

文创模式助力非物质文化遗产锡剧的传承与焕新

王小妍, 黄超婵

河海大学机电工程学院, 江苏 常州

Email: wxy826@126.com

收稿日期: 2021年7月5日; 录用日期: 2021年8月6日; 发布日期: 2021年8月13日

摘要

目的: 选取江南著名的戏曲文化即现今的锡剧, 将锡剧文化与时代融合进行品牌形象的设计构建, 采用创意产品的形式传播出去, 以此更好地保护和传承传统锡剧文化。方法: 基于目标人群的定量和定性分析以及市场调研进行设计产物的定位, 通过研究锡剧文化中唱腔、舞台、角色、服装、头饰的代表元素提炼, 并与新时代戏精文化相结合进行演绎题材与表达语言的设计创新。将锡剧的形象融入到现代的潮流文化中, 塑造出时尚、趣味化的戏曲人物形象, 再结合互联网背景, 对锡剧特色设计营销方案。结论: 基于定量分析, 将戏曲传统文化转化为设计语言, 得到形象元素的选取与提升, 并能兼顾生活时尚相结合, 运用到文化产品中。选取锡剧艺术中最具地域性的戏曲文化特色和识别性的元素, 呼吁对传统锡剧文化的保护和传承。

关键词

锡剧, 文创, 品牌, 形象, 设计

Cultural and Creative Mode Helps the Inheritance and Renewal of Intangible Cultural Heritage Tin Opera

Xiaoyan Wang, Chaochan Huang

College of Mechanical and Electrical Engineering, Hohai University, Changzhou Jiangsu

Email: wxy826@126.com

Received: Jul. 5th, 2021; accepted: Aug. 6th, 2021; published: Aug. 13th, 2021

文章引用: 王小妍, 黄超婵. 文创模式助力非物质文化遗产锡剧的传承与焕新[J]. 设计, 2021, 6(3): 31-38.

DOI: 10.12677/design.2021.63006

Abstract

Objective: The famous drama culture of Jiangnan, the present-day Tin opera, is selected to integrate the Tin opera culture with the times to construct the brand image and spread it in the form of creative products to better protect and inherit the Tin opera culture. **Method:** Based on the quantitative and qualitative analysis of the target population and market research, the positioning of the design product is carried out. By studying the representative elements of singing, stage, role, costume and headdress in Tin opera culture, and combining with the culture of performer in the new era, the design of theme and expression language is innovated. The image of Tin opera will be integrated into the modern trend of culture, shaping fashion, interesting opera characters. Then combined with the background of the Internet, the marketing schemes of characteristics of Tin opera are designed. **Result:** Based on the Quantitative analysis, the traditional Chinese opera culture can be transformed into the design language, and the image elements can be selected and promoted, and can be combined with the lifestyle and applied to the cultural products. In order to protect and inherit the traditional Tin opera culture, the elements of the most regional Chinese opera culture are selected.

Keywords

Tin Opera, Cultural Innovation, Brand, Image, Design

Copyright © 2021 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. 引言

锡剧以前也叫常锡文戏,是常州的地方戏,是由常州滩簧发展而来的,是清乾隆中期(1756~1772年)发源于当时常州府治地(俗称“常郡八邑”,范围包括武进、阳湖、无锡、金匮、宜兴、荆溪、江阴和靖江)的一种地方戏曲[1]。它原来也叫“常锡文戏”,由无锡滩簧和常州滩簧合流而成。近年来锡剧这种传统的方戏曲在商业和现代化的发展下被冲刷得岌岌可危,在常州本土文创的设计当中还未有锡剧的身影,现有的设计和研究大多数集中于常州地标建筑和常州梳篦、乱针绣和留青竹刻等手工艺的传承,还未曾出现对锡剧文创产品开发。

锡剧是常州文化和生活习俗的沉淀,它以当地人民生活为题材演绎,通过鱼油浓郁的地方特色语言和唱腔将其歌唱和演绎出来,是当地人民生活与文化民俗的缩影,是为“常州第一戏”,锡剧是带有常州标识的地方戏,对于本地人,有故乡一样的依赖和亲近,那一句句特有的语调和唱腔蕴含着浓郁的家乡气息。锡剧融和了当地的山歌小调和民间曲艺以及后来逐渐吸收其他等地方小调而逐渐形成。按照演出形式的变化和发展以及结合其时间的发展历程,可划分为四个阶段,分别为“对子戏”、“小同场戏”、“大同场戏”阶段[2],最后才形成了现在的锡剧。“对子戏”一般演出的形式是一生一旦,互相对唱和演戏,有时候角色不足时,也由生扮旦演戏;“小同场戏”角色发展逐渐固定为生、旦、滑稽三大行当,各个戏班子开始将出演角色增加到六七个;“大同场戏”时期最大等特点就是人物角色发展更加齐全,角色开始细分,有文武之分,角色分类方面也会根据人物角色性格和身份地位分类。

发展成如今的锡剧可以说不仅是在唱腔和语言语调上是融合了吴地方言(包括常州、无锡、上海等地)

的地方特色,并且去其糟粕在舞蹈和服饰等方面在原有基础上也借鉴了其他地方戏种的元素,形成了有自己特色和讲究的戏曲。如今锡剧的传承和发展无疑面临很大的困境,通过研究戏曲自身独有的特色,分析和提取戏曲的艺术文化元素并与设计相结合,从而达到锡剧文化的传播和推广,让更多的人关注锡剧文化,达到文化的保护和传承作用。

2. 锡剧的设计元素的筛选和提取

锡剧文化的文化元素大多蕴含在其独特的语言唱腔、表演艺术和服饰穿戴方面,这些都与常州的历史渊源和民俗风情息息相关。所以,研究和提取它其中的文化元素,提取文化因子并从这些文化元素中追溯到常州的文化渊源,很有现实的意义。锡剧作为一种戏曲文化,它的舞台表演和语言唱腔艺术以及服饰美是锡剧最有特色的美,以下是筛选和提炼出的最具有存在特色的戏曲文化元素。

2.1. 语言唱腔艺术

锡剧作为一种地方戏曲,一种文化信息的载体,它的语言唱腔浓郁的地方特色,这是和其他戏曲文化最显著的差别[3]。锡剧中携带方言的唱腔使每一个当地人听闻都有最大的亲切感,很多人欣赏锡剧就是爱上它特有的吴依软语,柔美中却又包含波折的效果。锡剧的基础语言是吴方言,常州滩簧作为锡剧的前身,起初以常州方言歌唱演绎,而现在的锡剧为了发展更广的戏路融入苏锡常等地方方言,虽然这些地方方言都属于吴语一种,但是锡剧中已经难寻纯正的常州方言,只有早期的滩簧还会以常州方言歌唱,因此在进行设计的过程中将会把常州方言融入到设计当中,呼吁对锡剧中失去的常州方言特色现状的关注和重视,同时方言融入到设计当中亦是对本土文化的一种象征和传播,对当地戏曲文化保护的使命感。

2.2. 舞台表演艺术提炼

锡剧演员演绎的角色可以分为经典的五行,锡剧五大行当分别为小生、花旦、老生、老旦和滑稽。这五个角色因为性别、年龄和身份不同,在人物的塑造方面也有自己不同的特色。因为锡剧中大多数以才子佳人的爱情故事为题材演绎及其具有江南特色的戏曲。这些在经典锡剧《珍珠塔》、《玉蜻蜓》、《双株凤》中可以看出。虽然锡剧中还有其他细分角色,但是最为经典和最有代表性的小生为儒雅小生,花旦代表为深闺花旦,老生代表为家庭老生,老旦代表为家庭老旦,滑稽代表为呆派滑稽。这些人物都有自己独特的性格和形象标志。以上主要列举的是人物形象的外在特征,而锡剧真正打动人的还得通过演员对角色的理解和故事背景以及人物命运变化的理解,并对每一个人物形象进行表情和动作的表演诠释人物的喜怒哀乐与命运变迁从而在有限的舞台空间和道具下演绎令人难以忘怀的锡剧。

2.3. 服装和头饰图案提炼

锡剧中的服装和头饰穿戴有自己独特的江南特色,服装更加素净淡雅,没有太艳丽和饱和度过高的色彩。根据角色的不同,社会地位、性别、辈分等的不同,服装既有统一也有差异。对于不同角色而言,服装和穿戴的差异如下:

(1) 服装的社会地位差别。因为锡剧中以江南特色才子佳人爱情故事为题材,所以几乎没有出现宫廷角色[4]。锡剧戏服主要有五大类,分别是蟒、帔、靠、褶和衣。其中蟒、帔、靠都是官员等身份地位的特色服饰;褶和衣是较为素雅的衣衫,一般都为身份比较朴实和素雅的角色服饰。

(2) 服装的性别差别。最大的服装差别在于衣服色彩和领口的设计方面。服饰颜色方面,旦角服饰颜色以风衣粉红、紫红、红为主要颜色;生角服饰颜色以蓝、绿、灰、红等暗淡的颜色为主。领口设计方面小生和老生的衣服领口有两种,一种为“y”斜领型的小生褶,一种是套头式圆领“蟒”,主要是老爷、

状元一类的官员服饰;花旦和老旦的为“v”字母型的“帔”或者“褶”。

(3) 服装的图案。戏服的图案和花纹制作,其图案也丰富多彩。在图案的设计上,遵循对称美,通过对称在服饰图案中的应用,达到符合人们审美的要求。其次,利用反复、律动所造成韵律感使的形式美的体现更加突出。戏服的图案在一定程度上暗示了人物的性格特征。在锡剧戏剧服饰中的图案纹样多以写生为主,龙、麒麟、百兽;凤、仙鹤、雁、白鸟;牡丹、松、竹、梅、兰、菊、百花,以及八仙、福、禄、寿、喜等图案都是服饰普遍常用的题材[5]。到清朝晚期,折枝花、大朵花、缠枝花等比较流行。① 在常见的儒雅小生这一角色中为了暗示角色品行廉正,情志高雅的性格,常以“梅+竹”或者“百花+藤蔓图案”最为常见;② 老生和老旦角色中为了体现其年老或受尊敬的角色最常见的为福、禄、寿、喜等对称图案;③ 花旦角色中服饰上以淡雅为主,以表现人物的忠贞温婉、窈窕淑女的性格的特点,衣服图案常以牡丹、菊花、百花和折枝花以及藤蔓等图案为主[6]。图1为提炼出的一些最常见和代表性的图案装饰。

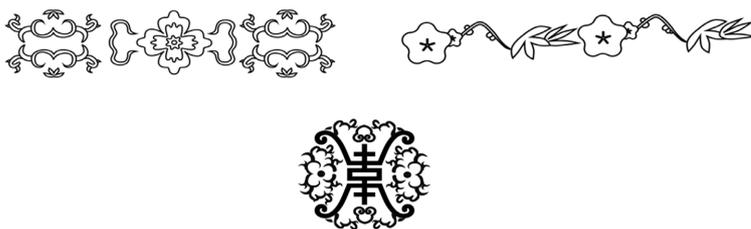


Figure 1. The extraction of Tin opera costume pattern
图1. 锡剧服饰图案提炼

(4) 头饰佩戴差别。头饰和服饰方面的差异也有异曲同工之处。头饰分为帽、貂、巾、套四类。锡剧中常见的帽类有黑纱帽、状元帽、尖翅纱帽和圆纱帽等[7];貂为宰相的帽子,呈方形,分为黑、紫、白三色,两边插有长翅;巾分为很多种别有小生巾,扎巾、员外巾、丑生巾、老生巾、高方巾、武生巾等多种。其中最常见为三种。① 第一种为小生巾,小生角色的佩戴头饰,也是小生这一人物形象的象征;② 第二个属于花旦头套,头套上佩戴珍珠发簪和花朵,装饰类似蝴蝶造型;③ 第三个为相貂,为官员老生这一角色特有的头饰,其中三缕胡是老生这一角色特有象征。

3. 锡剧文化创意产品设计概念与产出

一方面传统锡剧文化在常州乃至整个社会的衰落现状已经面临危机;另一方面常州方言作为一种最强有力的地域特色,在锡剧中已经难寻踪迹。因此呼吁对传统锡剧文化的保护的传承很有必要,而让传统文化成为潮流是最好的保护和传承,成为潮流的过程需要长期的沉淀和持续性的关注,这是一件极其困难的事情。因此当下最好的选择无非是与当前潮流文化结合,只有这样才能紧跟潮流,顺应这个时代的发展以及得到更多的年轻人的关注和喜爱,锡剧文化的保护和传承才能有意义。同时文创产品仅仅满足可爱、年轻时尚和趣味的产品意象是远远不够,考虑本土传统文化的特色也要融合现代的潮流文化特色[8],进行互相碰撞与融合的产品才能既具有本土特色,也具有时代的特色,这样的产物才能引起目标人群 80~90 后这代人的情感共鸣。这样的设计才能不仅仅局限于外观的追求,而是将设计产物作为文化的载体以有趣而且可情感交互的形式传播出去,达到文化的保护与传承的初衷。

通过对锡剧文化的深入挖掘,找到锡剧作为戏曲文化的独有的语言唱腔和表演艺术特色与 2017 年到如今火爆的“戏精”文化有异曲同工之处。锡剧作为一种戏曲文化,注重舞台表演艺术的呈现,而“戏精”的定位是“表演”、“爱演戏”的形象。因此这两者文化具有一定的相似之处,但时代背景、演绎

题材和表达内涵都有差异,如表1所示。而如何将文化语言转化为设计语言,这正是一个思维的转化关键所在。为了将锡剧的形象融入到现代的潮流文化中,塑造一个可爱、时尚和趣味的易亲近形象,这里将锡剧的戏曲形象和当今网络流行的“戏精”文化结合,根据戏剧中的五大行当,包括小生、花旦、老旦、老生和滑稽设计一套“戏精”形象,并且根据设计的形象结合常州方言的趣味性设计一套原汁原味的常州方言的戏精表情。并根据这些形象元素衍生更多的线下周边产品以及形成线上线下产业链的设计、生产、营销、售出的循环[9]。

Table 1. The culture of Tin opera and “performer”

表 1. 锡剧文化与“戏精”文化

文化种类	相同之处	时代背景差异	演绎题材差异	表达文化内涵差异
锡剧文化	都属于一种夸张的表演形式	古代封建社会的背景	题材文雅,古代才子佳人爱情故事和日常生活琐事和民俗风情	表达含蓄,表达对封建社会的不满,表现当地人民的生活状况和民俗生活
戏精文化	都属于一种夸张的表演形式	互联网	题材接地气 and 广泛;不受题材和剧本限制局限的即兴表演;生活就是活生生的舞台	一种现代年轻人的减压方式;对无趣和乏味的反抗;施展个性、渴望表达和期望得到关注

3.1. 与潮流文化“戏精”结合设计的锡剧文化形象

“戏精”作为一种网络词汇出现,指的是生活中善于表演的人,于是衍生出了其他词汇如“加戏”、“戏精本精”、“戏精专业毕业”等词汇和话语。在瞬息万变的互联网语境下,善于表演的“戏精”开始无处不在,无论是网络上或者是生活中的其他场景,他们给无趣和压抑的生活和场景带来了许多欢乐和起到加温暖场的效果。发展到现在“戏精”已经不再是一个单纯的词汇或营销手法,像“丧”、“嘻哈”、“佛系”一样逐渐向亚文化方向转变[10]。“戏精”从一定程度上反应了现代年轻人的内心写照,同时也是生活写照的一种夸张的演绎或者情绪的表达和宣泄,以此引起关注。因此说到“戏精”这边能引起广大年轻人的情感共鸣了。

锡剧作为一种戏曲文化,注重舞台表演的艺术和声音的传递,以此达到美妙的视听效果[11]。声音和表演艺术结合起来的锡剧与时下的“戏精”们善于表演和“戏很多”可以说是不同时代下不同的演绎形式。“雅”与“俗”的结合,“传统”与“潮流”的结合,才能碰撞出更多的趣味和话题。

在人物形象的设计方面,不仅需要将锡剧的最大特色展现出来,在人物的设计当中,不仅分析了不同角色服装和穿戴的特色,而且要将人物的性格和表演艺术展现出来[12]。在设计的过程中考虑了年轻人喜欢俏皮、可爱的亲民形象,在色彩呈现上考虑锡剧服装和穿戴的色彩讲究而且结合参考时尚搭配的色彩。因而塑造的形象和色彩的搭配上比较讨巧 80~90 的年轻人的喜好。根据特色元素的提取,设计出锡剧五大行当,小生、花旦、老生、老旦和滑稽五个人物形象。如图2和图3。



Figure 2. Image design sketch

图 2. 形象设计构思图



Figure 3. 2D drawing of graphic design
图 3. 形象设计二维图

3.2. 结合常州方言衍生“锡精”表情包

为了打造有趣且深入人心的锡剧文化形象，方便后期的多终端的文化一营销；同时为了拯救常州方言在锡剧中的流失，重新唤起人们对常州方言这种最具有地域代表的文化的重视。在设计的过程中结合人物形象设计“戏精”表情包。这里将参考网络流行的“戏精”表情包们的特色，取其精华，将常州方言的语言特色融入其中。

为了将锡剧中的“戏”体现出来，并且结合年轻人能随时随地脱口而出的“戏精语录”，这里筛选了几句极具代表性的“戏精语录”。一共七句：1. 不好意思，我戏比较多；2. 请开始你的表演；3. 微笑中充斥着 mmp；4. 该配合你表演的我，视而不见；5. 是在下输了；6. 给你个眼神，自己体会；7. 惊不惊喜，意不意外。接下来就是根据常州发言的发音将这七句音译出来。中文音译的关键在于可以达到与常州方言的发音近似度十分接近，因此在中文音译的过程中通过寻找常州当地人进行翻译，并且为了验证翻译的效果是否达到快速理解的效果，寻找当地人进行翻译验证。重复以上的工作之后，翻译出来的七句“戏精语录”对应的中文音译版本，如图 4 戏精语录的方言音译所示。并根据这些语录和形象设计一套表情包，如图 5 所示，便于后期的锡剧文化的线上推广使用。

戏精语录	方言音译
1. 不好意思，我戏比较多	1. 否好意思，偶系比较兜
2. 请开始你的表演	2. 请开四尼个表毅
3. 微笑中充斥着 mmp	3. 歪笑宗勿次扎 MMP
4. 该配合你表演的我，视而不见	4. 该拍和尼表毅个偶，四鹅否计
5. 是在下输了	5. 四仔胡输啰个哩
6. 给你个眼神，自己体会	6. 波尼割眼僧四姑体歪
7. 惊不惊喜，意不意外	7. 惊否惊喜，意否意哇

Figure 4. Dialect transliteration of the quotations of performer
图 4. 戏精语录的方言音译

3.3. 文创衍生品设计

基于人群的定量分析，可以得出最受欢迎的产品为：明信片、书签手帐类、3C 产品配件(手机壳、手机支架等)和家居服饰用品(如杯子、抱枕、帆布包等)。接下来根据这三类产品进行分类设计。结合服饰穿戴元素的提取，以及形象和表情包的设计，应用到设计产品中如图 6。① 胶带。根据提炼的人物形象和锡剧的服饰特色，设计了四款和纸胶带。和纸胶带虽然小巧简单，但它是市面上文创产品里的畅销产品之一。收到广泛喜爱和畅销的原因也在于它的小巧精致而且价格实惠，并且具有实用的装饰性[13]。② 书签。根据小生、花旦、老生、老旦和滑稽五个不同行人物形象的身体结构走势做成了可以夹在书页上的书签，可方便看书学习时做笔记和标注用。既有趣又方便实用[14]。③ 纸牌。取名为“戏精大冒

险”是针对年轻人聚会交友设计的一款角色扮演的纸牌游戏, 走进游戏释放他们性格中的戏精本性。④手机壳。一是以方言表情包的贴图制作的, 另一种手机壳为乐高积木拼接的锡剧角色手机壳, 使用者也可以自己采用积木DIY。⑤手机支架。一种是可以拉伸的气囊支架, 一种是普通的可折叠的手机支架。⑥开关保护套和挂钩结合的设计。一是采用萌萌可爱有趣的形象起到装饰开关的作用; 二是可以作为备忘录的提醒功能。⑦冰箱贴、抱枕和帆布包。



Figure 5. Facial expression of Tin opera
图 5. 锡精表情包



Figure 6. The derivative series Tin opera
图 6. 锡剧衍生系列产品

4. 结语

在锡剧文创的渠道推广和宣传上, 结合年轻人所关注的文化现象和领域生产内容, 并且还要根植于自己的锡剧特色。①利用主流的自媒体平台做渠道推广, 最常见的有微信公众号、微博、头条、知乎等等[15]。如利用设计的锡剧文化形象进行网络推广, 可以作为微信或者QQ等一些社交软件的表情包; ②

结合当下的文化潮流现象以及对互联网的敏锐洞察, 策划的两种跨界商业合作, 如抖音短视频的合作、美图拍照软件的合作。

提炼锡剧中最有识别性和代表性, 以及最具有本土性的特色文化元素进行创新设计, 并结合设计定位, 应用到具体的产品设计当中, 目的是为了将产品与文化与市场进行落地的联系, 从而形成产业链的设计。并且最终的目的是为了传承和发扬锡剧文化, 将这种少众的面临濒危的文化进行曝光和宣传, 让更多的年轻人了解和关注锡剧文化。

基金项目

教育部人文社会科学研究规划基金项目(20YJA760082), 江苏省高校哲学社会科学研究重大项目(2019SJZDA127)。

参考文献

- [1] 张弘民. 简述锡剧音乐伴奏艺术[J]. 戏剧之家, 2018(5): 44.
- [2] 丁杰. 近现代工业化背景下常州滩簧生活小戏的得失[J]. 剧影月报, 2017(2): 50-54.
- [3] 杨丽莉. 从交响锡剧《天涯歌女》看常州现代锡剧的创新[J]. 民族音乐, 2014(5): 59-61.
- [4] 卢维佳. 文创产品的设计元素获取与创新[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 湖南大学, 2015.
- [5] 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.
- [6] 李杰. 文创产品的设计元素提炼与创新[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 南昌大学, 2017.
- [7] 杨丽莉. 常州现代锡剧的创作现状研究[J]. 常州工学院学报(社区版), 2014(5): 1-3.
- [8] 江天若. 论博物馆文创产品开发研究[J]. 陕西科技大学, 2016(3): 62-64.
- [9] Bedi, C.E. (2011) Ecotourism in Bocas Del Toro, Panama: The Perceived Effects of Macro Scale Laws and Programs on the Socio-Economic and Environmental Development of Micro-Scale Ecotourism Operations.
- [10] Furgala-selezniow, G., Turkowski, K., Nowak, A., et al. (2006) The Ostroda-Elblag Canal in Poland: The Past and Future for Water Tourism. In: Hall, M. and Härkönen, T., Eds., *Lake Tourism. An Integrated Approach to Lacustrine Tourism Systems*, Chapter 8, Channel View Publications, Clevedon, 131-148.
<https://doi.org/10.21832/9781845410421-011>
- [11] Lussetyowati, T. (2015) Preservation and Conservation through Cultural Heritage Tourism. Case Study: Musi Riverside Palembang. *Social and Behavioral Sciences*, **184**, 401-406. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.05.109>
- [12] 王艳艳. 旅游纪念品地方特征的提取和保护[J]. 包装工程, 2015, 36(10): 117-120, 128.
- [13] 董锦. 旅游纪念品的符号语义研究[J]. 美术大观, 2015(1): 114-115.
- [14] 王文瑜. 旅游文化产品创新设计方法研究[J]. 包装工程, 2015, 36(14): 124-127.
- [15] 杨玲, 李洋, 陆冀宁. 面向地域文化的系列化产品创意设计[J]. 包装工程, 2015, 36(22): 100-103.