

# 期待视野下惠山泥人非物质文化遗产IP形象设计探究

淳于卜丹, 宋晓利\*

江南大学, 江苏 无锡 214122

**摘要:** 研究期待视野理论下的惠山泥人非物质文化遗产IP形象设计, 探究非物质文化遗产有效的推广和应用方式, 挖掘惠山泥人的时代价值, 对实现惠山泥人文化振兴与发展具有重要意义。探究“期待视野”下惠山泥人非物质文化遗产IP形象设计的实践路径, 研究总结惠山泥人题材表现、造型特征、色彩表现的艺术特点, 基于期待视野理论, 从受众角度出发, 分析年轻接受群体的“期待视野”, 审视艺术作品的创作思路, 总结和筛选出符合受众对文化IP形象的情感需求和审美喜好, 研究构建“期待视野”在惠山泥人IP形象设计中的融合路径。基于期待视野理论进行惠山泥人IP形象设计具有可行性, 这主要要求形象设计符合接受群体的审美需求且不失惠山泥人文化特色, 弘扬地域文化特色, 促进非物质文化遗产文化发展。

**关键词:** 期待视野; 惠山泥人; 非物质文化遗产IP形象设计; 接受美学

中图分类号: J524

文献标志码: A

文章编号: 2096-6946(2024)06-0084-09

DOI: 10.19798/j.cnki.2096-6946.2024.06.012

## Investigation on IP Image Design of Intangible Cultural Heritage Huishan Clay Figurine under the Horizon of Expectations

CHUNYU Budan, SONG Xiaoli\*

Jiangnan University, Jiangsu Wuxi 214122, China

**Abstract:** The work aims to study the IP image design of intangible cultural heritage (ICH) Huishan clay figurine under the theory of "horizon of expectations" and investigate the effective methods for promoting and applying the ICH, and dig out the contemporary value of Huishan clay figurines, which is of significant importance for the revitalization and development of Huishan clay figurine culture. The practical pathways of ICH IP image design of Huishan clay figurine under the framework of the "horizon of expectations" theory are explored and the artistic characteristics of Huishan clay figurines in terms of thematic representation, stylistic features, and color expression are summarized. Based on the "horizon of expectations" theory, from the audience's perspective, the "horizon of expectations" of the young audience is analyzed, the creative process of artistic works is surveyed, the emotional needs and aesthetic preferences of the audience for cultural IP images are summarized and filtered, and the integrative pathway of "horizon of expectations" in the IP design of Huishan clay figurine is studied and constructed. It is feasible to design IP image of Huishan clay figurine based on the "horizon of expectations" theory is feasible. This primarily demands that the image design aligns with the aesthetic demands of the audience while preserving the cultural characteristics of Huishan clay figurines, promoting regional cultural distinctiveness, and fostering the development of intangible cultural heritage.

**Key words:** horizon of expectations; Huishan clay figurine; IP image design of intangible cultural heritage; reception aesthetics

收稿日期: 2024-06-14

\*通信作者

文化是一个国家、一个民族的灵魂。非物质文化遗产惠山泥人作为中国传统手工艺的代表之一,历史悠久、盛极一时,生动展现无锡民俗民风 and 老百姓对美好生活的追求,承载丰富的历史文化内涵和高尚的艺术价值。IP形象设计形式具有独特个性和情感共鸣,能够广泛吸引受众的关注和喜爱,而数字化媒体平台为IP形象的设计和推广提供广泛的空间和渠道。在国家建设文化强国大背景下,运用IP形象设计与惠山泥人传统艺术相结合是将古为今用的有效手段,同时以“期待视野”理论支持,兼顾受众的内在需求和期待,创造出受众群体喜闻乐见的惠山泥人IP形象,不仅增强受众对惠山泥人文化的认知和喜爱,且有助于推动惠山泥人艺术的传承与发展。

### 一、非物质文化遗产惠山泥人文化解读

国家级非物质文化遗产惠山泥人,作为无锡地区独特的民间手工艺品,承载着无数劳动人民的辛勤付

出与精神传承,在历史长河中代代相传。惠山泥人不仅融合了丰富的民俗文化和民间艺术元素,更独具无锡地域的艺术特色和历史文化内涵。

#### (一) 题材表现

惠山泥人作为一门悠久的传统艺术形式,受到江苏无锡惠山地域风貌、民俗风情和艺术审美等多方面因素的影响,题材种类丰富多样,蕴含着深刻的文化内涵,呈现一幅绚丽多彩的文化画卷。惠山泥人的题材主要包括5个方面(见表1)。

第一,人物题材在惠山泥人中占据着举足轻重的地位。其中作品《大阿福》尤为经典,大阿福手抱青饕,通常以成对的形式出现,服饰上常饰以牡丹等吉祥图案,寓意百姓对平安幸福、祛病祛灾的美好祈愿。通过生动的形象和富有寓意的服饰,将群体的愿望以形式化的方式表达出来,深受人们喜爱。

第二,动物题材也是惠山泥人不可或缺的一部

表1 惠山泥人题材表现特点

题材	代表作品/作者	特征
人物题材	 <p>《大阿福(清代)》 《大阿福》喻湘涟 王南仙《大阿福》高标</p>	描绘历史人物、民间英雄和百姓等形象
动物题材	 <p>《蚕猫》 《春牛》 《虎(民国)》</p>	形象强调生动可爱、幽默趣味性
传统题材	 <p>《关公骑马》周金根,丁仲芳 《负荆请罪》丁阿金 《十二丑角》喻湘莲,王南仙</p>	戏曲角色的神韵和故事戏剧性
民间故事人物	 <p>《三个和尚》池志坚 《东方朔偷桃》蒋晓云 《鲁智深》章尧南,陈淡珍</p>	描绘民间故事、四大名著和寓言
节庆和神明形象	 <p>《荷花仙子》曹燕波,钱惠琴 《百花仙子》王国栋 《钟馗》张炜农</p>	描绘传统节庆和庙会的神明形象

分。主要包括龙、凤凰、家禽以及各类野生动物等。如作品《蚕猫》(图片摘自微信公众号民俗学论坛),传说泥猫是镇鼠之宝,寓意保护蚕桑、祈求丰收的美好愿望;作品《春牛》(图片摘自微信公众号文化养老),象征田地丰收、幸福祥瑞的吉祥寓意。

第三,传统戏剧角色是惠山泥人特色。以“手捏戏文”为代表,通过精湛技艺、细腻表情和惟妙惟肖动作,将戏剧形象栩栩如生地呈现在人们面前。作品展现戏曲艺术的独特魅力,也为观众提供沉浸式的文化体验。

第四,民间故事人物题材,是艺人们通过塑造经典的人物形象,将传统故事和传说以生动有趣的方式呈现给观众。这些作品不仅具有审美价值,还承载着丰富的历史文化信息,让人们能够感受到传统文化的魅力和深度。

第五,节庆和神明题材,通过对传统节庆的致敬和神明的尊崇,将惠山泥人与文化传承、信仰表达紧密地结合在一起。作品不仅具有深刻的文化内涵,也为我们提供了解和感受传统文化、历史和信仰的途径。

## (二) 造型艺术

受黑泥制作材料的独特性以及题材表现的限制等多重因素影响,惠山泥人在制作流程和精细程度方面呈现出显著区分,主要体现在形态表现、细节处理以及艺术风格等方面。据此,惠山泥人主要可划分为“粗货”与“细货”两大造型艺术类别(见表2)。

粗货造型艺术采用中国写意画的方法。以夸张、简练的手法刻画,常常达到意到笔不到的境界<sup>[2]</sup>。通过模具精心压印黑泥底坯,待其阴干后,再施以色彩鲜明、线条强烈的彩绘手法进行精心制作。粗货主要以吉祥喜庆的民间泥塑玩具为主,又可称为“耍货”。艺术性与实用性相得益彰。表2中《大阿福》《八仙过海》

《虎》等作品,展示出人物和动物造型的大胆变形,头部放大至与身体比例相近,通过夸张表现手法,凸显主题,使形象生动且富有趣味性,充分展现无锡惠山地区独特的艺术魅力与文化特色。

细货造型艺术注重精致细腻。集观赏价值与收藏价值于一身,充分展现卓越雕刻技艺、逼真的真实感以及引人入胜的故事情节。制作无需模具,由手艺人亲手捏塑加以彩绘而成。如表2中《老黄忠》《廉颇》《关公看春秋》等作品,受昆曲、徽剧及京剧影响,细货又可称为“手捏戏文”,表现形式主要聚焦于戏曲脸谱和戏曲片段人物的再现,深入展现中国传统戏曲文化的魅力,具有高超的艺术性与深厚的文化内涵。

## (三) 彩塑语言

色彩,是惠山泥人艺术表现中不可或缺的重要元素。展现浓郁的民间特色和区域文化特色,通过明艳雅致、强烈丰富的色彩搭配,赋予作品深厚的艺术内涵和视觉冲击力。上彩掌握“远看颜色,近看花。少里能看多,多里能看少”的效果<sup>[2]</sup>(见表3)。

第一,高纯度对比色。用色“红要红得艳、绿要绿得娇、白要白得净”<sup>[2]</sup>,突出对比强烈、主次分明的色彩效果。粗货以原色为主,强烈的视觉冲击与张力;细货较柔和,更显细腻。如《金童玉女》,作品在色彩运用上呈现“大调和,小画面”的特点,大面积的红、蓝高纯度对比色与局部冷色调的点缀相结合,色彩新鲜、轻巧、整齐、浓烈<sup>[2]</sup>,为观者带来强烈的视觉享受和情感冲击。

第二,色彩趣味化。注重运用复杂色和高明度色,用笔大胆。大量运用天蓝、朱红、明黄等明亮色彩,结合洒脱的线条进行装饰。如《小花因》(图片摘自唯美民艺馆),作品通过简单的线条和大色块的巧妙运用、高明度色的精妙搭配,使作品具有视觉冲击力,展现三

表2 惠山泥人造型艺术特点

造型艺术	代表作品/作者	特征
粗货	 <p>《大阿福(清式)》喻湘涟、王南仙 《八仙过海》柳成荫 《虎(民国)》</p>	注重表现脸部神韵的描写,服饰纹理以简练明快的手法刻画
细货	 <p>《老黄忠》周作瑞,陈淡珍 《关公看春秋》高标、成根宝 《廉颇》曹燕波,钱惠琴</p>	高度还原人物形象的面部细微表情、人物姿态和服饰纹理

表3 惠山泥人彩塑语言特点

特点	高纯度对比色	色彩趣味化	色彩象征性
名称	《金童玉女》生继兰,顾惠	《小花因》喻湘莲、王南仙	《八仙过海》王国栋,王南仙
作品			
色卡			

个小花因淳朴可爱的形象,独具装饰趣味性。

第三,色彩象征性。运用色彩传达特定寓意和情感。例如金、红和黄等色彩在财富、节庆、舞狮等泥人作品中广泛运用,寓意祝福、尊贵及喜庆;淡绿、浅蓝等色彩更富自然风光之感。例如《八仙过海》,作品大量运用红色以象征喜庆和热情,与八仙欢乐过海的情景相对应,使观者更融入作品情境之中。

## 二、期待视野下非物质文化遗产IP形象转化思路

姚斯的期待视野是接受美学理论最为重要的理论。强调作品、创作者与接受者之间的互动关系,主张“读者中心论”,重视接受者的主体地位。期待视野指接受者根据以往的人生观、文化艺术素养和审美经验等历史因素,综合形成对作品的一种欣赏要求和审美期待<sup>1</sup>。其次,姚斯认为具有调动积极情感的优秀艺术作品,可以促使接受者在阅读作品时不断修正自身的期待视野,扩展自身审美经验。

期待视野影响作者创作的内容、风格和形式,创作时必定考虑到作品是否被接受者所理解和接受。当读者与作品的视野接近时,作品的潜藏意义与价值会被受众发现,进行更多的互动交流,进一步阐发探讨IP形象的内在意义和审美价值,赋予作品丰富内涵和色彩,有利于促进受众与作品形成更深的黏性。

在惠山泥人IP形象的文化遗产与创新中,作品、

作者与接受者之间也存在至关重要的互动关系。新时代背景下,接受群体对非物质文化遗产保护与利用概念的认知变化、IP形象为接受群体提供精神需求和情感寄托、接受群体对视觉化传播形式的喜爱日益增加以及惠山泥人IP形象作为独特文化可以为接受群体提供精神滋养。因此,需要重视接受群体需求,置于设计重要位置,把握设计方向,有助于提高设计内容的针对性,实现文化遗产与创新的结合,为非物质文化遗产传承与发展注入新活力。

综上所述,基于惠山泥人文化艺术特点,运用期待视野理论指导设计者如何更准确地把握接受者的审美期待,在IP形象设计中融入更具吸引力的元素,产生情感共鸣。此理论及应用方式有助于深化IP形象设计的认知,具有重要的理论指导意义。通过传统艺术与现代IP形象设计方式相结合,可以使非物质文化遗产文化更具生命力与时代感,为非物质文化遗产传统手工艺在当代社会的传播与传承注入新的活力(见图1)。

## 三、“接受群体”特征及需求分析

本研究从接受群体,即受众的角度出发,以满足惠山泥人IP设计需求为目标,面向关注IP形象的受众,收集有效问卷243份,基于数据得出接受群体需求信息,明确惠山泥人IP形象设计思路,为深入挖掘和塑造惠山泥人IP形象提供了重要的参考依据。

在研究非物质文化遗产IP形象关注度的过程中,

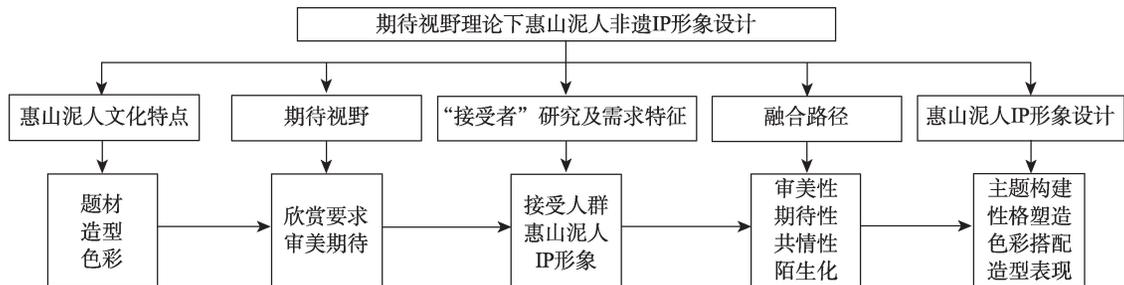


图1 “期待视野”下非物质文化遗产IP形象转化思路

发现年轻接受群体对IP形象关注度更高。主要集中在90后、00后的年轻接受群体,女性占比高于男性。这类群体可塑性、包容性、接受学习能力等方面相对较强,对新事物的探究兴趣更为浓厚,有利于IP形象的推广和传播。

多数年轻接受群体对惠山泥人有所了解,但较少深入研究,甚至一部分人完全不了解。因此,提升非物质文化遗产惠山泥人文化传播度是有必要的。借助IP形象这一高效视觉传播形式,设计针对年轻接受群体喜爱的惠山泥人IP形象,有助于提升他们的兴趣度,进一步了解背后的文化,推动非物质文化遗产惠山泥人文化的发展和传承(见表4)。

表4 接受人群基本特征

性别(占比/%)	年龄段(占比/%)	职业(占比/%)	对惠山泥人了解程度(占比/%)
男性(34)	26~30岁(39)	学生(45)	一般了解(57)
女性(66)	18~25岁(68)	学生(71)	一般了解(69)

在明确接受群体基础上,探究对惠山泥人IP形象的偏好和特征。通过展示惠山泥人经典作品和颜色,发现“大阿福”备受欢迎,而红、绿、黄被认为是惠山泥人的代表颜色。此外,结合惠山泥人寄托的辟邪祈福象征含义,从“健康平安、好运常在、富足多财、多福多寿等”多方面调查,发现接受群体对“健康平安、富足多财”更为青睐(见表5)。

表5 “接受者”对惠山泥人的喜爱程度及需求特征

惠山泥人第一印象的作品(占比/%)	最喜爱的惠山泥人作品(占比/%)	认为惠山泥人的代表颜色(占比/%)	日常的祈福倾向(占比/%)
大阿福(53)	《大阿福》高标(38)	红色(45) 蓝色(23) 黄色(20)	健康平安(70) 富足多财(45)

进一步调研发现年轻接受群体最注重的是IP形象的外在视觉感受,对弱攻击性、可爱唯美、生动有趣的形象更为青睐。同时,期望IP形象能够融合非物质文化遗产文化与潮流,展现时尚感与传统特色,实现非物质文化遗产文化传承的情感需求(见表6)。

综上分析,得以窥见接受者对于惠山泥人IP的审美趋向与期望,深入展现年轻接受群体对于自我内部需求高度重视。在惠山泥人IP形象设计需要考虑到以下方面。

第一,审美需求的满足。具有自身文化特色、简洁有辨识度、设计紧跟潮流的IP形象,使观者能够立即识别出其身份和所代表的文化意义,在视觉上能够为

表6 “接受者”对惠山泥人IP形象的喜爱程度及期待特征

喜爱的IP形象首位影响因(占比/%)	喜爱的IP形象风格(占比/%)	喜爱的IP形象性格(占比/%)
外形惹人喜爱(47) 色彩鲜艳(30)	Q版(64) 唯美(51)	善良呆萌(58) 幽默风趣(42)
看到IP形象作品期待得到的情绪(占比/%)	期望惠山泥人IP形象作品的设计特点(占比/%)	
欢乐(53) 喜庆(48)	文化特色(55) 可爱潮流(37)	

接受者提供丰富的美感体验和审美享受,对IP形象产生更加积极的情感共鸣。

第二,自我情感投射的需求。当IP形象能够满足接受者的情感需求,提供情感陪伴、共鸣和寄托,带来情绪上的愉悦时,接受者更愿意进一步了解该IP形象及背后的文化内涵。情感连接增强了接受者情感的主动投入,激发他们对背后文化的好奇心和探索欲望,形成更为深入的情感认知和文化理解。

第三,对中国传统文化的认同感和归属感。不同艺术作品的背后都蕴含着中国文化的内核和精神,只有当IP形象塑造出自身文化性、符合当代精神价值,才能使接受者产生认同感和归属感,提升形象的感染力和凝聚力<sup>51</sup>。

## 四、“接受美学”下惠山泥人IP形象设计融合路径

### (一) 审美呈现贴合接受者期待感

受审美经验影响,接受者对IP形象会产生期待设定。基于个人审美经验的预期性心理,在很大程度上左右接受者对作品的接受与理解。当接受者的审美期待与作品相融合,形成正向认同,可对IP形象产生持续且强烈的兴趣。

在设计IP形象过程中,须充分考虑年轻接受群体的多元化和娱乐化的审美偏好。挖掘和保留惠山泥人的文化内核和艺术特征的同时,应巧妙地融入现代设计元素,满足年轻受众的时尚追求。通过打造兼具时尚感、文化独特性和辨识度的IP形象,吸引更多年轻群体的关注,推动惠山泥人文化的传承与发展。

在色彩运用方面,色彩体系能够体现IP形象的文化独特性和时尚性。运用惠山泥人大红、金黄、云青等高纯度色彩和搭配方式,易引起接受群体对惠山泥人的联想。同时,融入温暖、明快的现代色调,营造年轻、活力的视觉氛围。

在造型设计方面,注重将惠山泥人的传统造型与现代设计元素相结合。在保留惠山泥人整体造型基础上,恰当运用当代流行的图案、动态线条等元素。同

时,添加可爱表情、生动动作以及符合主题和人物特色的辅助道具等元素,凸显IP形象萌、潮和活力。

如一马当先IP形象(图片摘自甘肃省博物馆官网),形象憨态可掬。创作者在保留文物原型和本身文化属性的同时,加入大胆创意。以马踏飞燕为原型,色彩以绿色为主,在原有青铜材质基础上加入现代色彩效果。造型保留马嘴部嘶鸣状,设计为开心大笑,形态有较大改动,动作呈金鸡独立状,脚踏圆润有趣的飞燕。可爱有趣的颜色、表情和动作独具创意性,贴合了现代年轻接受群体的审美趋势(见图2)。

## (二) 情感投射符合接受者需求感

年轻接受群体重视IP形象提供轻松愉悦、积极向上的心理情感。当IP形象融合美好元素,为接受群体提供情感陪伴、共鸣和寄托,引发愉悦的情绪感受,有助于产生情感共鸣,增强与IP形象的粘性和情感连接。可从以下几个方面考虑积极元素和寓意符号的运用:

在故事背景和性格塑造方面,应深入融入积极元素。通过展现友情、热情、友善、努力等正向品质,使IP形象符合年轻接受群体对积极情绪、勇气等内在期望的情感投射。这样的设计能够引发年轻受众群体对美好未来的向往和渴望,为其带来愉悦感和正能量,从而进一步加深与IP形象的情感联系。

在故事情节和造型设计方面,应巧妙融入文化寓意符号元素。结合如惠山泥人大阿福所蕴含的吉祥祈愿意义,同时融入大众及社会共同的纳福观念,不仅能够激发接受群体的文化认同感和归属感,还能有效吸

引受众对IP形象的关注与了解,深化受众对惠山泥人文化传承的认知与理解。

如唐朝仕女胖兜IP形象(图片摘自练阿斩)。造型采用年画娃娃造型特征和肚兜服饰,突出珠圆玉润的体态。发型源于唐朝仕女圆形发髻,发髻略带方形突出形象个性,面部妆容简化,突出侍女主要特征。主题有“福气多多”的寓意,赋予IP形象故事性,视觉化极具趣味性的生活场景,生动展现胖兜古灵精怪、虎头虎脑的可爱性格,与现代年轻群体“躺平”理念相契合,使受众与胖兜建立亲近感,增强认同感和喜爱度(见图3)。

## (三) 文化内涵提升接受者归属感

IP形象是地域文化的综合展现和文化象征符号,承载深厚的历史积淀和文化内涵,对于文化的传承与发展具有积极的推动作用。IP形象设计应引起接受群体的文化归属感,深入挖掘并呈现地域文化内在价值和精神意义的表达,赋予丰富的文化情感和故事性<sup>[4]</sup>。可注重融入文化内涵和经典造型元素进行设计。

可考虑在故事背景和人物塑造等方面融入惠山泥人文化内涵。将丰富的历史背景与文化元素结合其中,如融入惠山泥人大阿福平安幸福、去病去灾的文化含义,形成惠山泥人IP形象文化符号,激发受众的文化情感共鸣和认同。

提取大阿福经典人物造型元素,能够直观展现惠山泥人艺术特色。惠山泥人的造型常以人物为主题,具有鲜明的夸张性和表现力,通过对“大阿福”的经典动作、表情以及服饰图样等元素的提取与运用,进一步



图2 马踏飞燕“一马当先”IP形象



图3 唐朝仕女“胖兜”IP形象

加深受众对于传统工艺的认识和情感共鸣,强化接受群体对惠山泥人文化连接。

如小仓颉 IP 形象(图片摘自中国文字博物馆)。以传说创造汉字的仓颉为设计原型。IP 形象提取仓颉画像特色元素,服装为树叶样式的披肩和袍子,头发披散、胡子留长。道具设计为戴着眼镜,表达传说仓颉拥有四只眼睛的神奇形象。主形象脚下呈现时空穿梭门,可以穿越到不同时代。因此延展一套不同时代的 IP 形象,造型运用不同材质、纹样的服饰,结合不同时代书写汉字使用的工具,生动有趣地演示汉字发展过程(见图4)。

### 五、惠山泥人 IP 形象设计实践

#### (一) 主题构建:

受民间寓意、习俗礼仪的影响以及时代发展的积淀,设计融入“纳福观念”,非物质文化遗产文化和 IP 形象培养接受者一定的关注度和审美经验,具有文化内涵和民族精神的 IP 形象,能够激发接受者的文化认同和情感共鸣。

结合“大阿福”辨识度最高、最受年轻接受群体喜爱的泥人形象、蕴含“福运福气”吉祥如意、年轻群体对“健康平安、富足多财”的祈福倾向几方面因素。将“大阿福”设定为惠山泥人 IP 形象的原型,“福运满满”定义为 IP 形象的主题寓意。有助于与接受者产生积极的情感连接,激发情感共鸣和文化归属感,促进进一步对 IP 形象背后文化的深入了解、认知和认同<sup>[9]</sup>,巩固与 IP 形象、文化传承之间的情感纽带,形成良性循环。

#### (二) 性格塑造

接受者对于形象性格的接受范畴较高,在设计过程中可创造性格具有反差、个性鲜活的形象,加入惠山

泥人文化背景,使 IP 形象更具本土特色,为形象的延伸和发展提供想象空间,易激发接受者强烈的心理反馈。为实现这一目标,将惠山泥人 IP 形象设定为一对搭档,建立惠山泥人 IP 形象两位成员的身份信息档案(见表7)。

#### (三) 色彩搭配

IP 形象设计既要强调色彩搭配的吸引力和可识别性,又要兼顾文化传承与时代需求,独具东方魅力和现代感<sup>[9]</sup>。形象设计考虑惠山泥人的文化背景及其主题象征意义、年轻人倾向高饱和度、亮度和渐变关系的色彩视觉特征以及情感需求。

基于此,在 IP 形象色彩搭配中,借鉴惠山泥塑的色彩体系。针对惠山泥塑 IP 的建立专属色彩体系。红色作为 IP 形象主色调,象征喜庆、热情和吉祥的主题寓意。黄色和蓝色作为辅助色彩,丰富形象的层次与细节。白色和黑色作为点缀色,增添形象的雅致与稳重感。此外,加入渐变色彩效果,增强形象的时尚性和立体感,为更好地贴合大阿福原型和 IP 形象性格特征,福运形象以蓝色和红色为主,突出智慧、细致的性格特征和喜庆吉祥的寓意。满满以橙色和黄色为主,突出活泼可爱的性格特征和喜乐、富足的寓意。

#### (四) 造型表现

IP 形象能够满足年轻接受群体审美偏好和情感需求,可以促进他们对 IP 形象的情感投入。考虑大阿福整体造型圆润的特点、接受群体观众对风格和情感需求等因素。IP 形象造型设计上,设置 Q 版、唯美造型风格,服装融入大阿福服饰上经典的牡丹和竹叶元素,象征纳福、富贵的吉祥如意。福运头戴青饕样式帽子,手抱元宝,寓意平安富足;满满头戴柿子元素,怀抱如意,寓意柿柿如意。通过将接受群体的日常祈福观念与 IP



图4 小仓颉 IP 形象

表7 惠山泥人 IP 形象性格塑造

名称	性别	年龄	身高/cm	性格
福运	男	18	90	他是惠山泥人小镇里的传承者,内向呆萌,是小镇里的智慧担当。热爱钻研泥人精湛的制作技艺,作品精致细腻,可以看到对生活的细腻观察和天马行空的想象
满满	女	16	75	她是惠山泥人小镇里的宣传大使,热情开朗、古灵精怪,是小镇里的活力担当。热爱美与时尚,设计年轻人喜欢的泥人形象,具有独特的审美观和创造力

形象相连接、符合对形象亲和性和趣味性的需求,可以激发他们主动参与性,在文化传承、满足接受群体对积极愉悦的情感需求方面发挥积极作用<sup>[5]</sup>(见图5~7)。

### 六、结语

非物质文化遗产惠山泥人IP形象设计验证基于“期待视野”理论的可行性。设计过程中注重挖掘接群

体的审美需求和内在情感需求,提取惠山泥人艺术特征,构建符合年轻接受群体审美认同的惠山泥人IP形象,以期深入触动受众心灵。将传统文化与现代设计相结合,旨在让惠山泥人这一厚重的历史文化焕发出新的活力,推动惠山泥人艺术与现代社会的融合,促进文化、历史和审美价值的传承,助力非物质文化遗产文化的传播和有效保护。

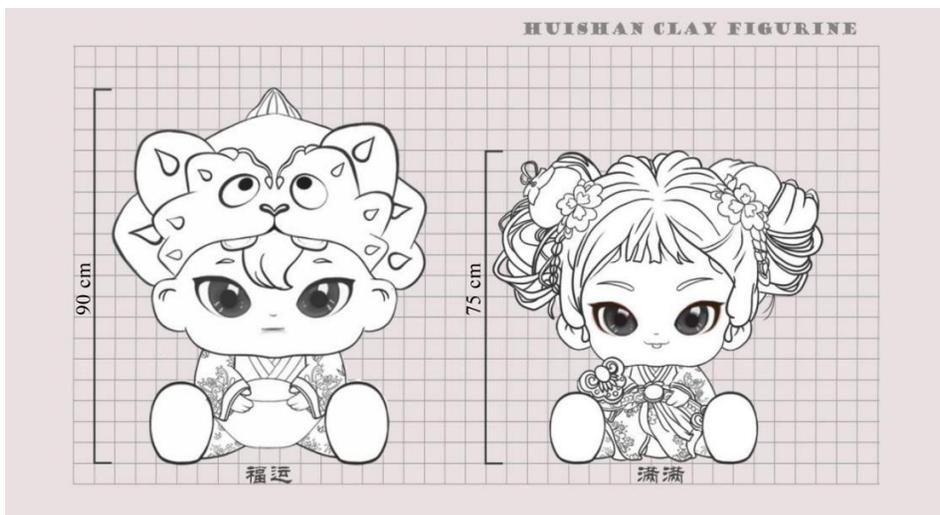


图5 惠山泥人IP形象比例线稿



图6 惠山泥人IP形象



图7 惠山泥人IP形象三视图

## 参考文献

- [1] 习近平. 习近平谈治国理政 第三卷[M]. 北京:外文出版社,2020:32.
- [2] 王文章. 惠山泥人世家喻湘涟王南仙口述史·手捏戏文[M]. 第1版. 北京:中央编译出版社,2010:132-135.
- [3] 朱立元. 接受美学导论[M]. 合肥:安徽教育出版社,2004:206.
- [4] 陈玲玲. 论接受美学中的“期待视野”[J]. 赤峰学院学报(汉文哲学社会科学版),2010,31(2):63-65.
- [5] 宋晓利. 新媒体时代中韩影视作品文化传播路径研究[M]. 北京:光明日报出版社,2022.
- [6] 宋晓利,殷俊. 基于品牌个性维度的迪斯尼动漫衍生品研究[J]. 装饰,2016(9):78-80.
- [7] 姚斯,霍拉勃. 接受美学与接受理论[M]. 周宁 金元浦,译. 沈阳:辽宁人民出版社,1987:372.
- [8] 朱立元. 现代西方美学史[M]. 上海:上海文艺出版社,1993.
- [9] 何先慧. 关于小说形式美的美学意蕴——以何立伟作品为例[J]. 理论与创作,2010(2):79-81.
- [10] 葛佳琪,于炜,王婷. 故宫文创产品设计解析及借鉴意义研究[J]. 设计,2018,31(5):103-105.
- [11] 马晓娜,图拉,徐迎庆. 非物质文化遗产数字化发展现状[J]. 中国科学:信息科学,2019,49(2):121-142.
- [12] 徐鸣,马晓昱. 基于文化自信的非遗与文创研究综述[J]. 工业工程设计,2020,2(6):1-11.
- [13] 崔亮,黄震. 盘活优秀传统文化IP,提升中华文化影响力[J]. 出版广角,2021(10):28-30.
- [14] 王村杏,佟钰. “辽宁礼物”品牌IP视觉形象设计研究[J]. 包装工程,2021,42(16):376-380.
- [15] 卢荟伊. 接受美学视域下姚一苇剧作的民族化艺术特征——以《红鼻子》的文化接受为例[J]. 文艺评论,2023(2):120-128.
- [16] 徐末子. 接受美学视角下红色题材舞剧创作路径研究[J]. 北京舞蹈学院学报,2023(3):99-105.
- (上接第83页)
- [5] 郭峰. 龙山土家织锦视觉符号意象探析与新媒体传播研究[D]. 长沙:湖南师范大学,2016.
- [6] 唐颖欣. 面向土家织锦生产性保护的互联网平台模式研究[D]. 湘潭:湘潭大学,2018.
- [7] 赵刚. 土家织锦文化数字化保护与虚拟展示技术研究[M]. 北京:科学出版社,2019.
- [8] 李梦瑶,黄幸杰,郑昊,等. 土家织锦非物质文化遗产的数字勘探与设计应用[J]. 湖南包装,2020,35(1):28-32.
- [9] 于雅莉. 互动式土家织锦虚拟织造系统的设计与实现[D]. 武汉:华中师范大学,2017.
- [10] 颜祺芳. 土家织锦非遗文化VR体验设计研究实践[D]. 湘潭:湘潭大学,2021.
- [11] 朱上上,罗仕鉴,应放天,等. 支持产品视觉识别的产品族设计DNA[J]. 浙江大学学报(工学版),2010,44(4):715-721.
- [12] 苏晓,林萌. 《锦意》系列文创设计作品[J]. 上海纺织科技,2022,50(5):100.
- [13] 刘杨. 基于湘西土家织锦艺术符号的文创产品设计研究[D]. 株洲:湖南工业大学,2022.
- [14] 刘文良,刘杨. 后疫情时代非遗文旅创意产业发展的困境与对策——以湘西土家织锦为例[J]. 文化与传播,2021,10(4):41-46.
- [15] 柳冠中. 事理学方法论:一本讲设计方法论、设计思维的书[M]. 上海:上海人民美术出版社,2019.
- [16] 石雅云. 当代湘西土家织锦的复合形态[J]. 装饰,2021(2):106-110.
- [17] 龙山县地方志编纂委员会. 龙山县志[M]. 北京:方志出版社,1985.
- [18] 莫彦峰,莫代山. 少数民族优秀传统文化数字化技术传承探索——以土家族织锦“西兰卡普”为例[J]. 三峡论坛(三峡文学·理论版),2018(6):19-24.
- [19] 中华人民共和国文化和旅游部. 2020年国内旅游数据情况[EB/OL]. (2021-02-18)[2022-10-31]. [https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/tjxx/202102/t20210218\\_921658.html](https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/tjxx/202102/t20210218_921658.html)
- [20] 中华人民共和国文化和旅游部. 2022年上半年国内旅游数据情况[EB/OL]. (2022-07-15)[2022-10-31]. [https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/tjxx/202207/t20220715\\_934711.html](https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/tjxx/202207/t20220715_934711.html)
- [21] 孔明安. 从物的消费到符号消费——鲍德里亚的消费文化理论研究[J]. 哲学研究,2002(11):68-74.
- [22] 杨东. 后疫情时代数字经济理论和规制体系的重构——以竞争法为核心[J]. 人民论坛·学术前沿,2020(17):48-57.
- [23] 陈善广. 虚拟现实仿真技术与应用[J]. 应用基础与工程科学学报,1996,4(1):106-112.
- [24] 董桂伟,赵国群,王桂龙,等. 高等工程教育虚拟仿真实验教学的分析与思考——基于278项国家级虚拟仿真实验教学项目的描述性研究[J]. 实验技术与管理,2022,39(12):199-204.
- [25] 朱科蓉. 文科类虚拟仿真实验教学中心建设的问题与思考[J]. 现代教育管理,2016(1):87-91.
- [26] 卢毅. 以虚拟技术为翼——南京云锦织造技艺数字化实践性传承探索[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计),2020(6):157-160.
- [27] 谢欣. 基于Cave系统体感游戏设计的敦煌壁画艺术传播研究——以壁画故事《张骞出使西域》为例[J]. 文化遗产,2017(4):149-156.
- [28] 张华,田飞. 基于新媒体技术的传统工艺数字化展示——以醴陵釉下五彩工艺为例[J]. 装饰,2019(9):106-109.
- [29] 郑真. 土家织锦图案的视觉效应在现代包装中的应用[J]. 包装工程,2018,39(10):64-68.