年“话”桃花坞：基于苏州桃花坞年画的数字衍生产品的研究

朱 莉
（江南大学，江苏 无锡 214122）

摘要：本文介绍了苏州桃花坞年画数字衍生产品的研究背景，分析了桃花坞年画衰落的原因和传承中的困境，其根本原因在于年的“意义”和年的“仪式感”的削弱。由此提出了桃花坞年画开始于新年还应回归于新年文化的论点。在此基础上，研究了当下非物质文化遗产的传承形式的不足，介绍了数字传承的发展及优势，得出桃花坞年画的传承根本是要发展其新功能，满足人们的新需求，传承年画本身的同时对那些美好情感的保留。在以现有技术手段为依托展示年画的同时，结合展示、交互手段，使用户和桃花坞年画进行有效的沟通及互动。

关键词：桃花坞年画；年文化；数字衍生品；传承

桃花坞年画，是江南年画艺术的代表，和天津杨柳青被称为“南桃北柳”。桃花坞年画起源于明代，清顺治、康熙时期达到鼎盛，因曾东渡日本、德国、英国，对日本的浮世绘艺术影响很大。近百年以来，桃花坞年画几经沉浮，太平天国时期山塘街一带一场大火烧毁了大量的年画老版，给桃花坞年画带来沉重的打击。之后，西洋印刷技术的发展以及年画功能上慢慢转变，让桃花坞年画艺术慢慢淡出了我们的视野。直到 2001 年非物质文化遗产保护工作的推行，桃花坞的年画传承人和制作工艺才得到重视和保护。但工艺的展示和技艺的手口相传，只是对年画本体的保护，已经无法满足新兴时代的需求，桃花坞年画的传承和发展也遭遇新的挑战。冯骥才在《中国木版年画集成》总序中说：“在无数的年画作品中，蕴含的是农耕文明的再现，还有过往不复的精神情感。”桃花坞年画的衰落，除了社会环境、教育体系、审美喜好的变化，最重要的还是社会心理基础的动摇。传统艺术的数字产品设计多注重艺术感的设计，但当今物质文化条件满足的环境下，应注重受众的情感化需求。对桃花坞年画的印象往往只是停留在老一辈的记忆当中，年的“意义”和年的“仪式感”对年轻人来说变得越来越薄弱。所以，桃花坞年画始于新年，也应回归于年文化。

一、桃花坞年画情感传承研究

桃花坞年画是江南文化的缩影，承载着几代江南人的回忆。桃花坞年画之所以吸引我们，不仅是有它的工艺，还有他的人文历史和时代情感。一幅年画，一页花窗，透过它我们可以看到当时的社会、文化和艺术的缩影。伟大的中国人民赋予了“新年”各种各样的故事传说，一代代人衍化出各种春节习俗如：贴春联、贴年画、舞龙、发红包等。但是，新时代的发展带给我们许多，也造成了一定的情感缺失。情感“变迁”和传统文化衰落的原因有很多：一是外来文化的“倒灌”，特别是中国家庭中的年轻人群更多的关注外国的节日和民俗文化；二是社会的发展，很多年轻人把年的民俗活动当作一种“旧俗”，觉得民俗活动和时代脱钩；三是新年民俗往往相对复杂，年轻人会觉得和当下快节奏的生活格格不入。

年画是新年文化的缩影，桃花坞年画题材种类众多，其中烘托新年气氛的吉庆题材最为常见。吉庆类题材又分为两种：一是保平安，例如：《门神》《钟馗》《张仙》等；二是表达美好愿望，例如：《一团和气》《花开富贵》《麒麟降瑞》等。吉庆类主题是年画创作根本，吉祥寓意和纳福驱邪是其最基本的功能，以象征、夸张的手段来表达情感，每一副年画背后都有一个生动而有趣的故事。

所以，文化艺术要传承，必须扎根于人民，一定要和文化根源和当代审美相契合，有汲取，有利用，有拒绝，并且以大家喜闻乐见的形式互动、传播，让有活力的和创造力的因子融入我们的生活。

二、桃花坞年画数字传承的难点

（一）工艺的复杂

桃花坞年画作为中华民族特有的文化样式，其制作复杂，制作工艺主要分五步，包括画稿、刻板、印刷、装裱、开相。仅刻板工序一项又分为四个部分，即上样、刻板、敲底和修改，然后采用套版方式印刷。

（二）内容的归类

桃花坞年画是千百年来农耕文明的代表，其内容种类繁多，主要的内容表现有：吉祥寓意、民俗民风、花鸟水果、戏曲故事、驱鬼辟邪等。要了解民俗艺术和传统文化分子之间的关系，应分析时空、人文环境、审美改变等因素对桃花坞年画的影响。

（三）前期相关研究较少

近些年来在国家和苏州政府的大力保护下，桃花坞年画的传承呈现良好的态势。但是，桃花坞年画的研究还多是历史沿革和生存现状的探究。传承手段则停留在相关衍生产品的开发及匠人的培养，新手段新模式的的数字传承方向的研究产品相对较少。

三、桃花坞年画的数字传承

任何一种艺术的传承，必须要适应社会的发展。当今信息时代，信息的来源多种多样，基于发展趋势来讲，基于数字、网络技术、移动通信设备才是主流终端，他们给传统文化艺术提供了展示的平台，桃花坞年画动态数字化的传播与传统静态的传播相比，更符合当今社会人们获取信息的习惯，长久以来，桃花坞年画的传承还是以二维的形式展开，而数字化传播形式结合图、文、声、像可以让艺术更加立体，受众的主动性和参与性也有所提高，

传播速度和范围都有着明显的优势。同时，受众从文化的消费者转变为文化的宣传者，这样可以提升人们的归属感和民族自豪感，进而提高年画的传播速度与广度。

桃花坞年画的数字传承的精髓是追寻年画艺术的变迁轨迹，从情感出发，梳理“桃花坞年画”中的“年文化”脉络，寻找传统艺术与当代生活的契合点，结合相关的计算机和互联网技术，以数字衍生产品的形式实现年画艺术的数字传承。桃花坞年画的数字衍生产品主要有三个方向：

（一）桃花坞年画艺术的数字展示

桃花坞年画内容与新一代的年轻人的当下的生活不甚相融，首当其冲需要他们了解这门文化，对桃花坞年画的工具、工艺、内容上进行深层次的挖掘，结合受众的兴趣点，才能使现代人产生共鸣。

把年画艺术的数据系统直接转化为数字产品的展示，是最直观的一种传播方式。展示的方式有两种：一是通过大型装置系统（VR 展示技术）的展示，二是手机交互端 App 中的展示和互动（图 1、2）。数字展示并不是只对工具、技艺、色彩的展示，可以从文化产品本身延伸到文化背后的社会、习俗、传承人等，意在传承和延伸年画的人文脉络和情怀。例如：故宫曾对《韩熙载夜宴图》独创了三层立体赏析，让这幅数字长卷可以远观也可以近赏，让古代绘画做了完美的再现。

图 1　桃花坞 App（设计者：石雪瑀、蔡映淑、罗喜雯、莫怡馨、张毓刚）

图 2　桃花坞 App（设计者：张松洁、周薇、邵婕、黄玥佳、张文茜、崔粲）

（二）形象寓意及内容的延伸

一是桃花坞年画中常通过形象上的比喻和谐音来显现吉祥含义。例如：金鸡日出而鸣并且与“鸡”与“吉”谐音，寓意吉祥向上。年画中的蝙“蝠”与“福”同音，有福气之意。

二是在内容上桃花坞年画题材丰富有趣，可以以桃花坞年画故事或角色入手，运用动画、手机游戏（图 3）、HTML5 等进行交互展示。

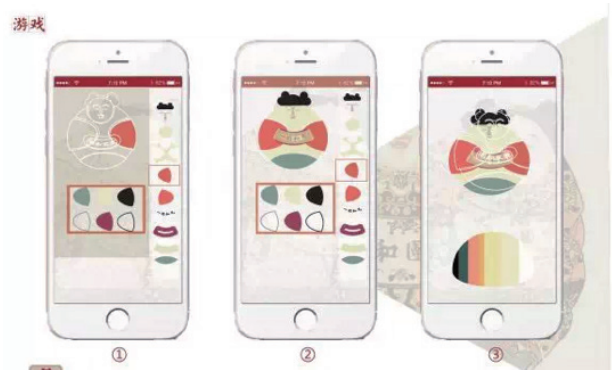

图 3　桃花坞 App 交互游戏（设计者：张松洁、周薇、邵婕、黄玥佳、张文茜、崔粲）

（三）文化价值和情感的传达

年画文化价值和情感的表达，可以借助当下流行的形式传播。例如：手机红包、AR 技术等。以微信红包为例，手机红包本身就是中国文化的当代表达的一种形式 。马化腾曾说过，“微信红包不是讲钱，而是承载着感情”。红包已经成为当代人交流和表达情感的一种新型途径。微信的传播范围和速度是其他的软件平台无法比拟的。手机红包已经成为一种社交形式，“微信红”的受众广，产品的黏度基础来源于中国百姓对新年红包文化的特殊情感，有数据显示，除夕夜红包收发屡创高峰。因此可以用红包皮肤的形式，向现代人展示桃花坞年画的魅力。

四、结论

千百年来，年画不仅是新年门上的喜庆图案，还是文化交流、德育美育、信念传承的载体，是中华文明特有的精神符号。由于现代化、商业化和信息技术的飞速发展，桃花坞木版年画面临后继乏人、市场锐减的传承瓶颈。针对桃花坞木版年画传播模式僵化问题，要深抓情感传承，将桃花坞年画的文化、艺术、情感运用到新的传播媒介中，在建立大众对年画背景认识的同时，为桃花坞年画寻找新的商业价值的可能。

参考文献：

[1] 霍建瀛 . 东方古艺之花——桃花坞木版年画 [J]. 地图，2007（02）：58-65

[2] 冯骥才 . 中国木版年画集成俄罗斯藏品卷 [M]. 北京：中华书局，2010：1.

[3] 杨扬 . 文化坐标中的社交营销——以“微信红包”大战为例 [J]. 青年记者，2018（09）：85-86.

基金项目：

2016 年教育部人文社科一般项目：桃花坞年画的活态传承及数字衍生品研究（项目编号：16YJCZH164）。