

# 非物质文化遗产的视觉化设计转译探究

张爱鹏

(天津职业大学, 天津 300410)

**摘要:** **目的** 研究非物质文化遗产的视觉化设计转译的途径。**方法** 从文化传播和创意设计角度出发, 分析非物质文化遗产与视觉化设计之间的关系, 结合天津葛沽宝辇会非遗项目, 论述用现代视觉设计语言转译非遗传统文化内涵的途径, 试图在文化的传承与创新之间寻找一条可行的视觉传播表现之路。**结论** 非物质文化遗产的传承与传播需要视觉传播手段, 可以通过符号化的现代形象、地域性产品包装、交互性传播界面 3 种设计途径进行转译, 这对传承本土的非遗资源与推动国际化视野的发展都具有十分重要的意义。

**关键词:** 非物质文化遗产; 葛沽宝辇会; 视觉化设计; 设计转译

**中图分类号:** TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)20-0121-05

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.20.019

## Visual Design Translation of Intangible Cultural Heritage

ZHANG Ai-peng

(Tianjin Vocational Institute, Tianjin 300410, China)

**ABSTRACT:** The work aims to study the ways of visual design translation of intangible cultural heritage. From the perspective of cultural dissemination and creative design, the relationship between intangible cultural heritage and visual design was analyzed. The ways to translate the intangible cultural heritage's traditional cultural connotations by modern visual design language was discussed according to the Tianjin Gegu treasure chariot fair ICH project, so as to find a practicable way of visual communication between the tradition and innovation of culture. The inheritance and dissemination of intangible cultural heritage needs to be communicated by visual means, and can be translated by three ways of symbolized modern image, regional product packaging and interactive communication interface, which is of great significance to promote the inheritance and development of ICH resources and international vision.

**KEY WORDS:** intangible cultural heritage; Gegu treasure chariot fair; visual design; design translation

非物质文化遗产是文化遗产的重要组成部分,也是世界各国传统文化在当代活态呈现的主要载体。非物质文化遗产是一个民族的文化宝藏,兼具历史、文学、艺术、科学等多重内涵和文化价值。我国拥有丰富的非物质文化遗产资源,作为炎黄子孙,对民族文化传承负有不可推卸的责任。对于非遗传承人来说,需要考虑将主题内容与时代脉搏进行结合创新;对于文化工作者来说,需要将非遗文化进行现代解读,让民众了解其精神内涵;对于视觉设计师来说,对非遗传承的责任在于如何利用视觉宣传手段进行有效传播,扩大其影响力。

### 1 葛沽宝辇会的发展及传播现状

历史上被称为华北“八大古镇”之一的葛沽镇,地处天津津南区,历史源远流长,文化丰富多彩。在明朝时期,因水得利,借靠漕运而兴,其水旱码头成为了著名的贸易货物集散地。在长期沟通南北,联通海外的贸易过程中,妈祖文化传入葛沽,并在葛沽独特的地域文化环境中形成了以娱神、娱人为内容,以民间花会为载体,含有历史、民俗、艺术、信仰、商贸等诸多文化元素的传统民间文化活动<sup>[1]</sup>,当地称之为宝辇会。宝辇会肇始于明代,在明代永乐年间,宝辇

收稿日期: 2018-04-12

基金项目: 天津市哲学社会科学规划研究项目(TJGL17-031)

作者简介: 张爱鹏(1980—),男,天津人,硕士,天津职业大学副教授,主要从事视觉传达艺术理论与设计方面的研究。

会由当地官府与富商出面组织。每年春节至元宵节期间,代表妈祖的海神娘娘塑像被人放入华丽的官轿,抬着沿街巡游观灯。巡游期间,则会有大批船民前来进香祈福祷告,乞求海神娘娘(妈祖)保佑船民出海平安。经过几百年的沿袭、传承与发展,宝辇会在清代达到鼎盛,盛况空前。现今,葛沽宝辇会已成为名扬海外、世所罕见的民间花会艺术珍品。在近代发展中,葛沽地缘和人员结构以及文化空间都具有高度的稳定性。葛沽宝辇会在百年间的传承中并未注入过多的新时代元素,仍维持着传统的规则与仪式。葛沽宝辇会,以及葛沽特有的女神崇拜体系得以鲜活的保存而未被严重破坏<sup>[2]</sup>。每逢正月初一至十六期间的是葛沽民间花会活动的高潮时期,在充满辉煌灯火与喧天鼓乐的年味气氛和涌动人群的拥戴下,琳琅满目的“宝辇”及各种花会队伍轮番表演,成为当地人们庆贺太平,祈福吉祥的一项重大群体文化活动。葛沽宝辇会见图1。



图1 葛沽宝辇会  
Fig.1 Gegu treasure chariot fair

葛沽宝辇会作为非遗项目,在其具体内容的形制方面保护得较好,但在对外宣传工作上存在着视觉形象信息缺失、传播途径单一的问题,主要表现在宣传过程中缺乏衍生产品和实际应用的创新,缺乏符合现代大众审美的视觉化设计形象。非遗保护的并非使其成为固化和静止的遗存物,而是维护和强化本身内在的生命力,找寻有效的传播途径,增强文化的社会推广与效应。

## 2 保护与传播视角下的视觉化设计

在非遗领域,如何对非遗展开积极保护与传播,延续并强化非遗的生命力,始终是一个摆在当前社会的严峻问题。从保护与传播的视角来说,通过视觉化设计来解决非物质文化遗产的传播乏力问题不失为一种有效的可供探索的途径。视觉化设计是一种构思或计划,是通过视觉方式创造性表达活动的过程。它具有可视性强、便于感知、可以满足大众审美需要和视觉欲望。所谓视觉转译可以理解为“视觉翻译”,是

指将抽象的概念、文化或者精神转换成具象的符号,用图形、文字、色彩、材料、造型与结构等基本视觉元素进行创意视觉化表现,从而达到提升传播效果的目的<sup>[3]</sup>。非物质文化遗产的视觉化设计转译同样也是一个过程,就是将传统文化或者元素特征转换成具有现代视觉的图形元素来进行创意表现。它的核心在于利用转译手段将概念、文化或者精神通过大众容易认知的视觉元素传达表现,从而进行有效传播。大多数非物质文化遗产是固化的,抽象的,或者是一种行为和习惯,很难通过语言去表达,作为设计师可以借用视觉传达手段,转译成一种简洁可视的符号,从而使受众者快速形成认知,进而有深刻的印象感受。传承需要年轻群体对于传统意识形态的接受,选择可行的视觉化设计途径进行现代化转译,这能够促进认同观念的产生。

## 3 视觉化设计转译的途径

目前,非物质文化遗产保护与发扬的传播途径过分单一化,仅靠申请非遗和在博物馆等某些平台上展示不能解决其生存和发展的根本性问题,它的文化内涵和精神毫无疑问需要注入现代元素,需要现代视觉化设计转译进行表达。依据视觉化设计角度可以从3个主要方面进行转译。

### 3.1 以符号化的现代形象为载体的非物质文化遗产视觉化设计

非物质文化遗产项目的符号化形象是将非遗文化的形式与内涵以合适的形式呈现,使其简洁化和明晰化,从而以喜闻乐见的形式让受众消化接受和传播交流<sup>[4]</sup>。此举可以提高民众的参与意识和保护意识,进而加快非遗项目的普及、推广和保护。它具有一定的视觉延续性和形象情感化,关键在把握富有视觉美观性、独特性和地域性的冲击力情况下,能够寻找与之对应的视觉元素进行信息的选择、叙述与传播,简明扼要传递非遗的历史文化和内涵特征等核心信息,实现人类与非遗文化之间的情感对接<sup>[5]</sup>。非遗项目化现代形象的再造是通过相关具体事物进行图像的抽象提炼和表现,葛沽宝辇会的视觉符号需要通过把握宝辇事物的形态特征,在合理的语境下,对宝辇原有事物进行艺术加工和创造再现,从而传达非遗文化的内涵和理念<sup>[6]</sup>。

首先需要寻求与之相关的具体事物进行筛选,其次通过概括、简化或夸张的手法进行提取,充分提炼符合宝辇会特征的视觉载体符号。葛沽宝辇会中有诸多元素可供选择,比如妈祖娘娘形象、宝辇座驾形象、宝辇会使用的罗伞形象、抬辇舞动的活泼动态等。从中选择黄罗伞元素进行艺术加工,并融入宝辇舞动者的动态,充分体现葛沽宝辇会的核心文化元素和主要概念。例如宝辇会的符号形象就

是这种思维下视觉元素的提炼和创造，见图 2，其创意首先来源于民众抬着妈祖娘娘沿街巡游观灯过程中，持罗伞者腾空跃起转动罗伞的飘逸动作；其次是在整体形象中融入宝辇会名称中的“宝”字，抽象“宝”字经过字形笔画的删减和重构进行名称的表达；最后是采集表达符号的色彩。为此，选取葛沽宝辇会的蓝色、红色和黄色 3 大色系作为标准色和辅助色。

标准色主要以蓝色为主，象征着葛沽依临海河的地域自然生态特征；红色和黄色是宝辇民众的会服色彩；3 种色彩既稳重大气，又不失明快鲜活，象征葛沽宝辇文化生生不息的活力，蕴藏着文化传承之意。这个符号有效地表达了当地民众通过多姿多彩的宝辇会庆祝太平和祈福吉祥的美好之意，有助于葛沽宝辇文化的传承与普及。

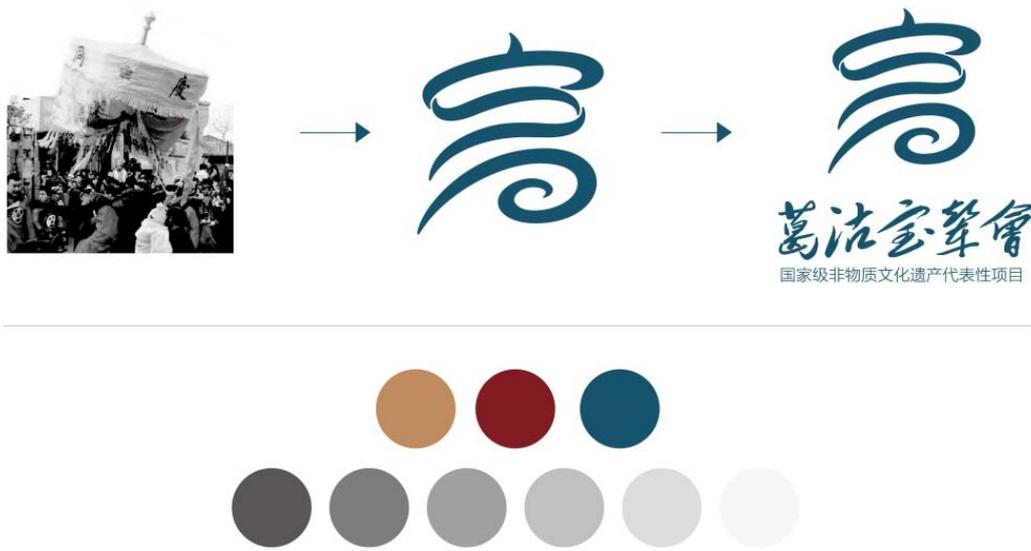


图 2 葛沽宝辇会的符号化形象  
Fig.2 Symbolic image of Gegu treasure chariot

### 3.2 以地域性产品包装为载体的非物质文化遗产视觉化设计

富有地域特色的产品包装设计是保护传承非物质文化遗产与开发其产品之间的纽带。随着人们对传统文化的注重与对现代商品的文化融入意识的不断增强，对地域性文化产品及包装需求要把握适时、适应、适度的原则进行设计，这也是非物质文化遗产活态传承的一种有效方式<sup>[7]</sup>。

作为产品包装设计转译最重要的是包装图形的发掘、使用，非遗资源中可供包装设计利用的要素种类繁多，造型要素和文化内涵要素都可作为包装设计的图形切入点<sup>[8]</sup>。葛沽宝辇会的产品包装设计可以采取提取宝辇会的经典形态形成生动趣味的插画图形，再现其文化内涵和灿烂传承。非物质文化遗产资源可供包装设计利用的要素见表 1。例如葛沽宝辇会纪念产品包装设计见图 3。该包装采用蓝色调为主，突出

漕运文化和海河文化。包装外形设计主要模仿宝辇的形状，又如当地民间的篓子灯造型，这两个符号分别根植于妈祖信仰文化和渔业捕捞文化，形象地体现了当地民众祈求平安的美好祝福，具有较高的认知度。产品名称采用变异书法字体，追求饱满丰富的传统文化味道的时候，与抽象现代视觉表达的插画图形相得益彰，整体包装具有可辨识、可联想、可记忆的产品视觉体验，体现了传统文化发生的情景与意涵，为消费者提供体悟历史与意义的想象空间，进而提升产品品质。其他产品包装同样利用代表葛沽文化的宝辇会插画作为主要包装图形，既能体现特色文化，又时尚典雅，使得消费者在购买体验中感触独特历史文化，在传统文化中彰显精神内涵，这是非遗项目得以传承从而活跃地方经济的有效举措。该报纸还普遍应用于葛沽非遗文化传承的地方特产包装设计中，见图 4。

表 1 非物质文化遗产资源可供包装设计利用的要素  
Tab.1 Analysis of elements used in package design for the intangible cultural heritages

形象要素	造型要素	文字符号要素	文化内涵要素	表演要素
传统舞蹈	传统美术	书法、节庆等	传统礼仪、	传统口头文学
传统美术	传统礼仪	民俗	节庆等民俗	语言、音乐、
	节庆民俗	传统美术		曲艺、舞蹈、戏剧、杂技、传统体育



图3 葛沽宝辇会纪念产品包装设计  
Fig.3 Gegu treasure chariot commemorating the design of product packaging



图4 葛沽非遗文化传承的地方特产包装设计  
Fig.4 Local specialty packaging design emphasizing the heritage of Gegu's heritage

### 3.3 以交互性传播界面为载体的非物质文化遗产视觉化设计

随着智能时代的到来,传统媒体中的报刊、杂志、

电视和电影已不是当今重要的视觉化传播媒介了,而是以交互性的网络传播等新媒体得到了更多的应用<sup>[9]</sup>。基于面向以交互传播界面为载体的非遗视觉化设计,无论是网站和APP,还是微信公众号等新媒体,重点是对界面视觉设计进行转译,这需要充分把握界面功能、用户体验与传播界面视觉效果相结合的原则,传统元素融入界面设计不单只是“非遗”元素的堆砌<sup>[10]</sup>,而要考虑如何通过现代视觉语言传达传统文化的内涵,增强界面的东方艺术气质,做到真正意义上的非元素层面上的中国风格设计。

以葛沽宝辇会的非物质文化遗产APP界面设计为例,为达到发扬和传播葛沽宝辇的历史文化和精神内涵,其界面设计的视觉化效果要注重传统气质和格调的营造。这就要求在有限的空间里对界面中的元素依据规律排列组合,在界面布局设计中可借鉴“气韵中国”的美学构图版式,融入其中来增加版式效果的平衡、和谐、庄重之美。这种构图方式实际上是利用东方设计的“格律”原则进行提炼,形成现代中国气质的“布势”原则,称之为“气韵模型”。例如葛沽宝辇会的APP界面视觉设计就是利用“气韵模型”进行构图,所设计的视觉效果都具备西方经典设计理论所无法提供的画面张力与独特韵味;版式中的文字排版是利用中国古代文字自上而下竖行的书写形式,将其融入到界面中能传递出浓浓的传统文化气息;版式中画面留白也是运用中国传统绘画的处理原则进行合理空间布局,使之能协调界面上的图形和文字的视觉要素间的关系,使得界面构图更加具有东方神韵与和谐之美,宽松自由的布局也会让界面效果变得更加飘逸、时尚、清新,并极具中国式的视觉效果,达到与非遗主题相呼应的视觉感受。葛沽宝辇会APP界面设计见图5。



图5 葛沽宝辇会APP界面设计  
Fig.5 The APP interface design of Gegu treasure

## 4 结语

葛沽宝辇会作为国家级非物质文化遗产，它不仅是当地民俗文化的“活化石”，更是延续民族的灵魂血脉。作为一名视觉文化工作者，其责任和义务是将其有效传承和传播，通过视觉化设计转译进行现代视觉表达，进而提高民众对葛沽宝辇文化内涵的认知和喜爱。视觉化设计转译是对非遗的保护传承与传播创新的必要途径，不仅有效地推动了本土非遗资源的传播认知和国际发展，而且更好地实现了文化遗产的合理开发、利用，切实可行地促进了当地的经济的发展，也为其他非遗文化的传播提供了借鉴之路，从而彰显了中华民族的文化自信。

### 参考文献：

- [1] 史静. 天津市津南区葛沽镇宝辇会调查报告[J]. 齐鲁艺苑, 2017(3): 9.  
SHI Jing. Investigation Report on the Treasure Chariot Meeting of Jinnan District, Tianjin[J]. Qilu Realm of Arts, 2017(3): 9.
- [2] 路浩, 马知遥. 大传统与小传统的博弈——以葛沽宝辇为例[J]. 设计艺术(山东工艺美术学院学报), 2014(4): 73.  
LU Hao, MA Zhi-yao. Game Between Big Tradition and Small Tradition: As Example of Gegu Treasure Chariot[J]. Design Art(Journal of Shandong College of Arts and Crafts), 2014 (4): 73.
- [3] 王暄. 艺术通感视觉化符号转译研究[J]. 艺海, 2016(11): 146.  
WANG Xuan. A Study on the Translation of Visual Symbols in Art Synaesthesia[J]. Yihai, 2016 (11): 146.
- [4] 刘菲. 文化符号与非物质文化遗产传播研究[J]. 东岳论丛, 2014(7): 149.  
LU Fei. Cultural Symbols and The Study of The Spread of Intangible Cultural Heritage[J]. Dongyue Thesis, 2014(7): 149.
- [5] 陈少峰. 非物质文化遗产的动漫化传承与传播研究[D]. 山东: 山东大学, 2014.  
CHEN Shao-feng. Animated Inheritance and Dissemination of Intangible Cultural Heritage [D]. Shandong: Shandong University, 2014.
- [6] 李萌, 刘春雷. 视觉传达设计中抽象图形的针对性提炼与表现[J]. 包装工程, 2014, 35(8): 9.  
LI Meng, LIU Chun-lei. Oriental Extraction and Performance of Abstract Figure of Visual Communication Design[J]. Packaging & Engineering, 2014, 35(8): 9.
- [7] 赵健辉, 张楠. 基于天津近海非物质文化遗产的产品包装设计[J]. 包装工程, 2017, 38(12): 68.  
ZHANG Jian-hui, ZHANG Nan. Product Packaging Design Based on Intangible Cultural Heritage of Tianjin Coastal Area [J]. Packaging Engineering, 2017, 38(12): 68.
- [8] 杨猛, 王蒙. 非物质文化遗产特色旅游纪念品的包装设计定位研究[C]. 2013 国际工业设计研讨会暨第十八届全国工业设计学术年会论文集, 2013.  
YANG Meng, WANG Meng. Study on Package Design Positioning for Intangible Cultural Heritage Tourism Souvenir[C]. 2013 International Conference on Industrial Design and Proceedings of the Eighteenth Annual Conference on Industrial Design, 2013.
- [9] 王琳. 品牌传播新媒介——品牌 APP 界面视觉设计[D]. 上海: 东华大学, 2014.  
WANG Lin. The New Media of Brand Communication: Research on Brand APP Visual Interface Design[D]. Shanghai: Donghua University, 2014.
- [10] 谭坤, 刘正宏, 李颖. 非遗传承创新语境下的 APP 界面设计研究[J]. 包装工程, 2015, 36(8): 60—63.  
TAN Kun, LIU Zheng-hong, LI Ying. The Research on APP Interface Design under the Context of Inheriting and Innovating Intangible Heritages[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(8): 60—63.