

活态传承理念下河北武安傩戏文化视觉品牌化设计研究

李静¹ 刘静² 杨雅君²

1. 邯郸学院机电学院, 中国·河北 邯郸 056004

2. 邯郸学院美术与设计学院, 中国·河北 邯郸 056004

摘要: 通过对河北武安傩戏文化进行调查和研究, 根据大众需求运用信息设计的视觉元素构建武安傩戏视觉设计素材库, 开展视觉品牌化设计实践探索, 提炼出平易近人的河北武安傩文化品牌 IP 形象, 符号化的“傩”文化品牌标识以及系列文创产品, 取代单一的武安傩戏文化文字信息, 发挥视觉品牌化与非遗文化资源的在地价值, 使武安傩戏文化得到活化传承。

关键词: 武安傩戏; 活态传承; 视觉品牌化

Research on the Visual Brand Design of NuoXi Culture in Wu'an of Hebei Province under the Concept of Living Inheritance

Jing Li¹ Jing Liu² Yajun Yang²

1. School of Mechanical and Electrical Engineering, Handan University, Handan, Hebei, 056004, China

2. School of Fine Arts and Design, Handan University, Handan, Hebei, 056004, China

Abstract: Based on the investigation and research of NuoXi Culture in Wu'an, this paper constructs the visual design material base of NuoXi in Wu'an by using the visual elements of information design according to the needs of the public, the paper refines the approachable IP image of nuo culture brand, symbolic “Nuo” culture brand logo and a series of cultural and creative products, which replace the single cultural information of NuoXi in Wu'an, bring into play the local value of visual branding and non-heritage cultural resources, so that Wu'an NuoXi culture has been revitalized and inherited.

Keywords: Wu'an NuoXi; live inheritance; visual branding

1 引言

河北武安傩戏于 2006 年入选首批国家级非物质文化遗产保护名录, 是在民间祭祀仪式基础上所形成的一种戏剧仪式。笔者认为想要冲破武安傩戏文化关注度低、传播局限等问题, 就要将中华民族的优秀文化基因与现代社会相协调, 以人们喜闻乐见、具有广泛参与性的方式推广开来。在读图时代, 信息视觉化、品牌 IP 化逐渐成为文化传播市场的主流, 河北武安傩戏传承的语境也要跟随其转化的步伐, 适应“IP 大潮玩”时代的发展, 让民众通过非遗品牌增强武安傩戏文化的认知度, 了解其精神内涵, 趋于“活态”, 进行有效传承。

2 构建河北武安傩戏视觉设计素材库

基于前期田野调查、传承人访谈等形式对武安傩戏文化的资料采集, 对河北武安傩戏的艺术形式显性视觉构成元素及隐形语义内涵语境两方面进行解构, 建立河北武安傩戏视觉设计素材库。

2.1 武安傩戏显性元素构成

在对武安傩戏文化具象显性构成元素分析时, 进行不同元素分类提取。例如, 从角色、道具、纹样、场景、色彩表达 5 类元素进行解析。

①角色: 河北武安固义村傩仪活动中人物角色按照形象场域分为三类, 一是以神话传说为原型, 如牛王、马神等。二是以历史演绎为原型, 如关公、赵公明等。三是以农村生活为原型, 如黄虎、大头和尚、小鬼等。不同角色形象均配有相应的傩面具造型, 且其他角色不能套用。例如, 城隍、判官、灶神等傩面具形象大都为头戴乌纱, 净脸, 有胡须; 小鬼则是凸眼塌鼻梁, 绿色小鬼面具头顶上还有几个疙瘩; 黄虎、牛头、马面傩面具造型与动物原型较为相似。这些傩面具造型是在现实原型基础上采用夸张变形加工创造出来用以表现傩戏中民间神话中的神灵、鬼怪及传说中的各类人物的精神内涵的, 这种大胆精简、造型整体的表现手法为傩面具文创产品设计提供了灵感思路, 是傩文化艺术拓展可挖掘的素材, 也是开拓武安傩面具元素融入现代设计的有效途径。

②服饰与道具: 傩戏服装传统质朴、宽大简洁, 与戏曲中角色内涵保持一致。道具多采用当地民俗器物或加工而成, 如开道的锣鼓、黄伞等。将上述具象元素进行提取, 构建素材库。

③图案纹饰: 武安傩戏中的场景、服饰、道具等存在的纹样主要有龙纹、蟒纹、祥云纹、水波纹等具有普遍认知与吉祥如意代指的元素, 承载着武安人民祈福纳吉、驱疫辟

邪的美好期待与精神内涵。在武安傩戏文化素材库构建过程中将此类纹样进行提取、描绘,并标明纹样在傩戏剧目中的出处等信息,便于日后传承产品设计中的应用。

④表演场景与傩戏动作:傩戏在表演过程中场景多变,多处于村内街道、村南广场、露天剧场等地。通常情况下会根据剧目内容设置不同场景,并沿一定线路进行转换。例如捉鬼剧目演绎贯穿游历于村内大街,动作跨度大,激烈而壮大。而审判鬼、处置鬼情节主要集中在村南广场戏台处,动作集中而热烈。

⑤色彩表达:在色彩视觉元素挖掘时,根据武安傩戏的文化内涵和情感诉求,选择合适的色彩搭配方案表达武安傩戏的独特魅力和深厚底蕴。通过武安傩戏色彩元素的搜集及分析发现,傩戏中角色面具及场景道具主要以红、黄、蓝、绿、黑五种色彩应用为主。其色彩艺术表现符合中华民族崇尚道德,如黑色与蓝色代表庄重、威严、神秘等情感信息;红色展现正义、威武的角色形象;黄色主要是特定角色例如黄鬼以及部分神性人物的装扮色彩。傩戏中关公角色面具涂有大面积的深枣红色,运用橘色勾勒五官形态边缘,形成一定的层次,实现了色彩和造型之间的巧妙结合;再如绿脸小鬼面具脸部涂成绿色,红眉毛、红嘴唇,形成色彩上的反差与互补。色彩在其表演场景中的应用主要为塑造其喜庆、火热的表演氛围,红色的灯笼、队旗以及条幅标语,与黄色场景、文字、服饰装扮等,共同向观众传递喜庆的节日氛围,与祈福纳吉的情感表达。

2.2 武安傩戏隐性元素构成

对武安傩戏此类非遗的解读需要注重文化“内核”的挖掘,需要用设计的感知和思维真正深入挖掘表现文化的深层内涵,而不只是单纯的视觉符号呈现。武安傩文化这一民间宗教信仰代表着当地人民对疾苦生活的情感寄托,在隐性语义内涵挖掘时,可通过在地民风、精神信仰和傩戏宗教祭祀的功能性分类中进行提取。例如,从“傩(nuo)”字读音及书写笔画入手,结合时代与文化语境的转变挖掘武安傩戏背后民俗信仰与故事传说,选择符合武安傩戏气质的字体和排版方式,最终确保傩戏文化信息的清晰传达和整体设计的和谐统一。

3 开展视觉品牌化设计实践

视觉品牌设计作为现代设计的重要手段,能够通过图形、色彩、字体等元素,将传统文化元素与现代审美相结合,打造具有独特识别度和文化内涵的品牌形象。随着“中国非遗品牌计划”的推出,对于河北省非物质文化品牌的营销推广研究中鼓励非物质文化遗产创设自身品牌并进行对应的营销推广具有重要意义。由此可见,在视觉化转化设计的基础上建立武安傩戏品牌,形成地域性品牌 IP,将大范围的扩大非遗传承产业,助推武安傩戏文化的活态传播。

在生活中,武安傩戏受场域、礼制限制,不能随时随地的将精神内涵、技艺形式展现在受众面前,而将武安傩戏

文化进行视觉品牌化设计,让大众通过品牌标识、品牌 IP 形象、品牌宣传海报以及贴近生活所需的文创产品更直观的接触并了解武安傩戏非遗项目。

3.1 “傩”视觉品牌形象设计

在前期调研中得知,武安傩戏认的知群体较为薄弱,甚者不知“傩”字的读音。基于“傩(nuo)”这一称谓的独特传承点,将其作为文化元素进行提炼与符号化,打造具有差异化和高度识别度的品牌形象,提升傩戏认知度。视觉识别系统是品牌形象的核心,包括标志设计、色彩搭配、字体选择、图案应用等。在设计过程中,标志以武安傩戏面具为原型,提取傩戏代表人物“白眉三郎”面具中眉毛等部位特征,结合“武安”首字母“W”和“A”,运用现代设计手法进行简化和重构,形成简洁明了、富有特色的品牌标识。在设计风格上注重传统与现代的结合,既要体现武安傩戏的独特文化魅力,又要符合现代审美趋势。同时,通过色彩搭配和字体选择,增强标识的识别度和视觉冲击力。如图 1 是结合傩戏文化在后续市场化过程中形成的“灵傩妙戏”品牌,设计的一款具有识别度和文化内涵的武安傩戏品牌标识。



图 1 “灵傩妙戏”品牌标识,设计者:韩文朋

3.2 武安傩戏视觉品牌 IP 形象打造

随着视觉流量市场的发展,单靠一个 LOGO 图形、一个符号已不能完成品牌在市场中的营销及传播任务,这就需要丰富品牌传播载体,配上 IP 形象,打造多维度的品牌概念。在非遗文化传播过程中更加如此。如图 2 为“灵傩妙戏”品牌 IP 形象原型,在设计过程中分别提取傩戏代表人物白眉三郎、黄虎以及大头和尚等角色的面部标志性特征,遵循简洁、便于延展的原则,不但要“形似”也要“神似”。赋予品牌“人格化”IP 形象设计可以让品牌更加生动、鲜活,便于人们了解和熟知,增加武安傩戏文化的识别度。

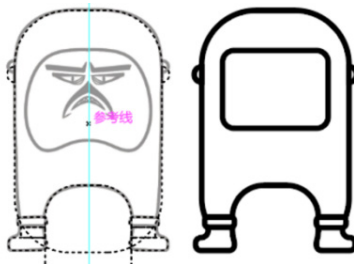


图 2 “灵傩妙戏”品牌 IP 形象,设计者:韩文朋

在进行视觉品牌 IP 形象设计之前,需要明确武安傩戏的目标受众、市场定位以及传播策略。这有助于设计团队更

好地理解品牌的核心价值和传播需求。基于 90 后、00 后对于盲盒喜爱,对于新时代人群,在“灵雉妙戏”品牌 IP 形象原型基础上进行 3D 化立体建模,通过挖掘雉戏文化品牌的人性,赋予性格、文化、价值观,形成雉小妖模型设计,开发雉小妖 IP 爆款盲盒产品,见图 3。雉小妖 54 款盲盒产品的体态特征、纹饰纹样、服饰配色等均提取于雉戏的经典人物造型及特点,采用不同的材质与配件来对应不同价位的雉戏模型。通过产品认识雉文化的传承,挖掘雉文化的核心。



图 3 雉小妖模型设计,设计者:韩文朋

在雉小妖盲盒的外包装产品设计上,为每一款模型设计带有雉戏专有文化的专属资料卡,将模型资料与雉戏剧中人物相关联,让消费者以收集雉戏经典剧目中的所有人物为兴趣来提升产品流量,发扬与传承雉戏文化,见图 4。



图 4 雉小妖盲盒,设计者:韩文朋

3.3 武安雉戏品牌主视觉设计

利用数字媒体平台和技术手段,将武安雉戏精神文化内涵中所提取的元素进行整合,设计一系列武安雉戏的传播内容,如制作武安雉戏的宣传片、动画短片、H5 页面等,通过生动的视觉形象和有趣故事情节,运用现代多媒体技术、动态图形设计、交互式体验等方式,拉近受众对于雉文化内涵的理解,增强受众对于雉文化的吸引力和互动性。同

时,通过参与各类文化活动、艺术展览、旅游节庆等,推广武安雉戏的视觉品牌,传播武安雉戏的文化。结合当地特色产业和旅游资源,开展品牌营销活动,提升武安雉戏品牌的社会影响力和经济效益。提高武安雉戏的知名度和影响力。

3.4 武安雉戏文化创意产品设计

从武安雉戏的视觉元素中提取具有代表性的符号和图案,如面具、服饰纹样等,通过现代设计手法进行重构和再创造,形成具有独特风格的视觉元素。运用河北武安雉戏中的特色元素进行视觉创作,注重文创作品与受众之间的情感共鸣,设计出契合现代日常生活、兼具视觉审美和文化传播作用的文化创意产品设计,通过视觉语言传递武安雉戏的文化内涵和价值观念,促进受众认知,助力文化传播。例如,挂巾、鼠标垫、手机挂绳、抱枕等产品,将文化产品与现代生活相结合,改善非遗活态传承困境,发扬雉文化。

4 结语

通过对河北武安雉戏这一传统民俗文化开展视觉品牌化设计,创设非物质文化遗产武安雉戏文化自身品牌,重塑当代人们对于民俗类非遗文化的古朴、刻板印象,以现代传播形式让人们重新热爱并了解雉戏文化。在其传承中拓展出非遗项目专属的品牌形象、品牌 IP、衍生文创产品,既展示出非遗文化及所在村落的潜在文化价值,又打造出非遗资源与视觉品牌化的在地价值,助推乡村振兴。

参考文献:

- [1] 梁天.习近平外交话语中的优秀传统文化基因研究[D].上海:华东政法大学,2020.
- [2] 李静.河北武安雉面具视觉艺术传承与拓展[J].大众文艺,2019(8):72-73.
- [3] 马鑫.武安雉戏视觉元素提取与衍生设计研究[D].秦皇岛:燕山大学,2021.
- [4] 李瞳.从娱神到娱人——论固义村雉戏的文化自觉与焦虑[J].大舞台,2023(6):77-81.
- [5] 张金鸥.河北省非物质文化遗产品牌的营销推广研究[J].现代营销(经营版),2020(3):2.

作者简介:李静(1986-),女,中国河北邯郸人,硕士,党总支部书记、副教授,从事艺术设计研究。

课题项目:2022年河北省社会发展研究课题“活态传承理念下河北武安雉戏视觉品牌化设计研究”(项目编号:20220303017)。