

民俗节庆活动中的视觉识别系统设计研究

董凌

(广西科技大学, 柳州 545600)

摘要: **目的** 研究民俗节庆活动中的视觉识别系统设计。**方法** 以企业形象识别系统管理理论为基础, 结合设计学、民俗学、传播学, 对民俗节庆活动的经济和文化价值进行分析。提出民俗节庆活动视觉识别要素设计的思路, 并结合案例分析民俗节庆活动视觉符号系统、文化推广系统、空间形象系统、动态展示系统等的设计方法和规范。**结论** 民俗节庆活动视觉识别系统设计可以彰显民族特色, 塑造民俗文化品牌, 传承和弘扬传统文化。

关键词: 民俗节庆; 视觉识别; 设计; 文化传承

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)22-0066-06

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.22.012

Visual Identity System Design in Folk Festival Activities

DONG Ling

(Guangxi University of Science and Technology, Liuzhou 545600, China)

ABSTRACT: The work aims to study the design of visual identity system for folk festival activities. Based on the management theory of the enterprise image recognition system, combined with the design, folklore and communication, the economic and cultural values of folk festival activities were analyzed. An idea for the design of visual identity factors of folk festival activities was presented. Combined with examples, the design methods and standards of visual symbol system, culture promotion system, spatial image system and dynamic exhibition system of folk festival activities were analyzed. The design of visual identity system for folk festival activities can highlight the national characteristics, mold the folk culture brand, inherit and carry forward the traditional culture.

KEY WORDS: folk festivals; visual identity; design; cultural heritage

民俗节庆是人们在长期的生产和生活过程中形成的, 以主题活动方式开展、约定俗成、世代相传的一种社会活动, 是特定地方的人们生活方式的文化表达^[1], 是民族文化的重要组成部分。我国地域辽阔, 民族众多, 民俗节日多种多样, 不同的区域环境和民族信仰, 造就了各民族不同的节日习俗。在世界文化多样性备受关注的今天, 政府对民俗节庆活动的举办也倍加重视, 在筹划和组织上尤为用心。特别是一些具有鲜明地方特色、群众参与度广泛、社会影响力大的民俗节日, 已成为综合了历史、文化、经济等诸多因素的大型社会活动。相对于民俗节庆活动组织的规

模和盛况, 对活动的系统管理和宣传规范需要进一步提升, 将已经在企业管理中普遍应用的品牌形象管理理论, 引入民俗节庆活动管理中, 是顺应时代发展的需要。

品牌形象是社会公众对品牌的特征认知与整体印象, 是经营形象、环境形象、产品形象、员工形象、社会形象等品牌实力与影响力的集中反映。人类社会的交流活动许多都是依靠视觉符号进行的, 视觉符号是人类记录信息、传播信息、交流信息的原始手段, 人们对品牌形象的认知大部分是从视觉中获得的, 因此树立良好的视觉形象是塑造品牌形象的重要

收稿日期: 2018-09-11

基金项目: 广西高校中青年骨干教师科研基础能力提升项目(广西少数民族民俗节日品牌形象设计研究); 广西科技大学自然科学基金资助项目(校科社 189303)

作者简介: 董凌(1979—), 女, 山东人, 硕士, 广西科技大学讲师, 主要研究方向为设计艺术学。

途径。民俗节庆活动的视觉识别系统设计,是将民俗活动中的多元信息系统^[2]精炼为具有代表性、识别性的视觉符号,通过活动宣传、现场导视、周边环境等视觉传播强化民众对民俗节日的视觉认知。民俗节庆活动视觉识别系统主要包括以标志为主的图形符号系统、以活动场所为主的空间形象系统、以旅游商品为主的文化推广系统、以表演为主的动态形象系统^[3],其中以图形符号系统设计为基础,以空间形象系统、文化推广系统和动态形象系统为媒介载体,共同塑造品牌形象。对民俗节庆视觉识别系统的规范设计和应用,是扩大民俗节日影响力、塑造民俗节日品牌、使传统民俗节日文化得以传承和创新的重要方式。

1 民俗节庆活动视觉识别系统设计的现状

当今时代,树立品牌形象已经成为增强品牌竞争力的重要战略手段之一。在各地文化品牌塑造中,“文化形象”、“文化定位”、“形象策划”、“形象设计”等概念广泛受到关注^[4]。在国家和各级政府的关注和扶持下,很多民俗节庆活动举办的颇具气氛和规模,具有广泛的群众基础,但活动管理的整体规范性和传播导向却相对滞后而简陋。民俗节庆活动的视觉识别系统呈现出设计水平参差不齐,系统性和规范性差的特点^[5]。同一活动的视觉识别没有做好延续性和关联性,影响了大众对活动视觉形象的一贯识别和长远传播,不利于传统文化的传播和发展。这主要表现在以下4个方面。

1) 民俗节庆活动的管理者多数在主观上追求活动本身的轰动效果,往往疏忽对活动最初的民俗传统文化和内涵底蕴的整合,活动主题的文化定位与品牌理念的提炼不够清晰,没有形成典型的视觉文化符号。

2) 往往把活动的形象宣传和推广重心放在宣传口号或局部的设计上,活动推广的相关环节缺少承续、各自独立进行,在传播上缺乏规范性、整体性、延续性。

3) 相较于活动的举行规模和发展趋势,品牌的规划管理和视觉识别系统设计水平相对滞后。品牌基础形象(标志)的文化性和艺术性欠缺,视觉应用系统(宣传招贴、活动票券、导向标识等)的功能性和艺术性也相应的不足,导致视觉识别系统的识别性和功能导向性受到严重影响,不利于品牌文化的形成和建设。

4) 节庆活动形象的推广止于活动结束,对于群众的体验感受与应用评价没有进行系统关注,视觉设计受设计师和设计团队的设计水平和个人主观感受限制大,没有形成量化衡量标准。

2 民俗节庆活动促进区域经济文化发展

传统民俗节日是人民在长期的生产、生活、仪式过程中形成的,是特定区域人民的民族信仰、生活习

俗、文化礼仪和精神风貌的直接映射,是灿烂辉煌的中华民族历史在民间文化上的集中反映。举办好民俗节庆活动不仅是对传统民俗文化的尊重和传承,也对区域经济发展起着至关重要的促进作用。对民俗节庆活动视觉识别系统设计的研究,不单单是将民俗节庆活动视作一种民众自发的集体行为模式,而是视作具有文化性、艺术性、传播性、经济性等多元综合性的社会实践行为来研究。

2.1 传承传统文化

民俗节庆活动在世代延续的过程中积淀了丰富多样的传统文化,民俗活动的开展就是对区域传统文化的大众传播和动态传承^[6]。在国家政策的支持下,地方政府大都比较重视本区域民俗传统的保护和传承,一方面积极申请世界非物质文化遗产保护,另一方面通过活动最大限度向民众传播和发扬本区域独特的民俗文化。一些少数民族集聚地的民俗节日举办的颇具特色,诸如苗族“芦笙节”、瑶族“盘王节”、彝族“火把节”等,这类民俗节庆活动都有相对固定的日期和严格的仪式程序。节日仪式、舞蹈、诵经、法器物件都是代代相传的非物质文化遗产的有形介质,成为民族文化交流 and 历史传承的重要载体。如在瑶族“盘王节”活动中的《盘王祭文》和《瑶族大歌》就包含着瑶族始祖神话、历史变迁,英雄崇拜、歌颂当世等内容,这些内容是研究、传承和弘扬瑶族传统文化的重要依据。

2.2 反映文化事象

民俗节庆活动的开展不仅是对传统文化的传承,同时也是人民社会习俗和文化风貌的体现。我国是一个多民族国家,具有异彩纷呈的民族风情和多姿多彩的民间活动。这些活动是对民俗传统文化活的展示,被理解为特定区域或民族的文化符号。在民俗活动中通常涉及到空间环境、生活器物、服装、道具等民众衣食住行各个方面,这些物件是民俗活动得以顺利进行的形式承载物。如苗族地区最隆重、最盛大的“芦笙节”,不但是祭祀祖先、庆祝丰收、禳灾祈福、交流感情的民俗节日,同时也是苗族服装、饰品、蜡染、刺绣等民间手工艺品的天然展览场。节日盛装和饰品中的纹饰图案浓缩了苗族先民的审美文化和精神信仰,其中常见的蝴蝶图案蕴含着苗族创世神话“蝴蝶妈妈”的故事;龙凤、水牛、飞鸟等则是苗族先人图腾崇拜的体现;山水、房屋、田园则反映了人们希望与自然和谐共处。民俗节日就是民族传统文化的“百科全书”。

2.3 促进区域经济发展

“文化搭台,经济唱戏”,民俗节庆活动蕴含着丰富的文化内涵和经济价值,它逐渐进入艺术文化产业视野,受到政府和商家的关注^[3]。民俗节庆活动通常具有区域影响力大、民众参与积极广泛的优势,在

发展中促进了区域经济和旅游业的发展。如瑶族“盘王节”，不但是南岭地区瑶族的传统民俗节日，也是集经济、旅游、贸易于一身的促进区域间发展与合作的重要文化平台。组织者充分挖掘和利用的民俗资源让游客和民俗牵手，通过在活动中增设游客参与民俗活动项目，体验当地居民传统的生活方式或民族工艺品加工等民俗活动环节，加强大众对民俗文化的个性化全新体验；并在此基础上根据节日文化主题，开发本民族特有的图腾饰品、特色服装、背包等活动纪念品和特色旅游商品，全方位促进旅游经济的发展。从广西金秀、湖南江华、广东乳源几个瑶族自治县经济工作公报看，近几年各地接待国内外游客总量和旅游总收入都在快速增长。

3 民俗节庆活动视觉识别设计分析

3.1 挖掘民俗图符，提炼视觉符号系统

在视觉识别系统的设计中，视觉形象要素的挖掘梳理和符号化提炼是根本。视觉元素的提取与应用既要承续传统文化，又要尊重现代大众审美。设计过程中应该注重对现有文化符号的挖掘梳理和创新设计，设计师对视觉要素提炼的过程也就是视觉符号化的过程。民俗活动过程中呈现出来的丰富多彩的图腾元素和色彩元素，这些视觉元素具有超越语言文字的表达优势，更便于民众间的交流和传播。对民俗节庆活动中常用的典型视觉元素进行分析精炼，整合设计成为既具有特定节日特色又符合时代特征的新视觉符号，应用于民俗节庆活动的视觉识别系统传播中，可以加深民众对活动的视觉识别和全面认识，提升民众对民俗节日的参与热情。

3.1.1 民俗图形的运用

民俗图形是人民在日常生活中创造的视觉符号^[7]，通常具有很强的视觉装饰性和浓郁的地域特色性，蕴含着丰富的寓意和独特的视觉形式，尤其是原始图腾符号，它是人类在蒙昧的生活方式和闭塞的信息科技

环境下创造的一种富于生命力的视觉形式^[8]，透露出古朴而神秘的艺术风格，体现了人民的情感寄托和精神信仰，是人类对自身文化内化基础上的视觉化构建和形象表达。作为视觉识别系统基础的标志图形，是最具原始图腾意蕴的现代图腾符号。许多民俗节日庆典活动的标志借鉴图腾符号的意象表现手法，在设计中以图腾符号为主要元素，运用现代设计手法赋予其新的意义，使其既具有传统文化韵味又符合现代大众审美需求。

如彝族人们自古对火有特殊的认识和感情，并把对火的崇拜神圣化，认为人类和祖先的诞生都与火有关。彝族创世史诗《勒俄特依》记载：天是这样烧，地是这样烧，为了创造人类燃，为了诞生祖先烧。阿细跳月节是彝族支系阿细人最普及并引以为豪的民间庆典舞蹈，是阿细人娱乐、交际和择偶的重要媒介^[9]。阿细跳月节标志设计，见图1，运用了彝族火图腾和月亮图形来体现民族信仰和节日属性，结合现代感十足的圆形几何造型，赋予标志符号传统文化意蕴和时代感。广元女儿节视觉设计，见图2，采用象征女性的凤图腾，运用现代设计手法进行简洁化设计，来体现现代女性锐意进取、追求自由的精神。



图1 阿细跳月节视觉设计
Fig.1 Visual design of Axi Tiaoyue Festival



图2 广元女儿节视觉设计
Fig.2 Visual design of Guangyuan Female Festival

3.1.2 色彩识别的延续

色彩心理学研究表明,色彩最能激发人心理暗示和联想,具有象征层面和隐喻层面两方面的意义。各民族在长期的社会生活和文化沉淀中逐渐形成了各自喜好的色彩体系,这种色彩体系甚至上升为一种审美符号和文化的识别符号,应用在本民族日常生活的各个方面。在民俗节庆活动视觉识别系统设计中,要充分理解这一色彩应用的喜好和规律,根据民俗活动主题进行色彩印象的表达与应用,从色彩上体现特定民俗节日的氛围和内涵。如蒙古族以白色为吉祥纯洁的颜色,《蒙古秘史》记载:建九游之白纛,奉成吉思汗以罕号焉。蒙古族人生活中处处喜欢白色^[10],树白色的旗帜,吃白色的奶食品,住白色的蒙古包,穿白色的袍子、献白色的哈达;以青色代表民族的色彩,不仅在装饰图案和绘画中常用青色搭配,人名地名中也常用“呼和”意“青”,“呼和浩特”意“青城”。内蒙古好特产评选会标识和内蒙古自治区旅游标识,见图 3 和图 4,是民族色彩应用的典范,标识运用民族传统青色和白色,配以草原绿,延续具有民族意蕴和区域特点的色彩搭配规律,实现传统色彩意向与现代视觉设计的融合设计。



图 3 内蒙古好特产评选会标识
Fig.3 Logo of good specialty in Inner Mongolia



图 4 内蒙古自治区旅游标识
Fig.4 Logo of Inner Mongolia Autonomous Region Tourism

3.2 开发道具物件,丰富文化推广系统

民俗活动中通常都有典型的实物道具或法器,如芦笙节中的“芦笙”、铜鼓舞中的“铜鼓”、傩面舞

中的“傩面具”等。这些具有独特形象特点的道具有是活动开展物质载体和可见视觉符号,可以充分展现特定区域人们的民俗礼仪及传统文化内涵。在视觉识别系统设计中应充分挖掘这些传统物件的民族特性和文化寓意,选择有代表性的道具、法器进行解构再设计,精炼成标准化、规范化的视觉元素。在视觉识别系统设计和传播中,根据基础系统的视觉符号对道具形象进行优化设计,使其既具有各自形象特点和独特寓意,又能在形象和色彩上与节日的基础视觉系统相统一,从而进一步开发具有本民族或区域特色的衍生产品,包括创意书签、日用品、装饰品等。通过“道具载体”彰显民俗文化、繁荣民俗文化、推动文化创意产业的发展。如在贵州、广西、福建等地少数民族傩祭表演中,傩面具是不可缺少的道具,傩面具是民俗文化、宗教信仰、审美艺术的融合。现代设计师根据傩面具设计的文创装饰挂件,在保持其美学特征和文化寓意的基础上兼顾装饰性和功能性,见图 5。贵州设计师朱斗云对傩面具视觉元素进行符号化提炼和归纳,应用于服饰、背包、纸杯等傩文化视觉识别系统中,既保留了传统傩面具的艺术神韵,又具有现代图形符号的适用性,是对传统傩文化的时代创新和应用推广,见图 6。



图 5 傩面具装饰挂件
Fig.5 Nuo mask ornament pendant

3.3 规划活动场所,营造空间形象系统

民俗活动举办场所的空间格局和历史风貌是民俗文化的空间载体,在空间营造上应以民俗文化为基础,品牌识别为目的,将区域传统和民族文化融入“物化”的空间载体,强化民俗节庆活动空间形象系统,将民俗活动的独特个性通过空间视觉传递出来。在实践中主要包括活动场所设置及周边建筑街区、主题公园、导向标识等公共空间设施的设计。区域文化是展现和区分不同地域、不同民族的最根本特征,从现场装置的形态、图形符号、色彩构成、比例造型、材料



图6 傩文化视觉设计
Fig.6 Visual design of Nuo culture

载体的应用等多方面体现区域文化的内涵,将本区域历史文化与现代设计进行融合,形成文化内涵丰富、地域特色鲜明的空间形象系统,创建风格鲜明的民俗文化品牌。

福建土楼民俗文化节庆典活动举办地,土楼客家民俗文化村景区,见图7,就是将客家民居土楼建筑

群与当地民俗文化、传统“风水”理念、地形地貌环境等加以应用,将民俗文化展示与建设规划相结合,从空间环境上营造民俗文化氛围,形成充满浓郁客家文化内涵和区域特色的民俗村落。同时这种空间形象也起到文化识别的作用,提高了大众对当地文化艺术的全方位感官体验和多维度认识。



图7 土楼客家民俗文化村
Fig.7 The folk culture village of Hakka Earth Building

3.4 规范仪式程序,提升动态形象系统

节日活动和展演行为是一种动态的形象识别形式,在民俗活动中可以通过规范活动仪程和行为突出民俗活动的主题,提升动态形象系统。民俗节日的动态形象系统包括主办方的组织管理行为和民众可见的节日活动过程。对节日活动的相关事项进行规范可以使其组织秩序化、传播统一化,更好地体现民族文化内涵、彰显民族文化特色。节日活动中的仪式、程序、歌舞、服装、道具都是民族文化的积淀。目前我国许多民俗节日仪式程序没有文字资料记载和系统

规范,导致一些承载着丰富文化内容的民俗仪式被简化甚至省略,年轻一代更是对西方节日趋之若鹜。如瑶族“盘王节”的祭祀仪程、祭祀时间、祭祀语言、歌舞活动等因地区差异而各不相同,不利于规范传承和弘扬发展。在湘、粤、桂三省区瑶族代表协商联合举办瑶族“盘王节”后,奉恒高等规范了包括祭祀宗旨、祭祀组织、祭祀场景、祭祀礼仪等多项盘王祭祀仪程^[11],对祭祀礼仪各程序的人数分配、各项仪程的时间、舞蹈内容、歌唱祭文等都做了明确的规范。通过规范的礼仪程序和动态形象,提升了人民对瑶族民俗文化的认同和视觉形象的认知,见图8。



图 8 瑶族盘王节祭祀仪式
Fig.8 Yao Panwang Festival ceremony

4 结语

民俗节庆活动是各民族、各区域人民生活面貌的展示和文化的浓缩，体现着各民族、各区域的文化特色。借助企业识别系统管理理论和现代设计观念，以彰显民俗节庆活动浓郁的民族特色、突出区域文化为出发点，对民俗节庆活动视觉识别系统的要素设计进行分析研究。不仅是对民俗文化进行整体规范与科学管理的探索，也是对民俗文化的保护与传承。民俗节庆活动视觉识别系统设计研究是塑造特定地区民俗文化品牌、提升区域文化内涵、加强区域文化特色、促进民族地区经济发展的重要途径。

参考文献：

- [1] 陶伟. 岭南传统民俗节庆重构对居民地方依恋的影响——以广州珠村乞巧节为例[J]. 地理学报, 2014(4): 553—565.
TAO Wei. Influence of Lingnan Traditional Folk Festival Reconstruction on Residents' Place Attachment: a Case Study on Qiqiao Festival in Guangzhou Zhucun[J]. Acta Geographica Sinica, 2014 (4): 553—565.
- [2] 乌丙安. 走进民俗的象征世界——民俗符号论[J]. 江苏社会科学, 2000(3):39—53.
WU Bing-an. The Symbolic World of Folklore: Folklore Symbol Theory[J]. Jiangsu Social Science, 2000(3): 39—53.
- [3] 李文杰. 民间艺术在城市旅游视觉识别系统设计中的应用研究[J]. 文艺争鸣, 2014(9):198—201.
LI Wen-jie. The Application of Folk Art in the Design of Tourism Visual Recognition System[J]. Literary Contention, 2014 (9): 198—201.
- [4] 陈晔. 旅游目的地形象的提升研究——以桂林为例[D]. 上海: 华东师范大学, 2006.
CHEN Xi. Study on Enhancing the Image of Tourism Destination: A Case Study of Guilin[D]. Shanghai: East China Normal University, 2006.
- [5] 杨斌. 创造新时代的节日视觉文化[J]. 美术观察, 2003(2): 14—15.
YANG Bin. The Creation of a New Era of the Festival of the Visual Culture[J]. Art Observation, 2003(2): 14—15.
- [6] 胡继艳. 春节视觉符号的创新应用研究[J]. 学术论坛, 2016(9): 162—166.
HU Ji-yan. Research on the Innovative Application of Visual Symbols in the Spring Festival[J]. Academic Forum, 2016(9): 162—166.
- [7] 周著. 民俗图形从观念符号到产业资源的转型[J]. 内蒙古社会科学, 2015(6): 163—167.
ZHOU Zhu. The Transformation of Folk Custom Graphics from Concept Symbols to Industrial Resources[J]. Inner Mongolia Social Sciences, 2015(6): 163—167.
- [8] 谌德军. 现代标志设计中图腾文化的应用[J]. 装饰, 2005(7): 117.
CHEN De-jun. Application of Modern Logo Design About Totem Culture[J]. Zhuangshi, 2005(7): 117.
- [9] 阿牛木支. 试论凉山彝族火把节的传承与变迁[J]. 中华文化论坛, 2014(5): 157—161.
A NIV Mu-zhi. The Inheritance and Change of the Torch Festival of the Yi People in Liangshan[J]. Chinese Culture Forum, 2014(5): 157—161.
- [10] 张琰. 蒙古族刺绣的色彩构成分析[J]. 内蒙古农业大学学报, 2016, 18(4):113—118.
ZHANG Yan. Analysis about the Color Composition of Mongolian Embroidery[J]. Journal of Inner Mongolia Agricultural University, 2016, 18(4): 113—118.
- [11] 奉恒高. 瑶族盘王祭祀大典: 瑶族盘王节祭祀礼仪研究[M].北京: 民族出版社, 2010.
FENG Heng-gao. Yao Panwang Ritual Ceremony: a Study of Yao Panwang Sacrificial Ceremonies[M]. Beijing: National Publishing House, 2010.