

# 数字化传媒语境下甘肃秦腔文创品牌 IP 设计研究

李 崑

(甘肃省兰州职业技术学院 甘肃兰州 73000)

**摘要:** 在数字时代背景下, 甘肃秦腔文化由于受众群体基础薄弱面临窘境, 通过搭建甘肃秦腔艺术基因库和眼动实验, 创作设计出“秦小腔”文创 IP, 并开发应用, 从而扩大甘肃秦腔在年轻群体中的认知度与接受度, 完成甘肃秦腔文创 IP 的设计表达, 激发潜在受众的认同感与共鸣感。

**关键词:** 数字化; 甘肃秦腔文化; 文创品牌; IP 设计

## 引言

在数字时代背景下, 属于甘肃省省级非物质文化遗产的秦腔文化, 面临现代化传播的窘境, 受众群体基础薄弱, 其文化内涵与精神价值未能得到合理的挖掘、传播与转化, 寻找差异化的品牌道路与认同感获得是其急需解决的问题<sup>[1]</sup>。在如今以体验传播的时代, 新兴科技加持下的文创产业欣欣向荣, 其受众的文创意识与消费观也逐渐被培养起来。因此, 通过聚焦甘肃秦腔文化以及其文创 IP 设计及开发应用的研究, 可以让这门古老的传统文化得以传承和发扬。

### 一、甘肃秦腔文化研究现状及发展动态分析

2000 年, 金行建在《当代戏剧》发表的《甘肃秦腔脸谱(续)》中呼吁“随着甘肃秦腔各流派逐渐在舞台上消失, 剧目失传, 传人日渐稀少的现实, 挖掘、整理、研究甘肃秦腔各流派的艺术遗产(包括脸谱艺术), 就成了一项十分紧迫的工作, 希望能够引起领导、学者、名老艺人的兴趣和关注”<sup>[2]</sup>。甘肃是非遗资源大省, 近几年在省政府的重视和指导下, 甘肃文化的影响力得到不断加强和提升, 省政府深入开展了非遗文化的保护与传承措施, 建立了完整的国家、省、市、县四级非遗名录体系, 组织了一系列相关活动, 如“非遗进校园”“非遗进景区”“非遗购物节”等, 让深藏在这片黄土地上的非遗项目从“活起来”到“火起来”<sup>[3]</sup>。提起秦腔文化很多人认为陕西是秦腔的发源地, 也是陕西独有的戏曲文化, 殊不知甘肃秦腔历史悠久, 很早就形成了东、南、中三个艺术流派, 又称西秦腔。它的舞台气氛热烈火爆, 演员提倡做工, 注重表演技巧的运用, 在行当上侧重于须生和花脸艺术的发展。2010 年西北秦腔传承者甘谷艺人张江中先生编撰了《中

国秦腔脸谱》, 收集和挖掘了大量的秦腔脸谱图录, 书中收集了陕西东路、中路、南路以及甘肃陇南、陇东、陇中、兰州“耿”派等不同风格的秦腔脸谱 608 幅, 并撰写了秦腔脸谱文字说明, 堪称秦腔脸谱大全, 这本著作的出版为秦腔艺术的传承发挥了巨大的作用。李志军(2008)认为, IP 是品牌进化的高阶段形态, 品牌可以塑造鲜明独特的人格, 通过优质版权内容进行深层次多形式开发<sup>[4]</sup>。

韩顺法与郭梦婷(2016)论述了 IP 有助于拓展文化产业价值链, 热门 IP 的全媒体运营对于提升版权品牌价值大有帮助。学者胡智勤(2019)通过总结案例文献研究, IP 植入等形式实现品牌传播与推广的模式主要有两种, 其一是通过联名、IP 植入等形式实现品牌跨界营销; 其二是品牌创造 IP, 通过设计 IP 传播独特的、具有亲和力的品牌形象, 讲述品牌故事的同时与受众形成情感连接, 同时也是品牌人格化的一种实现<sup>[5]</sup>。

在研究过程中, 主要通过上述第二种方式通过塑造 IP 形象, 以及 IP 衍生品, 创造推动“秦小腔”品牌的传播。从文献研究来看, 文化品牌 IP 不仅是所谓的将严肃的文化品牌概念“形象卡通化”, 而是需要更多思考通过符号化的设计语言与多样化的衍生产品, 向用户进行有效的品牌文化传播, 提升品牌向消费者讲故事的能力。

### 二、甘肃秦腔文化研究的意义及应用价值

通过实证研究的方法, 科学而精确地实现甘肃秦腔设计元素提取, 设计出满足用户需求以及具有西域风格和甘肃特色的秦腔文创 IP, 从而推动秦腔文化在受众群体之间的传播。

#### 1. 理论意义

近年来, 越来越多的学者关注非物质文化遗产的发展与保护, 发表了非遗基于融媒介以及数字化传播的学术论文, 但对于秦腔尤其是甘肃范围内的秦腔文创 IP 塑造还存在许多空白。其一, 本项目结合了眼动追踪术的研究方法, 实现较为客观准确的特征元素提取。其二, 本次研究构建甘肃秦腔 IP 设计艺术基因库, 为整合设计要素以满足用户需求, 为打造“秦小腔”文创品牌 IP 群提供了理论支持, 也为其余独具地域特色的戏曲艺术的传承与传播提供了理论参考和范式。

#### 2. 实践意义

(1) 选取秦腔文化馆作为研究对象, 通过秦腔文化的加持塑造其品牌 IP 形象, 吸引受众对于传统文化的关注, 提升地域文化软实力。这对于甘肃秦腔文化的传承与传播具有一定的借鉴意义, 为其他非遗文创 IP 的设计也提供了答案参考<sup>[6]</sup>。

(2) 在人物 IP 设计元素提取与再造上, 不仅保留传统艺术文化元素还融合了现代受众的审美与需求, 对于完善现有设计方法、元素提取研究也提供了一定的方法借鉴。

### 3. 应用前景和推广价值

将秦腔文创品牌 IP 作为研究对象, 旨在有效提取秦腔设计元素并综合考虑受众的情感诉求与偏好满意度, 使其获得更多市场认可与受众群体认同, 区别于同质化品牌与项目; 通过满足用户偏好与当代审美, 打造符合数字化传媒语境的“秦小腔”品牌(如图 1 所示)内容, 促使品牌与年轻受众产生情感连接与共鸣, 在保护与传播甘肃秦腔文化的同时, 既提升地域文化软实力, 又实现文化与经济效益最大化。



图 1

## 二、甘肃秦腔文创品牌 IP 设计研究的目标和内容

### 1. 研究目标

(1) 通过对于甘肃秦腔人物形象的文化属性与视觉要素进行解构, 用数字化技术提取具有受众吸引力的 IP 设计元素, 进一步构建具有甘肃秦腔特征的人物 IP 艺术基因库, 为之后品牌 IP 形象的设计研究提供依据。

(2) 通过研究准确获取用户对于甘肃秦腔文创 IP 的需求与偏好信息, 对于后续的设计工作能够顺利达成具有指导性作用。

(3) 通过“秦小腔”文创 IP 的设计研究与应用, 扩大甘肃秦腔在年轻群体中的认知度与接受度。从而完成甘肃秦腔文创 IP 的设计表达, 激发潜在受众的认同感与共鸣感。

### 2. 研究内容

本项目的研究内容主要包括以下三个方面内容:

#### (1) 提取甘肃秦腔人物形象设计元素图谱

在数字化变革的进程中, 甘肃秦腔文化面临着现代化传播、差异化道路与认同感获得的发展困境。因此, 聚焦秦腔文创 IP 设计与开发应用。从视传效果以及 IP 传播层面考虑, 秦腔中戏曲人物形象是其极具表现力的部分, 从人物形象入手设计品牌 IP 能够使得品牌具有人格化特征以及真实感, 以便吸引更多年轻的受众群体。

#### (2) 构建甘肃秦腔 IP 设计艺术基因库

首先通过文献资料与行业数据了解甘肃秦腔发展脉络与风格以及非遗文创品牌 IP 的开发态势。其次, 以问卷调查、统计分析为主

要研究方法, 得出用户需求与偏好满意度分析。之后, 通过数字化技术提取具有受众吸引力的 IP 设计元素, 运用眼动实验结果将受众对于秦腔人物的感性认知量化, 通过实验数据与主观评价相结合得出样本的提取对象, 构建秦腔 IP 艺术基因库。

(3) 完成具有甘肃特色的“秦小腔”文创品牌 IP 设计结合设计要素与用户需求, 创造具有鲜明秦腔元素的文创 IP 形象以其衍生品, 并实现其上线传播进行设计验证。在保护与传播甘肃秦腔文化的同时, 既提升地域文化软实力, 又实现文化与经济效益最大化。

### 3. 拟解决的关键问题

(1) 秦腔的受众群体逐渐萎缩, 艺人的传承出现断代的危机, 当务之急应该选择结合当代年轻人甚至是青少年的审美情趣设计出秦腔的 IP 形象, 让年轻人从认识自己喜欢的 IP 形象人物开始了解秦腔文化。

(2) 在数字化背景下, 秦腔的表现形式如何跟得上时代, 如何利用高科技手段将秦腔文化传播出去, 达到文化传承的效果, 让秦腔“火”起来, 让其传播与传承齐头并进。

## 三、甘肃秦腔文创品牌 IP 设计研究方法和技术路线

### 1. 研究方法

#### (1) 文献研究法

通过对于经典文献的梳理研究, 形成对于研究内容的理论知识架构。本文通过广泛收集和整理国内外文献资源库, 阅读和掌握关于秦腔人物文化发展脉络、历史沿革与文化内涵、设计元素提取方法及眼动实验研究、用户需求模型研究等相关文献和资料, 为研究打下坚实的理论基础。

#### (2) 眼动追踪实验法

研究利用眼动追踪设备, 记录被试者注视、眼跳等各项眼数据, 通过对于注视数据分析得出用户的重点关注对象。本文借助眼镜式眼动仪与主观评价相结合的方法, 通过对注意力数据进行获取与分析, 提取出秦腔人物样本中被试者重点关注、以及能体现文化特征的元素。

#### (3) 问卷调查法

研究通过发放问卷、回收受众反馈数据, 对研究问题进行评估度量, 有助于问题实现定量研究。本项目借助问卷调查法, 设计了秦腔人物的眼动实验后评价问卷、文创品牌 IP 用户需求问卷, 实现了科学获得用户需求的目标。

#### (4) 统计分析法

统计分析方法即通过分析数据, 揭示变量之间的影响关系, 形成定量的研究结论。本项目通过对眼动实验和用户需求问卷调查数据统计分析, 明确秦腔文化风格的设计要素与用户偏好度, 以此指导秦腔文创品牌 IP 设计。

### 2. 技术线路

### (1) 形态特征的数字化提取

主要有三个步骤：首先，对原始秦腔脸谱图像进行处理，包括去杂色、填充颜色、背景色调整操作，并转化为 SVG 格式的矢量化脸谱图像；其次，利用 AdobeIllustrator 对矢量化脸谱图片进行黑白元素色块提取，或者采用 Bezier 曲线（如图 2 所示）构造的方式构建矢量化的独立纹饰、图案库；最后，为了更好地展现脸谱的形态特征，还需要在独立纹饰、图案库的基础上构建组合纹样。组合纹样通常是指那些结构复杂、由多个独立纹饰、图案组合而成的纹样，组合纹样的提取能帮助人们理解秦腔脸谱背后的语义特征。

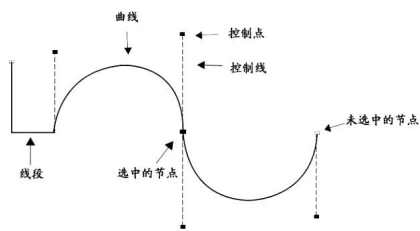


图 2 : Bezier 曲线

### (2) 色彩特征的数字化提取

甘肃秦腔脸谱的色彩在刻画人物性格上具有非常重要的作用，传统秦腔脸谱的色彩主要由红、紫、黑、白、蓝、绿、黄、老红、瓦灰、金、银等基础色彩构成。然而，原始秦腔脸谱图像主要来源于图书的扫描图片，这些图像难免会存在一定色彩偏差，不同来源图像的色彩偏差会使相关人员对秦腔脸谱的性格产生误读。因此，应依据“中国传统色彩”数据库中的 CMYK 色彩模式来构建对应的调色板，该调色板对于脸谱图像的色彩具有指导作用，能够帮助人们理解原始脸谱图片的色彩偏差<sup>[7]</sup>。

### 3. 文创品牌 IP 设计

为了解决甘肃秦腔所面临的现代化传承、品牌差异化传播的困境，包括年轻受众群体的缺席、受众认同感的缺失等问题。本项目首先通过理论研究及文献综述理清概念，通过调查问卷确定甘肃秦腔文创 IP 的用户偏好。其次通过眼动实验提取秦腔人物设计元素形成设计图谱，根据实证研究结果完成“秦小腔”品牌形象 IP 设计，并进行上线验证其设计的有效性。以此推动甘肃秦腔的文创品牌塑造与传播，获得受众的认同感。

### 四、甘肃秦腔文创品牌 IP 设计的创新点

#### 1. 视角创新

创造性的以秦腔人物设计元素为基础，将西域风格与地域特色相结合，打造“秦小腔”文创 IP 形象，旨在提升甘肃秦腔在年轻受众中的认知度与美誉度，激发其文化认同感。也为其他非遗项目的文创 IP 设计提供可参考的方法以及路径。

#### 2. 方法创新

采用数字化技术挖掘秦腔戏曲人物形象元素，并通过眼动实验将受众的感知量化，构建 IP 设计艺术基因库，使得研究结果更为全面与准确，为学者与设计师提供了可借鉴的实证研究方法。

#### 3. 资料创新

本项目与甘肃非物质文化遗产保护中心中的秦腔文化馆达成学术合作，并且得到一手研究资料支持。馆内收集了较为完整的秦腔绘画资料以及高精度图，对于研究甘肃秦腔人物形象设计、提取秦腔人物画设计元素等有极大的助益；眼动实验结果所得出的秦腔人物设计元素图谱也更为科学与精确。

### 五、结语

在数字化时代，具有地域特色的传统文化传播受到挑战，如何帮助这些古老的艺术华丽转型是当代艺术设计工作者需要思考的问题。在转型的过程中，既不能失去地域独特的风格，也不能淡化传统文化的韵味。因此，需要把现代化的技术和数字化表现形式相结合，共同为传统文化服务，使其能继续焕发出新的活力与生机。

### 参考文献：

[1]王芳,霍云云.秦腔文化的传承与乡村社会生活[J].西部学刊,2019(19).  
 [2]仲呈祥.文化自觉与艺术人类学研究[M].北京:中国文联出版社,2015.  
 [3]金行建.甘肃秦腔脸谱(续)[J].当代戏剧,2000.  
 [4]张江中.中国秦腔脸谱[M].甘肃:甘肃文化出版社,2011.  
 [5]杨红.非遗文化遗产从传承到传播[M].北京:清华大学出版社,2019.  
 [6]孔春燕.中国传统元素在现代文化创意产品设计中的应用[J].文化与传承,2020(5).  
 [7]刘琢.IP 热背景下版权价值全媒体开发策略[J].中国出版,2005(18):55-58.