘年画中所承载的故事原型、吉祥含义、色彩象征、伦理观念诸种要素，由此确定设计创意的根本来源，也就是要求设计者在创新时遵循文化的本源逻辑^[9]；第二，李航对从“元素复刻”到“创新设计”的策略演进及形式语言的当代转化作了十分清楚、有层次的梳理，即几何化提炼、风格融合、构图法则的现代表达，以及IP形象的系统塑造，由此引出结论优秀的设计当把地域文化元素与产品功能有机结合，做到艺术性与普适性并重^{[7][9]}；第三，技术支撑是指有利于设计实现、传播过程的各种工具及媒介的发展史，即从早期徒手绘制、木板印刷，到中期计算机辅助设计，直至如今的增强现实、虚拟现实、人工智

能内容生成、区块链技术，技术始终在主动、系统地改变符号的生产方式、呈现方式及体验方式。因此数字化手段需要借助数据库建设、虚拟场景再现、新媒体传播诸种方式，为非遗保护、传承、创新都开拓出新的可能性^[10]；第四，从李欣有关创意旅游及实践发展的论述出发，可以分析符号融入诸种具体情境：旅游纪念品、文创产品、时尚服饰、数字空间、公共艺术、教育体验、节庆活动等。由此引出文旅融合给文创产品带来的种种应用场景；第五，从李沁所论的价值流转及孔令伟所论的活态传承目标出发，可以评价设计成果所实现的社会文化效益，即经济收益、文化价值、社会影响及体验价值。因此可知，非遗文创的创新设计既是文化传承的手段，也有利于产业提升，更有利于拓展社会价值、强化国家文化软实力。

二、杨柳青年画符号转译的三阶段

基于上述模型，近25年的转译实践可划分为三个特征鲜明的阶段，各阶段在三维框架下呈现出不同的重心与特点。

第一阶段（约2000—2011年）：物质层主导的“器物复刻期”

本阶段处于非遗保护意识觉醒与旅游市场初步发展的交汇点。转译实践主要集中于物质层，目标是实现年画从“民俗用品”向“文化商品”的初步形态转换。在文化与设计方面：以图案的直接复制、缩放应用为主。常见于纸质复制画、简单装裱的日历、贺卡以及T恤、帆布袋等基础旅游纪念品上。设计思维尚属“贴图”模式，对原初符号的解构与重组较少。在技术维度方面：主要依靠传统的扫描、印刷技术和初级平面设计软件。数字化程度低，交互性几乎不存在。在场景与效益上：应用场景以旅游景点、工艺品商店为主。其价值实现主要停留在经济层面（文化商品销售）和初步的文化展示，旨在满足游客“到此一游”的纪念性消费。交互与深度文化体验缺失，同质化问题初现，如李航所指出的“图案简单移植”。

第二阶段（约2011—2020年）：交互层萌发的“元素解构与文创衍生期”

伴随着文创产业的爆发和大众审美的迭代，转译实践开始由“复制”向“重构”转型。在文化与设计维度，我们看到了非常明显的设计趋势：设计师不再照搬全貌，而是提炼出娃娃、鲤鱼、仕女等核心意象，通过几何化、扁平化乃至卡通化的现代语言进行重塑。文创产品的载体也随之扩充，延伸至家居、文具和饰品，更加强调实用与审美的平衡。设计软件的普及，涌现出多元化的设计风格；社交媒体的介入，打开了初步的线上互动窗口。此时，应用场景已突破景区，渗透进我们的日常生活当中。在效益上，消费者不再满足于单纯持有符号，而是开始追求设计感与话题性，审美与教育价值逐渐凸显。尽管李欣所说的“体验层开发”已露苗头，但深度互动依然有限。这一阶段的实践，本质上验证了“调研—构思—开发”这一专业文创设计方法论的有效性。

第三阶段（约2021—2025年）：价值层凸显的“数字交互与沉浸体验期”

数字化不仅是技术手段，更是非遗实现可持续保护、活态传承与创新利用的系统性策略。在元宇宙、国潮风、体验经济浪潮推动下，转译实践向价值层探索，强调“叙事沉浸”与“挑战沉浸”。在设计与文化维度上：不再局限于单品，转向IP化、系列化、场景化开发。例如，围绕年画IP开发系列漫画、动画短片、游戏皮肤。技术维度上：设计更强调用户的参与和共创。新技术的成熟，如AR/VR/MR、实时渲染、AIGC、成为关键驱动力。技术实现了从“呈现符号”到“营造符号世界”的飞跃。场景维度上：用户可通过AR应用让年画角色“活”起来，或在VR空间中体验年画制作工艺。此时的应用场景极大拓展至虚拟空间，数字藏品、元宇宙展览、沉浸式文旅项目，以及年画主题沉浸式剧场、古镇AR导览、跨界时尚秀场及社交媒体互动挑战。效益维度方面：产出聚焦于深度的文化认同价值、社交价值与沉浸式体验价值。符号转译的目标，是推动用户完成从“接触—感知”到“认知—认同”的跃迁，使杨柳青年画成为承载个体情感与集体记忆的当代文化标识。

三、面临挑战及解决策略

这一转译实践，不仅是对传统图案的当代再造，更是在文旅融合背景下，对兼具文化性、创意性、实用性与纪念性的文创产品体系的系统性探索。然而，这一创新历程面临着多重挑战。首先，在文化层面，对视觉形式与市场效益的过度追求，可能导致对年画吉祥如意、色彩体系与工艺精神的简化或误读，造成文化内涵稀释，偏离了创新中应坚守的“文化根脉性”原则；其次，在技术应用层面，存在对AR/VR等技术的依赖与堆砌倾向，易导致体验内容空洞与形式同质化，未能实现数字化技术与独特文化

气质的深度、有机融合；最后，在价值平衡层面，如何避免非遗符号彻底沦为消费符号，守护其作为公共文化遗产业的教育属性与社会连接功能，是贯穿始终的命题。

杨柳青年画符号的转译欲实现健康可持续发展，必须在批判性创新的原则下，贯通以下解决策略：

第一，深化“技术赋能”，构建智能而人文的体验网络。依托系统化的非遗数字化保护体系，将AIGC、区块链、虚实融合等技术，应用于文化基因的智能挖掘、原创保护的机制构建以及叙事深度的场景营造之中。

第二，聚焦“文化赋值”，推动意义挖掘与叙事创新。设计师需深入提取并转译年画的造型、色彩与题材核心元素，并遵循从深度文化调研到持续市场反馈的完整设计流程，构建跨媒介的“故事宇宙”，使传统寓意与当代全球话语产生创造性连接。

第三，着力“社会连接”，培育参与式文化生态。目的是建立开放共创机制，将符号转译过程转化为连接传承人、设计师、用户与研究者的公共文化实践，使杨柳青年画在时尚、教育、城市更新等更广泛的社会领域焕发活力。

四、结论

总之，杨柳青年画的当代转译，是一项在技术、文化与社会互动中谨慎前行的创造性研究。唯有在理论反思与实践探索中，始终把握创新转化与文化本真性的平衡，善用系统性数字化工具与设计方法，并最终指向文化共享与社会连接的崇高价值，杨柳青年画的艺术符号方能真正超越“器物复刻”与“商业符号”的局限，深度融入当代生活美学，完成其从传统遗产向未来公共文化资源的创造性转化。

参考文献

- [1] 杨慧子. 非物质文化遗产与文化创意产品设计 [D]. 中国艺术研究院, 2017.
- [2] 司陈盛男. 数字化背景下杨柳青木版年画文创产品设计研究 [J]. 美术教育研究, 2025, (15): 41-43.
- [3] 李沁, 程婷, 孙玮晨. 重构数智时代的时尚传播范式: 丝绸沉浸时尚传播的模型构建与路径探索 [J]. 丝绸, 2025, 62(12): 1-8.
- [4] 李欣. 基于创意视角的文化旅游产品设计——以天津杨柳青镇为例 [D]. 天津: 南开大学, 2010.
- [5] 孔令伟, 张佳薇. 文旅融合视角下杨柳青年画元素的活态传承与设计创新研究 [J]. 鞋类工艺与设计, 2025, 5(21): 193-195.
- [6] 李航. 杨柳青木版年画与现代文创设计的融合研究 [J]. 丝网印刷, 2024, (22): 45-47.
- [7] 郑艳玲, 王顺瑶. 文旅融合背景下旅游文创产品设计研究 [J]. 参花, 2026, (01): 80-82.
- [8] 高丙中, 刘乐卿. 世界遗产与人类非遗的文化理念和实践机制: 共享性的三层次生成 [J/OL]. 西北民族研究, 1-10[2026-01-06].
- [9] 邢曼玲, 黄超. 文化传承背景下的非遗文创产品设计 [J]. 艺术家, 2025, (12): 39-41.
- [10] 黄永林. 数字化背景下非物质文化遗产的保护与利用 [J]. 文化遗产, 2015, (01): 1-10+157.