

基于池州傩文化的表情包符号设计策略研究

潘建伟, 李小青

(安徽工业大学艺术与设计学院, 安徽 马鞍山, 243000)

摘要:池州傩文化中表情包符号所用的视觉形象元素值得深入挖掘。首先,在了解池州傩文化和表情包的发展背景下,通过网络调查了解用户对表情包符号的喜爱偏好以及表情包设计缺陷;其次,挑选具有代表性的傩戏角色分别从造型、动作、装饰纹样、色彩、寓意五方面进行分析,并提出伞童人物与表情包设计符号的转化过程;最后,总结出池州傩文化的表情包符号设计策略。该研究不仅提升了表情包的文化附加值,更彰显了池州傩文化的时代更新性和多元性。

关键词:池州傩戏;表情包符号;设计策略

中图分类号:J524

“傩”是古代驱鬼逐疫的仪式,是中国传统文化中多元宗教、多种民俗和多种艺术相融合的文化形态^[1]。傩戏是中国最古老的戏曲种类之一,它包含着原始宗教和祭祀仪式,它的意义从最初的图腾崇拜发展为娱人娱神的祭祀活动,是傩文化的重要组成部分。如今,许多的傩戏社都已消失不见,仅有少数村社保留了下来,导致这一现象的原因有很多,如人口迁移、自然灾害、宗教信仰,等等^[2]。池州传统傩文化既具备了自己别具一格的地域特色,又兼备了其他地区傩文化的特点,但是,池州傩文化的传承与发展同样面临巨大的挑战。为了使傩文化得到更好的传承,本文在满足现代人的文化心理与审美需求的基础上,探索将池州傩文化的文化元素应用到现代设计中的途径,为傩文化的传承发展与创新提供可持续发展策略。

一、设计背景

随着互联网和即时通信软件的快速发展,网络表情符号已逐渐被互联网用户广泛使用。网络表情符号除了在网络信息传播中扮演着重要角色外,也逐渐扩大到相关领域,为越来越多的人熟悉并广泛使用^[3]。“微信”是当下最受年轻人推崇的互联网即时通讯软件,用户在使用微信进行日常交流中,微信表情包、微信 H5 的使用十分频繁,表情包符号已成为现代年轻

人表达个人情感、展示生活趣味的符号语言。将傩文化应用到微信表情包设计中,有助于进一步增强池州傩戏人物形象的辨识度以及傩文化的普及。

二、用户研究

表情包符号的设计,首先需要了解用户的使用需求、喜爱类型以及表情包符号的使用痛点等因素。本文主要通过网络问卷调查形式进行用户调研,调查对象主要集中于12~60岁的网络用户(随机抽取网络用户63人,其中,男性31人,女性32人,12~17岁用户15人,18~34岁用户17人,35~49岁用户17人,50岁以上用户14人),通过对调查问卷的数据统计与分析,可以看出用户在表情包符号的使用上具有以下特点。

(一)用户年龄与表情包使用频率、喜爱类型等方面均具有一定联系

从年龄和表情包使用频率关系可以看出,18~34岁用户在网络社交中使用表情包最频繁(占60%),用户年龄与表情包使用频率的关系呈抛物线状。其中,表情包符号的用户群体主要为青年人群,少年及中老年人群使用频率较低。

从年龄和表情包风格喜好关系可以看出,青少年用户群体偏爱生动有趣(分别占74.29%、58.33%)、文艺清新风格(分别占57.14%、75%)

收稿日期:2021-11-24;修回日期:2021-12-18

作者简介:潘建伟,博士研究生,副教授,研究方向为人性化设计、产品整合创新。

E-mail: 610241086@qq.com

引文格式:潘建伟,李小青. 基于池州傩文化的表情包符号设计策略研究[J]. 南京工程学院学报(社会科学版),2022,22(4):25-29.

的表情包,中老年用户群体偏爱生动有趣(分别占81.82%、60%)、可爱卖萌(分别占36.36%、80%)类型的表情包。同时,生动有趣风格的表情包符号比较容易被各个年龄段的用户所接受。

(二)表情包的使用频率与其设计缺陷、使用情境具有一定联系

从表情包使用频率和设计缺陷的关系可以看出,表情包符号的设计缺陷主要集中于语义不明、粗制滥造以及内容低俗、缺少趣味性等方面。其中,在很少使用的用户群体中认为缺少趣味性(占77.78%)是表情包存在的主要问题,表情包符号的粗制滥造(占55.56%)、内容低俗(占50%)也是导致表情包使用频率降低的重要原因。

从表情包使用频率和使用情境的关系可以看出,使用频率较高的用户群体,其使用情境主要集中于斗图(占64%)、彰显个性(占48%)、弥补文字表达的不足(占48%)。使用频率较低的用户群体,其使用情境主要集中于缓解冷场尴尬的气氛(占66.67%)、弥补文字表达的不足(占38.89%)等。可见,表情包符号的设计需要达到调动情绪、调节气氛的作用。

(三)对雉文化感兴趣程度与用户年龄具有一定联系

从用户年龄和对雉文化感兴趣程度的关系可以看出,18~34岁和35~49岁的中青年用户群体对雉文化的感兴趣程度较高,分别占72.73%、57.14%,希望雉文化因此能够在传统文化的发展过程中继续延续下去。因此,基于雉文化的表情包符号设计应以中青年群体为主要用户对象。

通过问卷调查可以发现,网络表情包的使用频率与用户年龄存在一定的关联,其中中青年人群使用频率较高,且更偏向于生动有趣的表情包风格。用户使用表情包的情境主要集中于斗图、缓解尴尬和弥补文字表达的不足。这就要求基于雉文化的表情包符号设计需要具备趣味性、娱乐性效果。设计者可以结合场景化表现、情绪调动等方式以增加用户黏性。同时,表情包符号的语义不明、内容粗俗等问题是造成表情包使用频率降低的主要原因,设计者在设计中应更加注重表情包符号的语义内涵和内容题材的选择。

三、基于雉文化的表情包符号设计要素分析

(一)雉文化的设计要素分析

表情包符号是一种非语言式的社交方式,它主

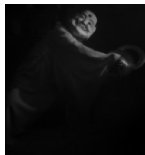
要是将符号、表情、肢体动作结合在一起,从而表达情感的一种图片式网络符号^[4]。本文对雉文化的设计要素分析主要是结合表情包设计策略及符号学理论,分别从造型、动作、装饰纹样、色彩、寓意五个方面进行分析。

池州雉戏角色造型主要分为五大类,分别是正神、凶神、世俗人物、和尚、丑角五个角色^[5]。从雉戏面具上分析,面具均由木材雕刻而成,人物造型多注重写实;造型呈弧形且内凹外凸,眼部、鼻孔、嘴部被挖空以便观看、呼吸、演唱。从服装上分析,各村已形成相对固定的装束^[6]。如雉舞“舞伞”的伞孩儿服装,都以“上衣下裤”为固定搭配组合;雉仪“舞伞钱”以“背心搭配靠腿”为固定搭配组合;百姓穿着“素褶”,官员穿着“官衣”或“蟒”;女性服装以“袄裙”为主,男性服装以“长袍”为主。从雉戏角色的动作上分析,雉戏角色的面部表情与其他传统戏曲种类的主要区别在于雉戏面具的面部表情相对固定,如“伞童”的面具表情呈现出“眉开眼笑”状,而其他传统戏曲角色的面部表情则较为丰富,因此,在以雉文化为基础的表情包符号设计中,会对人物表情的设计产生一定的制约;在肢体动作上,雉戏角色的动作会根据不同的表演形式而不同,也可以借助道具来展示不同的舞蹈动作,如伞童的《舞伞》借助五色伞挥舞表演动作,魁星的《魁星点斗》手持笔墨进行舞动,其表演形式夸张且动作幅度较大。从雉戏服装的装饰纹样上分析,雉戏服饰因受宗教影响,大多以动物纹、花草纹等纹饰为主。如天帝的服饰身前画有龙、鸟等代表尊贵身份的动物,而刘文龙的官服身前则是蟒类的低等动物,并且运用回型纹、花草纹作为服饰边缘的装饰。从雉戏面具、服装及场景的色彩上分析,雉戏用色多以红、黑、白、蓝、紫、黄(金)、绛红、赭红等色。每个角色的主要色彩数量在3个左右,同一角色的面具、服装、场景三方面用色相近,色彩对比比较为强烈且纯度较高。从雉戏角色动作的寓意角度分析,池州雉戏因深受儒、道、释三教的影响,其表演活动的主要目的是驱鬼攘灾、祈求平安。角色动作的寓意多为五谷丰登、五福临门,如伞童舞动五色伞、天帝上朝听政等;还有其他针对不同人物特性及表演场景会表达出不同的寓意,如孟姜女思念丈夫表达出情比金坚的寓意等。

从对雉戏角色的造型、动作、装饰纹样、色彩、寓意的分析中可以看出,雉文化设计要素多样且复杂,需要对其进行一定的符号形态转化,挖掘合适的元素并将其更好地融入到表情包符号的设计中。表1以池州刘街乡姚街祠堂代表性雉戏人物为例,

分别从造型、动作、装饰纹样、色彩、寓意等方面列举其形态要素特点。

表 1 傩文化的符号设计要素分析

符号分类	正神 (天帝)	凶神 (魁星)	世俗人物 (孟姜女)	和尚	丑角 (伞童)
面具					
造型					
服装					
道具	掌扇	笔	丝巾	锣	五色伞
动作	面部表情 肢体动作	凶神恶煞 右手执笔舞动	楚楚可怜 哭泣、擦拭泪水	和蔼可亲 双手敲锣	眉开眼笑 舞动五色伞
装饰纹样	动物纹、回型纹	火焰纹、波浪纹	藤蔓纹	回型纹	花草纹
色彩	黄、金、绿、黑	红、绿、黑、白	红、白、绿、黑	黄、红	红、蓝、黑
寓意	赐福赐寿	金榜题名	情比金坚	大智若愚	五福临门

(二) 表情包符号设计转化过程

在池州傩戏中,人物原生形象是在祭祀、戏曲表演的背景下形成的,带有一定的宗教属性和传播属性,且人物形象的服装设计较为繁琐,装饰纹样较为复杂,色彩对比较为强烈且纯度较高,如图 1 池州傩戏中“伞童”的原生形象。这些特点在现代网络传播中不太容易被用户所接受,设计者可以从造型、动作、装饰纹样、色彩、寓意五个方面,通过元素提取与转化,将其转化为傩戏表情包的造型、动作、装饰纹样、色彩、文字、辅助道具六类符号元素。



图 1 池州傩戏中“伞童”的原生形象

转化过程主要遵循以下原则:一是造型卡通化,根据问卷调查的结果可知,可爱、幽默的造型更加容易被用户接受,因此表情包造型方面可以进行卡通化设计。二是纹样简洁化,傩戏角色本身具有复杂多样的纹样,需要进行简洁化处理再

运用到表情包设计元素中。三是色彩和谐化,为更加符合现代人审美需求,需要将傩戏面具、服装及场景中较为复杂的色彩配色进行统一、和谐化。四是动作趣味化,以祭祀为目的的傩戏角色表演动作相对比较固化且缺乏趣味性,可以结合角色情绪使得表情包更加趣味化。五是寓意现代化,将祭祀祈福的寓意转化为现代语言,可以结合网络流行词等形式以传达内在含义。六是场景情景化,场景道具是表情包特有的符号之一,可以借助现代道具来辅助表达表情包的内在含义,从而使表情包符号可以更好地被用户理解。如图 2 是以池州傩戏角色“伞童”为例,进行傩文化符号与表情包符号的转化过程。

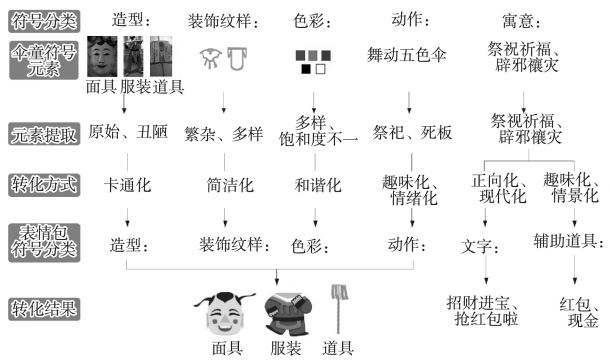


图 2 傩戏伞童的表情包符号转化过程

四、设计策略

(一) 可爱、卡通化造型凸显人物个性

以池州傩戏为基础的表情包符号设计可以大胆进行卡通化、可爱化的艺术加工,在形象上可以采取一定程度的夸张变形,且整体造型设计需要注重彰显池州地域传统文化特色;可以选取池州傩戏中具代表性的角色进行设计,如天帝、土地爷、判官、关公、孟姜女、和尚、伞童等代表人物;可以从头身比、头型、衣袖、裤袖几方面进行卡通化,如采取圆润的头型、等比的头身比,使得整体造型偏可爱化。色彩配比上尽量和谐化,例如整体饱和度做到统一不破坏画面感。人物动作可以借助道具进行展示,重点突出卡通人物的可爱风格,例如图 3 中伞童手持“五色伞”,脚部稍显抬高做出跳跃的动作,在遵循表情包卡通形象设计原则的基础上,增添傩戏本身独有的特色,最终将伞童人物形象可爱化、卡通化。



图 3 伞童卡通人物形象设计

(二) 灵活运用人物情绪增加趣味性

情绪化的表现可极大丰富表情包内在的趣味性,丰富表情包的内涵。表情包的趣味性表现,可以利用人物情绪特点凸显不同角色的人物个性,使得表情包语义传达更加明确。例如判官面部狰狞的神情可以凸显生气的情绪,将角色本身面部与肢体动作所传递的情感信息结合卡通化的表达后呈现出“反差萌”的趣味性。池州傩戏不同人物情绪差异化较为明显,可以借助指向性文本或辅助性道具表现傩戏表情包的人物个性。如图 4 中伞童表情包“开心”,卡通化后的伞童形象借助放大式的文字“哈哈”来凸显喜悦的心情以及借助指向性文字和可爱化的面部表情来表达人物情绪,为整体表情包的设计增添了趣味性、人情味。



图 4 伞童表情包“开心”

(三) 寓意正向性转化利于广泛传播

傩戏来源于对神灵的崇拜,傩戏的主要目的是为了祈福纳祥,具有强烈的宗教涵义。这样的寓意应用到网络受众的表情包符号上需要进行一定的去宗教化转向,才能有助于傩文化表情包为大众所接受。如伞童舞动五色伞的表演寓意是为了祭祀祈福、辟邪攘灾,但这样的寓意难以普遍传播,只能在部分地区传播这种文化习俗。传统祭祀的目的是为了祈求消灾降福、富贵长命,换一种寓意表达可以将原有的宗教寓意转化为招财进宝、财源滚滚,转化后的寓意更符合大众的文化观念,体现了人们对美好生活的向往,同时避免了表情包符号的内容低俗等问题。

(四) 场景道具、文本现代化促进画面理解

为解决表情包因语义不明、歧义等问题而引起的误解,在场景设置上可结合现代语言来促进画面理解,如借助辅助道具、指向性文本来表达其涵义。互联网社交的不同时期有不同的流行语,当前“我太难了”“让我康康”“抢红包啦”等现代流行词在表情包的使用上越来越受欢迎。对于傩戏这一非物质文化遗产而言,它的表情包符号设计也需要结合现代语言来拉近与用户的距离,在一定程度上避免传统文化不易亲近、不易理解的弊端。如图 5 伞童表情包“抢红包”,将伞童表情包的背景融入现代语境,不仅解决了原本语义不明的问题,也通过现代化语言使得傩戏文化更好地被用户所接受。



图 5 伞童表情包“抢红包”

五、结语

本文通过分析池州傩戏人物的五大符号特性发现,傩戏人物转化为表情包符号需要进一步设计并提出转化过程,以此探究池州傩文化的表情包符号设计策略。以池州傩戏伞童人物为例进行设计验证,实现了傩文化和表情包的有机结合,为目前池州傩戏文创产品的简单模仿、同质化现象问题提供了一种新的解决方案。

参考文献:

- [1] 曲六乙,钱萋. 东方傩文化概论[M]. 太原:山西教育出版社,2006:12.
- [2] 沈圳. 池州傩戏面具的艺术价值及其衍生品设计研究[D]. 马鞍山:安徽工业大学,2018.
- [3] 刘婉君. 基于中国传统文化的网路表情符号设计研究[D]. 杭州:浙江工业大学,2017.
- [4] 杜颖超. 自媒体时代下表情包符号设计研究[D]. 北京:北京交通大学,2010.
- [5] 曾征. 湘西傩面具艺术发展研究[D]. 北京:中央民族大学,2020.
- [6] 陈炜,杜兆芳. 安徽池州傩戏服饰文化探究[J]. 纺织学报,2015,36(5):90.

Research on the Design Strategy of Expression Pack Symbols Based on Chizhou Nuo Culture

PAN Jian-wei, LI Xiao-qing

(School of Arts and Design, Anhui University of technology, Maanshan 243000, China)

Abstract: This paper aims to explore the visual image elements used in expression pack symbols in Chizhou Nuo culture, and discusses the way in which Chizhou Nuo culture is organically combined with expression pack symbols. Firstly, under the background of understanding the development of Chizhou Nuo culture and expression pack, network users were investigated to understand the users' preference for expression pack symbols and the existing problems of expression pack. Then, several representative Nuo opera characters were selected for analysis from the aspects of modeling, action, decorative pattern, color and implication. Transformation process between umbrella boy characters and expression pack design symbols were also proposed. Finally, the expression pack symbol design strategy of Chizhou Nuo culture was summarized. The research method devised in this paper not only improves the cultural added value of expression pack, but also highlights the renewal and diversity of Chizhou Nuo culture.

Key words: Chizhou Nuo opera; expression pack symbol; design strategy