

基于赣南采茶戏视觉元素的文创产品设计研究

蔡克中¹, 韩若男¹, 汤繁希²

(1.南昌航空大学, 南昌 330063; 2.顺德职业技术学院, 广东 顺德 528300)

摘要: **目的** 赣南采茶戏作为江西省的传统戏剧之一, 独具特色, 但与之相关的文创产品种类却较为单一, 研究赣南采茶戏视觉元素在现代文创产品设计中的应用, 以丰富赣南采茶戏的设计可行性元素。**方法** 将赣南采茶戏作为研究样本, 提取采茶戏中的人物角色、道具、服饰、美妆四大视觉元素, 分别对其典型元素的造型、纹样、色彩、语义进行提取与归纳, 搭建视觉元素模型库, 并运用解构、重构、重组等设计方法对纹样、造型进行重新设计, 将其应用于赣南采茶戏文创产品——儿童手拍鼓设计案例中。**结果** 拓展赣南采茶戏作为视觉元素在文创产品设计领域中的可行思路。**结论** 通过对赣南采茶戏中视觉元素的分析提取及语义表达, 既有利于传播赣南采茶戏, 又为设计相关文创产品提供了设计新途径。

关键词: 赣南采茶戏; 文创产品设计; 非物质文化遗产

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2022)24-0227-10

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.24.026

Cultural and Creative Product Design Based on Visual Elements of Gannan Tea Picking Opera

CAI Ke-zhong¹, HAN Ruo-nan¹, TANG Fan-Xi²

(1.Nanchang Hangkong University, Nanchang 330063, China; 2.Shunde Polytechinc, Guangdong Shunde 528300, China)

ABSTRACT: As one of the traditional dramas in Jiangxi Province, Gannan Tea Picking Opera has unique characteristics, but the related cultural and creative products are relatively single. The work aims to study the application of visual elements of Gannan Tea Picking Opera in modern cultural and creative products, and enrich the design feasibility elements of Gannan Tea Picking Opera. Gannan Tea Picking Opera was taken as the research sample, and the four visual elements of personas, props, costumes and makeup in the Tea Picking Opera were extracted. The shape, pattern, color and semantics of the typical elements were extracted and summarized respectively to build the visual element model library, and the design methods of deconstruction, reconstruction and reorganization were used to redesign patterns and shapes which were applied to the design case of children's hand drum, a cultural and creative product of Gannan Tea Picking Opera. The feasible ideas of applying visual elements of Gannan Tea Picking Opera to the field of cultural and creative product design were expanded. Analysis, extraction and semantic expression of the visual elements of Gannan Tea Picking Opera not only benefit the dissemination of Gannan Tea Picking Opera, but also provide a new way for designing related cultural and creative products.

KEY WORDS: Gannan Tea Picking Opera; cultural and creative product design; intangible cultural heritage

赣南是一个以客家文化闻名的地区, 位于江西省南部, 与广东、福建、湖南等地区接壤。戏曲是中华民族文化的瑰宝, 赣南采茶戏作为其中的一个类别,

是江西省赣州市的传统戏剧, 在 2006 年被列入国家级非物质文化遗产。文创产品设计是指以文化创意为基础, 将某种传统文化元素提取出来进行再设计, 并

收稿日期: 2022-07-05

基金项目: 江西省社会科学“十三五”基金项目《赣南采茶戏文创产品设计研究》研究成果(20YS13)

作者简介: 蔡克中(1976—), 男, 教授, 主要研究方向为设计学。

通信作者: 汤繁希(1990—), 女, 讲师, 主要研究方向为设计学。

将其应用到产品的设计中，这类产品文化意蕴深厚，独具创意，功能恰当。对赣南采茶戏进行元素提取与分析，在此基础上运用新的设计手法对其进行再设计，探索将提炼后的造型、图案、文化内涵等应用到产品设计中的形式，可以为赣南采茶戏的传承以及文创产品的设计提供更多的思考空间。

1 赣南采茶戏及其文创产品的设计研究

赣南采茶戏作为江西独具特色的剧种历史悠久，它的发展经历了三个阶段，其最初发源于赣南安远县九龙山地区，该地区盛产茶叶，人们为了缓解在种茶采茶时所产生的疲劳之感便创作了采茶歌，这也是采茶戏的第一个阶段——采茶歌时期；第二阶段为茶篮灯或采茶灯时期，这一时期人们在唱采茶歌的同时开始加入道具，将进行采茶劳作时常用的茶篮、扇子、花灯等道具加入采茶歌中，并融入人物性格，载歌载舞；第三阶段为采茶戏时期，这一时期采茶戏的表演艺术形式已经形成，其表演方式为以三人为主的“三角班”形式，其中一名男性担任丑角；在表演语言上，多以客家方言为主，音乐唱腔具有民歌风味，在内容上采茶戏多源于劳动人们的日常生活，其中喜剧、爱情题材居多。总的来说，赣南采茶戏作为江西的代表性剧种，它反映出江西地区独特的文化与风情，极具研究意义。

文创产品是指基于一定的文化内涵、造型基础、功能价值，经过文化思考与元素提取重组，将具有文化内涵的创意转化为具备使用功能的具体产品。例如

布达拉宫文创藏戏面具挂饰，见图1，提取藏戏中的五色面具，将五官进行元素简化提炼，用几何的形式呈现出时尚、轻松的造型，同时又将五色面具中善良、圆满、智慧等象征美好的文化内涵融入挂件中，极具地方特色，见图2。与京剧、昆曲、黄梅戏、藏戏相比，目前市面上与赣南采茶戏相关的文创产品寥寥无几，主要以卡通人物摆件、产品包装为主，缺少创意与实用性，设计形式不够新颖，对赣南采茶戏的文化内涵表达不够深刻^[1]，赣南采茶戏文创产品现状，见图3。将赣南采茶戏中的视觉元素进行元素提取与分析，并对其进行再设计，让消费者在使用产品的过程中感受传统戏剧的魅力，另外将传统赣南采茶戏中的视觉符号融入现代文创产品设计中，在传播采茶戏的同时也带动了文化产业发展^[2]。



图1 藏戏面具挂饰
Fig.1 Tibetan opera mask pendant

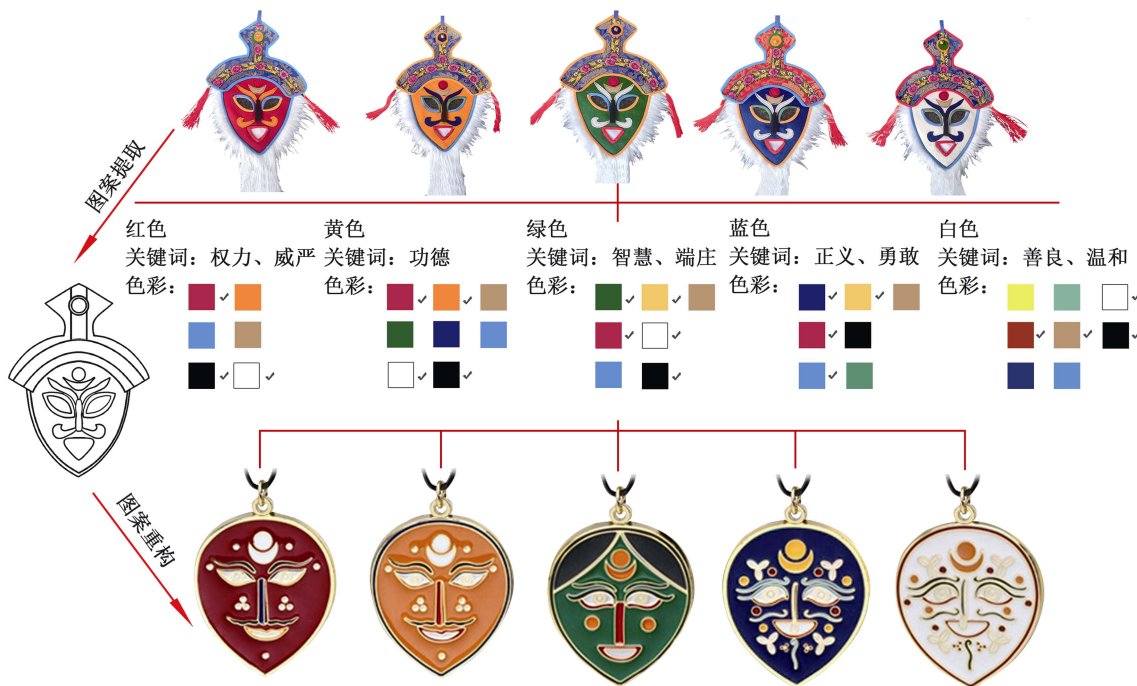


图2 藏戏面具挂饰设计分析
Fig.2 Analysis of Tibetan opera mask decoration design



图 3 赣南采茶戏文创产品设计现状
Fig.3 Design status of cultural and creative products of Gannan Tea Picking Opera

2 赣南采茶戏视觉元素设计分析

根据赣南采茶戏不同的视觉呈现方式,对采茶戏视觉元素进行提取,因为直观的视觉表达方式相对于采茶戏的具体剧目内容表达而言,可变量更为丰富,在提取和转译的过程中更灵活,所以针对赣南采茶戏的主要视觉元素——人物角色、道具、服饰、美妆进行设计分析,见图 4。

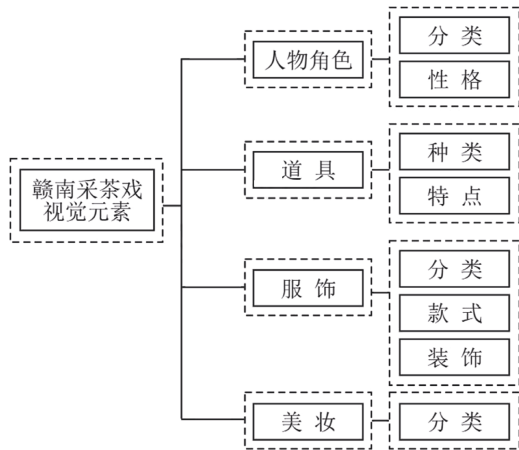


图 4 赣南采茶戏主要视觉元素提取
Fig.4 Extraction of main visual elements in Gannan Tea Picking Opera

2.1 赣南采茶戏人物角色之于文创产品设计分析

在采茶戏的艺术表演中,人物角色具有举足轻重的作用,它使每个人物都有了各自不同的性格,使故事拥有各自不同的内容,通过人物角色的塑造,使采茶戏与日常生活间的联系更为密切,更易让观众产生共鸣^[3]。赣南采茶戏主要以“三角班”的形式呈现,即两旦一丑,主要以旦角和丑角为主,其中丑角在整个戏中具有活跃气氛的作用,这些角色来自于生活,






多是平民百姓,在赣南采茶戏中没有达官贵人、王侯将相这些代表权贵的角色。

1) 旦行。赣南采茶戏中的旦角多为农村少女或少妇,她们勤劳朴素、聪慧美丽。如采茶戏传统剧目“四小金刚”之一的《补皮鞋》,讲述了为去乡下见恋人“妹子”的农村青年“阿祥古”,乔装打扮成补鞋匠,最终得到妈妈认可的故事,剧中的旦角(花旦)——妹子贤惠能干,擅长“打鞋底”,瞒着妈妈与农村青年阿祥古相恋;剧中的另一个旦角(老旦)——妈妈思想较为守旧,爱护自己的女儿妹子,在剧中完成了从不认可阿祥到同意与妹子在一起的思想转变。

2) 丑行。丑角在赣南采茶戏中发挥着至关重要的作用,赣南采茶戏中的丑角有正丑和反丑之分^[4],其中正丑是剧中的正面人物,多以青壮年男子为主,其人物性格饱满,乐观积极、勤劳勇敢、正直善良、幽默风趣,如《山歌情》中的谢明生,他作为一名青年歌手以及女主人公的恋人,为人正直,拥有奉献精神,具有不顾生死、冲破封建束缚的革命者气概^[5]。反丑在戏中多为酒鬼赌徒、地痞流氓等,常通过模仿一些动物的动作或使用诙谐幽默的语言表达人物特点。由此看出,赣南采茶戏的演员通过表情、动作、声音等塑造人物角色,使其独具江西特色,将赣南采茶戏中的人物角色进行分类,选取具有代表性的角色并对其人物性格进行元素提取,见表 1,从对赣南采茶戏人物角色的分析中可以总结出:戏剧表演中的人物角色通过腔调、表情、动作等来表现人物性格,将这类视觉元素应用于文创产品设计中时,可以将具体角色中的人物性格通过关键词的方式提取出来,与文创产品中人物的表情特征相结合,如《豆腐哥豆腐嫂》中的豆腐嫂,其性格特征为:精明、干练、独立。在进行设计时,可以将豆腐嫂的特征应用到文创人物的表情上,其关键词为:精明——妆容干净;干练——眉毛为向上斜翘的剑眉;独立——服装色彩以蓝灰色系为主。在进行设计时应注意人物角色与文创产品之间设计的契合度。

如赣南采茶戏面膜包装设计见图 5,选取采茶戏中旦角这一角色进行包装图案设计,从产品内涵角度来讲,采茶戏中的旦角美丽善良、勤劳能干,与用于护肤的面膜契合度较高,符合使用群体的审美需求。面膜的包装设计选取采茶女的形象,头戴花布头巾,身着淡色斜襟上衣,腰间系百褶围裙,下身穿着喇叭裤,结合花布头巾和上衣的植物纹,设计面膜包装上的人物形象。在色彩上面膜包装的背景色墨绿色与前面的淡黄、淡蓝、淡粉色相呼应,突出包装的主题,整体淡雅古朴。该设计通过将赣南采茶戏中的人物角色应用到面膜包装设计中,让使用者在使用产品的同时了解传统戏剧文化,同时赋予产品文化内涵,使产品的文化价值得以提升。

表 1 赣南采茶戏人物角色分析
Tab.1 Analysis of persona in Gannan Tea Picking Opera

角色	剧目	人物	样本	性格
旦角 (花旦)	《补皮鞋》	妹子		勤劳能干、心灵手巧
旦角 (老旦)	《补皮鞋》	妈妈		正言厉色、思想保守、爱护儿女
旦角 (正旦)	《豆腐哥豆腐嫂》	豆腐嫂		精明、干练、能干
丑角 (正丑)	《山歌情》	谢明生		勇敢、正义、革命精神、不畏牺牲
丑角 (反丑)	《茶童哥》	大朝奉		贪财好色、阴险狡诈

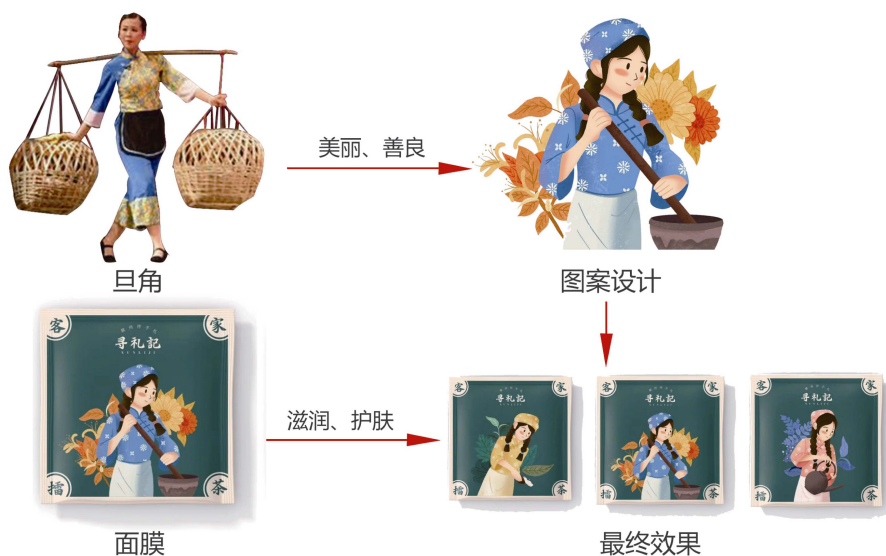


图 5 赣南采茶戏面膜包装设计

Fig.5 Packaging design of Gannan Tea Picking Opera facial mask

2.2 赣南采茶戏道具之于文创产品设计分析

道具在赣南采茶戏中是必不可少的,戏中的道具多是茶农们日常所使用的农具或生活用品,是赣南人们日常生活的真实体现,同时对于舞台设计也起到一定的辅助作用^[6]。将采茶戏中的道具分为两类,一是演员手中所拿或身体所用的具体道具,如扇子花、单筒袖、扫帚、鱼竿、桌椅、乐器等;二是演员表演时的虚拟道具,这类道具是通过演员的模仿塑造出来的^[7]。

1) 具象道具。在赣南采茶戏的道具使用中,扇

子作为赣南采茶戏的道具之一是不可或缺的,使用频率极高,且种类多样,通常情况下与衣服左袖的扇筒袖配合使用,表演者左手持袖,右手舞扇,相得益彰,在赣南采茶戏中,由日常采茶活动演变而来的扇子、扇筒袖、矮子步被称为赣南采茶戏的三绝,成为赣南采茶戏的代表。另外,在采茶戏《补皮鞋》中,妹子手中的道具花绷子贯穿整部戏,其形状像扇子花,妹子通过花绷子找到与阿祥相处的机会,用花绷子遮脸表达自己的开心喜悦与娇羞之情。

2) 虚拟道具。采茶戏中的虚拟道具常常与具象

道具配合使用, 如在采茶戏《磨豆腐》中, 豆腐店大嫂翠娥磨豆腐的道具为锣鼓, 在演出时, 将鼓作为磨, 将锣作为盘, 敲锣打鼓的意思是将豆放入磨中, 在此场景中, 锣鼓为实物, 而豆和磨是翠娥通过锣鼓表演出来的, 所以戏中的豆与磨为虚拟道具。

赣南采茶戏道具的使用与戏的主题相关, 不同的戏其使用的道具略有不同, 但工具大多来自日常生活。另外采茶戏道具的造型、装饰、色彩都会对人物性格、舞台效果、故事内容产生影响, 见表 2。从对赣南采茶戏道具的分析中可以总结出: 将人物道具作为视觉元素应用到文创产品设计中时, 可以采用元素分类提取的方式, 例如将道具分为造型、装饰、色彩三个部分, 提取各部分的具体形态, 在此基础上进行提炼, 最后进行组合重构, 得出新的设计元素, 从而

应用于文创产品的外观造型、产品装饰、产品配色中。

赣茶香天下新式茶饮包装设计见图 6, 其图案源于赣南采茶戏中的人物形象与道具, 上图中的采茶女身挑茶篓, 着喇叭裤, 图案以茶罐为背景, 并以云纹、远山为装饰, 包装色彩选用橙色为主色调, 配以绿色、黄色为装饰, 主要的人物形象和道具用黑色剪影的形式呈现, 茶包装的背面有赣南脐橙和江西庐山的形象, 配有“江西茶, 香天下”的标语。图 6 中的丑角手拿茶臼进行碾茶, 以茶壶作为人物背景, 配以云纹、植物纹为装饰, 整体色彩为蓝色, 背面有南丰蜜桔的形象。产品将采茶戏中的角色应用到产品封面包装中, 用色彩将每种茶区分开来, 在传播茶文化的同时对赣南采茶戏起到一定的宣传作用, 使包装具有浓厚的文化意蕴。

表 2 赣南采茶戏道具分析
Tab.2 Analysis of props in Gannan Tea Picking Opera

道具	样本图片	具体结构	形态提炼	色彩提取
扇子花				R:207 G:57 B:167 R:229 G:102 B:207 R:229 G:150 B:205 R:218 G:201 B:209 R:242 G:225 B:233
花绷子				R:31 G:132 B:76 R:36 G:155 B:53 R:9 G:181 B:63 R:131 G:202 B:44 R:190 G:255 B:98
锣				R:153 G:106 B:62 R:153 G:126 B:70 R:224 G:183 B:127 R:243 G:204 B:135 R:249 G:233 B:174
鼓				R:250 G:0 B:1 R:178 G:4 B:39 R:220 G:173 B:117 R:240 G:204 B:178



图 6 赣茶香天下新式茶饮包装设计

Fig.6 New tea packaging design of Jiangxi Tea Fragrant World

2.3 赣南采茶戏服饰之于文创产品设计分析

服饰是塑造赣南采茶戏人物角色形象的重要方式之一,赣南采茶戏服饰的款式、色彩、装饰对于人物塑造和内容诠释发挥着重要作用^[8]。按照戏服的款式,赣南采茶戏服饰主要分为三类:冠帽、戏衣、戏鞋。根据人物角色的各自特点其戏服的款式、色彩、装饰图案也略有不同。

1) 冠帽。冠帽指戏中人物角色头上所戴的各种帽子,在赣南采茶戏中冠帽的种类繁多且佩戴者主要为男角,女角较少佩戴。如采茶戏《钓拐》中,正丑田七郎,头戴圆形遮阳草帽,帽檐上方有一垂绳,除了草帽、红军帽外,还有纱帽、巾帽等,在帽子的边缘常以动植物纹样为装饰。

2) 戏衣。赣南采茶戏衣整体宽松,款式简单。旦角戏衣由便衣和裤装组成,上身便装的款式为双圆襟加立领盘扣,衣袖为喇叭袖或直筒袖,在袖口处有花边或刺绣纹样的装饰,下身裤装,多为宽松的直筒裤或上窄下松的喇叭裤,在裤口位置同样带有装饰^[9],色彩有蓝灰色、黑色、红粉色、蓝绿色等。丑角上衣受汉服影响,两襟相对,纽扣位于两襟正中,两襟边

缘镶有装饰性花边,其中在左袖口处有一65 cm左右的长水袖,这也是赣南采茶戏服饰与众不同的地方之一,在腰部系以与上衣颜色不同的百褶短裙,下身为裤型宽大、裤脚内收的灯笼裤,将赣南客家人的淳朴性格带入服饰中,在色彩上相较于正丑而言,反丑的服饰色彩较为鲜艳,与其滑稽、诙谐的角色性格有关。

3) 戏鞋。鞋子多为布质,色彩随服饰而变化,有金色或白色镶边的装饰,部分鞋面前方鞋头位置有一圆绒球作为装饰。

在我国的戏曲表演中,赣南采茶戏以源于生活、朴实无华的特点不同于其他戏曲,采茶戏演员在戏中所穿的戏服对人物角色的塑造起着重要的作用,不仅体现出人物的身份、性别、性格、善恶,更是对赣南地区传统文化的浓缩与升华^[10]。采茶戏服饰作为视觉元素之一对文创产品设计具有重要作用,通过制图软件对赣南采茶戏服饰进行矢量处理,在此基础上将矢量元素分解为结构、图案、色彩三个部分,建立符号库,见表3。从对赣南采茶戏服饰的分析中可以总结出:在文创产品设计过程中,可以提取符号库的元素对文创产品的外观造型、装饰纹样等进行设计演变应用。

表3 赣南采茶戏服饰分析
Tab.3 Analysis of costumes in Gannan Tea Picking Opera

名称	冠帽	云肩	围裙	上衣	百褶短裙	裤	戏鞋
样本							
服饰结构							
图案提取	 波浪纹	 莲花纹	 花卉纹	 圆、如意纹、 植物纹	 缠枝纹	 几何纹	 莲花纹、 忍冬纹
色彩提取	 P: 120 R: 213 B: 205 G: 500 G: 180 G: 180 B: 333 B: 216 B: 216	 P: 120 P: 121 P: 125 P: 198 P: 94 G: 22 G: 28 G: 28 G: 124 G: 108 R: 181 R: 145 R: 145 R: 24 R: 97	 R: 22 G: 113 R: 133 G: 104 G: 189 G: 220	 R: 248 R: 247 R: 252 R: 178 G: 93 G: 131 G: 160 G: 189 R: 174 R: 147 R: 84 R: 69	 P: 180 P: 242 R: 255 R: 232 G: 64 G: 68 G: 131 G: 194 R: 114 R: 165 R: 224 R: 239	 R: 163 R: 238 R: 176 G: 64 G: 157 G: 160 R: 115 R: 184 R: 253	 R: 96 R: 119 R: 176 R: 198 G: 98 G: 206 P: 93 G: 115 R: 114 R: 211 R: 107 R: 50

锋味——茶叶包装设计,见图7,其人物形象以采茶戏中的旦角采茶女为设计元素,进行包装图案的设计,包装中的采茶女头戴蓝色头巾,身着蓝色上衣,身上背一茶篓,马尾置于胸前,进行采茶活动。茶叶外包装为黑色,茶叶罐为蓝色,与图案中的人物服饰颜色相对应,该产品包装图案源于采茶戏中旦角的角色,整体现代简约,符合现代消费人群的审美需求。

2.4 赣南采茶戏彩妆之于文创产品设计分析

戏曲彩妆是将色彩与人物面部特征相结合的造型艺术,相对于台词、舞蹈而言更为直观,戏曲中的妆容会根据人物角色、性别年龄、性格特点的不同而产生变化,以完成戏中人物命运与时代的和谐统一,总而言之,人物彩妆作为塑造人物形象的方式之一,



图 7 锋味——茶叶包装设计
Fig.7 Feng Wei---tea packaging design

与人物角色、道具、服饰等视觉元素各有侧重, 但都是赣南采茶戏的一部分, 服务于欣赏者^[11], 并对赣南采茶戏文创设计产生积极影响。

赣南采茶戏中的人物妆容主要是围绕丑角展开的, 采茶戏中的正丑其妆容特点为在两眼中间处画有一白色“豆腐块”状的方形体, 方形体现出人物的正义, 而“豆腐块”的位置与色彩又使人物具有幽默感^[12]。反丑的妆容较正丑更为复杂, 通常在人物两眼与鼻梁的山根位置有虫、蛇等动物形象, 眼睛画成斜三角状, 嘴呈歪状, 且在中心位置用白色作点缀, 塑造出人物尖嘴猴腮的角色特征^[13]。赣南采茶戏中的旦角妆容, 小旦纯真善良、聪明伶俐、活泼大方, 其妆容简单, 红唇、眼部和双颊涂饰红色胭脂^[14]; 彩旦为中年角色, 性格泼辣、刁蛮, 妆容上与彩旦相似, 眼部和双颊有红色胭脂作为涂饰; 老旦为老年角色, 性格和蔼可亲、善解人意, 妆容较为淡雅, 赣南采茶戏美妆分析见表 4。在赣南采茶戏中, 人物彩妆与角色、服饰相互影响, 通过视觉元素表现采茶戏特点, 在文创产品设计中, 可以对人物角色的妆容进行提取, 将其进行简化处理, 应用在文创玩偶的表情设计上。

表 4 赣南采茶戏彩妆分析
Tab.4 Analysis of makeup in Gannan Tea Picking Opera

人物角色	正丑	反丑	小旦	彩旦	老旦																																																															
角色妆容																																																																				
妆容提取																																																																				
色彩提取	<table border="1"> <tr><td>R:177</td><td>R:245</td><td>R:250</td><td>R:255</td></tr> <tr><td>G:62</td><td>G:187</td><td>G:216</td><td>G:255</td></tr> <tr><td>B:77</td><td>B:194</td><td>B:222</td><td>B:255</td></tr> </table>	R:177	R:245	R:250	R:255	G:62	G:187	G:216	G:255	B:77	B:194	B:222	B:255	<table border="1"> <tr><td>R:230</td><td>R:182</td><td>R:251</td><td>R:246</td><td>R:190</td><td>R:255</td></tr> <tr><td>G:85</td><td>G:85</td><td>G:149</td><td>G:199</td><td>G:215</td><td>G:255</td></tr> <tr><td>B:103</td><td>B:100</td><td>B:162</td><td>B:120</td><td>B:164</td><td>B:255</td></tr> </table>	R:230	R:182	R:251	R:246	R:190	R:255	G:85	G:85	G:149	G:199	G:215	G:255	B:103	B:100	B:162	B:120	B:164	B:255	<table border="1"> <tr><td>R:229</td><td>R:244</td><td>R:250</td><td>R:252</td></tr> <tr><td>G:92</td><td>G:125</td><td>G:195</td><td>G:219</td></tr> <tr><td>B:77</td><td>B:135</td><td>B:199</td><td>B:223</td></tr> </table>	R:229	R:244	R:250	R:252	G:92	G:125	G:195	G:219	B:77	B:135	B:199	B:223	<table border="1"> <tr><td>R:255</td><td>R:243</td><td>R:241</td><td>R:247</td></tr> <tr><td>G:69</td><td>G:133</td><td>G:146</td><td>G:195</td></tr> <tr><td>B:81</td><td>B:138</td><td>B:193</td><td>B:205</td></tr> </table>	R:255	R:243	R:241	R:247	G:69	G:133	G:146	G:195	B:81	B:138	B:193	B:205	<table border="1"> <tr><td>R:238</td><td>R:243</td><td>R:247</td></tr> <tr><td>G:171</td><td>G:200</td><td>G:217</td></tr> <tr><td>B:160</td><td>B:193</td><td>B:212</td></tr> </table>	R:238	R:243	R:247	G:171	G:200	G:217	B:160	B:193	B:212
R:177	R:245	R:250	R:255																																																																	
G:62	G:187	G:216	G:255																																																																	
B:77	B:194	B:222	B:255																																																																	
R:230	R:182	R:251	R:246	R:190	R:255																																																															
G:85	G:85	G:149	G:199	G:215	G:255																																																															
B:103	B:100	B:162	B:120	B:164	B:255																																																															
R:229	R:244	R:250	R:252																																																																	
G:92	G:125	G:195	G:219																																																																	
B:77	B:135	B:199	B:223																																																																	
R:255	R:243	R:241	R:247																																																																	
G:69	G:133	G:146	G:195																																																																	
B:81	B:138	B:193	B:205																																																																	
R:238	R:243	R:247																																																																		
G:171	G:200	G:217																																																																		
B:160	B:193	B:212																																																																		

采茶戏文创钥匙扣设计, 见图 8, 选取戏中小旦的形象及妆容, 将人物形象进行简化处理, 保留戏中旦角人物的妆容, 即眼部、脸颊、嘴唇的红色胭脂, 纯真善良的眼神, 在发型上对其 IP 形象进行再设计, 头戴发饰, 装饰感强。该钥匙扣的图案设计在保留角色人物基本妆容的同时, 对发型进行了创新, 设计后的图案既具有赣南采茶戏中人物角色的妆容特点, 又具有现代美学特点, 将设计完成后的人物脸部形象放置于钥匙扣的中心位置, 使采茶戏文创钥匙扣与人物妆容结合得恰到好处。



图 8 采茶戏文创钥匙扣设计
Fig.8 Cultural and creative key ring design in Tea Picking Opera

3 赣南采茶戏文创产品设计

文创产品需要结合相关文化进行设计,近年来,文创产业发展趋势呈稳步前进状态,博物馆文创、旅游文创等产品异军突起,由此看出,文创产品所具有的经济效益是积极的,它不仅仅是文化的象征,更是

传播传统文化和推动文化产业发展的催化剂^[15]。通过提取采茶戏视觉元素,构建设计模型库,进行元素重构,可以为戏曲类文创产品设计提供更为广阔的设计思路,见图9。赣南采茶戏中的道具类型多样,其中乐器必不可少,在戏中它不仅是人物的道具,更是活跃现场气氛的工具,因此设计了以赣南采茶戏中道具鼓为原型儿童手拍鼓文创产品,见图10。

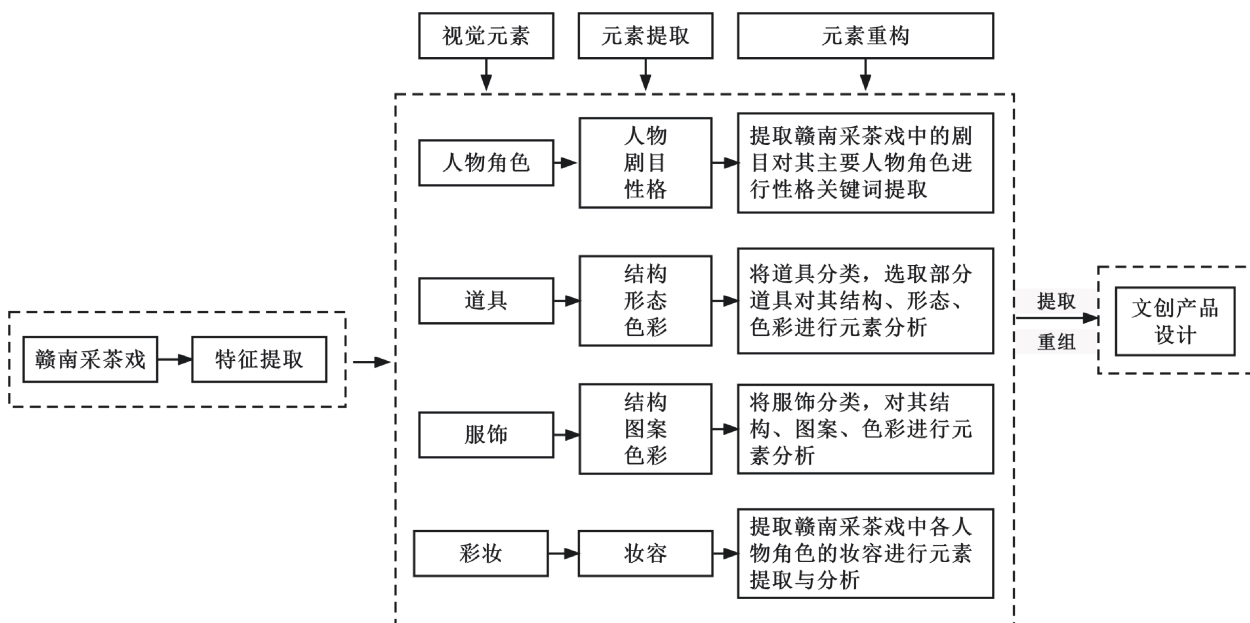


图9 赣南采茶戏文创产品设计思路

Fig.9 Design ideas of cultural and creative products of Gannan Tea Picking Opera



图10 儿童手拍鼓文创产品设计

Fig.10 Cultural and creative product design of children's hand drum

赣南采茶戏文创——儿童手拍鼓,以采茶戏中的道具牛皮鼓为基础,首先,儿童手拍鼓的造型源于赣南采茶戏道具中的牛皮鼓,对牛皮鼓的外形进行分析

可知其鼓身线条圆润柔和,装饰性较弱,因此在设计儿童手拍鼓赣南采茶戏文创产品时,将造型设计得更为硬朗,考虑到使用者为儿童,对鼓的高度进行调整,为提升产品的趣味性与便携性,将鼓的直径控制在20 cm之内;其次,在鼓面装饰上,提取赣南采茶戏旦角服饰中的花卉纹、几何纹等纹样,并运用四方连续、旋转复制等手法对纹样进行重组,分别应用于鼓面、鼓身的装饰上;再次,在色彩上,选取赣南采茶戏中反丑的妆容色彩,进行色彩提取与重组,提取出粉色、橙色、黄色、绿色四色应用于儿童手拍鼓色彩的设计上,活泼、充满活力的色彩与儿童审美相契合;最后,手拍鼓的设计灵感源于赣南采茶戏视觉元素中的人物角色,采茶戏中的旦角善良、勤奋、聪明、贤惠,将旦角这一特征进行转喻,与活泼的儿童结合,考虑到儿童喜动、好奇心强等特点,进行了手拍鼓的设计,赋予产品活泼、有趣的积极含义,使产品既具有赣南采茶戏的视觉元素与艺术特征,又实现了产品的实用性与功能性,也传承发展了赣南采茶戏,是赣南采茶戏中视觉元素在文创产品设计中的成功实践,赣南采茶戏文创——儿童手拍鼓设计过程,见图11。

儿童手拍鼓设计

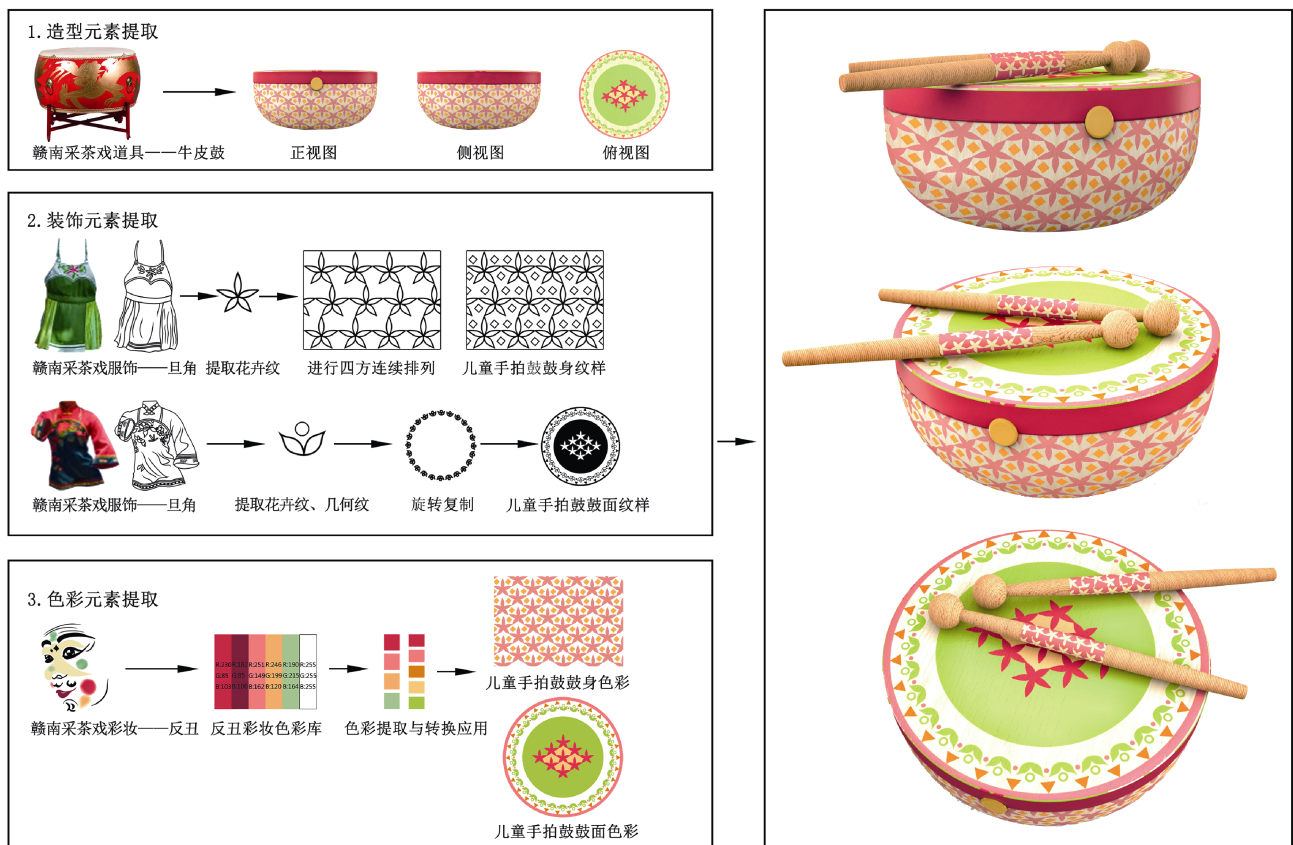


图 11 赣南采茶戏文创——儿童手拍鼓设计过程

Fig.11 Cultural creation in Gannan Tea Picking Opera—design process of children's hand drum

4 结语

赣南采茶戏作为江西省的传统戏剧之一,具有悠久的历史、有趣的剧情、独具特色的人物,是江西省极具代表性的国家非物质文化遗产,它彰显出江西赣南地区独具特色的采茶文化、内容丰富的客家文化以及独一无二的赣南采茶戏文化,历经了数百年的传承与发展,但如今仍然面临着发展缓慢、传播力不足、艺人断层等问题,因此提取赣南采茶戏中的人物角色、道具、服饰、彩妆等视觉元素,对其进行分析,并选取其中部分元素进行重构,将这些视觉元素应用于文创产品设计中,是如今文创产品设计的可行方案之一。赣南采茶戏文创设计——儿童手拍鼓的设计应用,为包括采茶戏在内的传统文化的创新性发展提供了新的设计方法。

参考文献:

[1] 李永文. 基于汉唐文化元素的文创产品设计[J]. 包装工程, 2022, 43(10): 407-413.
LI Yong-wen. Cultural and Creative Products Based on Cultural Elements of Han and Tang Dynasty[J]. Pack-

aging Engineering, 2022, 43(10): 407-413.

- [2] 吴丽珍, 刘金英. 赣南采茶戏传承与发展新思路[J]. 科技视界, 2019(36): 298, 238.
WU Li-zhen, LIU Jin-ying. New Ideas on Inheritance and Development of Tea-Picking Opera in Gannan[J]. Science & Technology Vision, 2019(36): 298, 238.
- [3] 马振原. 探究如何做好戏剧表演中人物形象的塑造[J]. 戏剧之家, 2022(13): 28-30.
MA Zhen-yuan. Explore how to do a Good Job in Shaping Characters in Theatrical Performances[J]. Home Drama, 2022(13): 28-30.
- [4] 陈丽嫔. “丑中见美”的丑角表演——以赣南采茶戏为例[J]. 戏剧之家, 2018(27): 16-17.
CHEN Li-pin. “Beauty in Ugliness” Clown Performance—Taking Gannan Tea-Picking Opera as an Example[J]. Home Drama, 2018(27): 16-17.
- [5] 安志强, 李庆成, 思缕. 老区创作题材的新视角——谈赣南采茶戏《山歌情》[J]. 中国戏剧, 1994(2): 14-15.
AN Zhi-qiang, LI Qing-cheng, SI Lv. A New Perspective on the Theme of Creation in the Old District — on Gannan Tea-Picking Drama “Folk Songs”[J]. Chinese Theatre, 1994(2): 14-15.
- [6] 张海坤, 欧阳柳. 江西赣南采茶音乐舞蹈——“三绝”的艺术特色[J]. 北方音乐, 2015, 35(5): 17, 21.
ZHANG Hai-kun, OUYANG Liu. Jiangxi Tea Picking

- Music and Dance—Artistic Features of “Three Musts”[J]. Northern Music, 2015, 35(5): 17, 21.
- [7] 杨莹. 赣南采茶戏的视觉呈现研究[J]. 大观(论坛), 2020(7): 53-54.
YANG Ying. Research on Visual Presentation of Tea-Picking Opera in Gannan[J]. Grand View (Forum), 2020(7): 53-54.
- [8] 刘青青. 黄梅戏服饰元素在文创产品设计中的应用[J]. 化纤与纺织技术, 2021, 50(11): 122-124.
LIU Qing-qing. The Application of Huangxi Costume Elements in the Design of Wenchuang Products[J]. Chemical Fiber & Textile Technology, 2021, 50(11): 122-124.
- [9] 刘永茹. 南昌采茶戏服饰面料研究[J]. 当代旅游(高尔夫旅行), 2018, 16(2): 204, 225.
LIU Yong-ru. Study on Clothing Fabric of Tea-Picking Opera in Nanchang[J]. Tourism Today, 2018, 16(2): 204, 225.
- [10] 李秋萍. 丑的意趣 美的升华 试论赣南采茶戏丑角表演艺术特色[J]. 中国戏剧, 2017(8): 62-63.
LI Qiu-ping. Sublimation of the Beauty of Ugliness; On the Performing Art Characteristics of Clowns in Gannan Tea-Picking Opera[J]. Chinese Theatre, 2017(8): 62-63.
- [11] 董惠娟. 戏曲化妆对人物形象的塑造研究[J]. 戏剧之家, 2022(5): 26-27.
DONG Hui-juan. Research on the Shaping of Characters by Makeup in Traditional Chinese Opera[J]. Home Drama, 2022(5): 26-27.
- [12] 胡斌, 甘宏礼, 雷翔. 赣南采茶戏丑角的形象特征分析[J]. 记者观察, 2018(21): 114-115.
HU Bin, GAN Hong-li, LEI Xiang. Analysis of the Image Characteristics of the Clown in Gannan Tea-Picking Opera[J]. Reporters' Notes, 2018(21): 114-115.
- [13] 吉洪晖. 论赣南采茶戏《钓拐》中“反丑”的人物美[J]. 文学教育(下), 2018(4): 104-105.
JI Hong-hui. On the Beauty of “Anti-Ugly” Characters in the Tea-Picking Opera Diaoguai in Gannan[J]. Literature Education, 2018(4): 104-105.
- [14] 付建华. 中国戏曲人物行当划分与妆容区别[J]. 戏剧之家, 2020(36): 35-36.
FU Jian-hua. China Opera Characters' Trade Division and Makeup Difference[J]. Home Drama, 2020(36): 35-36.
- [15] 程辉, 邱筱, 刘炳建, 等. 国内文创产品设计方法研究综述——基于对《包装工程》所刊发的文创产品设计主题论文的分析[J]. 包装工程, 2022, 43(12): 339-347.
CHENG Hui, QIU Xiao, LIU Bing-jian, et al. Literature Review on Cultural and Creative Product Design Method Research in China: An Analysis of Themed Papers Published by the Journal of Packaging Engineering[J]. Packaging Engineering, 2022, 43(12): 339-347.

责任编辑: 马梦遥

(上接第220页)

- [14] 艾辰星. 新媒体时代城市品牌形象传播策略与方法——以许昌市为例[J]. 中国有线电视, 2020(12): 1467-1469.
AI Chen-xing. Strategies and Methods of City Brand Image Communication in the New Media Era—Taking Xuchang as an Example[J]. China Digital Cable TV, 2020(12): 1467-1469.
- [15] 邢源源, 李彬, 张涵韬. 借助融媒体建设沈阳城市品牌形象[N]. 沈阳日报, 2020-11-12(006).
XING Yuan-yuan, LI Bin, ZHANG Han-tao. Construction of Shenyang City Brand Image with the Help of Convergence Media[N]. Shenyang Daily, 2020-11-12 (006).
- [16] 余红艳. 景观生产与景观叙事——以“白蛇传”为中心[D]. 上海: 华东师范大学, 2015.
YU Hong-yan. Landscape Production and Landscape Narrative: Centered on the Legend of the White Snake [D]. Shanghai: East China Normal University, 2015.
- [17] 刘锡诚. 民间传说及其保护问题[J]. 西北民族研究, 2008(4): 139-150.
LIU Xi-cheng. Folk Legends and the Protection of Them[J]. Northwestern Journal of Ethnology, 2008(4): 139-150.
- [18] 杨小满. 城市品牌设计策略研究——以澜沧县城市品牌形象设计为例[J]. 装饰, 2021(2): 134-135.
YANG Xiao-man. Research on Urban Brand Design Strategy: Taking the Urban Brand Design of Lancang Town as an Example [J]. Decoration, 2021(2): 134-135.
- [19] 刘洋, 王玲, 解真, 等. 城市品牌形象创新设计方法[J]. 包装工程, 2020, 41(10): 235-241.
LIU Yang, WANG Ling, XIE Zhen, et al. Innovative Design Method of City Brand Image[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(10): 235-241.
- [20] 郝卫国, 谢明君, 牛瑞甲. 社区营造模式下非物质文化遗产的活化研究——以京西古村落为例[J]. 工业设计, 2021, 3(3): 27-34.
HAO Wei-guo, XIE Ming-jun, NIU Rui-jia. Research on the Activation of Intangible Cultural Heritage under the Mode of Community Construction: A Case Study of Ancient Villages in Western Beijing[J]. Industrial & Engineering Design, 2021, 3(3): 27-34.

责任编辑: 陈作