

武强门神年画形象在文创产品设计中的应用研究

严碧莹, 邓莉丽

江苏大学艺术学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年8月5日; 录用日期: 2024年9月23日; 发布日期: 2024年9月30日

摘要

年画始于古代的门神画, 而门神画又由门神符演化而成, 是最早画在门上用于驱邪的形象。鞭铜门神是门神画中颇具特点的武门神, 本文以河北武强年画中的鞭铜门神为例, 从构图、形体比例以及设色等方面论述其形象特征, 并将其应用到现代文创产品中, 推动大众对中国武强门神的认识, 让更多人热爱中国传统文化, 从而传承和发扬。

关键词

年画, 武强, 鞭铜门神, 文创产品

Research on the Application of Wuqiang Door God New Year Paintings in Cultural and Creative Product Design

Biying Yan, Lili Deng

School of Art, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Aug. 5th, 2024; accepted: Sep. 23rd, 2024; published: Sep. 30th, 2024

Abstract

New Year paintings originated from ancient door god paintings, which evolved from door god symbols and were the earliest images painted on doors to ward off evil spirits. The whip mace door god is a distinctive martial door god in door god paintings. This article takes the whip mace door god in the Hebei Wuqiang New Year painting as an example to discuss its image characteristics from the aspects of composition, body proportion, and color setting, and applies it to modern cultural and

文章引用: 严碧莹, 邓莉丽. 武强门神年画形象在文创产品设计中的应用研究[J]. 设计, 2024, 9(5): 122-128.

DOI: 10.12677/design.2024.95541

creative products to promote the public's understanding of Chinese martial arts door gods, make more people love Chinese traditional culture, and thus inherit and promote it.

Keywords

New Year's Painting, Wuqiang, Whip Mace Door God, Cultural and Creative Products

Copyright © 2024 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

门神, 即司门守卫之神, 是农历新年贴于门上的一种画类。门, 是连接外界与家的桥梁, 也是家与万物生灵的屏障, 人们将“站岗守卫”的门神像贴于门上, 以避邪驱凶、祈求安宁等。门神画既满足了民众祈求平安, 合家安乐的心理需求, 又提高了人们的艺术气息和审美需求。武强年画作为国家首批非物质文化遗产, 以其独特的艺术风格和丰富的文化内涵而闻名于世。门神年画作为武强年画的重要组成部分, 种类繁多, 题材广泛, 包括文门神、武门神、祈福门神和瑞兽门神等多种, 是家宅平安的保护神, 作为驱邪避恶、祈福纳吉的象征。这些门神形象不仅具有深厚的文化底蕴, 还蕴含着丰富的艺术特色, 深受人们喜爱。

2. 武强门神年画概述

(一) 武强门神年画的起源与发展

据现存资料考证, 武强年画产生于宋元时期, 并在明清时期得到发展。武强年画与天津杨柳青、苏州桃花坞、山东潍坊杨家埠、四川绵竹年画齐名, 是我国五大年画产地之一。俗话说: “一方水土养一方人”, 这句话深刻揭示了文化形式与所在社会环境之间的紧密关联。每一种文化形式的产生, 都是当地人民在长期的社会实践中, 根据自然环境、社会条件以及自身需求而创作出来的。武强年画的创作与所处的社会背景有着密切的联系[1]。其产生的背景主要有以下几点: 一是自然条件与生计需要。武强历史上自然条件恶劣, 河流众多, 夏季多发洪水, 淹没农田, 造成庄稼颗粒无收, 人民生活艰苦。在这样的环境下, 年画生产作为一种谋生手段成为武强人的选择。二是自然资源丰富。武强地区盛产芦苇、麦秸、石榴花、槐花、靛蓝草等, 具备生产年画用纸和颜料的自然资源, 这些都为武强年画的产生奠定了物质基础。三是文化积淀深厚, 武强历史上寺庙众多, 宗教活动频繁, 这些都为武强年画提供新的美学内涵。此外, 石刻艺术的阴阳线刻也为武强年画画板刻制打下了基础。

武强门画是武强年画中的一个重要种类。它包括门神神荼与郁垒, 秦琼与尉迟敬德、钟馗等, 还有被视为武强三件宝的虎、狮、大花瓶等。门画雕刻精细、色彩鲜明, 造型夸张, 汇集我国民间剪纸、戏曲、石雕等艺术的精华, 是我国民间艺术中的一颗璀璨明珠。最早的门神是神荼、郁垒, 由于他们是传说中的人物, 其形象因时代与地域的差异而各具特色。唐朝以后门神阵容又新增了秦琼与尉迟敬德(又称秦叔宝与尉迟恭)。秦琼和敬德都是唐朝的杰出将领, 不仅在战场上立下赫赫战功, 更在唐太宗李世民登基的关键时刻扮演了重要角色, 二人都立了大功[2]。然而关于他们何时被尊为门神却没有明确记载, 这使得秦琼和敬德成为门神的故事更多地流传于民间传说中。

(二) 武强鞭铜门神艺术特点

(1) 基本类型

武强鞭铜门神种类丰富多样，但都是以秦琼和尉迟敬德为原型。秦琼用铜，尉迟敬德用鞭，因此鞭铜门神是以兵器命名的。鞭铜门神具体又可分为五类。虽然在整体构图和主题上保持一致，但在具体表现形式和细节处理上仍有所差异。以下是鞭铜门神的具体类型(见表 1)。

Table 1. Type table of whip and spear door gods [3]
表 1. 鞭铜门神类型表[3]^①

序号	图片	特征
1#		此对门神形象是较具代表性的武强鞭铜门神，他们一手平举鞭、铜过盔顶，一手位于腰部持平，使双鞭和双铜呈相对而又平行的状态。
2#		此为成对秦琼、尉迟恭小门神，皆内穿鱼鳞费金甲，外罩梅花锦战袍，背插靠旗，分别手执双鞭双铜，相对而立。尉迟恭不勾画脸谱，作赭脸虬髯形象。
3#		此对门神形象与前幅大略相同，然绘刻细腻严谨，人物更富于神采，手执单鞭单铜。虽色彩版已佚，却是目前所见此类门神中的较早刻本，具有较高的艺术水平。
4#		此对秦琼、尉迟恭门神分执鞭铜，相对而立，仅套以三色，单纯强烈，造型亦生动有趣。虽艺术上受武强影响，但却更富有乡土特色。

续表

5#		此对秦琼、尉迟恭门神作骑马状。他们一手执鞭铜，另一手托着盛满财宝珠玉的聚宝盆。头上方飞有蝙蝠，寓意福在眼前。全画以大红大绿套色，色彩鲜明，更渲染了画面的喜庆气氛。
----	---	---

2) 构图和造型

武强鞭铜门神表现了秦叔宝和尉迟恭分执鞭铜相对而舞的场景，通常秦琼居右，尉迟敬德居左，画面结构紧凑，主题突出，构图饱满，而且还讲究对称，讲究成双成对，但又不是绝对的对称，平衡中又有变化[4]。在造型上，年画中的鞭铜门神线条粗犷，造型夸张，门神像的面部多采用七分脸，重点突出人的面部表情。如表 1 中 1#，秦琼作红脸，尉迟恭为黑花脸，嘴角均呈微笑形，造型生动传神，显露出温馨、祥和及喜庆的气氛。尉迟敬德的脸呈京剧“十字门”开脸图式，显然是受戏曲脸谱的影响。民间艺人在塑造门神时特别喜欢夸张头部比例，以增强雄伟魁梧、虎背熊腰的效果，头高与身高之比通常为 1:5。而武强吉庆和记绘制的鞭铜门神像头更大，头高与身高之比为 1:3。门神像的盔甲服饰也受到戏曲文化的影响，这一特点在秦琼和尉迟敬德两位门神的形象上尤为显著。他们身披甲胄，背后插有五面小旗，正是借鉴了戏曲中武将的亮相造型，展现出一种威严而又充满艺术张力的视觉效果。

3) 设色

在色彩上，武强年画以红、黄、蓝三原色和黑白为基调，这五种颜色分别代表金木水火土，色彩鲜艳明快，单纯而富有变化，形成了年画独特的色彩风格，给人以强烈的视觉感受。武强木板年画采用套色印刷技术，通过不同颜色的版块叠加，红黄蓝三原色再套印出红、黄、蓝、绿、紫等颜色，形成丰富多彩的画面效果。年画在色彩运用上注重对比与均衡，强调色彩对比，如红与绿，黄与紫等，增强了画面的视觉冲击力。同时，通过巧妙的色彩搭配和过渡，画面整体看起来和谐统一，极富装饰性。

3. 武强门神文创衍生品设计

(一) 设计原则与设计方法

1) 文化原则

武强鞭铜门神作为中国传统文化的重要组成部分，文创产品作为文化传播的物质载体，在进行文创设计的过程中应注重传统门神年画的文化内涵和象征意义，保持其原有的韵味和风格。通过设计，让更多人了解和认识武强年画的文化寓意，促进文化的传承和发扬，让消费者在日常生活中也能感受到传统文化的熏陶，增强文化认同感和民族自豪感。

2) 创新原则

武强门神年画形象为文创产品设计提供了丰富的素材和灵感来源。在保持传统文化精髓的基础上，通过创新思维和设计手法，对门神形象进行提取、转换和再设计，将传统文化元素与现代设计手法相结合，设计出既具有传统韵味又符合现代审美需求的文创产品，让文创产品更具吸引力和市场竞争力。

3) 实用原则

文创产品不仅要具有文化价值和艺术价值，还要具备实用功能，满足消费者的实用需求。文创产品

应具备一定的实用功能, 如装饰、收藏、送礼等。在设计时应充分考虑产品的实用性, 把实用性和审美性相结合, 使其能够满足人们日常需求并得到广泛传播。

(二) 设计应用

随着近年来人们对传统文化的重视, 文创产业蓬勃发展, 同时激发了众多设计师们投身于传统文化创意产品设计领域。在本次研究中, 以表 1 中 1#武强鞭铜门神作为设计对象, 提取了鞭铜门神图形元素, 将鞭铜门神元素与兔年的兔子形象相融合(见图 1), 结合现代年轻人审美趋势对武强门神年画进行视觉再创新, 即传统与现代的融合。在创作过程中聚焦于门神图像的主体部分, 进行提炼与概括, 弱化部分冗余繁琐的装饰元素, 保留武强门神年画色彩鲜艳、造型夸张、构图饱满等基本特征, 将人物的头部换成兔子的头部形象, 同时对人物进行平面化处理, 在色彩方面遵循原本的白青黑红黄五种颜色, 辅以紫色搭配, 保持武强年画鲜明强烈的视觉效果。以下是文创的系列衍生设计。



Figure 1. Redesign of the door god image
图 1. 门神形象再设计^②

(1) 文具类(见图 2): 门神寄托了人们对美好生活的希冀与愿想。将门神形象应用在文具设计中, 希望能带给广大学子们一个吉祥的祝福。门神图案的设计让使用者在使用的同时, 也能够感受到传统文化的熏陶。



Figure 2. Stationery design
图 2. 文具设计^②

(2) 新年红包类(见图 3): 门神, 即司门守卫之神, 是农历新年贴于门上的一种画类。农历新年除了贴年画, 还需要发红包。将门神形象应用到红包设计上更贴合新年的喜庆气氛。在颜色选择上, 突破传

统的红包是红色的固有印象, 选择橙, 粉, 蓝, 绿四种配色, 使人们在使用的时候赏心悦目, 并且在封面上设计“万事如意”, “吉祥如意”等祝福语。让收到红包的人能感受到新年的快乐, 收获来年的幸福。



Figure 3. Red envelope design

图 3. 红包设计^②



Figure 4. Canvas bag design

图 4. 帆布包设计^②



Figure 5. Keychain design

图 5. 钥匙扣设计^②



Figure 6. Mug design
图 6. 马克杯设计^②

(3) 居家生活类(见图 4~6): 帆布包, 钥匙扣, 马克杯在生活中随处可见, 在生活中是不可缺少的物件, 除了功能性之外还需要注重装饰性。年画图案的设计使这些物品美观且实用。

4. 结论

武强门神年画承载着悠久的历史底蕴, 具有鲜明的地域风格, 蕴含着深厚的文化内涵, 其艺术表现手法极具特色, 在文创产品设计应用中具有重要意义和价值。通过对武强传统门神年画的研究论述, 结合现代设计理念对门神形象进行提炼与创新, 使其能够更加符合现代年轻人的审美需求。将年画这门优秀的传统艺术融入到现代文创产品设计中, 有利于推动文创产业的发展与繁荣并满足消费者对传统文化产品的需求, 同时对传统文化传承与创新也起到了积极的推动作用。

基金项目

2024 年江苏省研究生科研与实践创新计划项目(项目编号: KYCX24_3912)。

注 释

①表 1 图片来源: 薄松年, 尉彬, 王海霞. 中国古版年画珍本(河北卷) [M]. 湖北美术出版社, 北京工艺美术出版社, 2015.

②图 1~6 来源: 作者自绘

参考文献

- [1] 李美颖. 武强木版年画文创产品创新设计研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东工艺美术学院, 2023.
- [2] 刘召. 漫谈武强年画中的门画[J]. 衡水师专学报, 2003(2): 9-12.
- [3] 薄松年, 尉彬, 王海霞. 中国古版年画珍本(河北卷) [M]. 武汉: 湖北美术出版社, 北京: 北京工艺美术出版社, 2015.
- [4] 郭春莅. 武强年画文创衍生品设计研究[D]: [硕士学位论文]. 石家庄: 河北师范大学, 2020.