

欢迎按以下格式引用:韦秀玉,曹远志.文化产业语境下老河口木版年画体验式传承研究[J].长江大学学报(社会科学版), 2022,45(6):20-26.

文化产业语境下老河口木版年画体验式传承研究

韦秀玉 曹远志

(湖北美术学院 视觉艺术基础部,湖北 武汉 430205)

摘要:老河口木版年画的典型性元素是地域特色鲜明的图像和艺术符号,其体验式设计可以在此基础上实现创新性发展。基于老河口木版年画的艺术特质和当代审美趋向,从老河口木版年画中提取图像、符号、艺术语言等视觉元素,结合楚地神话传说,将印制过程设置为用户参与体验内容,设计木版年画体验式文创产品,探究木版年画融入大众生活的合理路径,这有助于传播传统手工艺及年俗文化,推进中华民族共有精神家园建设,铸牢中华民族共同体意识,实现老河口木版年画文化基因的现代性转化,满足人民的精神文化需求。

关键词:老河口木版年画;体验式设计;楚艺术精神;文创产品

分类号:J217 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-1395(2022)06-0020-07

一、老河口木版年画的传承及其产业现状分析

老河口木版年画于2007年被列入湖北省第一批非物质文化遗产名录,2011年入选第三批国家级非物质文化遗产代表性项目名录,受到国内外广泛关注。政府高度重视老河口木版年画,于2005年启动保护工程,在老河口市博物馆内投资建设木版年画展厅、印制作坊和年画销售点,提升其经济效益和社会效益。2006年,老河口市成立非遗领导小组,将陈义文木版年画列为市级非物质文化遗产重点保护项目。之后,不断加大投入,设立陈义文工作室,以陈义文木版年画元素改造街区,拓展老河口木版年画的生存与发展空间。^{[1](P261)}老河口木版年画得到了当地政府和文化部门的大力保护,逐渐转型发展,但作为节庆民俗手工艺文化,在新型消费语境下,其市场竞争力有待进一步提升。

在有关老河口木版年画应用的研究中,其文创

设计多是基于陈义文木版年画,提炼其代表性图案进行工业批量生产,有日常生活用品(衣服、文具、包类、信封、名片、家具摆饰)、广告设计宣传(微信公众号、地方网页设计、招贴海报、广告牌)等类型。这些文创产品在视觉形式上沿用年画传统样式,较少考虑当下审美需求,产品的形式及功能存在同质化倾向,文创产品对当代适用性的研究不足,从用户体验视角的创新设计有待推进。设计师需顺应文化发展潮流,设计具有地域特色、彰显个性的生活化体验式手工艺产品,助力其产业化发展,满足人民的精神文化需求。^[2]

本文以老河口木版年画为例,基于其文化内涵和楚艺术精神,结合当代文化消费需求与审美趋向,探讨年画体验式文创产品设计的合理路径。

二、老河口木版年画视觉元素传承

传统美术的文创设计可以从图像、符号、艺术语言、技艺和精神内涵等方面讨论其传承与创新。老

收稿日期:2022-07-10

基金项目:湖北美术学院重大科研资助培育项目“传统手工艺的传承创新研究”(20ZD04)

第一作者简介:韦秀玉(1974—),女,广西桂林人,教授,博士,主要从事中国传统美术创新发展研究。

河口木版年画的典型性元素是地域特色鲜明的图像和艺术符号,其体验式设计可以在此基础上实现创新性发展。

(一)驱邪禳灾的象征性图像

老河口木版年画在楚文化滋养下形成,其渊源可追溯至明代。出于政治需要,永乐皇帝大修武当山,均州草店附近聚集了大批能工巧匠。年画工匠受到楚地民间美术及风俗影响,其图像越发体现楚地的民间信仰。作为武当山年画的分支之一,老河口木版年画承续了其兼具道教与楚地民间信仰的内蕴^[3]。

老河口木版年画种类繁多,以门神最为典型。如武门神《燃灯道人和赵公元帅》(图 1)、《秦琼和尉迟恭》(图 2)、文门神《五子登科》(图 3)、神话人物《钟馗像》(图 4)以及民族英雄《郑成功和岳飞》^{[1](P260)}。“门神”一词最早记载在《礼记·丧服大记》中,“释菜,礼门神也”^{[4](P5)}。门神从作为门中之神的抽象概念逐渐发展为有具体形象和姓名的神灵。老河口木版年画的门神包括道教人物和神灵形象,承袭道教的造神风俗,拥有庞大的门神图像体系。如门神

燃灯道人和赵公明的形象均来自于《封神演义》:燃灯道人在民间寓意保佑众生;赵公明在道教中是四大元帅之一,在民间传说中则是主管财源的神明。《郑成功和岳飞》将民族英雄作为门神,体现了道教的造神风俗。另外,木版年画作为祈福辟邪的艺术品,在年俗之际流通,需要符合当地民众的审美愿望和民间信仰。除神像门神之外,还有许多是从民间传说、戏曲小说、历史文化中取材造神,其内容广泛,楚地特色突出。如陈义文创作的《七夕》,源自明代罗欣所著《物源》中“楚怀王初置七夕”的牛郎织女传说^[5]。合理利用襄阳文化资源,以历史遗迹为题创作《襄阳古城十五景》,以三国人物为题创作《三国人物在襄阳》,充分体现了楚地的民间信仰,地域特色鲜明。黄钊把楚文化对道教文化的影响归结为三点,即道教文化形成于楚地,《楚辞》给予道教文化营养,楚地巫文化构成道教的重要内容^[6],说明楚文化与道教文化相生相成。以武当山为文化发源地的老河口木版年画自然融合两大文化,集道教图像与楚地民间信仰为一体。



图 1 燃灯道人和赵公元帅 木版套印年画 陈义文
49×39cm^{[1](P263)}



图 2 秦琼和尉迟恭 木版套印年画 陈义文
58×41cm^{[1](P264~265)}

老河口木版年画中,巫思想盛行,具有驱邪禳灾的精神内涵,与当代盛行的魔幻性造神形式相类。在设计实践中,选取祝融和钟馗作为主体形象,以火神祝融作为门神,象征新年红火,具有吉祥的寓意。神话人物的仙人身份也带有魔幻色彩,钟馗有着“赐福镇宅”的意涵,反映民间信仰,符合大众对于辟邪祈福的需求。在文创产品设计中,可以突显魔幻性色彩,选取《封神演义》《搜神记》《山海经》文本,结合

民间信仰,合理利用老河口木版年画以及相关神灵图像、艺术符号和形式实现其创新性发展。

(二)魔幻性艺术空间

陶东风认为,当下社会审美活动的范围扩大化,审美活动的空间拓展到大众日常生活的方方面面。^[7]在文化消费中,人们的审美具有视觉的魔幻性和精神的诗意化趋向。流俗的视觉图像或简单的写实形象让人审美疲劳,人们更乐于欣赏富含想象力



图3 五子登科 木版套印年画 陈义文 41×29cm^{[1](P268~269)}



图4 钟馗像 木版套印神像 陈义文 46×25cm^{[1](P269)}

的视觉图像。由此可见,基于神话传说改编的奇幻故事与图像更具吸引力。“当代中国的魔幻审美形态以民俗信仰、神话传说等作为表达媒介,以魔幻的方式对现实进行别样的表现。”^[8]比如国产动漫电影《哪吒之魔童降世》《姜子牙》,基于传统的神话故事,以具有魔幻风格的视觉特效和造型设计吸引了大批粉丝,获得社会好评;《爱丽丝梦游仙境》《哈利波特》等以虚构的幻想故事,采用魔幻的视觉元素,获得年轻人的追捧。此外,以《山海经》为主题的插画、文创设计近年来也热度不减。在物质文明日益发展的当下,如何满足人们日益增长的精神文化需求,已成为不容忽视的问题。从视觉层面看,具有和谐宁静意味的诗意图像不仅能带给人轻松、隽永的视觉想象,还能满足人们在喧闹城市中期盼宁静的精神追求。同时,视觉的诗意性和魔幻性在内在逻辑上具有兼容性,目的是引发观者勾连内在记忆,自主构建多义意象。在文创产品设计中,巧妙运用诗性艺术语言,留给观者想象空间,有益于观者放飞自我,放松心情。魔幻性视觉元素和空间营构,可以给观者呈现导向性的图像或符号,使得诗意想象具有特定的奇幻意味,引发视觉上无限延展的可能,由外在视觉向内在精神转换,建构心理魔幻空间。

老河口木版年画的图像与符号组合具有魔幻色彩,从组合关系和时空关系上呈现魔幻空间。如《燃灯道人和赵公元帅》中骑着神虎与神鹿相对而立的武门神;《和合二仙》(图5)以“荷”通“和”,以“盒”通“合”,神盒搭配两位童子,这种人神与瑞兽、神物的巧妙结合以关联的意象构建威武、祥瑞的魔幻性空

间,为居者驱邪祈福。《火神祝融》(图6)的设计也是基于此,在祝融周围设计了拟人化火精灵形象,营造魔幻氛围。再如《郑成功和岳飞》,以不同时空的民族英雄为主题进行配对,元素之间看似无关,主题上又紧密相连,寓意符合民间需求,也呈现出超时空的幻想。在文创产品设计中可以继续沿用这种魔幻空间组合模式,加入当代视觉图像与符号,守正创新,融入新时代气息。

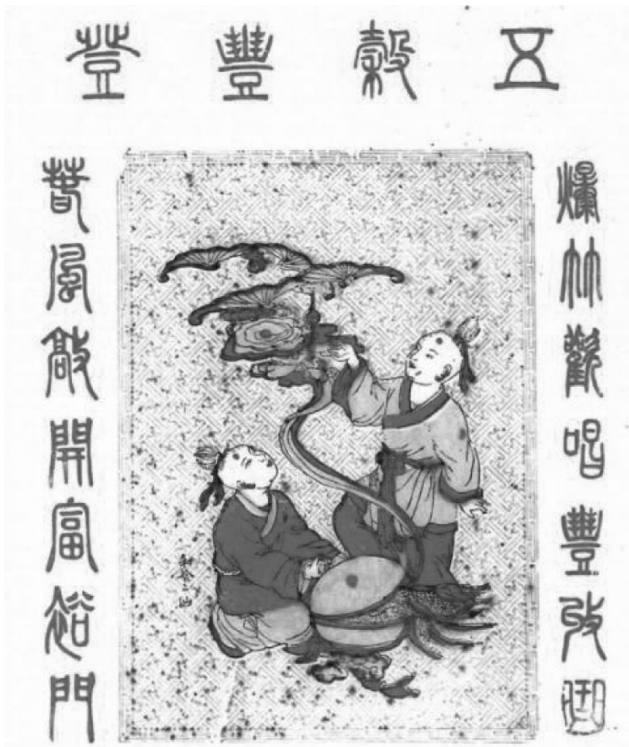


图5 和合二仙 木版套印 陈义文 40×27cm^{[1](P262)}

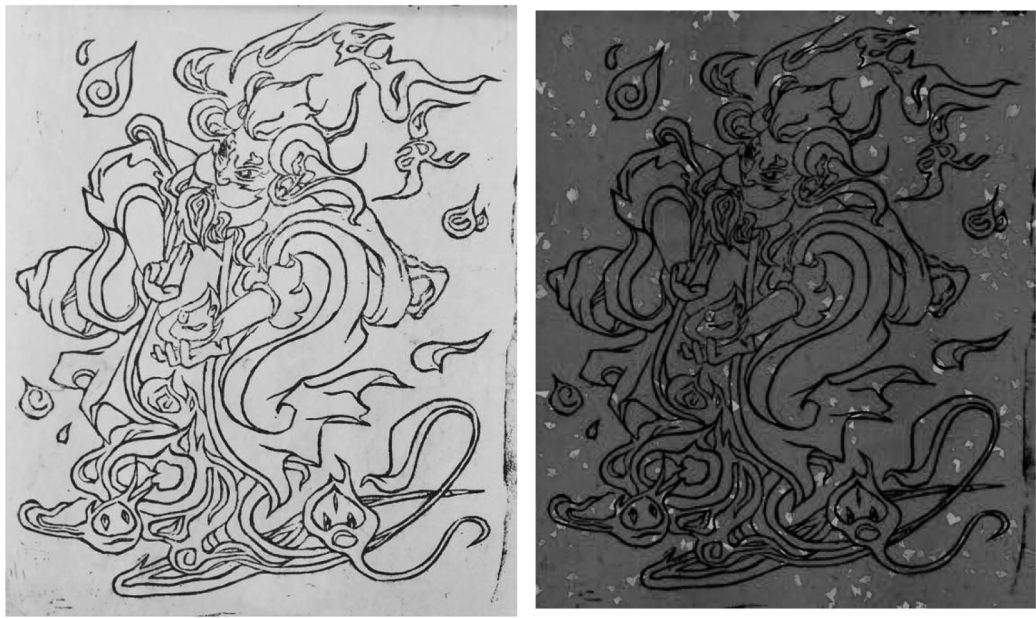


图6 火神祝融 曹远志 34×28cm

(三) 吉利而神秘的色彩

年画色彩的选择与中国人民的生活以及文化环境相关,主要有“尚红”和“崇黄”两种倾向。“尚红”源自炎黄子孙对于太阳神的崇拜,汉高祖自称“赤帝之子”。红色成为代表吉利与喜庆的颜色,是民间年画首选色。“崇黄”源自古代以黄为贵的文化传统。黄色象征着土地,自隋唐时期起黄袍成为皇帝专利,象征尊贵地位。^[9]老河口木版年画的色彩受到河南朱仙镇年画的影响,鲜艳明丽,以红黄为主,青绿点缀。门神画中的道家神仙多身着金甲红绸,点缀少量青绿和紫色。红绿和黄紫作为两组互补色,凸显老河口木版年画的浓烈色彩风尚,又因其颜料主要源自传统手工制作,黄丹、靛青、木红等色彩显得厚重、古雅、浓烈,以其作为年画主要色块,能够烘托出节日活泼、热烈的喜庆氛围,色彩搭配闹而不乱,乡土风味浓郁。

在文创产品设计中,色彩的选用应为年画的功能服务,符合中国文化习惯,即以吉利的色彩衬托节日氛围,装点生活环境,色彩的搭配以闹而不乱为标准,根据内容配色。如经典门神造型《秦琼和尉迟恭》,除去黑色的墨线,以纯度较高的红黄作为主色调,表现节日的热闹氛围,色彩应用于人物脸部、衣物边缘、旗帜外侧和其他小块抽象符号之中,又以较低纯度偏冷色的紫绿中和画面的热闹氛围,以沉稳古朴的色彩协调画面,表现热闹氛围下门神的庄重威严。有着驱邪禳灾功能的《钟馗像》神像,整幅画

除去钟馗的墨色线稿,背景为红色,象征着百姓希望钟馗驱鬼辟邪,带来吉利。在节日庆典类年画设计中,《火神祝融》参照《钟馗像》的色彩布置,以墨线搭配红色背景,既凸出火神形象,又有着吉利的意涵。

除了传统年画的吉利色彩体系,神秘梦幻的诗意色彩也可以作为设计的创新点。以单一色彩为例,高纯度的色彩给人视觉上的刺激,低纯度的灰色则给人以平静安适之感。从色彩之间的对比来看,对比色、互补色对比强烈,反差大,活泼,有激情;^{[10](P100)}而邻近色、同类色之间则对比较小,显得和谐纯粹。梵高在《花园》中运用邻近色技巧,营造了一种弱化色彩对比、神秘诗意的效果,“在仅有的视觉印象之外,他寻找凭经验觉察到的内心活力”^{[10](P107)}。通过色彩微妙的变化呈现出神秘诗意,在诗意营构上,由同类色、邻近色甚至单色所组成的画面更有利于精神性表现和视觉氛围营造,为观者提供诗性文本。在日常生活体验类的神兽色彩设计中,以同类色和邻近色为主,根据老河口木版年画的惯用色相,通过降低纯度的淡雅色彩营造诗性美感,以神兽坐骑为主体形象,为生活增添魔幻色彩。因此,在老河口木版年画的文创设计中,需要根据产品功用选择色彩,以烘托节日氛围为主的产品可以延续传统热烈的色彩搭配,用于日常体验娱乐的文创产品可以弱化色彩对比,满足当代审美需求。

(四) 玄幻的浪漫线条

老河口木版年画“以线为骨”,柔中带刚,刻刀顺

应木纹走向,尖刀过线搭配斜刀雕刻,上窄下宽的曲线展现楚地的浪漫意味。在《和合二仙》中,升腾的灵草以 S 形的曲线交叠飘升,线条细劲绵长,人物塑造也多以弧线为主,表现柔和、玄幻的神性气质。从整体来看,曲线的应用与神仙造型相匹配,映射楚艺术浪漫精神。

在老河口木版年画中,线条的运用还体现在构图的空间设计上。年画具有装饰和祈福的功用,在装饰的要求下,画面空间由主版“墨线版”呈现二维的平面感;在祈福语境下,其空间呈现出超时空组合的特性。二维平面感在画面上依靠线条的塑造呈现出类似“正面律”效果,层层叠压的平面展现造型的全貌,加之抽象的线条符号刻画丰富。如《秦琼和尉迟恭》,人物和马的头部为四分之三侧面,各自的身体以正面表现,以线条叠压关系暗示空间重叠,抽象的图案营造疏密,趣味感十足。另一方面,在祈福的寓意要求下,年画内容讲究圆满,在构图空间的设计上通常以谐音和借形的方式营构画面,故画面中的元素堆叠在上述装饰性平面效果影响下相互交错,在追求造型和谐的基础上增减、融合,以丰富、变化的线条关系和元素组合形成一种超时空组合的奇妙幻境。

因此,在文创设计艺术语言选择上,以魔幻性审美需求为导向,还可以把老河口木版年画中的浪漫线条叠压呈现融入设计,以“重叠法”暗示魔幻空间的结构,即“把相近的物体前后放置,前面的物体部分遮盖后面的物体”^{[10](P14)}。如《和合二仙》中从盒子里飘飞出灵芝,其底部在右侧人物之上,顶部被人物右手遮挡,并用抽象和概括的提炼线条引导人们的视线在二维平面上游动,产生空间变化的错觉。在《火神祝融》门神画设计中,多使用曲线刻画飘飞的衣物、浮动的火苗,以叠压法暗示祝融与祥云火焰的空间位置。此外,设计单个的神兽元素,方便自由组合印制,营造空间。也可以打破时空界限,从神话年俗等主题中寻找元素进行超时空组合,如老河口木版年画中的《郑成功和岳飞》,选择不同时期且具有共性的传说人物形象拓展年画表现的时间跨度,展现魔幻的想象空间。

总的来说,老河口木版年画的文创设计需要结合楚地民俗风情以及道教图像的主题内容、吉祥神秘色彩、健劲浪漫玄幻线条、平面和超时空组合空间,结合当下社会年轻人对于魔幻性和诗意审美的需求,展开创新设计。

三、年俗文化传播语境下的印制体验设计

本雅明认为:“机械复制作品可以达到的状态也许并未触及事实上的艺术作品,但是艺术作品的在场素质却总在贬值。”^{[11](P221)}从文创产品的功能来看,如果只是追求生产的便利以及视觉刺激,批量生产的复制品由于重复的视觉图像在自媒体时代将逐渐失去艺术价值与经济价值。在审美泛化语境下,批量生产的工业产品缺少人性的温度,未能满足人们不断增长的审美需求。同时,现代人越来越沉溺于直接的感官刺激而丧失动手能力,精神变得空虚,甚至失去了秩序感和安全感。手工艺制作体验可以让人们静心体悟诗意美感,填补精神空虚,抚慰心灵,调适心情。为了让产品更适应当代社会需求,推动年俗文化的传播与发展,老河口木版年画文创设计设计了手工制作环节,让消费者由欣赏者转变为制作者,使其沉浸于工艺制作过程,深度感受木版年画文化,逃离尘世的喧嚣,达到心灵的宁静,获得幸福体验。同时,促进年俗文化的发展和传播,建构文化认同,筑牢中华民族共同体意识。老河口木版年画体验式印制设计遵循美国心理学家米哈里·契克森米哈赖的“心流”理论,即人全身心投入某一活动中可以产生最优体验,获得幸福感。^{[12](P66)}为避免审美泛化的影响,使审美观照真正回归日常生活,在文创产品设计中,不仅要考虑视觉形式,亦要考虑文化消费中的心理体验及艺术疗愈等内容,关注用户体验。根据积极心理学设计大众参与的乐趣体验项目,让老河口木版年画走进大众生活,增强人民群众的参与感、获得感和认同感。

以印制体验来设计木版年画文创产品,根据老河口木版年画的艺术特色,强调魔幻性空间和诗意美,以其经典图像、符号为造型基础,结合当地神话传说、幻想故事进行再创作,设计不同难易程度的印版(单版单色、二版套色、三版套色等),调动消费者在体验印制过程中的主观能动性,使其根据个人兴趣选择颜色,或自由调制颜色,组合印版,充分发挥想象力,体验老河口木版年画的印制过程,进而培养创新能力。设计工具(包括印版、颜色、笔刷、纸张、马莲等)、材料完整的体验式木版年画文创产品,让消费者轻松参与体验活动,体验木版年画的丰富内涵,促进年俗文化的广泛传播。

老河口木版年画体验式文创产品主要分为节日庆典类和日常生活类。节日庆典类产品(图 7、图 8)主要依据楚地神话传说中的火神祝融形象,搭配老

河口木版年画的浪漫风格,或依据陈义文设计的钟馗形象并进行简化处理。二者色彩红火、热闹,适合作为节庆挂饰,印成后可用于房门的装饰。日常生活类(图 9、图 10)则依据《燃灯道人》等门神画中带

有魔幻色彩的坐骑元素,搭配更具诗意化的淡雅色彩,印制一些趣味性小版画,装裱后装饰生活空间,适用于日常文化交流。



图 7 基于老河口木版年画中钟馗所作的节日庆典类套色版画体验设计① 曹远志 34×28cm(单个)

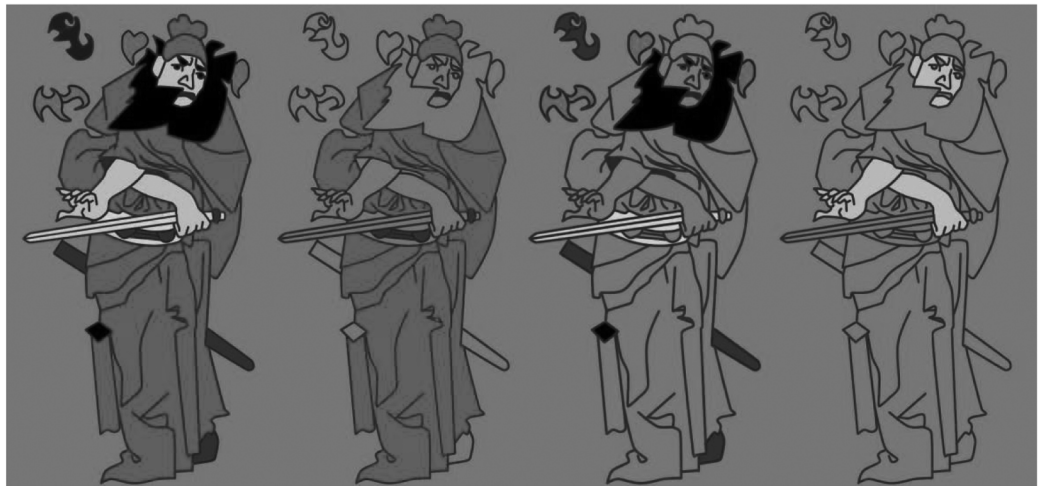


图 8 基于老河口木版年画中钟馗所作的节日庆典类套色版画体验设计② 曹远志 34×28cm(单个)

四、结语

传统美术的传承语境已然改变,设计文创产品时需要关注当代文化消费需求和审美趋向。根据积极体验心理学理论,木版年画文创产品可以设计为体验式文创产品,让大众参与年画的印制过程,获得最佳体验,同时,促进年俗文化的传播,筑牢中华民族共同体意识。

基于老河口木版年画的艺术特质和当代审美趋向,笔者从老河口代表性木版年画中提取图像、符号、艺术语言等视觉元素,结合楚地神话传说,设计

体验式木版年画的视觉形象。在构图方面,注重魔幻性空间营造;在色彩方面,采用传统热闹的吉利色彩,并尝试诗意性色彩表现;在线条方面,使用浪漫劲健的线条凸显楚艺术浪漫精神。在现代都市的快节奏生活中,体验富有人性温度的手工艺文化,让温情的艺术滋养人们的心灵,使其获得安宁、平静和精神力量。挖掘与传播地方优秀文化资源,设计新颖的文创产品,推进文化与旅游的融合,为地方经济赋能,这既满足了人民日益增长的美好生活需求,也是建构文化认同、铸牢中华民族共同体意识的积极举措。

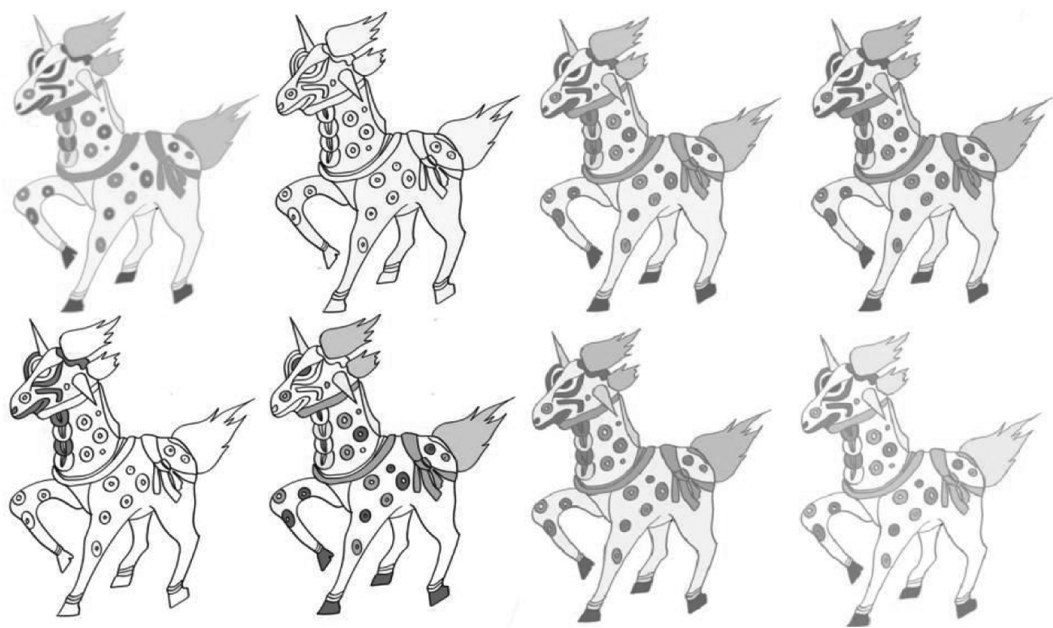


图 9 基于老河口木版年画中燃灯道人的坐骑(梅花鹿)所作的日常生活类套色版画体验设计 曹远志 17×14cm(单个)

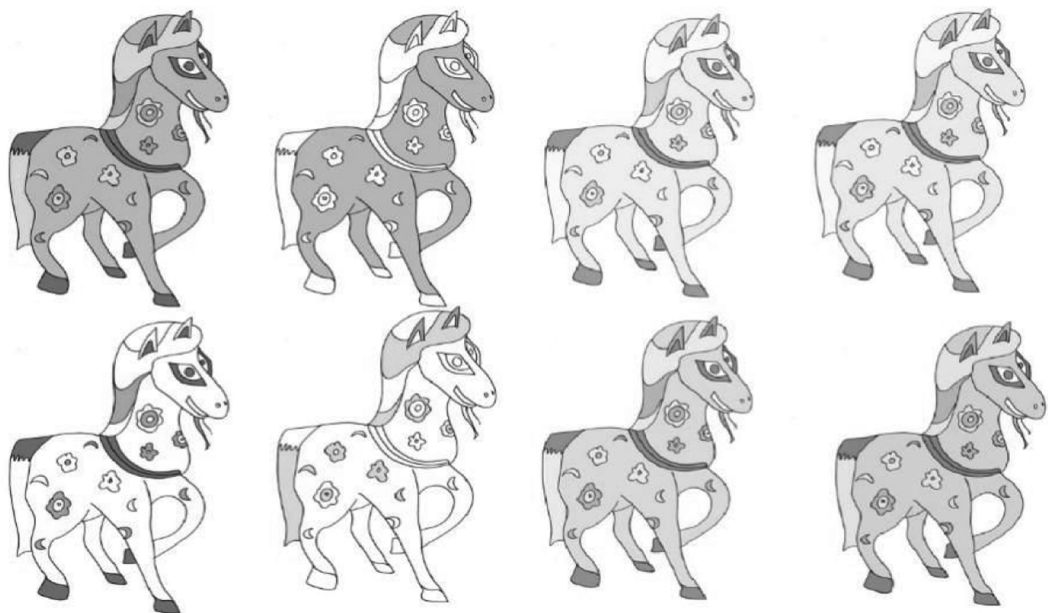


图 10 基于老河口木版年画中秦琼的坐骑(马)所作的日常生活类套色版画体验设计 曹远志 17×14cm(单个)

参考文献：

[1]冯骥才.中国木版年画集成·拾零卷[M].北京:中华书局,2011.
[2]韦秀玉.论文化产业语境下传统手工艺体验中心的建构路径[J].理论月刊,2021(11).
[3]陈日红.略论老河口民间木版年画[J].襄樊学院学报,2009(4).
[4]王树村.中国门神画[M].天津:天津人民出版社,2004.
[5]郑晓慧.将现代元素融入传统——湖北老河口木版年画的设计转型[J].中国艺术,2018(3).
[6]黄钊.论楚文化对道教文化的深刻影响[J].湖北社会科学,2011(3).
[7]陶东风.日常生活的审美化与文化研究的兴起——兼论文艺学的学科反思[J].浙江社会科学,2002(1).

[8]胡圆.当代中国的魔幻审美形态研究[D].上海师范大学,2021.
[9]马福贞.从民间年画的色彩艺术透视中国民俗中颜色的文化内涵[J].产业与科技论坛,2006(11).
[10](西班牙)吉玛·嘉丝奇,琼瑟·阿什辛.西班牙绘画教程(色彩)[M].黄超成,韦秀玉,等,译.南宁:广西美术出版社,2007.
[11]Walter Benjamin.Illuminations[M].New York:Schocken Books,2007.
[12](美)米哈里·契克森米哈赖.心流:最优体验心理学[M].张定绮,译.北京:中信出版社,2017.

特约编辑 桑俊

责任编辑 叶利荣 E-mail:yelirong@126.com