

泰宁梅林戏文创产品设计与实践

文艳群, 林阳华

(三明学院, 三明 365004)

摘要: **目的** 发掘泰宁梅林戏的独特性, 探讨其文创产品设计策略与原则, 指导设计实践。**方法** 分析泰宁梅林戏的文化内涵和艺术特色, 提出泰宁梅林戏文创产品设计策略, 归纳泰宁梅林戏文创产品形用统一和形意统一设计原则, 并以“戏中情”礼品设计和“梅人胚”化妆品设计作为设计实践。**结论** 泰宁梅林戏文创产品设计应注重对文化本原的传承与创新。

关键词: 泰宁梅林戏; 文创产品; 设计实践

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)22-0203-04

Design and Practice of Cultural Creative Product of Taining Meilin Opera

WEN Yan-qun, LIN Yang-hua

(Sanming University, Sanming 365004 China)

ABSTRACT: It excavates the uniqueness of Taining Meilin opera, discusses design strategies and design disciplines to guide design practice. Analyzed cultural connotations and art feature of Taining Meilin opera, and put forward design strategies, summed up design disciplines: form and function, form and emotion, then took the gift design of Xi Zhong Qing and the cosmetics design of Mei Ren Pei as design practices. Pointed out that design of cultural creative product of Taining Meilin opera should lay emphasis on the inheritance and innovation of cultural origins.

KEY WORDS: Taining Meilin opera; cultural creative product; design practice

泰宁梅林戏俗称土戏、土京戏, 不仅保留了徽班早期的艺术特色, 而且还结合了闽西北方言、山歌小调、道教音乐, 其表演风格古朴、粗犷、多样, 乡土韵味浓厚, 是中原文化和闽越古文化结合的艺术标本, 被列入首批国家级非物质文化遗产名录^[1]。尽管泰宁梅林戏已成功申遗, 但其作为古老的“艺术标本”如何应对时代发展与变化, 如何从多元娱乐休闲方式中突出重围, 仍需要多方努力和付出。作为中国传统艺术中的泰宁梅林戏, 其艺术、文化、社会、经济价值对文化创意产业的发展具有文化、内涵支援作用^[2], 而文化创意产业结构的调整与升级, 为泰宁梅林戏的传承与创新提供了思路。

1 泰宁梅林戏文创产品设计基础

泰宁县归属福建省三明市, 这里山高谷深, 丛林密布, 曾是百越部落繁衍生息之地。因其独特的地理

环境和生活方式, 孕育了内涵深厚、独具神韵的民族文化, 泰宁梅林戏便是这一民族文化所表现出来的艺术形式之一, 并且作为泰宁旅游新兴城市的三宝之一, 以其独特的表演程式和浓郁的地方特色, 担当起泰宁文化友好使者的角色。

泰宁梅林戏艺术特色的形成不仅来自于其所产生的地理和人文环境, 更通过舞台美术来展现。其服装较为简朴, 多由麻条和土布制成, 花纹简单。化妆较为朴素原始, 但独具特色, 素有“唇中红一点、眉心红一点、两腮红一点、三点红一线”的说法^[3], 脸谱着色浓厚, 线条细腻。道具也较简单, 有砌末、文房四宝等小道具, 以及一桌二椅、一扇六折屏风等大道具, 在表演中还有类似古时“娱神”和提线木偶的科介动作, 以及“变脸”、“耍撩牙”等传统特技。

泰宁梅林戏文创产品设计是基于泰宁梅林戏的文化内涵、艺术风格、形成环境等要素, 通过视觉化

收稿日期: 2017-07-23

基金项目: 2015年福建省中青年骨干教师教育科研项目(JAS150548); 福建省人文社科基地: 产品创新设计研究中心成果

作者简介: 文艳群(1985—), 女, 湖南人, 硕士, 三明学院讲师, 主要研究方向为文化创意产品设计和无障碍设计。

手段而创新出具有一定商业价值和符号意义的文创产品。泰宁梅林戏文创产品是泰宁梅林戏艺术精华物化的结果,具有创新性、文化性、地域性、情感性、美观性等特征。即从泰宁梅林戏的文化本原出发,借助地缘优势,以整合性设计思维与策略,挖掘其文化符号价值、设计美学价值、设计教育价值和品牌设计价值,并与数字内容产业、创意产业、旅游产业、学校教育等业态进行交叉融合,开发创意空间,传递泰宁梅林戏的内在精神和情感,传承与创新泰宁梅林戏的特质和个性。

2 泰宁梅林戏文化创意产品设计策略

2.1 组建设计研发团队

深入挖掘泰宁梅林戏的文化内涵为产品注入灵魂,应组建泰宁梅林戏研发团队,由政府出资组建,成立泰宁梅林戏文创产品研发中心。该中心直接由政府管理,针对泰宁梅林戏文创产品的设计、市场运作等作长期研究与开发。此外,泰宁梅林戏文创产品研发中心可以与院校达成合作联盟,成立产学研基地,充分利用师生丰富的创意资源,不断推陈出新。

2.2 整合泰宁旅游资源

泰宁素有“汉唐古镇、两宋名城”之美誉^[4],拥有世界自然遗产、世界地质公园等两块世界级旅游品牌和国家5A级旅游景区等20块国家级旅游品牌^[5]。泰宁梅林戏文创产品的开发可以整合泰宁丰富的旅游资源,开发出独具地域特色的文创产品,其形式可融入泰宁的岩寺、古建、苏区、民俗等元素。如被誉为“海峡西岸一明珠,武夷山上大金湖”的丹霞地貌、被誉为“南方的悬空寺”的甘露寺、江南地区保存最完好的明代古建筑群等,都为泰宁梅林戏文创产品的开发提供了创意来源与空间。

2.3 创建品牌

马克思说,从产品到商品是一次惊险的跳跃,因为它实现的是产品的附加值^[6],那么从商品到品牌的跳跃,实现的则是增加产品的附加值。因此,开发泰宁梅林戏文创产品应走品牌发展之路,形成品牌效应。创建品牌开发泰宁梅林戏文创产品是一种战略选择,但品牌的创建必须要有核心竞争力的产品为支撑,而这一核心竞争力离不开对泰宁梅林戏文化内涵和艺术特色的挖掘和创新。可从孕育泰宁梅林戏的文化土壤——闽越古文化和中原文化的融合思考,开发古韵风格的文创产品,也可从泰宁梅林戏服饰搭配、脸谱形式、道具样式、舞台布局等自身舞美艺术角度

思考,开发简朴粗犷风格的文创产品。

3 泰宁梅林戏文化创意产品设计原则

3.1 “形”“用”统一原则

产品之形承载着传达使用、操作、功能等信息,泰宁梅林戏文创产品“形”“用”统一原则,指从戏独有的舞美艺术中提取形态要素,以“接地气”的方式,融入百姓生活用品^[7],设计出兼具宜人形态和实用功能的产品。如提取泰宁梅林戏变脸元素融入餐具设计中,并配以福建脱胎漆器的质地,以及“互生”的可收纳式结构,餐具鲜艳的红、浓浓的黑、漆器的质地、可收纳的结构、多变的功能,都是“形”“用”统一的呈现,让消费者在泰宁梅林戏变脸的百态人生中真正品味百味人生。

3.2 “形”“意”统一原则

随着非物质经济和服务经济的到来,产品设计的重点,由使用者与产品之间的物理性界面发展为使用者与产品之间的认识和情感的关系上来^[8],文创产品设计更是如此。“形”与“意”统一,指通过可见、可触的外观造型传达可知、可感的内在精神和情感,使外在的形美与内在的情美融为一体。泰宁梅林戏具有多样性、象征性、和谐性、人文性等特征,而这正是泰宁梅林戏文创产品形态背后可以传达和推广的内在精神和情感,并使人们接受它,认可它,进而欣赏它,最终达到产品与人互通、互解。设计构思可从孕育泰宁梅林戏的文化土壤:泰宁原生野性的山水自然环境以及中原文化“徽调”与闽越古文化“山歌、巫术、道士音乐”碰撞融合的历史人文环境,以及泰宁梅林戏艺术粗犷、纯朴、清新、乡野等特点展开构思。如将算盘元素与泰宁梅林戏脸谱元素结合,算珠为红黑两色,并配以红黑戏脸谱样式,传达闽越古文化与中原文化相互交融生息,和谐共处之意,借助红黑两色展现闽越古文化与中原文化碰撞交融中孕育出的泰宁梅林戏顽强勇敢的一面。

4 泰宁梅林戏文化创意产品设计实践

4.1 “戏中情”礼品设计

该主题以自创品牌“戏中情”为出发点,结合泰宁梅林戏的脸谱、道具、角色、化妆等特征,用一个在舞台上神采奕奕、满腔热情的戏角色来展开品牌标识设计,根据品牌理念和品牌标识进一步展开礼品设计,“戏中情”礼品设计见图1。“戏中情”礼品设计之形通过具有强烈视觉刺激的黑白红三色,以及简化的、抽象的泰宁梅林戏脸谱图形得以呈现;“戏中情”礼品设计之用则是利用泰宁梅林戏脸谱对称式的特



图 1 “戏中情”礼品设计
Fig.1 The gift design of "Xizhongqing"

征而进行的结构设计得以实现，最终达到宜人形态与实用功能的统一，带来一出由形所显的视觉盛宴。

4.2 “梅人胚”化妆品设计

首先，取其形。提炼泰宁梅林戏中不同角色化妆的特点，用线条和色彩勾勒出脸谱形态，将其融入面膜等化妆品设计之中。其次，取其意。通过不同形态的脸谱来传达化妆品的不同类别与功效。具体为：根据泰宁梅林戏中生角（眉心一点红）、旦角（观音痣）、丑角（鼻头一抹白）的化妆特点及其服饰风格，简化三个角色的上半身轮廓，设计美白、保湿、抗皱三款面膜的包装图形。美白款以金色为主调，刻画粗狂的男性角色，与生角对应；保湿款以红色为主调，刻画妩媚的女性角色，与旦角对应；抗皱款以黑色为主调，刻画滑稽的搞笑角色，与丑角对应，“梅人胚”面膜设计见图 2，“梅人胚”化妆品设计见图 3。最后，取其音。通过谐音方法，化妆品品牌名称定为“梅人胚”，与“美人胚”谐音，“梅”指“泰宁梅林戏”。



图 2 “梅人胚”面膜设计
Fig.2 The mask design of "meirenpei"

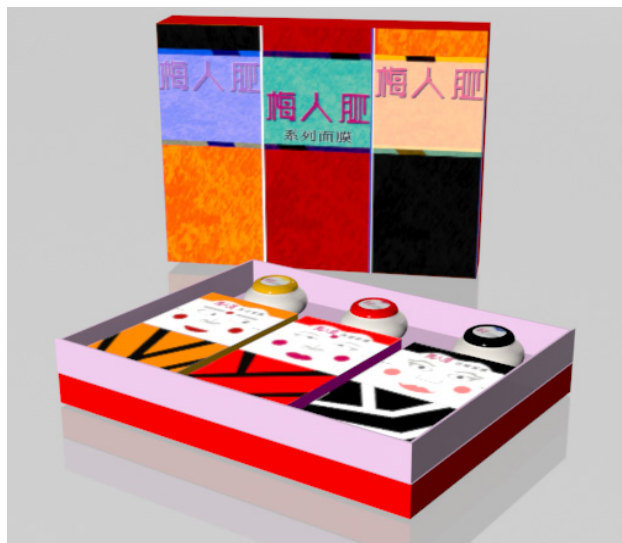


图 3 “梅人胚”化妆品设计
Fig.3 The cosmetic design of “meirenpei”

5 结语

戏曲文化为产品创新设计提供了重要的思想来源^[9]，泰宁梅林戏文创产品设计是基于文化、设计、生活三者不可分离的关系，以及地方戏曲剧种文化空间的分级传承与保护前提^[10]，对泰宁梅林戏的文化内涵和艺术形象进行解构、重构，并借助泰宁旅游资源的优势，传承和创新泰宁梅林戏的文化本原。

参考文献：

[1] 吴俊生. 泰宁梅林戏至今传唱[N]. 中国文化报, 2013-04-12(6).
WU Jun-sheng. Taining Meilin Opera Has Been Sung[N]. Chinese Culture Daily, 2013-04-12(6).

[2] 张丽芬, 代君. 文化创意产业视角下的青阳腔艺术传承与创新[J]. 江西社会科学, 2013, 33(12): 244—248.
ZHANG Li-fen, DAI Jun. Study on Artistic Inheritance and Innovation of Qingyangqiang Opera from the Perspective of Cultural and Creative Industries[J]. Jiangxi Social Sciences, 2013, 33(12): 244—248.

[3] 王本谦. 梅林戏的传承及其音乐特色[J]. 中国戏剧, 2009(11): 59.
WANG Ben-qian. Inheritance and Music feature of Taining Meilin Opera[J]. Chinese Theatre, 2009(11): 59.

[4] 郝玉华. 泰宁素有汉唐古镇两宋名城的美誉[J]. 中国地名, 2015(10): 22.
HAO Yu-hua. Taining is an Ancient Town and a Famous City During the Two Song Dynasties and the Tang Dynasty[J]. China Place Name, 2015(10): 22.

[5] 项裕兴, 邱灿旺. 旅游“连环拳”，泰宁“打”出一

- 片天[N]. 福建日报, 2014-10-19(2).
- XIANG Yu-xing, QIU Can-wang. Taining Hits a Good Result Through Hitting One-two Punch of Tourism[N]. Fujian Daily, 2014-10-19(2).
- [6] 王雅君. 旅游纪念品包装再设计[J]. 大舞台, 2015(9): 74—75.
- WANG Ya-jun. Packaging and Redesigning of Touristy Souvenirs[J]. Big Stage, 2015(9): 74—75.
- [7] 磨炼. 基于旅游纪念品及相关文创产品的设计策略[J]. 包装工程, 2016, 37(16): 18.
- MO Lian. Design Strategies Based on Souvenirs and relevant Cultural Creative Products[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(16): 18.
- [8] 文艳群. 面向特定残疾人群的无障碍设计研究[D]. 西安: 陕西科技大学, 2011.
- WEN Yan-qun. Study on Barrier-free Design for Specific Disabled[D]. Xi'an: Shanxi University of Science and Technology, 2011.
- [9] 窦金花, 张磊, 张芳燕. 天津戏文化在现代产品设计中的应用[J]. 包装工程, 2012, 33(12): 148—150.
- DOU Jin-hua, ZHANG Lei, ZHANG Fang-yan. Application of Tianjin Opero Culture in the Modern Product Design[J]. Packaging Engineering, 2012, 33(12): 148—150.
- [10] 林阳华, 文艳群, 郭金格. 论地方戏剧种的分级传承保护[J]. 重庆科技学院学报, 2015(3): 74—77.
- LIN Yang-hua, WEN Yan-qun, GUO Jin-ge. Discuss on Hierarchical Inheritance and Protection of Local Operas[J]. Journal of Chongqing University of Science and Technology, 2015(3): 74—77.