

# 基于图像叙事的杨家埠木版年画数字文创设计研究

方潇

(青岛农业大学, 山东 青岛 266109)

**摘要:** **目的** 基于图像叙事理论,以国家级非物质文化遗产杨家埠木版年画数字文创为研究内容,探索非遗文创产品设计创新路径,旨在助力非遗项目的活态传承与数字传播。**方法** 通过挖掘杨家埠木版年画的图像叙事特征,梳理杨家埠木版年画的图像素材与叙事主题,制定提炼叙事主题、设立表述层次、创设叙事场景、产品设计实践4个阶段的设计流程。根据用户移动社交行为与消费偏好,进行年画图像和角色IP的提取、转化及衍生品设计,建议利用数字文创打破非遗文化的传统圈层,拉近年画与年轻消费群体之间的距离。**结论** 研究杨家埠木版年画在数字媒体时代背景下的文创设计,提出应用场景个性化图像、角色IP延展等创作方式,有利于用户在网络社交过程中自觉融入非遗传播,营造弘扬中华优秀传统文化的良好氛围。

**关键词:** 图像叙事; 杨家埠木版年画; 数字文创; 非遗活化

**中图分类号:** TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)10-0411-09

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.10.047

## Digital Cultural and Creative Design of Yangjiabu Woodblock Lunar New Year Picture Based on Image Narration

FANG Xiao

(Qingdao Agricultural University, Shandong Qingdao 266109, China)

**ABSTRACT:** The work aims to explore the innovation path of intangible cultural and creative product design based on the image narration theory and with the digital cultural and creative design of Yangjiabu Woodblock Lunar New Year Picture, a national intangible cultural heritage, as the research object, so as to promote the living inheritance and dissemination of intangible cultural heritage. Through in-depth exploration of the image narration features of Yangjiabu Woodblock Lunar New Year Picture, the image materials and narration themes of Yangjiabu Woodblock Lunar New Year Picture were sorted out, and the design process of refining narration themes, setting expression levels, creating narration scenes, and conducting product design practice was developed. According to the mobile interactive behavior and consumption preferences of users, the extraction, transformation and derivative design of image and role IP in the Lunar New Year Picture were carried out. It is recommended to use digital cultural creation to break the traditional circle of intangible cultural heritage and narrow the distance between Lunar New Year Picture and young consumer groups. Studying the cultural and creative design of Yangjiabu Woodblock Lunar New Year Picture in the context of the digital media era and proposing creative methods such as personalized images of application scenarios and IP extension of roles are conducive to users' conscious integration into the spread of intangible cultural heritage in the process of online social interaction, thus creating a good atmosphere to carry forward the excellent traditional Chinese culture.

**KEY WORDS:** image narration; Yangjiabu Woodblock Lunar New Year Picture; digital cultural creation; intangible cultural heritage activation

收稿日期: 2022-12-23

**基金项目:** 2021年度山东省传统文化与经济社会发展专项课题(L2021C10290030); 2022年度青岛市社会科学规划研究项目(QDSKL2201439); 青岛统一战线智库2022年度立项课题(QDTZZK2022053); 青岛农业大学博士启动基金(663/1122701); 青岛农业大学思想政治教育研究课题(QNSZ2023057)

**作者简介:** 方潇(1987—),女,博士,讲师,主要研究方向为非遗艺术创新设计、影视艺术与文化传播。

杨家埠木版年画是“以民间图像符号为媒介的民间图像叙事行为、活动和产品”<sup>[1]</sup>,作为一种以叙事传达为主的图像类型,曾在农耕社会深受民众喜爱。20世纪90年代以来,受市场需求变迁和机器生产的冲击,杨家埠木版年画的原生态空间逐渐缩小。习近平总书记强调“要顺应数字产业化和产业数字化发展趋势,加快发展新型文化业态”<sup>[2]</sup>,为包括杨家埠木版年画在内的非遗项目数字化布局指引了方向。同时,数字文化创意设计以融合传统文化与现代理念的方式不断追求叙事创新,移动终端技术进步也为图像叙事提供了更加广阔的平台,成为活态化传承非遗项目的驱动力量。杨家埠木版年画技艺在流传过程中,保留了常见的表现题材,形成了特有的图像叙事范式。图像叙事能够整合产品主题、层次、场景等要素,为数字文创产品开发提供创意灵感与设计思路。因此,从图像叙事的视角,探讨杨家埠木版年画的数字文创设计实践研究,将为年画非遗文创化提供重要的参考。

## 1 杨家埠木版年画的图像叙事构建特征

### 1.1 解读图像叙事性

我国年画产地为数众多,其中杨家埠木版年画整体保存最为完好,且创作题材广泛、张贴位置多样,主要以人物、典故、场景等为刻画对象,相关体裁供给决定了杨家埠木版年画依托图像叙事进行表意,从而承担起重要的叙事功能。那么,它的图像是如何构建叙述链条铺开叙事的呢?结构主义叙事学研究者通常认为叙事文本可分为两个对应层面,即故事与话语<sup>[3]</sup>。借鉴该分层原理,便可从故事层和话语层解读杨家埠木版年画的图像叙事文本。这里的故事层是指年画图像描绘的具体内容,话语层则指实现素材可视化的叙事表达技法。还需指出的是,“随俗而作”被杨家埠木版年画从业者、地方文人及政府认作技艺传承绵延不绝至今仍保有旺盛生命力的内在原因。对此,学者王嫚嫚<sup>[4]</sup>阐释道,此处“俗”为社会、时代之风尚,“作”为木版年画的具体生产,“随俗而作”不仅折射出生产者的智慧,而且具有可供开拓的深层内涵。不难看出,“俗”和“作”恰好对应着杨家埠木版年画图像叙事中的故事与话语,从而证实了其叙事性的特点。

### 1.2 图像叙事故事层

在图像叙事的故事层面,由于年画创作者对民俗的理解有所不同,故而导致创作个体的实践行为产生差异,但是创作群体却能共同围绕“俗”来搜集构成故事层的基本素材,主要可分为两大类型:一类是民俗事象,即描绘某项民俗事件或者某种民俗场景的图像素材。民俗事象与图像语言有机融合在杨家埠木版年画中担负起叙事功能,通常由多个表示人物举止行

动、事件情境的视觉符号组合成带有一定事因的画面形象。例如杨家埠木版年画《筝飞太平》,由女子面向逆风轻扶风筝、孩童向前奔跑回首放线的人物行动画面组合成放风筝的故事情境。从中可以领略到杨家埠木版年画对民俗事象的图像叙事并非民俗事件的完整过程,而是经过对事件要素的捕捉,截取事件片段性的存在。另一类是民俗物象,即描绘某一民俗人物或事物的图像素材。以杨家埠木版年画《财神到》为例,其是由财神和两位童子人物形象以及金元宝、铜钱等实物形象组合而成的神像年画。需要重点区分的是,民俗事象中往往会涵盖某些民俗物象,即人物或实物,但民俗事象并非是将民俗物象进行组合的图像,民俗事象的构成必须与人物行动或者事件情境关联<sup>[3]</sup>。

### 1.3 图像叙事话语层

在图像叙事的话语层面,“作”强调具体叙事实践行为差异,也就是将民俗事象类的图像素材和民俗物象类的图像素材在叙事方式上进行区别处理。一方面,作为叙事图像的杨家埠木版年画是时间和空间的统一体,尽管上文两类图像素材的叙事都要兼顾时间性和空间性,但是偏重点有所不同,以表现民俗事象为题材的年画图像叙事重在关注选择哪一叙事时刻所引发的图像张力能够产生最佳的表现效果,所以更加注重时间性。再如《筝飞太平》,创作者不可能将放风筝事件的所有动作雕刻为画版,只能挑选最能调动观者遐想的瞬间“朽稿画样”,见图1。另一方面,以民俗物象组合为题材的年画图像叙事主要关注画面构图呈现出的空间形式美感及其传达出的视觉愉悦感,所以更加注重空间性。比如杨家埠木版年画《连年有余》,不仅是对事件的叙述,而是借助娃娃、莲花、鲤鱼等图像符号表达民俗物象,最终通过物象图像符号的空间构图及其象征性表达完成叙事,见图2。这两种叙事方法侧重点的不同源于杨家埠木版年画生产过程中图像叙事的目的与叙事机制的差异,但是都能以空间的形式表现时空统一,即通过空间性表现时间性<sup>[5]</sup>。由此可见,“随俗而作”的杨家埠木版年画在图像叙事的话语层表现出明显的时空化构建特征。



图1 《筝飞太平》木版  
Fig.1 Woodcut "Flying Kites  
and Good Luck"



图2 《连年有余》年画  
Fig.2 Lunar New Year Picture  
"Surplus Year after Year"

## 2 杨家埠木版年画文创产品现状与问题分析

### 2.1 杨家埠木版年画文创产品发展现状

2014年5月,山东省潍坊杨家埠民俗艺术有限公司入选国家级非物质文化遗产生产性保护示范基地,对杨家埠木版年画和潍坊风筝两项非遗实施生产性保护,公司主要以有效传承非物质文化遗产技艺为前提,制作并销售年画、风筝工艺品,同时结合现代工艺将非遗资源转化为文化产品,在年画产品形式上不断创新。近几年,以直营店方式入驻杨家埠民间艺术大观园的谦和尚品文创商店,根据年画衍生设计出“潍有好礼”系列年画材料包,内含门神、花卉、胖娃娃等年画图案线稿,可使用宣纸、刷子制作出专属体验者的个性定制年画,还有文化衫、抱枕、布包、保温杯、鼠标垫等一系列丰富多彩的木版年画文创产品,谦和尚品文创借助生产、流通、销售等手段,为非遗文创产品市场开拓了一条有效的路径。另外,潍坊市近年来多次举办年画主题展览,吸引了社会各界力量的广泛参与,这些创新年画传承发展的举措为杨家埠木版年画的活态传承创造了优良条件,也为年画文化创意产品的开发与销售打下了坚实的基础。

### 2.2 杨家埠木版年画文创产品问题分析

#### 2.2.1 图像叙事创新不足

图像通过自身视觉之美“以图达意”,打破了文字叙事的空间壁垒,以一种不同的叙事方式展示情节,记录、反映着人类社会生动形象的内容<sup>[6-7]</sup>。基于图像叙事视角、综合线上线下调研情况,笔者将目前杨家埠木版年画的文创产品分为两种类型,见表1。一是年画图像应用类,以典型年画图像为核心元素,运用不同介质的多元形态,衍生出年画图像元素的新物化载体,主要是将门神、财神、娃娃等典型年画的图案应用到餐具、鼠标垫、抱枕等物品上的文创衍生产品;二是年画图像设计类,提取典型年画图像的符号元素,将其融入当代语境,呈现在新介质上以满足人们日常生活中对物质文化和精神文化的双重需求,首先要将年画主体形象进行视觉解构,再选择适于表现的图像元素,重新整合为既保留年画韵味又富有新奇感的视觉图形,最终与新介质结合而成的新潮文创产品。

杨家埠木版年画图像应用类文创产品尽管最大化地保留了年画民俗原貌,但是符合现代人审美的典型图案较少、受众群体相对狭窄、产品物化载体形式单一,导致大众总体上参与度不高,这类文创产品适合欣赏、收藏或研学,只能满足少数群体对民间艺术品的需求。而杨家埠木版年画图像设计类的文创产品尽管在直营店销售业绩较好,也有多项文创作品在相关赛事获奖,但是对年画图像元素的开发尚有不足,文创产品的图像叙事语义有待和现代语境、数字化应用场景等创建深层关联。

表1 杨家埠木版年画文创产品分类  
Tab.1 Classification of cultural and creative products of Yangjiabu Woodblock Lunar New Year Picture

| 年画图像应用类                                                                                              | 年画图像设计类                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>DIY 涂色手绘年画</p> |  <p>T 恤衫</p> |
|  <p>马克杯</p>        |  <p>抱枕</p>   |

#### 2.2.2 文创产品品牌 IP 较弱

我国非遗文化资源丰富,受“非遗+文创”融合创新发展趋势的带动,非遗文创产品大量充斥着文化创意市场,年画文创产品琳琅满目。面对大量同类产品激烈竞争的现状,杨家埠木版年画文创产品品牌 IP 创建的成效不够明显。当前,相关文创实践活动大多把主要精力置于产品设计、宣传推广与销售层面。尽管杨家埠木版年画的保护单位、传承人、文创企业等拥有较好的文创品牌创建基础及条件,但由于对品牌 IP 的定位、传播和运营等缺乏创新设计与系统思考,导致杨家埠木版年画的文创商品在流通过程中产品特色不彰,文创品牌亮点不显。在确立品牌目标时,由于缺乏品牌构建规划,导致出现品牌创立阶段隆盛、品牌推广阶段和缓、品牌运营阶段沉闷的局面。

以上状况反映出大多数设计团队创建非遗文创产品品牌的目的是追求短期眼前效益,缺乏对非遗文化的深入调研,甚至不考虑杨家埠木版年画文创品牌 IP 运营的长期效果。这种文创产品在市场上品牌价值较为弱势,也许会获得一时的“眼球效应”,但是这一现象对杨家埠木版年画文创产品品牌 IP 运营的长期效果而言却是痛点。

#### 2.2.3 数字文创产品缺乏

随着互联网技术进步与文化创意产业的迅速发展,未来年画的数字内容转型是一大趋势<sup>[8]</sup>。本文探讨的数字文创产品设计实践是以数字技术为依托,通过文化创意内容生产与传播的思考,打造易于融入移动端应用程序的服务内容,力求为用户塑造全新的非遗精神文化体验场景<sup>[9]</sup>。当数字文创赋能非遗文化,不仅有益于非遗项目重建与民众的情感纽带,促进非

遗项目转型与活态传承,而且能够铺展数字文创产业的成长时空。

2022 年 1 月 30 日即中国传统节日小年,全球首件数字年画作品《火虎门神》于当夜限量发售 2 022 份,见图 3。每张皆持有在区块链上独一无二的代码,成为无法复刻的稀缺数字年画藏品。作为元宇宙世界的第一张年度数字年画藏品,《火虎门神》将壬寅虎年、门神与山东省非遗项目“火虎”相结合创新数字年画图像叙事,在区块链的加持之下,不仅沿袭了传统向未来的表达,而且改变了春节民俗文化的现实意义。据调研,目前杨家埠木版年画文创产品以传统的实物产品创制为主,涉及数字文创领域的产品少之又少。《火虎门神》为中国传统文化传承与创新设计提供了指引,杨家埠木版年画可从这一作品及其他非遗数字化产品成功案例中获取经验。

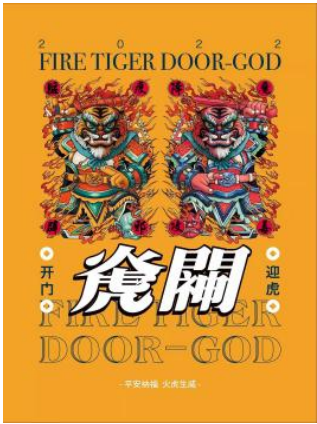


图 3 数字年画作品《火虎门神》  
Fig.3 Digital Lunar New Year Picture "Fire Tiger Door-God"

### 3 杨家埠木版年画文创产品的图像叙事设计方法

图像作为人类重要的叙事方法之一,从古至今贯穿着社会文明发展进程。然而,不同历史时期受到各类因素的影响,导致图像叙事在不同时代社会中的功能存在差异<sup>[10]</sup>。在原始时期,图像叙事占据着无可比拟的位置,然而随着文字文明的发展,图像叙事的功能逐渐被弱化。即便如此,人类追求图像叙事的脚步未曾停止,最终迎来视觉文化的迅猛发展。进入“图像时代”以来,大众的视觉经验愈加丰富。从图像传播视角来看,当代图像以非物质形态的呈现形式,为木版年画艺术的创作与创新带来了机遇,尤其是传播媒介的快速更新,对杨家埠木版年画艺术存在的范式和发展进程发挥着助推作用<sup>[11]</sup>。数字图像技术依托数字媒体介质,以实时性、交互性、虚拟性等特征构建虚实相生的数字消费场景,从而游离于传统印刷工艺之外,衍生出新的物化载体。数字技术介入叙事设计,激发着设计师的创作灵感以及超越物质载体限

制的想象自由。文创产品经过图像叙事的转化被赋予新的内涵,与用户产生情感共鸣,促进杨家埠木版年画的传承与发展。

#### 3.1 提炼叙事主题

“图像叙事对于弘扬文化精神具有独特优势与多重意蕴。”<sup>[12]</sup>鉴于此,亟须在非遗文创语境的探寻中解答:叙事内容何以出场?叙事方式何以择取?实际上,杨家埠木版年画叙事性的核心就是以民俗图像表现故事,“故事是叙事性的核心,话语是它的表现方式”<sup>[13]</sup>。可以说“叙事设计重点关注于叙事内容和叙事方式两方面,叙事内容即‘讲什么故事’,是设计师所要传达的信息。”<sup>[14]</sup>图像叙事主题的生产是带有“意指”的实践活动,因此,必须具备显著的识别性和清晰的表述性。

杨家埠木版年画表现题材丰富,主要有门神、童子、祥禽瑞兽、戏曲人物等类型。在形形色色的作品之中,具有镇宅辟邪作用的祥瑞图像类年画占据了重要位置,“给人们带来了精神上的寄托,并承载着浓厚的文化内涵,具有丰富的民俗观念。”<sup>[15]</sup>笔者通过搜集杨家埠木版年画作品、深挖图像叙事资源、整理叙事内容素材,并调研目标用户需求,结合市场环境分析最终提炼出本次数字文创产品的图像叙事主题“祥瑞文化”。同时,运用国潮风格的图像视觉表达向年轻群体审美靠拢,希望受众根据对图像的视读,了解产品所传达的信息,满足受众对年画视觉与心理的双重期待。

#### 3.2 设立表述层次

在确立叙事主题后,随之考虑如何围绕主题进行叙述,此处对应着叙事设计话语的表述层次。美国认知心理学家、计算机工程师、工业设计家唐纳德·诺曼,在其著作中将情感设计分为本能层、行为层与反思层<sup>[16]</sup>,并把这 3 个层次的划分运用到了叙事设计中,进而被概括为本能表述、行为表述以及反思表述。本能表述指利用产品形态设计,令消费者本能、直接地理解叙述主题;行为表述指消费者需要参与产品的操作行为,进而感受到叙述主题;反思表述指消费者需要经过使用引发一定的思考,才能理解产品的叙述主题。

杨家埠木版年画文创产品设计可以依照“祥瑞文化”叙事主题,提取年画作品造型、色彩等祥瑞图像的特征进行本能表述,设计吸引消费者参与操作获得“祥瑞文化”体验的行为表述,进而领略主题意蕴。总之,设计者应当根据不同的受众偏好、产品类型,采取合适的表述方式。

#### 3.3 创设叙事场景

场景概念源于戏剧,“主要强调人与环境之间的场景要素。”<sup>[17]</sup>相比 PC 时代的网络传播而言,移动传播是基于场景的服务。于是,场景成为移动互联网时代新的核心要素。从场景角度出发,有利于设计者

充分解读用户需求，考虑场景的时空环境、社交氛围等因素，以此提升产品体验获得的使用满足感。对数字文创产品来说，尤其如此。围绕杨家埠木版年画“祥瑞”文化符号，以移动终端为叙事场景的载体，更要注重扩大产品的使用环境范围。

首先，调查移动媒体用户的主要行为场景，分析构成杨家埠木版年画数字文创产品叙事场景的基本要素，提出设计方案。其次，了解受众群体需求，搭建应用场景，筛选杨家埠木版年画祥瑞图像，提取符

号设计产品，衍生出具有祥瑞文化寓意的数字文创产品及 IP 形象。最后，联系中国传统节日、民俗文化活动延伸产品叙事场景，创新推广路径，正向丰富用户感官进而传承年画文化。

遵循如上方方法厘清思路（见图 4），通过杨家埠木版年画文创产品的设计输出，使消费者在体验或使用产品的过程中，既能领略产品叙事主题，强化对产品的文化认同，又能拉近与用户之间的心理距离，实现对杨家埠木版年画的活态传承。

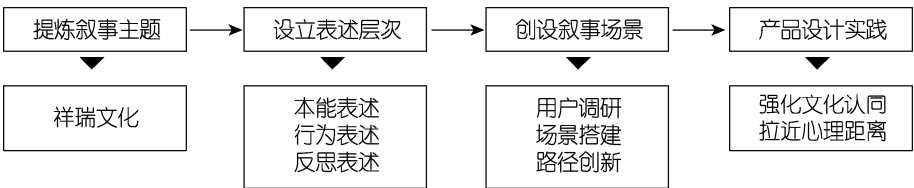


图 4 杨家埠木版年画数字文创产品的图像叙事设计思路

Fig.4 Image narration design idea of cultural and creative products of Yangjiabu Woodblock Lunar New Year Picture

4 杨家埠木版年画文创产品的图像叙事设计实践

本文界定的数字文创产品是运用计算机图像技术，基于移动终端应用的文化创意产品，不仅图像叙事形式更加多元，而且具备较强的延展性。笔者以图 5 所示的设计思路为导引，阐释如何从图像叙事和数字文创两个层面，围绕故事、话语、场域三个维度开展杨家埠木版年画数字文创产品设计实践，围绕“祥瑞文化”选取杨家埠木版年画作品中具有代表性的图像原型，进行图形、色彩与构图的设计转化，赋予年画文创产品表述价值，具体呈现产品包括以下两种类型。

4.1 应用场景个性化图像设计

老一辈杨家埠人将代表祥瑞的奇禽异兽刻入木版，流露出对自然的敬畏，并且利用象征、谐音等手法组成年画图像传达美好夙愿。“鱼”是杨家埠木版

年画中最常见的祥瑞图像，主要与其他吉祥图案组合成新的图像来表达吉祥如意，例如深受百姓喜爱的《连年有余》，通过鱼与莲花的组合以称颂富裕。中国民间认为“麒麟”为仁义之兽，作为高等级的瑞兆之一，也经常被用于年画创作，例如结合童子、牡丹花的作品《麒麟送子》，画面喜悦、活泼，寓意吉祥、祈子。另外，象征着自由、爱情的“蝴蝶”在杨家埠木版年画中也有较高的出现频率，能够产生令人精神愉悦的观赏效果，例如寄托美好祝愿的年画《箏飞太平》。针对以上三幅年画的叙事特征，笔者提取其图形、色彩作为“故事”，解构、重构图像作为“话语”，推演出杨家埠木版年画文创产品设计图像文件，见表 2。

新形势下的文创产品应高度融合数字媒体的特征，以民众在寻常生活中能够接触并使用的物品为载体，据此笔者介入应用程序创设叙事场景。在我国，红包文化日久岁深，送红包、收红包作为传统习俗最早可追溯至汉代。红包是国人生活中一种重要的社会

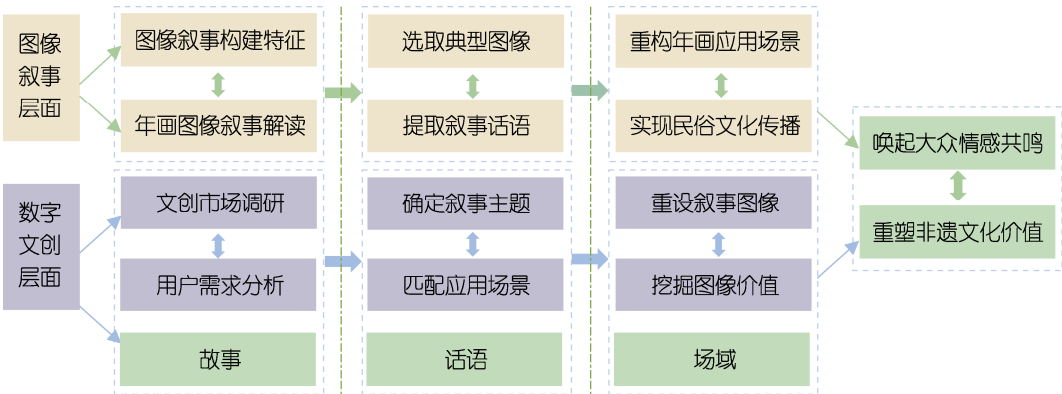


图 5 基于图像叙事的杨家埠木版年画数字文创产品设计思路

Fig.5 Design ideas of digital cultural and creative products of Yangjiabu Woodblock Lunar New Year Picture based on image narration

交往形式，维系着亲友之间的情感交流。随着移动支付的广泛使用，微信红包作为一项现代支付技术与传统文化结合的事物，在节日期间的使用尤为频繁，并且承载着深厚的价值意义。数字化的红包形式作为“兼具传统文化内涵与现代精神风貌的中华文化符号”，不仅能够有效地促进人际传播，在互动与仪式中引起情感振动，还传递着中华优秀传统文化，能够激起文化共鸣<sup>[18]</sup>。

当前，虽然微信场景红包封面主要以商业广告为主，非遗主题红包文创产品较为匮乏，但自 2022 年 7 月以来，微信小程序正式为符合标准的公众号账户及

个人用户开放红包封面定制，吸引了大量个人创作者进场，同时促进了数字内容的创意生产。杨家埠木版年画的数字文创产品设计，可以围绕传统节日贴年画、发红包的习俗定制年画主题创意红包。通过微信场景红包封面，用户在收发红包的社交互动中感受杨家埠木版年画的“话语”，既缔造了非遗文化的集体记忆，又营造了欢乐祥和的节日氛围，见图 6。除微信红包封面之外，年画图像还可以融入其他程序的应用场景作为背景图进行叙事，例如支付宝付款码皮肤，用户通过自定义皮肤来展现个性、传递话语，见图 7。

表 2 杨家埠木版年画数字文创产品设计图像推演  
Tab.2 Image deduction process of digital cultural and creative product design of Yangjiabu Woodblock Lunar New Year Picture

| 作品名称 | 年画原型                                                                                | 图像筛选           | 主色转化                                                                                                     | 图像文件                                                                                  |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 连年有余 |   | 鱼<br>莲花<br>娃娃  |  R: 218 G: 127 B: 196   |   |
|      |                                                                                     |                |  R: 168 G: 196 B: 145   |                                                                                       |
|      |                                                                                     |                |  R: 78 G: 126 B: 166    |                                                                                       |
|      |                                                                                     |                |  R: 252 G: 228 B: 154   |                                                                                       |
|      |                                                                                     |                |  R: 196 G: 96 B: 81   |                                                                                       |
| 麒麟送子 |  | 麒麟<br>牡丹<br>娃娃 |  R: 228 G: 166 B: 171 |  |
|      |                                                                                     |                |  R: 211 G: 206 B: 174 |                                                                                       |
|      |                                                                                     |                |  R: 125 G: 158 B: 187 |                                                                                       |
|      |                                                                                     |                |  R: 248 G: 231 B: 159 |                                                                                       |
|      |                                                                                     |                |  R: 221 G: 106 B: 99  |                                                                                       |
| 筝飞太平 |  | 蝴蝶<br>风筝<br>人物 |  R: 233 G: 155 B: 215 |  |
|      |                                                                                     |                |  R: 192 G: 200 B: 161 |                                                                                       |
|      |                                                                                     |                |  R: 108 G: 173 B: 195 |                                                                                       |
|      |                                                                                     |                |  R: 251 G: 225 B: 176 |                                                                                       |
|      |                                                                                     |                |  R: 219 G: 107 B: 121 |                                                                                       |



图 6 杨家埠木版年画微信红包封面设计  
Fig.6 WeChat red packet cover design of Yangjiabu Woodblock Lunar New Year Picture

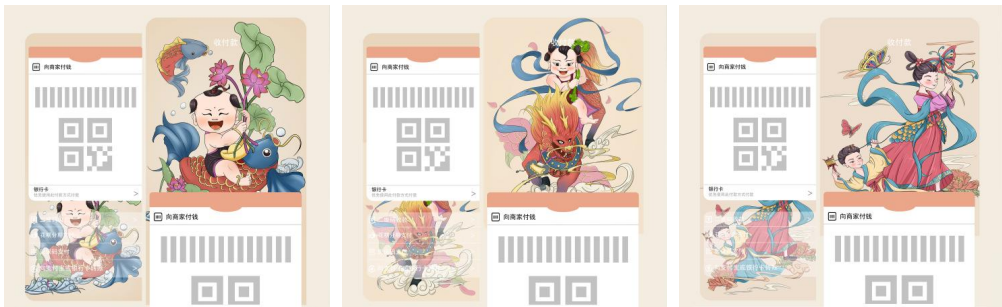


图 7 杨家埠木版年画支付宝付款码皮肤设计  
Fig.7 Payment QR code image design of Alipay for Yangjiabu Woodblock Lunar New Year Picture

4.2 角色 IP 及其衍生品设计

杨家埠木版年画数字文创产品强调对非遗文化 IP 的价值再造,其中饱含着设计者对传统事物在现代文化语境下迭代提升,以及如何增强人民群众对地域文化认同感的思考。“在文化 IP 经济中,有一类 IP 是将角色形象作为核心驱动引擎,设计独特的人物角色,不断塑造角色性格”<sup>[19]</sup>,这类 IP 被称为角色 IP,

富有延展灵活、启用便捷等优势。如广元市俏媚娘文化创意有限公司开发的武则天角色 IP“俏媚娘”、南平市熹延文化传媒有限公司塑造的朱熹角色 IP“卡通朱子”等案例,借助趣味性的虚拟角色形象,活用文化遗存,解锁地方特色文化消费新场景和新的表达形式,为优质数字文创产品和文旅产业增加了品牌附加值,见图 8。



图 8 角色 IP 设计案例  
Fig.8 Design case of role IP

综合上述杨家埠木版年画图像叙事构建特征解析与图像叙事设计方法探索,笔者将杨家埠木版年画角色 IP 设定为活泼可爱的小女孩——杨鸢儿。“杨”取自杨家埠村大多数村民的姓氏,又因杨家埠是潍坊风筝的发祥地,故取名“鸢儿”,以增加角色 IP 的意向化表达。角色本体造型采用三头身比例,以朴素、怀旧的手绘风格来增强识别性,从年画作品的人物服饰中提取图像原型进行适度转化,再将转成的元素融入服饰设计,见图 9,最终完成杨家埠木版年画角色 IP“杨鸢儿”的二维形象设定,见图 10。

完成角色设定之后,紧密围绕杨家埠木版年画特色,通过民俗事项与民俗物象的图像叙事进行传播,通过生动有趣的画面,传递角色俏皮、热情的性格特质。设计单幅延展画面时采用单一场景叙述,也就是“挑选全部‘动作’中最耐人寻味、最富于想象力的那一‘片刻’”<sup>[20]</sup>,例如参照民俗事象类作品《筝飞太平》,结合“杨鸢儿”与杨家埠代表性元素符号“风筝”创新叙事图像,为了让用户看后产生时间流动的意识,达到叙事目的,这里并没有画出放风筝的“顶点”,因为顶点意味着风筝飞到止境,视点的消逝会

限制想象的“生发”。再如参考民俗物象类作品《连年有余》,使用象征、隐喻手法将“杨鸢儿”与祥瑞符号“鱼”组合为单幅图像,以视觉图景完成叙事,



图 9 服饰元素提取  
Fig.9 Extraction of clothing elements



图10 角色IP“杨鸢儿”的二维形象设定  
Fig.10 2D image setting of the role IP "Yang Yuan-er"

从而借助年画文化,唤起用户的情感共鸣。通过拓展数字文创产品的应用场景,激发用户自觉参与非遗文化传播,见图11。

为了配合线上社交特点,扩大角色IP销售与影响力,结合杨家埠村农历正月十五举办的“杨家埠灯会”民俗活动,建议推出数字纪念门票,传达祥瑞文化寓意的同时提升杨家埠木版年画的美誉度,见图12。另外,在线下生活场景中,“杨鸢儿”可与本土老字号品牌合作进行推广销售,积极参加各类社会公益活动,融入、延伸在地文化。例如南平市活化利用“卡通朱子”,融入政和白茶元素助力乡村振兴,开发文创衍生产品促进文旅融合,逐渐演进成为城市文化IP。在“卡通朱子”的推进过程中,涌现出一群景仰朱子文化,热衷传播朱子文化的青年人,为朱子文化传承贡献了智慧。



图11 角色IP“杨鸢儿”形象延展  
Fig.11 Extension of the image of the role IP "Yang Yuan-er"



图12 杨家埠数字纪念票  
Fig.12 Digital memorial tickets for Yangjiabu

## 5 结语

在数字媒体时代背景下,杨家埠木版年画文创产品设计中的图像叙事不仅是对历史文脉的延续,更是社会文明新风的传递与人民生活美好的隐喻。新形势下的非遗文创应紧跟时代脚步,与大众个性化、多样化的应用需求同向同行,让民众在日常情境中体验非遗之魅力,为延续中华优秀传统文化赢得时代先机。本研究旨在通过图像叙事创新提升杨家埠木版年画数字文创产品的美誉度,利用手机应用程序、角色IP等进一步解锁非遗数字文化消费新场景,增强Z世代年轻人的国潮文化消费自信和对杨家埠木版年画的传承意识,为讲好年画故事、活态传承非遗文化提供现实的思路与方法。

## 参考文献:

- [1] 贺莉. 年画的图像叙事及叙述模式——以“白蛇传”故事年画为例[J]. 河北民族师范学院学报, 2019, 39(3): 68-75.  
HE Li. The Image Narrative and Narrative Patterns of the Woodcut New Year Picture—Taking the Legend of White Snake as an Example[J]. Journal of Hebei Normal University for Nationalities, 2019, 39(3): 68-75.
- [2] 习近平. 在教育文化卫生体育领域专家代表座谈会上的讲话[J]. 天津市工会管理干部学院学报, 2020, 37(4): 1-4.  
XI Jin-ping. Speech at the Symposium of Experts in the Field of Education, Culture, Health and Sports[J]. Journal of Tianjin Trade Union Administrators' College, 2020, 37(4): 1-4.
- [3] 程安霞. 符号叙事学视域下民俗图像叙事模式探析[J]. 北方民族大学学报(哲学社会科学版), 2016(5): 127-130.  
CHENG An-xia. On the Narrative Mode of Folk Images from the Perspective of Symbolic Narratology[J]. Journal of North Minzu University (Philosophy and Social Science), 2016(5): 127-130.
- [4] 王嫵嫵. 随“俗”而作: 杨家埠年画的“生命”史[M]. 北京: 北京大学出版社, 2015.  
WANG Ying-xian. Acting with the Mores: "Life" History of the New Year Pictures of Yang Jiabu[M]. Beijing: Peking University Press, 2015.
- [5] 谢伟, 李立. 汉画像列女画像图像叙事在魏晋南北朝的转向[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计), 2021(5): 7-13, 219.  
XIE Wei, LI Li. The Turn of Female Portraits Image Narration of the Han Portrait Stones in the Wei, Jin and Southern Dynasties[J]. Journal of Nanjing Arts Institute (Fine Arts & Design), 2021(5): 7-13, 219.
- [6] 邓依晴, 程广云. 从“语言”到“图像”——主流价值观认同的视觉机制与文化反思[J]. 广东社会科学, 2023(1): 68-77.  
DENG Yi-qing, CHENG Guang-yun. From "Language" to "Image"

- to "Image"—Visual Mechanism and Cultural Reflection of Mainstream Values Identity[J]. Social Sciences in Guangdong, 2023(1): 68-77.
- [7] 申丹, 王丽亚. 西方叙事学: 经典与后经典[M]. 北京: 北京大学出版社, 2013.
- SHEN Dan, WANG Li-ya. Western Narratology: Classical and Postclassical[M]. Beijing: Peking University Press, 2013.
- [8] 刘宪辉. 新媒体时代杨柳青年画的多元产品开发[J]. 包装工程, 2020, 41(12): 314-317.
- LIU Xian-hui. The Diversified Product Development of Yang Liu-Qing New Year Painting in the New Media Era[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(12): 314-317.
- [9] 丁锦箫, 蔡尚伟. 数字文化创意产业的结构要素、内涵辨析与细分框架[J]. 出版发行研究, 2021(12): 32-40.
- DING Jin-xiao, CAI Shang-wei. Structural Elements, Connotation Analysis and Subdivision Framework of Digital Cultural Creative Industry[J]. Publishing Research, 2021(12): 32-40.
- [10] 马全福. 图像叙事的发展流变与设计策略[J]. 包装工程, 2021, 42(20): 252-259.
- MA Quan-fu. Development and Design Strategy of Image Narration[J]. Packaging Engineering, 2021, 42(20): 252-259.
- [11] 刘海飒. 跨媒材视域下的图像转换与范式再造[J]. 美术, 2022(4): 138-139.
- LIU Hai-sa. Image Transformation and Norm Recreation from the Cross-Media Perspective[J]. Art Magazine, 2022(4): 138-139.
- [12] 李吉品, 包崇庆. 文化视域下图像叙事的美学省思[J]. 文艺争鸣, 2022(1): 100-106.
- LI Ji-pin, BAO Chong-qing. Aesthetic Reflection on Image Narration from the Cultural Perspective[J]. Literary and Artistic Contention, 2022(1): 100-106.
- [13] 李翔. 戏曲木版年画的图像叙事形态与特征——以传统戏曲叙事为中心[J]. 四川戏剧, 2021(1): 104-110.
- LI Xiang. The Image Narrative Form and Characteristics of Traditional Chinese Opera Woodblock New Year Paintings - Centered on Traditional Chinese Opera Narrative[J]. Sichuan Drama, 2021(1): 104-110.
- [14] 吴卫, 李黎俊雄. 湖湘红色文创产品设计中叙事设计的方法与实践[J]. 装饰, 2021(9): 42-45.
- WU Wei, LI Li-jun-xiong. The Method and Practice of Narrative Design in Huxiang Red Wenchuang Product Design[J]. Art & Design, 2021(9): 42-45.
- [15] 王慧哲. 杨家埠木版年画祥瑞图像的艺术特征[J]. 天工, 2022(25): 46-48.
- WANG Hui-zhe. Artistic Characteristics of Auspicious Images in Yangjiabu Woodblock New Year Pictures[J]. Masterpieces of Nature, 2022(25): 46-48.
- [16] 耿天宇, 芮雪婷, 江牧. 基于叙事性的趣味产品设计探究[J]. 包装工程, 2019, 40(12): 168-174.
- GENG Tian-yu, RUI Xue-ting, JIANG Mu. Narrative Design Method in Interesting Products[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(12): 168-174.
- [17] 姬灿, 李轶南. 基于场景理论的平阳木版年画数字文创设计[J]. 包装工程, 2021, 42(18): 388-395.
- JI Can, LI Yi-nan. Digital Creative Design of Pingyang New Year Wood-Block Prints Based on Scene Theory[J]. Packaging Engineering, 2021, 42(18): 388-395.
- [18] 谢瞳, 苏雨桐, 刘俊灵, 等. 艺术系统视角下的中轴线文创红包装设计[J]. 湖南包装, 2022, 37(4): 86-90.
- XIE Tong, SU Yu-tong, LIU Jun-ling, et al. Research on the Design of Cultural and Creative Red Envelope of Central Axis from the Perspective of Art System[J]. Hunan Packaging, 2022, 37(4): 86-90.
- [19] 刘月蕊, 贾诗敏, 赵蔚. 多维度衍生视角下博物馆角色IP设计开发研究[J]. 包装工程, 2020, 41(16): 254-259.
- LIU Yue-rui, JIA Shi-min, ZHAO Wei. Design and Development of Museum Character IP from the Multi-Dimensional Derivative Perspective[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(16): 254-259.
- [20] 龙迪勇. 图像叙事: 空间的时间化[J]. 江西社会科学, 2007, 27(9): 39-53.
- LONG Di-yong. Image Narration: Time of Space[J]. Jiangxi Social Sciences, 2007, 27(9): 39-53.

责任编辑: 马梦遥