

赣南采茶戏文创产品设计

魏晞

(江西科技学院, 南昌 330098)

摘要: **目的** 研究赣南采茶戏与文创产品结合的现实意义, 提炼赣南采茶戏中可运用的设计元素, 对赣南采茶戏文创产品设计提出设计思路, 为赣南地区文化创意产业增添鲜明的地域元素的同时保护赣南采茶戏的发展, 用设计的手法活化非遗文化。**方法** 通过文献研读法、实地调研法研究赣南采茶戏的发展史, 了解赣南采茶戏文创产品现状, 从赣南采茶戏的道具元素、曲牌名元素、方言元素、角色元素中分析赣南采茶戏可运用的设计元素, 为赣南采茶戏文创产品设计提供设计策略。**结论** 赣南地区作为客家文化的聚集地滋养了丰富的地域文化, 赣南采茶戏扎根于客家文化, 具有扎实的文化内涵, 可以通过造型演变、功能联想、图案演变, 提炼出鲜明的设计元素对赣南采茶戏进行文创设计, 将赣南采茶戏打造出设计品牌, 在宣传赣南采茶戏的同时为赣南采茶戏文创产品提供辨识度。

关键词: 赣南采茶戏; 文创产品设计; 客家文化

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)20-0246-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.20.040

Cultural and Creative Product Design of Tea Picking Opera in South Jiangxi

WEI Xi

(Jiangxi University of Technology, Nanchang 330098, China)

ABSTRACT: The work aims to study the practical significance of combining tea-picking operas of South Jiangxi with cultural and creative products, refine the design elements that can be used in tea-picking operas of South Jiangxi, put forward design ideas for the design of South Jiangxi tea-picking opera cultural and creative products, and protect the development of South Jiangxi tea-picking operas when adding a distinct region element to the cultural and creative industries in South Jiangxi, and finally activate the intangible culture by design. Through literature study and field research, the development history of South Jiangxi tea-picking operas was studied, and the current situation of cultural and creative products on South Jiangxi tea-picking operas was understood. Design elements that can be used in South Jiangxi tea-picking operas were analyzed from props, song name, dialect, role, etc., providing design strategies for the design of cultural and creative products on South Jiangxi tea-picking operas. As a gathering place of Hakka culture, South Jiangxi region nourishes a rich regional culture. South Jiangxi tea-picking drama is rooted in Hakka culture and has a solid cultural connotation. It can be refined through modeling evolution, functional association, and pattern evolution to extract distinctive design elements for cultural and creative design of South Jiangxi tea-picking operas, to create a design brand for South Jiangxi tea-picking operas and provide recognition for South Jiangxi tea-picking operas in promoting South Jiangxi tea-picking operas.

KEY WORDS: tea-picking in South Jiangxi; cultural and creative product design; Hakka culture

赣南采茶戏发展历史悠久, 具有鲜明的地域特征和丰富的文化内涵, 属于综合类的艺术形式。目前赣

南采茶戏受到现代文化的冲击, 在赣州的发展情况并不乐观, 且赣州现正在大力发展文化创意产业, 赣南

收稿日期: 2020-07-11

作者简介: 魏晞(1988—), 女, 江西人, 硕士, 江西科技学院讲师, 主要研究方向为艺术设计。

采茶戏作为赣南地区代表性的传统文化，戏曲与文化创意的结合是发展的必然趋势，通过将戏曲的文化内涵与设计相结合，设计者用设计的手法活化传统文化，在发展文化创意产业的同时保护传统文化。

1 赣南采茶戏概述

赣南拥有得天独厚的茶叶种植优势，采茶戏主要发源于赣南安远、信丰一带。采茶戏起初为茶农的“采茶歌”，再逐渐与舞蹈结合在传统节日上展现，主要表现在元宵节的“采茶灯”；后鼎盛于清朝时期，采茶歌舞增加了许多采茶时的民间故事，演变成“采茶戏”。解放前期，一些地方绅士认为采茶戏夹带粗俗内容，一度遭到官府禁演；解放后至今，政府培养了专业表演赣南采茶戏演员、编导人员和乐手，提供专项基金，将采茶戏引向城市化、专业化。2006年5月，赣南采茶戏正式列入首批非物质文化遗产名录；2010年，赣南采茶戏走进上海世博会，向世界人民展现其独特魅力，标志着赣南采茶戏的发展进入了一个新的高度^[1]。

2 赣南采茶戏文创产品开发现状

文创产品是地区或者文化的缩影，文创产品作为文化资源的代表，最能够体现和传播文化内涵^[2]。赣州是著名的红色之都又聚集了大量的客家文化，拥有丰富的文化资源，赣州市政府近几年致力于提升赣州文化实力，将文化创意产业作为拉动经济发展的重要力量。在大力发展赣州旅游业的同时，开发出一批旅游文创纪念品投入市场，但现下市场上开发的旅游文创产品普遍面临着同质化严重、品质粗糙的问题，文创产品没有形成品牌效应，导致赣州地区文创产品没有形成规模，难以被大众所接受。

采茶戏是体现赣南客家人民生活状态反映当地特色生活文化的一类艺术形式，文化内涵不言而喻且具有明显的地域特色。作为赣南地区特色的非遗文化，市场上可见的以采茶戏为内容的文创产品少之又少，造成了一定程度的文化资源浪费，如何利用好采茶戏这一文化元素做创意设计，需要着重思考。

3 赣南采茶戏文创产品设计素材分析

3.1 道具元素

3.1.1 道具元素及特征

赣州是多元的客家文化聚集地，因此其腔调是以客家民歌为基础，佐以勾筒、锣鼓、唢呐这类传统乐器伴奏。表演形式为“两旦一丑”或“一旦一丑”——由两姐妹和一个男性，用诙谐有趣的方式表演生活中发生的故事，模仿生活百态，反映赣南地区的风俗

人情。采茶戏具有的经典三子：“步子—矮子步”，模仿采茶人卑躬屈膝爬山的样子，创造出采茶戏独一无二的舞步；“袖子”，表演过程中左袖筒一只袖子上抛下甩的动作，成为国内艺术的绝门；“扇子”，是采茶戏中不可缺少的一个道具，几十种扇子的舞动方式展现了采茶戏的一门绝技^[3]。赣南采茶戏使用的乐器都为传统民间乐器，其最有特征的道具元素是戏服和扇子。

3.1.2 赣南采茶戏的服饰特征

赣南采茶戏来源于客家人民采茶劳作，因此其人物形象和服饰特征都显示着客家文化。客家人在迁徙中饱经沧桑，由此客家人的形象不论男女都是辛勤劳作、刻苦顽强的。男性穿着便于劳作的蓝衫、大裆裤，女性围着包头巾、围身裙，没有华丽的装饰，多以蓝、灰、黑为主色调，崇尚节俭朴素。

戏服与传统客家服饰一脉相承，即便是通过服装颜色来区分人物地位也不会过于艳丽。赣南采茶戏与其他戏服不同的是：一般戏服都是“双水袖”而采茶戏服是“单水袖”，因为赣南人们都以右手采茶左手擦汗，因此只有一个在左手的长袖^[4]。在表演时，通过挥舞长袖和扇子来烘托气氛、表达情感。

服饰是最能够直观感受到的外在形式，服饰不仅包括服装还包括其他的配饰，如发饰、帽子、鞋履等其他配饰。观众通过服饰了解戏曲的年代、人物性格特征；通过服饰烘托舞台氛围引导观众进入戏曲状态。运用经典的服饰元素，如别样的服装款式、精致的服装图案、典型的服装配色设计文创产品，能够直接给消费者视觉上带来特别的感受。来自故宫的文创朝珠耳机见图1，由故宫里的大臣上朝时必须佩带一串朝珠而来，该产品借用佩带这一动作将朝珠与耳机相结合，给消费者营造了佩带这副耳机就可以成为上朝大臣的体验。用京剧的人物形象设计的便利贴见图2，将长形贴纸放在京剧戏袍的长袖或人物的长胡子里，依据京剧不同的角色搭配不同的妆容、发饰，而设计出不同形象的便利贴。

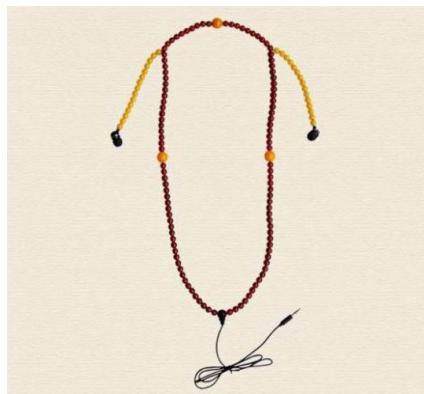


图1 朝珠耳机

Fig.1 Court beads headphones



图2 京剧便利贴
Fig.2 Peking Opera post-it



图3 朕不能看懂眼罩
Fig.3 Blindfold that reads
“I can't understand”



图4 微服私访公交卡套
Fig.4 Bus card set of
travel incognito

3.2 曲牌名元素

赣南采茶戏在中国传统戏曲文化中属于曲牌体，有四百余首曲牌，腔调可以分为“灯腔”、“茶腔”、“路腔”及“杂调”，俗称“三腔一调”。这四百余首曲牌旋律优美，其中以“茶”、“花”、“动物形态”、“生活动作”冠名的曲牌尤为突出。

从曲牌体命名便能看出赣南采茶戏的地域文化及内容特色。以“茶”冠名的曲牌展现的是茶农种茶、摘茶、炒茶、品茶这一系列关于茶的生活状态，如《茶香姐》、《报茶名》、《摘茶》等。以“花”冠名的大多表演的是赏花、看花时发生的趣事，以此来表明对生活的热爱，如《小梅花》、《莲花闹》、《大风阳花鼓》。以“生活动作”冠名的曲牌表现的是客家人日常劳作的生活状态，通过模仿动作来展示客家人热爱劳动的精神，如《打鞋底》、《磨豆腐》、《割韭菜》等。以“动物形态”冠名的曲牌独具一格，通过对动物的模仿来展示对自然的热爱，如《蛤蟆歌》、《蝴蝶歌》、《数麻雀》^[5]。

客家人迁移过程中面临着十分恶劣的生存环境，不仅与敌人抗争，还要与自然抗争，赣南采茶戏的内容反映了客家人民热爱劳动、善良朴实的性格特征。采茶戏从刚开始茶农们的喝茶小戏一步步演变成民俗表演，由于其本身代表的美好寓意，所以还会在客家人的祭祀活动中表演，展现客家人强盛团结的宗族形象。

3.3 方言元素

赣南采茶戏多以方言表演，客家人坚守“宁卖祖宗田，不忘祖宗音”，不论行走到哪里都不会忘记方言。戏曲扎根于民间，一定的地域环境和方言滋养着戏曲的诞生和发展，当地方言与地方舞蹈融合，形成独具地方特色和民族风情的地方戏，其中方言一定是构成地方戏的重要因素，也是一个戏曲的特质所在。区别这些地方戏的最显著的特征是方言而不是声腔，如川剧就包含了昆、高、梆、黄四种声腔，再加四川民间小调。采茶戏唱腔以茶腔与灯腔为主，声腔可随

方言变，方言却不会随声腔改^[6]。

戏曲与赣南客家方言的结合形成了鲜明的采茶戏语言特色，因客家方言贴近生活，戏词多有民俗风趣的歇后语、谚语。如《双捡菌》：老古人哇得好，油多唔坏菜，礼多人唔怪。《张打铁》：你食了灯草心——说话飘飘轻^[7]。戏里唱出客家人民生活琐事，塑造丰富饱满的人物性格，这些戏词嬉笑怒骂道出人生哲理，既泼辣又动人。戏词中还有很多烘托气氛的语气助词，如“哎呀嘞”、“且当且”、“哦呵”。这些词都来源与客家方言具有独特的地方特色。

文创产品中不乏有以字为元素的设计，因皇帝自称为“朕”衍生设计的眼罩见图3，微服私访的行李牌见图4，都是借用故宫里独有的词语赋予产品故宫文化。生动的语言文化会为文创产品带来活力，“乡音无改鬓毛衰”，地域方言深入人心，方言的运用将会波动消费者的心弦。

3.4 角色元素及特征

赣南采茶戏通常是“两旦一丑”或“一旦一丑”，旦角由“小旦”和“彩旦”组成，“小旦”又称“花旦”，主要是表现年轻可爱的青春少女，具有率真、浪漫、开放、正义的性格特征。彩旦表现的是四五十岁的中老年妇女，人物性格风骚泼辣，表演夸张、动作幅度大，通常扮演店嫂、媒婆之类角色。丑角通常是“老旦”，形象特色是脸的中间画有一块白色颜料，丑角喜剧色彩浓厚，表演幽默风趣，经常扮演反面或诙谐讽刺意味的角色。

4 赣南采茶戏文创产品设计策略

根据文创产品的产业链，文创产品可以分为三类：内容类文创产品，包含传统文化、流行的研究与创新、动画电影、新闻出版等内容；衍生类文创产品，能够将文化转移到产品当中；创意类文创产品，运用设计创意将文化转移到产品中^[8]。赣南采茶戏作为综合类表演艺术，文化底蕴深厚，可运用的设计素材十

分丰富,对文创产品设计有着极大的借鉴意义,可以为设计者提供多种设计思路。

4.1 造型演变

造型演变是指从传统元素中抽取其形态特点,保留部分或直接运用其造型。既可以直接保留原有造型;又可以结合其文化内涵,对造型打散或重组,运用不同材质、风格元素做到神态相似。对传统物品的造型直接复制,展现传统文物的原貌,虽然没有对传统元素进行再创造,但是为传统物品增加了现代影响力。对传统物品的造型进行符号提炼能够展示传统物品的样貌,为传统物品增加现代元素,设计符合现代审美的产品。这两种设计方式都能够展示设计者自身的水平和文化内涵^[9]。

赣南采茶戏中最明显的具象元素就是唱戏者的舞台形象,角色不同舞台造型也随之改变。如果直接使用舞台形象,可直接设计为玩具类产品,根据材质不同分为毛绒玩具、竹材质工艺玩偶、塑料卡通公仔,产品色彩使用客家服饰常用的蓝色、黄色及黑色。除去形象特征,也可以使用线杆或机械化控制玩偶四肢来舞动出采茶舞,为玩偶增加趣味性,直接使用采茶戏形象既可以为赣南采茶戏增加影响力又为玩具增加了趣味。

4.2 功能联想

传统元素可能是一种文化也可能是某具象物体,功能演变是通过合理联想将传统元素最终设计为某种具体产品。联想的形式可以是具象联想也可以是意象联想,具象联想是通过被设计师的表面功能直接运用,具有相似性。意象联想是通过设计师的思维,将传统元素与周边存在的联系进行理性分析得出设计。

赣南采茶戏作为一种艺术技艺,可用意象联想,因采茶戏在过去是一边喝茶一边观看的,由采茶戏联想到茶叶进而联想到茶具设计,将赣南采茶戏具有鲜明特征的元素,如角色元素、服饰元素、方言元素融入进茶具设计,抽象提取其符号特征,对茶具的茶盅、茶盘、茶壶、茶杯进行造型设计,为茶具增添文化内涵,营造喝茶看戏的闲适氛围。

4.3 图案演变

时代在发展,审美标准也不停在演变,一些传统图形满足不了全体受众人心理需求。图案演变是在传统元素里提取图案元素进行平面设计,运用设计的手法对图案进行简化提炼、重组同构,设计出符合现代审美的图形将其印在日常产品上,如纸质类,明信片、扑克牌、包装盒;布艺类,帆布包、T恤;其他类,马克杯、冰箱贴等。戏曲元素图形都稍显复杂,设计者通过自身技术将图形简化的同时传达丰富的内涵和信息。对图形进行合乎逻辑的重新组构,使图

形组合演化成新的图形,使传统图形展示新的样貌。运用戏曲的图形元素时应该保留图形的传统语义和文化内涵,抽离、混合、拼接成具有时代特色的图案,同时还表现出传统意味^[10]。

赣南采茶戏的图形元素含而不露,隐而不显,需对该文化进行充分理解,寻找其原生态语义,在表达传统审美的同时了解其深层次的社会意义。除去图形部分,赣南采茶戏俏皮的台词内容也是一大特色,幽默的客家俚语中含有客家人对生活的智慧,方言的运用也能够展示客家人勤劳勇敢、善良团结的人物性格。现有四百余首赣南采茶戏剧目,丰富的故事情节能够为图形设计增添叙事性,可绘制出不同情境的表演插图,将戏曲图案化。

5 运用品牌设计宣传文创产品

现下文创产品市场同质化严重,各式旅游产品、土特产界定混乱,没有清晰的产品定位和销售路线。赣南采茶戏文化底蕴扎实,具有鲜明的地域文化特征,文化滋养文创产业的发展,设计者不仅要宣传其文化,还应该承担起传承发展赣南采茶戏的责任。联结唱戏艺人创新采茶戏曲,设计出具有特色的非遗文创产品,共同打造非遗文创品牌。非遗品牌化有利于文创产品的创新、产品生长周期的完善、非遗技艺的活化,形成可持续的非遗文创产品体系,需要社会的共同努力。

非遗品牌能够辨别各种传统文化的类别与特征,满足消费者对传统文化的感知需求。设计者通过对品牌名称、URL、图标、标识、形象、广告、包装设计,为传统文化树立鲜明的辨识特点,将非遗技艺引向标准化、现代化。将传统文化中的个性、内涵、文化、价值观输入视觉识别系统,给消费者直观感受,让非遗文化不再晦涩难懂。

赣南采茶戏中的视觉识别系统可运用客家采茶人专有的符号,如穿大衫劳作的男性,包头巾手持茶篮的女性。色彩可选用蓝色、黄色、绿色,展现其热爱大自然的人物性格。在进行具象设计时,需注入隐性要素,如客家人辛勤劳作、简朴踏实的人物性格;运用赣南采茶戏诙谐有趣的戏曲风格,为视觉创造趣味性。

6 结语

非遗文创产品通过设计活化传统文化,赣南采茶戏是赣南地区的一个特色民族文化,也是客家文化的代表。对赣南采茶戏的元素进行分析,为赣南采茶戏文创产品设计提供多种设计思路,对赣南地区文创产业发展,宣传赣南地区特色非遗文化,打开文创产品销售的新局面,具有十分重要的意义。

(下转第258页)

- Emotional Design of Children's Books[J]. Art Appreciation, 2015(9): 50.
- [11] 王筱丹. 儿童趣味书籍设计探析[J]. 艺术评论, 2016(2): 169-171.
WANG Xiao-dan. Design Analysis of Children's Interesting Books[J]. Art Review, 2016(2): 169-171.
- [12] 郭新生, 陈颖. 老年群体视角下的“情感化”书籍设计探析[J]. 艺术科技, 2016, 29(8): 260-269.
- GUO Xin-sheng, CHEN Ying. "Emotional" Book Design from The Perspective of Elderly Group [J]. Art & Technology, 2016, 29(8): 260-269.
- [13] 孙月丽, 潘云丽. 浅析当代中国书籍设计发展新趋势[J]. 商场现代化, 2012(21): 259.
SUN Yue-li, PAN Yun-li. A Brief Analysis of the New Development Trend of Contemporary Chinese Book Design[J]. Mall Modernization, 2012(21): 259.

(上接第 249 页)

参考文献:

- [1] 吴丽珍, 刘金英. 赣南采茶戏传承与发展新思路[J]. 科技界, 2019(36): 238.
WU Li-zhen, LIU Jin-ying. New Ideas for the Inheritance and Development of Tea-Picking Opera in Southern Jiangxi[J]. Science and Technology, 2019(36): 238.
- [2] 宗立成, 孟钰, 赵德钰. 基于校园文化资源的文创产品开发与产学研模式探索[J]. 设计, 2018(19): 51-53.
ZONG Li-cheng, MENG Yu, ZHAO De-yu. Cultural and Creative Product Development and Production-University-Research Model Exploration Based on Campus Cultural Resources[J]. Design, 2018(19): 51-53.
- [3] 张红英. 赣南采茶戏的表演艺术与音乐特征分析[J]. 艺术评鉴, 2017(15): 28-29.
ZHANG Hong-ying. Analysis of the Performing Arts and Music Characteristics of Gannan Tea-Picking Opera[J]. Art Review, 2017(15): 28-29.
- [4] 吴国辉. 赣南采茶戏服饰文化研究[J]. 内蒙古艺术, 2018(1): 57-59.
WU Guo-hui. Costume Culture of Tea-Picking in Gannan[J]. Inner Mongolia Art, 2018(1): 57-59.
- [5] 徐荣荣. 赣南采茶戏口述史研究(1949—2006 年)[D]. 赣州: 赣南师范大学, 2017.
XU Rong-rong. Oral History of Gannan Tea-picking Opera (1949-2006)[D]. Ganzhou: Gannan Normal University, 2017.
- [6] 樊凤龙, 王玲, 尚乐文. 论赣南采茶戏音乐与赣南文化的关系[J]. 影剧新作, 2019(2): 165-169.
FAN Feng-long, WANG Ling, SHANG Le-wen. Relationship between the Music of Tea-Picking in Gannan and the Culture of Gannan[J]. New Works of Shadow Play, 2019(2): 165-169.
- [7] 李小芳. 赣南采茶戏的语言艺术[D]. 广州: 暨南大学, 2015.
LI Xiao-fang. Language Art of Gannan Tea-picking Opera[D]. Guangzhou: Jinan University, 2015.
- [8] 刘鑫. 基于非遗文创的品牌建构研究[D]. 杭州: 中国美术学院, 2019.
LIU Xin. Research on Brand Construction Based on Non-legacy Creation[D]. Hangzhou: China Academy of Art, 2019.
- [9] 余辉. 传统文化元素在文创产品设计中的运用分析[J]. 品牌研究, 2019(12): 72-73.
YU Hui. Analysis of the Application of Traditional Cultural Elements in Cultural and Creative Product Design[J]. Brand Research, 2019(12): 72-73.
- [10] 李炜. 徽州戏曲文化创意产品的研发与设计[J]. 艺术研究, 2019(3): 152-153.
LI Wei. Research and Development and Design of Huizhou Opera Cultural Creative Products[J]. Art Research, 2019(3): 152-153.