

非遗传承视角下的文创品牌设计研究

——以高淳傩舞“跳五猖”为例

黄睿

爱丁堡大学, 爱丁堡艺术学院, 英国 爱丁堡

收稿日期: 2023年5月17日; 录用日期: 2023年6月23日; 发布日期: 2023年6月30日

摘要

高淳“跳五猖”是江苏省的非物质文化遗产,是具有代表性的傩文化传统民俗,尤其是独特的面具形象和文化内涵,使其成为高淳地区的代表性名片,但是由于宣传手段的单一以及文化老龄化等问题,导致其越来越远离日常生活。为了更好地宣传这项传统文化,本文通过市场上现存的“跳五猖”文创产品,提取“跳五猖”的艺术特色,深入分析“跳五猖”在非物质文化遗产传承中面临的困境,发掘传统文化的内涵,确立品牌的定位,推动非物质文化遗产的活态化传承。

关键词

“跳五猖”, 文创设计, 活态化传承, 非物质文化遗产

Cultural and Creative Brand Design Research from the Perspective of Inheritance of Intangible Cultural Heritage

—Taking Gaochun Nuo Dance “Tiao Wu Chang” as an Example

Rui Huang

Edinburgh College of Art, The University of Edinburgh, Edinburgh UK

Received: May 17th, 2023; accepted: Jun. 23rd, 2023; published: Jun. 30th, 2023

文章引用: 黄睿. 非遗传承视角下的文创品牌设计研究[J]. 设计, 2023, 8(2): 822-828.

DOI: 10.12677/design.2023.82100

Abstract

The Tiao Wu Chang of Gaochun is an intangible cultural heritage of Jiangsu Province and is a representative traditional folklore of Nuo culture, especially the unique mask image and cultural connotation, making it a representative business card of the Gaochun area. However, the single means of communication and the “aging” of the culture have led to its increasing isolation from everyday life. In order to better promote this traditional culture, this paper extracts the artistic characteristics of “Tiao Wu Chan” through a review of the existing “Tiao Wu Chang” cultural and creative products in the market. Through an in-depth analysis of the dilemmas faced by “Tiao Wu Chang” in the transmission of intangible cultural heritage, the paper explored traditional culture’s connotations, established its brand positioning, and promoted the active inheritance of intangible cultural heritage.

Keywords

Tiao Wu Chang, Cultural and Creative Brand Design, Active Inheritance, Intangible Cultural Heritage

Copyright © 2023 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. 前言

南京有许多优秀的传统民间文化，“跳五猖”是南京的非物质文化遗产之一，主要分布在南京高淳区，可以说是高淳地区最为代表性的传统文化象征。“跳五猖”是傩舞的一种，常在庙会举行期间表演，展现了高淳民间的传统民俗和思想文化，是极具特色的艺术瑰宝，中央民族大学中国少数民族研究中心教授祁庆富曾经说过“非物质文化遗产真魂在于活态传承”[1]，面对在现代社会中日渐暗淡的非遗文化，更加要采取创新的活态传承手段，文创作为非遗宣传的有力载体，如何将非遗内涵传承到位并且帮助非物质文化遗产在百花齐放的文创市场中脱颖而出尤为重要。本文以高淳地区的非遗“跳五猖”为例，分析现存的问题，提取艺术特色，为创造特色化非遗文创提供相应的创新传承借鉴策略。

2. “跳五猖”概述以及特色分析

“跳五猖”属于南京高淳区非物质文化遗产中的一种，甚至可以说是高淳传统文化中的代表性民俗，高淳定埠的“跳五猖”已被列入江苏省非物质文化遗产，高淳地区的“跳五猖”最早出现在唐代，在宋代期间从宫廷慢慢流入民间。“跳五猖”一般以村为单位举办，是高淳重要的祭祀仪式，在古代，“跳五猖”就是因驱散妖魔灾害而生，且在道教和巫文化的影响下，又极具宗教色彩，通过表演不同的阵法和剧情来庇佑祈福，不过，这项表演的产生也具有一定的迷信因素，随着现代化的进程，这种迷信因素也逐渐减少，表演者也从巫师到村民发生了地位的变化，越来越多的娱乐化形象也加入到了“跳五猖”中，比如道士，和尚等角色的加入。在节假日的期间举办供人观赏娱乐，形成了现在具有休闲娱乐性质的传统民俗表演[2]。

中国民间的面具文化已经有了上千年的历史，面具的种类繁多，特色鲜明。大体可以根据地域的南北差异和民族差异分为两种，萨满文化和傩文化，而“跳五猖”的面具就是傩文化中的一种[3]。从它的

表演形式来看,最具有特色的是“跳五猖”中的角色形象表现,尤其是不同角色佩戴的面具。其中的五猖指的是五方帝君,即东方苍帝,南方赤帝,中央黄帝,西方白帝和北方黑帝,分别代表木,火,金,水,土五行,他们都有着不同的代表色彩,分别为蓝色,红色,黄色,白色和黑色,并且整个祭祀仪式中所涵盖的服饰和道具华盖等,都是由这几种颜色相配而成的。

“跳五猖”的五位猖神面具颜色艳丽,为“彩面具”,但除了这五猖神形象,在“跳五猖”的发展中,也不断的有新的角色加入表演,尤其是和传统儒、释、道文化结合,出现了道士,土地,判官,和尚等四位附神,这些角色更加具有民间性,与五位猖神的脸壳类面具形式不同,附神的面具是套头面具,形象更贴合人体形象和结构,讲究三庭五眼,皆为笑面,颜色也更加的朴素,为“素面具”[4]。

从面具上的造型角度分析,猖神面具的形象都很饱满,双目圆睁,嘴吐獠牙,造型夸张,从而达到“驱逐鬼怪”的视觉效果,面部看起来更加具有“神性”。制作工艺讲究且复杂,都需要从上底色,贴金,画彩,描金等步骤,还要加上不同的头部装饰,从角色形象上来看,面具上有着很多特色,飞舞的眉毛,火焰纹样的胡子,突出的眼睛,如意状形态的鼻头,额头处太阳造型的符号,以及太阳穴处的云朵纹等金色的脸部纹样是猖神面具最大的也是最基本的特色,也是不容忽视的部分。所以,可以说“跳五猖”的面具是正常表演最具有特色的部分。

3. “跳五猖”文创设计开发面临的困境

随着科技的进步,很多古老的生活方式都已经不再适用于现在的生活,但是单一简约的现代化生活有时无法满足人们内心个性化需求,所以,丰富的非物质文化遗产渐渐受到重视,用来丰富现代的生活,于是,非物质文化遗产的现代化呈现新方式是将非物质文化遗产和现代生活契合的关键点。其实,通过观察分析高淳的民俗“跳五猖”的现状,会发现在传承方面面临着很大的困境,虽然已经被列入江苏省非物质文化遗产名录,但是仍然有许多的不利因素影响着“跳五猖”的发展和宣传,导致“跳五猖”的传承队伍日渐萎缩,表演人数也渐渐变少,慢慢淡化在社会生活中,甚至在新生代人群中,对这项传统非遗的认知非常局限。对于这种现状,既有社会的外在影响,也有自身发展策略的不足。本文将它们主要分为三点来分析。

3.1. 远离大众生活

“跳五猖”的起源是具有功能需求的,人们受到巫文化的影响,需要进行“跳五猖”仪式来庇佑驱邪,而现在,相比老一代,大家都有了正确的科学观,不会将降妖除魔的观念用于日常的生活中,从而傩舞的应用范围大大的缩水,以至于年轻一代的当地人都不了解傩舞“跳五猖”的形式与传承。所以,“跳五猖”等传统民俗已经远离了人们日常的衣食住行,并且在当下,极简主义等审美越来越占据主流审美,这些具有宗教色彩的“祭祀”风格变得更加边缘化,再加上“跳五猖”的实用性低,现今也只是作为娱乐性传统民俗活动来举办,就更加脱离日常生活了。所以,通过现代化创新手段对传统文化进行改造创新刻不容缓,让“跳五猖”重新走向大众视野才是宣传“跳五猖”的第一步。

3.2. 缺少文化内涵的表达

其实,“跳五猖”虽然作为高淳地区最有特色的传统民俗之一,但并不是家喻户晓的,对一些新时代00后,甚至从来没看过“跳五猖”的表演,近年来,高淳“跳五猖”为了宣传和传承,也举办过一系列活动,也有一些IP和文创设计运用在了“跳五猖”的推广中,但是达到的效果却微乎其微,正是缺少了独特的文化内涵,五猖神的面容其实都是具有“凶神”性质的,是为了驱散妖魔而生的形象,也是猖神面具想要传达出来的重点,所以,现存的一些笑面猖神形象,无法看出想要传达的基本内涵。

正是因为缺少了品牌的独特性，“跳五猖”现存的文创展现方式无法成为消费者的记忆点，除了最具特色的面具，其实“跳五猖”还有很多的特色以及内涵可以表达，比如说“跳五猖”的面具制作工艺，舞蹈表演的阵法，都是切入的重点。可以在不同的文创产品上体现多样的文化内涵。

3.3. 呈现载体单一

本研究查找了一些现存的文创产品，如图1所示，仅仅存在单一的IP形象，并且运用在了大部分文创产品和包装上，这些文创产品的呈现方式单一，大多是局限在平面图形上，将一系列平面化的IP形象不断的，重复的运用，导致产品的同质化明显，很多都是同类不同样，会造成消费者的审美疲劳，且很难与日常的生活产生联系，但是一个文化并不是单一的，是有丰富的步骤和元素所组成的，好的文创产品就需要打破这种“传统”，减少简单复制单一的文创产品。与此同时，也需要注意产品的精致度与合理的价格。所以，价格适中，形式多样且不缺少精致度的产品才符合消费趋势，参考最经典的故宫文创设计，经典元素的提炼并不仅仅运用在平面的包装上，通过不同的主题文化，将文创产品以多元的载体融入到消费者的生活，比如口红，服装，玩具等，故宫文创将一些故宫特色建筑结构运用在积木上，增加了文创的互动性，呈现方式也更加的独特[5]。



Figure 1. Existing cultural and creative products for “Tiao Wu Chang”
图1. 跳五猖现有文创产品^①

4. “跳五猖”文创品牌创新设计

随着近年来的发展，对于民俗非遗文化的传承，新的传承方式层出不穷，如何在众多非遗文化中崭露头角，弘扬自身传统文化，收获社会的关注度，就需要表现形式的创新与现代化的结合，通过剖析传承现状中存在的弊病，创造传承方式的多样化，提取非遗特色，将现在文创以及品牌融合到非物质文化遗产的传承中，确立品牌定位，推出优秀的文化文创产品[6]。尤其是要注意“跳五猖”的多种风格元素集合，从面具带来的视觉形象和“跳五猖”所要表达的精神内涵等多方面进行研究[7]。

4.1. 宣传多元化

在众多文创品牌中，三星堆的文创设计算是出类拔萃的，同样也是面具文化，但三星堆能依靠文创作品获得宣传度，核心因素之一莫过于形式的多样化，不仅仅有三星堆系列的盲盒推出，也有三星堆雪糕，冰箱贴和书签等，如图2所示，结合创意与美学，将祭祀文物和面具的形态提取，做成鼎形态的杯具，利用三星堆文物的代表性绿色，利用文创产品解读这种神秘文化，深得年轻人的喜爱，对比起来，当下，“跳五猖”仅仅举办了个别IP设计比赛，所有的文创产品也都是根据仅限的IP形象产出，视觉化呈现单一，并没有营造出“跳五猖”本身给人带来的宗教或者巫文化气息，也没有体现非主要角色的

多样化,更是缺少“跳五猖”祝愿的基本内涵,可以将这些特色融入于现代化的文创设计中,让神秘的巫文化和现代化视觉形式碰撞,比如说提取祝愿符为载体,将“跳五猖”的颜色和面具形态提取成现代化的花纹样式,并将它们融汇起来呈现一种别样的视觉效果,多样化的文创产品设计可以满足不同的个性化需求,同时也体现了“跳五猖”保佑平安的初衷,想要推动活态化传承,仅仅依靠多样化的品牌呈现方式是不够的,需要有更多的升级与突破,以IP形象为主导,推动文旅融合,实现乡村振兴是让“跳五猖”文化活过来的最大契机,将“跳五猖”具有特色的IP形象提取,结合当地的不同文化民俗,才能起到更好的推广作用。高淳地区有许多的传统民俗,除了“跳五猖”,还有大马灯和长芦台龙都是特色鲜明的传统民俗,且都被列入非物质文化遗产的行列,他们有着相似的表现形式,皆是通过民俗舞蹈的形式来表达美好的祝愿,但是由于举办村落的地理差异,形成了一种分散的感觉,这些相似的民俗活动可以结合起来,以最具特色的“跳五猖”IP形象为主导,打造民俗表演特色小镇,

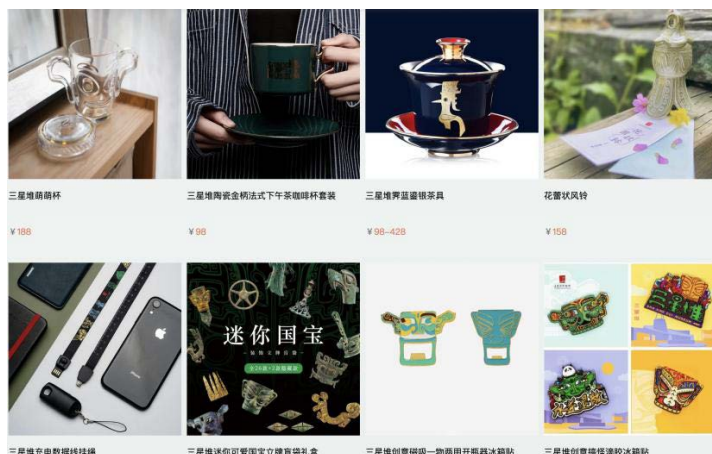


Figure 2. Sanxingdui Museum cultural and creative products

图 2. 三星堆博物馆文创精品^②

4.2. 品牌年轻化

文化是需要宣传的,再优秀的文化得不到推广与宣传也是会逐渐暗淡,与现代化创作方式的结合是让这些文化活起来的最好方式,据了解所知,“跳五猖”的表演者最大的有七旬高龄,最小的也是三十多岁的中年群体,甚至在七十年代曾断演过许久,所以,“跳五猖”文化继续新的活力注入,年轻人具有发散的思维和创造力,并且能够紧跟潮流,让产品更鲜活,能够吸引更多的游客和热度。而且,高质量的年轻人才懂热点,懂设计,通过现代化的宣传方式,抓住当下趋势,使得文创产品更加现代化,如图3所示,三星堆文创将今年大热的盲盒形式运用起来,抓住时代趋势,获得更多的关注度。

同时也可以借助政府相关政策的推动,传统文化可以与相关部门进行合作宣传,比如说跟高校或图书馆等年轻人聚集的部门合作举办活动,适当设置奖励,激励年轻人参与,发现不同的想法和创造力,同时也将文化注入到年轻的群体当中,解决“跳五猖”老龄化问题[8]。

4.3. 把握品牌审美和情感价值

国家对传统文化越来越重视,因此文化创意产品层出不穷,优秀的文化品牌也有很多,在满足基本功能的情况下,消费者对产品的文化的价值需求也越来越高,想要在这庞大的文化市场上获得一席之地,首先要外包装足够吸睛,包装是具有文化属性的,并且,具有美感的包装更加能传达文化的内涵,只有视觉效果足够吸引人,才会有人愿意去了解文化的基本内涵,这样才能更好的融入到消费者的日常中。

在此之上，产品具备实用性和功能性更加可以融入消费群体的生活。审美优势和功能优势是一个好的文创品牌的刚需。



Figure 3. Samsung pile prayer gods theme blind box series
图 3. 三星堆祈福神官主题盲盒系列[®]

除了追求形式的美感和独特性，一个优秀的品牌也因该具有品牌的情感定位，这样的品牌更容易成为消费者的记忆点，触动消费者的内心，让消费者喜欢这个品牌，关于“跳五猖”，神秘的祭祀仪式和驱邪祈福的美好祝愿都能成为这个品牌吸引人的情感定位，而且要考虑到当地的地域特色，将当地多种祈福民俗活动集合起来宣传，给高淳本地赋予民俗舞蹈祈福的艺术特色。

如果消费者看到某项文化遗产品牌，接收到的可能只有文化的科普，甚至无法吸引到注意，但如果赋予品牌美学价值，那么会给品牌带来更多的关注点，是让消费者主动了解文化内涵的契机，如图 4 所示，笔者将传统民间神和兽文化与新年红包的形式结合，将红包的祝福和传统文化的庇佑内涵所结合，将美观和内涵结合起立，给产品附加的情感价值，可以让消费者内心想法趋同，兼具功能性，美观性和情感认同才会更加受到消费者的亲睐。



Figure 4. Mythical beast cultural red packet design
图 4. 神兽文化红包设计[®]

5. 结语

非物质文化遗产是一个地区重要的文化资源，优秀的非物质文化遗产不仅提高了文化自信，更是推

动当地文化和经济的重大动力，并且，文创产品是将生活与文化连接起来的重要方式，于是将非物质文化遗产运用于文创设计中，在本文，考虑消费者的审美和产品的使用价值，并通过“跳五猖”面具等艺术特征，分析现存的缺陷，发掘多元化宣传方式，年轻化品牌定位，以及正确的审美价值和情感价值都是解决“跳五猖”现状的考虑因素。通过这些问题的解决，赋予“跳五猖”品牌文化内涵，有利于提高消费者对于文化的理解，提高非物资文化遗产的社会价值，从而达到文化的改革，让落寞的非物质文化遗产“活”起来。

注 释

- ①图 1 来源: <https://images.app.goo.gl/yjvNzbf5xi5AaszR7>
- ②图 2 来源: 三星堆博物馆官网 <https://www.sxd.cn/#/originality>
- ③图 3 来源: 三星堆博物馆官网 <https://j.youzan.com/KhTS3L>
- ④图 4 来源: 作者自绘

参考文献

- [1] 祁庆富. 非物质文化遗产真魂在于“活态传承”——由“徽州祠祭”引发的一点思考[J]. 重庆三峡学院学报, 2009, 25(2): 40-42.
- [2] 郑旻昱. 高淳傩舞“桤溪跳五猖”研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 东南大学, 2015.
- [3] 李海平. 中国傩面具及其文化内涵[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 兰州大学, 2008.
- [4] 徐蕾. 高淳跳五猖傩面具的图像研究及应用[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京师范大学, 2021.
- [5] 陈曾. 从故宫文创谈我国文创产业的创新之路[J]. 设计, 2017(19): 68-69.
- [6] 付振宇. 基于地域文化的文创产品创新设计[J]. 包装工程, 2019, 40(20): 215-218+222. <https://doi.org/10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.20.035>
- [7] 杨慧子. 非物质文化遗产与文化创意产品设计[D]: [博士学位论文]. 北京: 中国艺术研究院, 2017.
- [8] 吴玉, 戴燕燕. 互联网时代下旅游文创产品品牌年轻化策略研究[J]. 安徽理工大学学报(社会科学版), 2019, 21(5): 75-78.